

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



راه اندازی قطب سوم خودروسازی با تولید خودروهای برقی

از جمله مهم ترین موضوعاتی که باید در دستور کار آینده خودروسازی کشور قرار بگیرد، حرکت روی ریل دانش و فناوری است. به گزارش پدال نیوز، یکی از مهم ترین نکاتی که در رابطه با سخنان محمد شریعتمداری...

۷

معاون وزیر نیرو از ۱.۵ میلیارد دلار سرمایه گذاری خارجی در احداث نیروگاه های تجدید پذیر خبر داد

اشتغال زایی موثر با انرژی های تجدید پذیر

فرصت امروز: سیدمحمد صادق زاده، رئیس سازمان انرژی های تجدید پذیر و بهره وری انرژی برق (ساتبا) روز یکشنبه در نشست خبری در هفدهمین نمایشگاه بین المللی برق گفت تاکنون ۴.۱ میلیارد دلار تقاضای سرمایه گذاری خارجی در انرژی های تجدید پذیر در وزارت اقتصاد به ثبت رسیده که ۱.۵ میلیارد دلار آن عملیاتی شده و ۴۰۰ میلیون دلار نیز به بهره برداری تجاری رسیده است. وی اضافه کرد: سیاست ما این است که در بخش انرژی های تجدید پذیر، هم از منابع داخل کشور و هم منابع خارج از کشور استفاده کنیم. معاون وزیر...

۳

مهلت ۳ ماهه ایران برای انجام تعهدات FATF

بیانیه جدید FATF درباره ایران

۴

مدیریت و کسب و کار



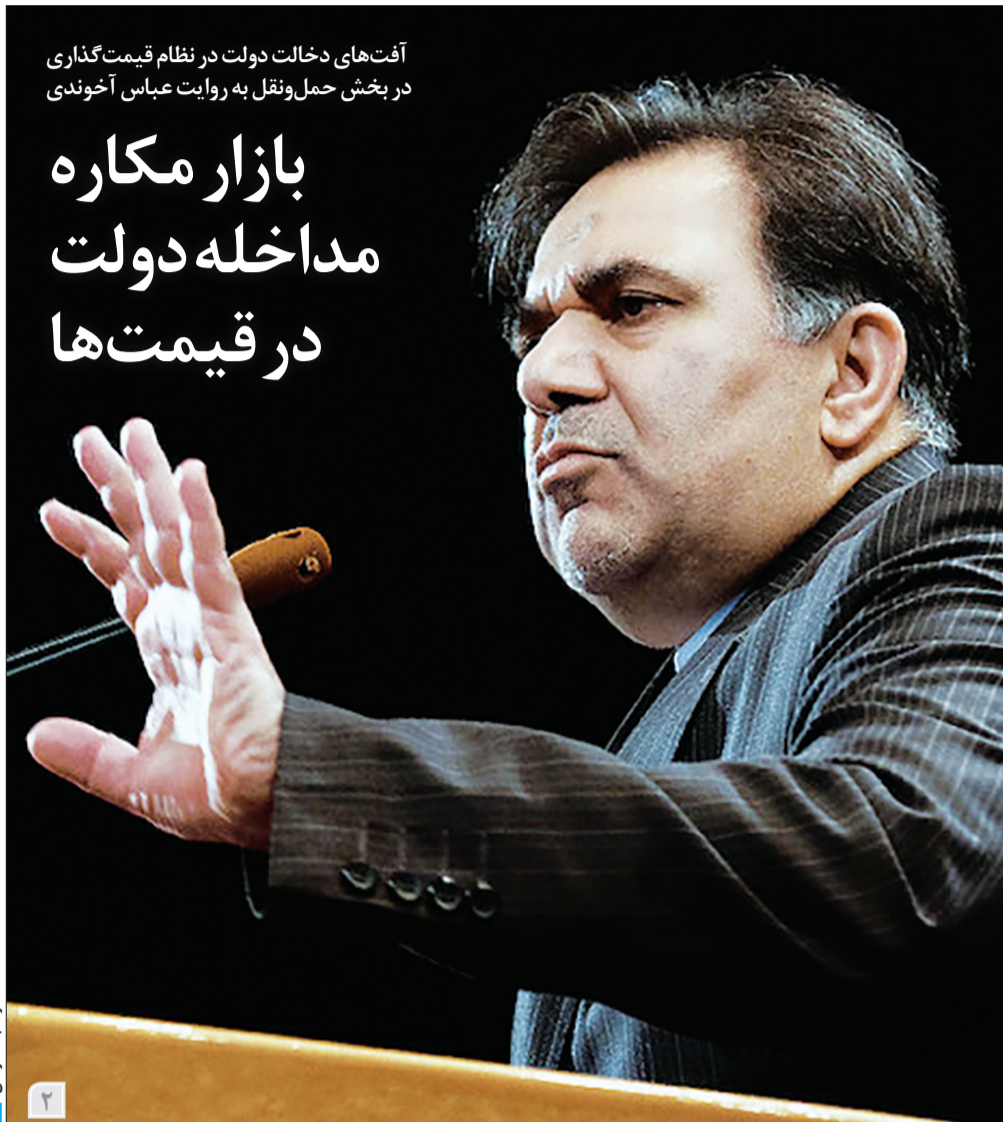
جف بزوس بیش از ۱.۱ میلیارد دلار از سهام خود در آمازون را فروخت

- رفتارهایی که در بهبود کار تیمی موثرند
- مدل های مختلف برند
- Cadbury: نجات محیط زیست با شکلات
- انواع مدل های شایستگی و اهمیت به کارگیری آنها
- روابط عمومی بد
- متن و تصویر

۱۶ تا ۸

آفت های دخالت دولت در نظام قیمت گذاری در بخش حمل و نقل به روایت عباس آخوندی

بازار مکاره مداخله دولت در قیمت ها



۲

یادداشت

عبور از زندگی شهری



در اقتصاد از پس سال ها بحران های مختلفی رخ داده که از بسیاری از آنها به آسانی گذشتیم و برخی از آنها برای ما درس عبرت آموزی بودند. بحران های اقتصادی برای کشور ما بر دو قسم بود: برخی بحران های مالی جهانی که به دلیل بسته بودن اقتصاد ایران با تاخیر به داخل ایران رسیدند و برخی بحران هایی که مختص ما بوده که در بسیاری از موارد از پس تحریم های یک سوپیه به وجود...

یادداشت

ادغام شرکت ها پایدها و نپایدها



در بازارهای رقابتی و غیر انحصاری، با رشد و توسعه صنایع و...

چابهار پل ارتباطی کشورهای آسیای میانه برای ورود به بازارهای جهانی

کشور اهمیت ویژه ای در ترانزیت کالا به این کشورها خواهد داشت. وی با بیان اینکه چابهار به عنوان تنها بندر اقیانوسی ایران، یکی از نقاط کلیدی در حاشیه خلیج فارس و دریای عمان بوده و در کریدور شمال - جنوب نقش مهمی ایفا خواهد کرد، اظهار داشت: این بندر در مسیر ترانزیتی شرق - غرب قرار گرفته و فوریت ها و موقعیت مناسب اقتصادی و جغرافیایی در زمینه ترانزیت و ترانزیت دارد. وی گفت: بندر چابهار به دلیل موقعیت راهبردی بهترین فرصت را برای جابه جایی کالا و پهلوگیری بزرگ ترین کشتی های جهان دارد که دیگر بندر کشور از نظر کاهش هزینه های



بندر راهبردی چابهار با موقعیت مناسب و همجوار با آب های اقیانوسی از پل های مهم ارتباطی کشورهای آسیای میانه و جنوب شرق آسیا برای ورود به آب های آزاد و بازارهای جهانی است. به گزارش ایرنا، بندر شهید بهشتی چابهار پس از تکمیل فاز نخست آن و رسیدن به ظرفیت تخلیه و بارگیری ۸.۵ میلیون تن کالا در سال می تواند علاوه بر ایجاد هزاران شغل به رونق و توسعه اقتصادی سیستان و بلوچستان و مناطق همجوار کمک شایانی نماید. از چابهار به عنوان حلقه تکمیلی زنجیره محور ترانزیت شرق کشور یاد می شود که در بعد ملی به عنوان نقطه اتکا (توسعه محور شرق) و در بعد فراملی مسیر تجاری چابهار - میلک - افغانستان است که می تواند ترانزیت کالاهای افغانستانی به بازارهای جهانی به ویژه حاشیه اقیانوس هند را فراهم کند. ورود ۱۱۰ هزار تن کتند اهدایی هندوستان به افغانستان در بندر چابهار و حمل آنها به نوعی استارت فعالیت بندر شهید بهشتی را زده است. سه بخش از تجهیزات بندر شهید بهشتی نیز حمل و تخلیه شده است که در حال نصب و راه اندازی هستند. معاون استاندار سیستان و بلوچستان و فرماندار شهرستان ویژه چابهار نیز به خبرنگار ایرنا گفت: چابهار با داشتن بندر و منطقه آزاد تجاری - صنعتی نقش مهمی در توسعه سواحل مکران ایفا می کند. ایوب درویشی افزود: در منطقه آزاد بیش از ۳ هزار شرکت سرمایه گذاری داخلی و خارجی ثبت شده است که نقش مهمی در تولید و اشتغال دارند. وی احداث کارخانه های فولاد و پتروشیمی را در صادرات محصولات آنها و اشتغال مفید ارزیابی کرد و افزود: به زودی فازهایی از این دو کارخانه تکمیل خواهند شد و تولیدات را آغاز می کنند. وی گفت: دستگاه های اجرایی شهرستان چابهار برای سهولت در سرمایه گذاری و کمک به سرمایه گذاران از هیچ کوششی دریغ نمی کنند. مدیرکل بندر و دریانوردی سیستان و بلوچستان نیز گفت: با توجه به نگاه ویژه مقام معظم رهبری و دولت تدبیر و امید به سواحل مکران و چشم انداز طرح توسعه بندر چابهار در پی لغو تحریم ها و در سایه فرصت به وجود آمده در دوران پسابرجام، تاکنون سه بخش از تجهیزات پیشرفته بندری خریداری و وارد بندر چابهار شده است. بهروز آقایی افزود: ورود ۱۱۰ هزار تن کتند اهدایی هند به افغانستان از طریق بندر چابهار و صادرات این محموله همگرایی میان هند، افغانستان و ایران را نشان می دهد و به جریان تجارت و بازرگانی بدون مانع در منطقه کمک می کند. وی ادامه داد: بندر چابهار به علت موقعیت استراتژیک و دسترسی به آب های آزاد بین المللی جایگاه ویژه ای در مبادلات ایران با سایر کشورهای منطقه دارد. وی تصریح کرد: بندر چابهار به علت نزدیکی به کشورهای نظیر افغانستان، پاکستان و آسیای میانه، در آینده ای نزدیک با اتصال به شبکه ریلی

چند سال قبل اخباری که از اقتصاد منطقه یورو به گوش می رسید بی نهایت بد بود، اما این روزها به شکل کسالت باری تنها آمار مثبت منتشر می شود. به گزارش ایسا، آمارهای هفتگی گذشته در منطقه یورو منتشر شد. نشان داد که تولید ناخالص داخلی ۰.۶ درصد در سه ماهه دوم منتهی به سپتامبر (نرخ سالانه ۲.۴ درصد) افزایش یافت. شاخص رضایت اقتصادی به بالاترین سطح در ۱۷ سال گذشته صعود کرد. با این همه زمانی که شورای سیاست گذاری بانک مرکزی اروپا در ۲۶ اکتبر گذشته تصمیم گرفتند که این شورا نرخ های بهره را بدون تغییر نزدیک به صفر حفظ کند و برنامه خرید اوراق قرضه خود را به مدت ۹ ماه دیگر تمدید کرد. بانک مرکزی اروپا اعلام کرد روند خرید اوراق قرضه را هر ماه کمتر می کند و از ژانویه به ۳۰ میلیارد یورو می رساند. اما ماریو دراگی، رئیس بانک مرکزی اروپا حاضر نشد یک تاریخ مشخص برای پایان برنامه خرید اوراق قرضه تعیین کند. وی استدلال کرد تا زمانی که تورم به هدف حدود ۲ درصد بانک مرکزی رشد نکند، تدابیر سیاست پولی آسان ضروری هستند. طبق آمارهای که چند روز بعد پس از نشست بانک مرکزی اروپا منتشر شد، نرخ تورم که شامل قیمت های غذا و انرژی نمی شود، از ۱.۱ به ۰.۹ درصد در اکتبر کاهش یافت. بدبختی ها در منطقه یورو در فاصله سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۲ منجر بودند، اما در وضعیت کنونی که تورم اندک مانده و سیاست پولی آسان اجرا می شود، مانند بسیاری از اقتصادهای بزرگ دیگر است. پس از یک دهه که نرخ های بهره در رکورد پایینی قرار داشتند، بانک های مرکزی که حاضر نیستند سیاست پولی را تحکیم کنند، توجهات را به خود جلب کرده اند. کمیته سیاست پولی بانک مرکزی انگلیس نرخ بهره مینا را از ۰.۲۵ درصد به ۰.۵ درصد در دوم نوامبر افزایش داد که نخستین افزایش از سال ۲۰۰۷ بود. همان روز بانک مرکزی جمهوری چک نرخ های بهره را برای دومین بار در سال جاری افزایش داد. بانک مرکزی آمریکا که در ماه های مارس و ژوئن نرخ های بهره را افزایش داده بود، هفته گذشته نرخ های بهره را تغییر داد، اما احتمال افزایش نرخ های بهره در دسامبر وجود دارد. ترکیه شاید تنها اقتصاد بزرگی باشد که دچار داغی بیش از حد شده است و بانک مرکزی این کشور در ۲۶ اکتبر تصمیم گرفت نرخ های بهره را ثابت نگه دارد. رجب طیب اردوغان، رئیس جمهور ترکیه که معتقد است نرخ های بهره بالا تورم را بوده، از بانک مرکزی انتقاد کرده است. با این همه در اکثر اقتصادهای بزرگ تورم پایین هدف مورد نظر مانده و سیاست پولی تسهیلی بوده است. براساس گزارش اکونومیست، بانک مرکزی برزیل نرخ های بهره را در ۲۵ اکتبر از ۸.۲۵ درصد به ۷.۵ درصد کاهش داد. دو روز بعد بانک مرکزی روسیه نرخ بهره اصلی خود را به ۸.۲۵ درصد کاهش داد. بانک مرکزی ژاپن هفته گذشته تصمیم گرفت نرخ های بهره را بدون تغییر نگه دارد و به خرید اوراق به میزان ۸۰ تریلیون یین (۷۰۰ میلیارد دلار) در سال ادامه دهد. این اقتصادها در حال گرفتار شدن هستند. در چنین شرایطی پایین ماندن تورم جهانی یک معما است.



سازمان آگهی ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

عبور از زندگی شهری

سیدعلی عباسی
کارشناس اقتصادی

در اقتصاد از پس سال‌ها بحران‌های مختلفی رخ داده که از بسیاری از آنها به آسانی گذشتیم و برخی از آنها برای ما درس عبرت‌آموزی بودند. بحران‌های اقتصادی برای کشور ما بر دو قسم بود؛ برخی بحران‌های مالی جهانی که به دلیل بسته بودن اقتصاد ایران با تأخیر به داخل ایران رسیدند و برخی بحران‌هایی که مختص ما بوده که در بسیاری از موارد از پس تحریم‌های یک‌سویه به وجود آمده است.

جالب است بدانیم با تمام اوصافی که در پنج سال اخیر طرح‌های مختلف برای خرید مسکن توسط بانک‌ها آن هم بانک‌های مختلف به مردم ارائه می‌شود؛ رغبت مردم به خرید مسکن در شهرها، به‌ویژه شهرهای بزرگ کمتر است و هجوم مردم به خرید مسکن در حاشیه شهرها و مناطق توریستی بیشتر مشهود است. این اتفاق نشان از یک موضوع مهم دارد و آن رغبت مردم به عبور از زندگی شهری است.

شهرنشینی و چرایی به وجود آمدن آن در دهه‌ها مورد نظر عامه مردم بوده و از مزایای بسیاری برخوردار بوده است؛ کارخانه‌های بزرگ که نیازمند کارگران بسیار بودند باعث مهاجرت بسیاری به سمت شهرها شدند و انقلاب صنعتی خود آغازی بر شهرنشینی بود. با هجوم کارگران به کارخانجات چرخه تأمین نیازهای آنان هم بسیاری را به سوی شهر کشاند تا انواع مختلف نیازهای کارگران را تأمین کنند.

بدون شک فرصت‌های شغلی و آموزشی فراوان و نزدیکی محل کار تا محل سکونت که با کاهش هزینه حمل‌ونقل همراه بود، جذابیت فراوانی را برای عامه مردم به وجود آورد و میل به شهرنشینی را هر روز بیش از قبل افزایش داد. وجود زیرساخت‌های خوب، مانند جاده‌ها، فاضلاب‌ها و خطوط برق شهرها را تبدیل به آهنگ‌های ثروت، پول و خدمات برای مردم کرد.

این جذابیت‌ها برای مردم ادامه داشت و روزها از پس روزها بر علاقه مردم به شهرنشینی افزوده شد تا اینکه فناوری‌های جدید به زندگی مردم وارد شد؛ فناوری‌هایی که برخی از آنها مانند تلفن همراه در ابتدای ورودشان مورد تمسخر مردم بودند، اما تلفن همراه بسیار زودتر از تصور در زندگی مردم تأثیر گذاشت و در بسیاری موارد جایگزین دید و بازدیدهای خانوادگی شد و با وجود اینترنت و شبکه‌های مختلف ارتباطی سطح جدیدی از ارتباطات پا به عرصه گذاشت تا جایی که واقعیت مجازی حتی در نظام آموزشی هم رسوخ کرد و نیاز به حضور دائم در کلاس‌ها را از بین برد و در برخی موارد کل دوره‌های آموزشی را به‌صورت آنلاین انجام می‌دهند.

فناوری‌های جدید حتی به بیمارستان‌ها رسیدند و چه بسیار جراحی‌هایی که از راه دور مدیریت می‌شوند و خریدهایی که به جای حضور فیزیکی در فروشگاه‌ها به‌صورت آنلاین انجام می‌شوند و دولت‌هایی که به سمت الکترونیکی شدن حرکت می‌کنند و برای دریافت قبض‌های خود مسیر آنلاین را جایگزین حضور فیزیکی مردم کرده‌اند؛ فناوری‌هایی که باعث شد فاضلاب‌ها باز یافت شوند و دوباره به چرخه کشاورزی برگردند و برق‌هایی از پانل‌های خورشیدی و توربین‌های بادی تولید می‌شوند که جایگزین سوخت‌های فسیلی با آن همه هزینه شوند و در همه جا قابل تولید و به راحتی در دسترس هستند. فناوری خانه‌های هوشمند که سال‌های اخیر در ایران هم مورد استفاده قرار گرفتند، حتی باز و بسته کردن پنجره خانه‌ها را برای سرمایش و گرمایش خانه نیز به‌صورت هوشمند و بدون نیاز انسان انجام می‌دهند.

مشاغل جدید که از وجود فناوری‌های جدید به وجود آمدند؛ مشاغلی مانند تدریس که دیگر نیاز به حضور مدرس بر سر کلاس‌ها نیست و ساماندهی مشاغل قدیم با فناوری‌های جدید مانند اسنپ که تاکسیرانی را در شهر بزرگی مانند تهران ساماندهی کرده پنجره‌ای جدید از مشاغل را به سوی مردم باز کرده است.

به نظر با افزایش روزافزون استفاده از فناوری‌های جدید، فضای زندگی و دور و نزدیکی در فضای جغرافیایی کم‌کم بی‌مفهوم می‌شود و به عدالت شرایط یکسانی را برای همگان خلق می‌کند و اینجاست که به نظر باید به این نظریه با نگاهی ژرف‌تر نگریست و آن اینکه سونامی بعدی اقتصادی باید گریبانگیر شهرها شود و آنها را به چالش بزرگی بکشد. مثال آن هم دور از دسترس نیست؛ شهر دبیوت بزرگ‌ترین شهر صنعتی آمریکا که در سال ۲۰۱۳ اعلام ورشکستگی کرد، نمونه‌ای از این اتفاق بزرگ است. بدیهی است مسئولان امر باید از هم‌اکنون به فکر چاره‌ای برای اتفاق غیرقابل انکار باشند تا با یک مدیریت کارآمد از این بحران بزرگ جهانی عبور کنیم.

منبع: خبر آنلاین

آفت‌های دخالت دولت در نظام قیمت‌گذاری در بخش حمل‌ونقل به روایت عباس آخوندی

بازار مکاره مداخله دولت در قیمت‌ها



فرصت امروز: تبعات دخالت

دولت در نظام قیمت‌گذاری! این شاکله صحبت‌های وزیر راه و شهرسازی در نخستین همایش بین‌المللی حمل‌ونقل و لجستیک ایران بود. عباس آخوندی دخالت دولت در نظام قیمت‌گذاری را مهم‌ترین مانع توسعه بخش حمل‌ونقل و ترانزیت در ایران دانست و تعبیر «بازار مکاره» را برای مداخله دولت در قیمت‌ها به کار برد. او از ضرورت حضور بخش خصوصی و ایجاد شرایط رقابتی برای توسعه بخش حمل‌ونقل ایران صحبت کرد و بازاری را که دولت در آن دخالت و اقدام به قیمت‌گذاری کند فاقد امکان رشد تعریف کرد.

وزیر راه و شهرسازی فضای کنونی را فضای رقابتی ندانست و گفت رقابت ناقص، ما را به اهدافمان نخواهد رساند، زیرا در سایه رقابت است که امکان رشد به وجود خواهد آمد. از همین رو، او از بخش خصوصی خواست تا به جای درخواست تسهیلات و کمک از دولت بر ایجاد شرایط رقابتی متمرکز شود.

به گفته آخوندی، این تغییر انگاره ذهنی در بخش حمل‌ونقل ایران هنوز در مراحل آغازین به سر می‌برد و در این میان، بخش خصوصی یک محیط کسب‌وکار ۱۰۰درصد رقابتی است که از این طریق بهترین خدمت را با کمترین قیمت به بهره‌برداران ارائه می‌کند، اما این در حالی است که قیمت‌ها در کشور ما به‌شدت دستکاری شده و همچنان صداسیما بحث چگونگی قیمت‌گذاری و کنترل آنها از سوی دولت را ترغیب می‌کند.

گزارش «فرصت امروز» از صحبت‌های وزیر راه و شهرسازی در همایش بین‌المللی حمل‌ونقل و لجستیک ایران را در ادامه می‌خوانید.

مزایای فضای رقابتی با کربدورهای بین‌المللی

عباس آخوندی افزایش مزیت‌های رقابتی ایران در کنار مزیت‌های نسبی را از سیاست‌های وزارت راه و شهرسازی در دوره جدید برشمرد و گفت: باید به دنبال

مزیت‌های رقابتی بوده و شرایط را برای ایجاد رقابت با سایر کربدورهای بین‌المللی فراهم کنیم. زمانی که به سمت مزیت‌های رقابتی حرکت می‌کنیم تمام شاکله ذهنی و منطقی تصمیم‌گیری ما تحت تأثیر قرار گرفته و باید تغییر کند. بنابراین ما در کنار ایجاد زیرساخت‌های فیزیکی اعم از بندر، جاده، ریل و... باید به سمت زیرساخت‌های نرم‌افزاری همچون قوانین، مقررات باثبات، تعهد به ایفای قراردادها، پایداری به قوانین، حاکمیت قانون، عدم تغییر متوالی مقررات، آموزش و داشتن توانایی کارکرد در سطح جهانی که مسائل واقعی و اصلی ما هستند برویم.

آخوندی با اشاره به اینکه این تغییر انگاره ذهنی در بخش حمل و نقل ایران هنوز در مراحل آغازین به سر می‌برد گفت: همچنان شاهد هستیم که آمارهای به دست آمده در بخش ترانزیت به میزان زیربناها برمی‌گردد. من با ساخت زیربنا مخالفی ندارم ولی تجربه به ما

آموخته است که ایجاد زیربنا به تنهایی کفایت نمی‌کند. در این حوزه از بین بردن قوانین دست و پاگیر ایجاد بنادر و سایر زیرساخت‌های فیزیکی هوشمند، رقابت در قیمت، بهره‌برداران ارائه می‌کند، ولی این در حالی است که در کشور ما قیمت‌ها به‌شدت دستکاری شده و همچنان صدا و سیما بحث چگونگی قیمت‌گذاری و کنترل آنها را از سوی دولت

ترغیب می‌کند. حقیقتی این واژه بگردیم. بخش خصوصی به معنای یک محیط کسب‌وکار ۱۰۰درصد رقابتی است که از این طریق بهترین خدمات را با کمترین قیمت به بهره‌برداران ارائه می‌کند، ولی این در حالی است که در کشور ما قیمت‌ها به‌شدت دستکاری شده و همچنان صدا و سیما بحث چگونگی قیمت‌گذاری و کنترل آنها را از سوی دولت ترغیب می‌کند.

وزیر راه و شهرسازی رسیدن به یک اتفاق نظر در حوزه رقابت در کشور را امری ضروری در بخش حمل‌ونقل دانست و گفت: در کشور ما از بخش خصوصی بسیار صحبت می‌شود ولی به واقع باید به دنبال معنای

به‌شدت با اهداف شکل‌گیری و فعالیت بخش خصوصی مغایرت دارد.

آخوندی با بیان اینکه مداخله دولت در قیمت‌ها تنها بازار مکاره‌ای است که دارای ذی‌نفعان متعدد بوده، گفت: همواره با ورود دولت به این بخش برخی فعالان بخش خصوصی و مردم سود برده و برخی دیگر زیان می‌بینند به همین دلیل این اقدام به‌عنوان مانع اصلی در جهت توسعه و ترانزیت عمل کرده و بدون شک امکان رشد بخش خصوصی را نیز به‌صورت جدی می‌گیرد.

او خروج دولت از بخش قیمت‌گذاری و ایجاد شرایط لازم برای پیشرفت بخش خصوصی را مهم‌ترین خواسته این بخش دانست و گفت: بدون شک بخش خصوصی باید این‌گونه فکر کرده و از رقابت کامل حمایت کند چراکه رقابت ناقص در بلندمدت، نفع بخش خصوصی نخواهد بود.

وی وجود یک فضای رقابتی را لازمه اصلی ایجاد حمل‌ونقل پایدار در کشور دانست و ادامه داد: ما در وزارت راه و شهرسازی در کنار مباحث مربوط به توسعه زیرساخت‌های فیزیکی به بحث حمل‌ونقل و لجستیک به مفهوم زنجیره تأمین، شبکه‌سازی، محیط حقیقی کسب‌وکار، شبکه تبادل اطلاعات، مهارت، حمایت از منافع معرف‌کننده و عرضه کننده، سرعت، دقت و امنیت و از بحث‌های زیرساخت‌های نرم‌افزاری به‌شمار می‌روند نیز توجه داشته و امید داریم بتوانیم به کمک فعالان بخش خصوصی آن را پیش ببریم.

آخوندی در پایان درباره اقدامات وزارت راه و شهرسازی در حوزه حمل‌ونقل گفت: خوشبختانه امکان گسترده‌ای از مورد توجه قرار گرفته و در حمل‌ونقل جاده‌ای و هوایی نیز به مرحله اجرا رسیده است ولی همچنان شاهد وجود مخالفت‌هایی نسبت به آن است. سوسی افکار عمومی هستیم، باید بگوییم که این مسئله مورد اجماع ملی قرار نگرفته و بسیاری از افراد هنوز به دنبال مداخلات دولت در بازار قیمت‌گذاری هستند؛ امری که



افزایش سالانه یک میلیون نفر به جمعیت یارانه‌بگیران

خط پایان پرداخت یارانه نقدی کجاست؟

منابع احتیاج دارد؛ بحث‌های رایجی است چون از ابتدا ضوابط روشنی برای پرداخت یارانه وجود نداشت، وقتی فردی حذف می‌شود، اعتراض‌ها شروع می‌شود. رسیدگی به اعتراض‌ها آنقدر زمانبر و مشکل است که ادامه کار را به این شکل برای وزارتخانه غیرممکن می‌سازد. میدری با اشاره به حذف ۴ میلیون نفر که در سال گذشته انجام شد، ادامه داد: بعد از ۴ میلیون نفر که حذف شد، بیش از ۳۰۰ هزار نفر اعتراض کردند. این اعتراض‌ها در سامانه ثبت شد، بعد با آنها تماس گرفته شد. برخی‌ها راضی شدند و برخی هم عودت داده شد. کار بررسی این تعداد در یک سال کار سنگینی است و نمی‌شود به این شکل ادامه داد؛ هرچه جلو می‌رویم میزان اعتراض‌ها افزایش می‌یابد.

با این حال، حالا احمد میدری می‌گوید که دولت تصمیم جدیدی در این رابطه نگرفته است.

برنامه حذف، فعلا حذف!

احمد میدری در پاسخ به این سوال که آیا با توجه به کسری بودجه‌ای که رئیس سازمان برنامه و بودجه از آن سخن گفته، برنامه‌ای برای حذف اقشار پردرآمد از صف یارانه‌بگیران وجود دارد، گفت: از ابتدای سال تاکنون یارانه هیچ‌کس حذف نشده است. دولت هم درباره ادامه حذف یارانه‌بگیران پردرآمد، مصوبه‌ای نداشت که اقدام جدیدی درباره حذف یارانه داشته باشیم. او درباره نقدهای کارشناسان به ادامه روند پرداخت یارانه گفت: اینکه تعداد زیادی یارانه‌بگیر داریم که نیازمند نیستند و دولت هم به این

دریچه



آخرین خبرها از رصد تراکنش‌های بانکی سقف سرکشی به ۵ میلیارد تومان افزایش می‌یابد

یک کارشناس حسابرسی می‌گوید موضوع سرکشی به حساب‌ها برای بسیاری از فراریان مالیاتی و افرادی که علاقه‌ای به اظهار اموال و دارایی خود ندارند ناخوشایند است و حواشی‌ای را ایجاد کرده است. با این حال سازمان امور مالیاتی نیز باید برخورد مناسب‌تری اتخاذ می‌کرد و به حساب‌های بیش از فروردین‌ماه سال ۱۳۹۵ سرکشی نمی‌کرد تا این شائبه ایجاد نشود که دولت به دنبال کاهش درآمد‌هایش به سرکشی به حساب‌ها و تلاش برای افزایش درآمد مالیاتی روی آورده است.

غلامحسین دوانی در گفت‌وگو با ایسنا درباره موضوع سرکشی سازمان امور مالیاتی به حساب‌های بانکی که این روزها حاشیه‌ساز شده است، ادامه داد: خوشبختانه در هفته گذشته بین مسئولان مالیاتی، نمایندگان مجلس و نمایندگان اتاق بازرگانی جلساتی برگزار شد و تفاهم‌نامه‌ای به عمل آمد تا به موجب آن دستورالعملی برای موضوع سرکشی به حساب‌های بانکی تعیین شود. به موجب این تفاهم‌نامه سقف سرکشی به حساب‌های بانکی به ۵میلیارد رسید و قرار بر این شد که آیین‌نامه‌ای نوشته شود که سازمان امور مالیاتی به هر پولی سرکشی نکند.

دوانی افزود: البته سازمان امور مالیاتی نیز تاکنون به هر پولی سرکشی نمی‌کرد و واقعیت این است که به پول‌هایی سرکشی شده است که تاکنون مشکل نداشته‌اند و تفاهمی به عمل آمده و احتمالاً در هفته جاری بخشنامه‌ای صادر شود که سرکشی به حساب‌ها از ۵۰۰ میلیون تومان به ۵ میلیارد تومان افزایش یابد و قرار بر این شد برای بنگاه‌های تولیدی کمتر حساسیت به خرج داده شود و بیشتر برای تراکنش‌های بانکی مشکوک به پولشویی حساسیت به خرج داده شود. به نظر می‌رسد به این ترتیب معضلات کمتر شود.

این اقتصاددان اضافه کرد: به هر حال در کشوری که فرار مالیاتی در سطح گسترده‌ای وجود داشته و افراد بسیاری هستند که علاقه ندارند دارای خود را اظهار کنند، طبیعی است هر نوع سرکشی برای این افراد ناخوشایند است و تا جایی که ما در جریان هستیم، اغلب کسانی که مورد بازخواست قرار گرفتند، افرادی بوده‌اند که دلایل قانع‌کننده‌ای برای حساب‌های خود نداشتند و اگر پاسخ قانع‌کننده‌ای نداشتند مشکل‌شان حل می‌شد.

دوانی در ادامه سخنانش گفت: فراموش نکنید اگر شما ملکی به ارزش ۱۰۰ میلیارد تومان داشته باشید و آن را بفروشید و پولش را به حساب خود بریزید کسی با شما کاری ندارد چرا که شما مالیات ملک را داده‌اید و اگر سهمی در بورس خریده و ۱۰۰۰ تومان فروخته باشید یا اربث کلانی برده باشید باز کسی با شما کاری ندارد. البته ممکن است مورد سوال قرار بگیرید ولی در صورتی که مشخص شود مالیات‌های مربوط به آنها را پرداخت کرده‌اید کسی با اموال شما کاری نخواهد داشت.

او اضافه کرد: به طور کلی، بخشی از حواشی اخیر به دلیل جریان‌سازی علیه سازمان امور مالیاتی بود و بخشی دیگر نیز البته به برخورد نامناسب برخی مأموران مالیاتی مربوط بوده است. مأموران مالیاتی باید بیاموزند که نباید با افراد از شیوه ارباب استفاده شود. برخی از افرادی که اخیراً نسبت به این مسئله اعتراض داشتند گفتند مأموران مالیاتی از آنها اقرارنامه گرفته‌اند یا مأمور با دستبند ایستاده و آنها ترسیده‌اند. این مواردی است که نباید صورت گیرد. البته باید هر شهروندی یاد بگیرد که در این گونه موارد به وکیل مراجعه کند چون ممکن است بسیاری از قوانین را نداند و اگر قرار باشد اتهامی به آنها تهمین شود باید به آنها بگوید که برگه را امضا کند یا خیر.

این اقتصاددان اضافه کرد: در ایران فعالان اقتصادی عموماً نه مشاور حقوقی و نه مشاور مالیاتی دارند، بنابراین طبیعی است که مأمور مالیاتی ممکن است از این ضعف استفاده کرده باشد.

دوانی این را هم گفت که مراجعه به حساب‌های بانکی حداقل از اصلاحیه سال ۱۳۸۰ تاکنون طبق قانون وجود داشته، ولی سازمان امور مالیاتی به آن عمل نکرده است. البته خوب بود که عمل به آن از تاریخ یکم فروردین‌ماه سال ۱۳۹۵ انجام می‌شد و به گذشته بر نمی‌گشت چون به‌رغم اینکه این موضوع مسبوق به سابقه بوده، ولی سازمان امور مالیاتی خود مراجعه نکرده است و اکنون این شائبه پیش آمده که چون درآمد‌های دولت کاهش پیدا کرده سازمان امور مالیاتی این اقدامات را انجام می‌دهد.

این کارشناس حسابرسی در پایان گفت: البته اکنون خوشبختانه تفاهم‌نامه‌ای امضا شده است که چارچوب‌ها را بهتر کرده است. گفتنی است در هفته‌های اخیر حواشی و مسائلی پیرامون موضوع سرکشی سازمان امور مالیاتی به حساب‌های مشکوک پیش آمد و در نهایت به هفته‌ای که گذشت توافق میان سازمان امور مالیاتی، نمایندگان مجلس و اعضای اتاق بازرگانی برقرار شد تا برای سرکشی به حساب‌های بانکی حدودی تعیین شود.

یادداشت



ادغام شرکت‌ها؛ بایدها و نبایدها

فریدون قاسم‌زاده
عضو هیأت علمی دانشگاه

در بازارهای رقابتی و غیرانحصاری، با رشد و توسعه صنایع و افزایش تعداد شرکت‌های فعال در آنها، سهم بازار (Market Share) میان تعداد زیادی از شرکت‌ها تقسیم شده و در نتیجه حجم فروش و سودآوری این شرکت‌ها که خدمات باکیفیت و قیمت‌های مشابهی را ارائه می‌کنند، کاهش می‌یابد. همچنین این شرکت‌ها به دلیل عدم امکان استفاده از مزایای حاصل از صرفه‌اندازه (Economy of Scale) که شرکت‌های بزرگ از آن بهره‌مند هستند توان رقابت با شرکت‌های خارجی در بازارهای داخلی و بین‌المللی را از دست می‌دهند. صرف نظر از موارد فوق، عوامل متعدد دیگری نیز از قبیل صدور مجوز بیش از کثرت بازار، ایجاد فشار رقابتی از سوی خدمات جایگزین به دلایل تعرفه‌ای یا تکنولوژیکی (مانند استفاده از 3G,4G/LTE یا فیبرنوری FTTH به جای ADSL) زمینه تشدید بحران را در این قبیل موارد فراهم می‌آورد. یکی از راهبردهای طبیعی و متداول برای مقابله با این وضعیت، تجمیع بازار (Market Consolidation) است که در آن تعداد محدودی شرکت بزرگ از طریق ادغام (Merger) یا خرید (Acquisition) شرکت‌های کوچکتر (M&A)، تشکیل شده و بخش عمده‌ای از سهم بازار یا کل آن را در اختیار می‌گیرند. تجمیع بازار غالباً با اهدافی از قبیل هم افزایی، افزایش سهم بازار، نفوذ به بازارهای جدید و کاهش تعرفه‌ها انجام شده و در شکل مطلوب آن می‌تواند موجب افزایش توان رقابت با شرکت‌های خارجی یا همکاری با آنها و نفوذ به بازارهای بین‌المللی شود. با توجه به اهمیت این موضوع و فراگیر بودن آن در جوامع پیشرفته صنعتی، مراجع و سایت‌های متعددی در جهان اخبار مربوط به ادغام و خرید شرکت‌ها و سایر اخبار مرتبط با آن در این صنایع را مرتباً رصد کرده و اطلاع‌رسانی می‌کنند. به‌عنوان مثال سایت TMTFinace آخرین اخبار و اطلاعات مربوط به عرضه اولیه در بورس (IPO)، ادغام و خرید (M&A)، مقررات (Regulation)، سرمایه‌گذاری (Finance) و معاملات (Deals) شرکت‌های مخابراتی (Telecom)، رسانه‌های (Media) و تکنولوژی (Technology) را که اصطلاحاً TMT خوانده می‌شوند در اختیار فعالان و علاقه‌مندان قرار می‌دهد. به‌رغم مزایای زیاد ادغام شرکت‌ها و مثال‌های متعددی که برای آن مانند ادغام موفق شرکت‌های دیسنی و پیکسار و... وجود دارد، عدم اجرای صحیح این فرآیند می‌تواند مشکلات و مخاطرات جدی برای شرکت‌ها ایجاد کند که نمونه‌ای از آن ادغام ناموفق شرکت‌های کرایسلر و بنز است که در آن عدم توجه به عوامل فرهنگی منجر به شکست این ادغام شد. برای افزایش موفقیت ادغام شرکت‌ها در فرآیند ادغام که به ناچار تعداد آن در کشور ما نیز به‌زودی اضافه خواهد شد، ابتدا باید اهداف مورد نظر از ادغام توسط شرکت‌های درگیر به دقت تعریف و تبیین شده و جهت کاهش ریسک برخورد میان کارکنان و مدیران شرکت‌های ادغام شده که سال‌ها به‌عنوان رقیب یکدیگر فعالیت کرده‌اند، هرگونه برنامه‌ریزی برای ادغام با در نظر گرفتن ملاحظات فرهنگی انجام شود. همچنین لازم است انجام مذاکره و بستن قرارداد در این قبیل معاملات استراتژیک مانند سایر کشورها توسط نهادهای تخصصی (Investment Bank) به نیابت از طرف معامله‌کنندگان و با اعلام قبلی انجام شود. شروع مذاکرات خرید یا ادغام میان این شرکت‌ها باید از چند ماه قبل و به نحو مطلوب و از مسیر صحیح به اطلاع ذی‌نفعان اصلی از جمله دولت، کارکنان، مشتریان و بورس (در مورد شرکت‌های سهامی عام) رسانده شود تا اولاً دستگاه‌های رگولاتوری و نظارتی فرصت کافی برای بررسی ابعاد مختلف ادغام جهت صدور به موقع مجوز با حصول اطمینان از عدم شکل‌گیری انحصار و تداوم رقابت سالم و مقابله با تبانی، دامپینگ، تثبیت قیمت (Price Fixing) و... را در بازار داشته باشند. ثانیاً مسئولان بورس از اطلاع‌رسانی شفاف و به موقع و از مسیر صحیح و قانونی (سایت بورس) در مورد ادغام به جای انتشار آن از طریق سایت‌های شخصی و شبکه‌های اجتماعی (که تنها تعداد محدودی از ذی‌نفعان به آنها مراجعه می‌کنند) و عدم ایجاد شوک در بازار، به دلیل نوسانات قیمتی شدید ناشی از پخش ناگهانی اخبار ادغام با نقص اطلاعات از قبیل روشن نبودن تأثیرات ادغام بر سودآوری (EPS) شرکت‌های مزبور، مطمئن شوند تا مجبور به بستن نماد این شرکت‌ها که آثار نامطلوبی بر رتبه شفافیت و ارزش سهام و اعتماد سهامداران به سهام شرکت‌های مزبور آن‌هم در زمان شروع ادغام برای می‌گذارند، نشوند. ثالثاً آمادگی لازم در کارکنان شرکت‌های ذی‌نفع که به‌طور طبیعی آینده شغلی خود را بر اثر ادغام مهم یا در معرض خطر می‌بینند، ایجاد شود تا شرکت‌ها با موجی از ناراضیاتی و استعفا کارکنان که معضلات مدیریتی ایجاد می‌کند مواجه نشوند. و بالاخره از بروز سردرگمی و نگرانی در مشتریان در مورد نحوه تداوم سرویس پس از ادغام از نظر کیفیت، قیمت و سطح خدمات در یافتی جلوگیری شود. منبع: ایسنا

معاون وزیر نیرو از ۱.۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی در احداث نیروگاه‌های تجدیدپذیر خبر داد

اشتغال‌زایی موثر با انرژی‌های تجدیدپذیر



فرصت امروز: سیدمحمد صادق زاده، رئیس سازمان انرژی‌های تجدیدپذیر و بهره‌وری انرژی برق (ساتبا) روز یکشنبه در نشست خبری در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی برق گفت تاکنون ۴.۱ میلیارد دلار تقاضای سرمایه‌گذاری خارجی در انرژی‌های تجدیدپذیر در وزارت اقتصاد به ثبت رسیده که ۱.۵ میلیارد دلار آن عملیاتی شده و ۴۰۰ میلیون دلار نیز به بهره‌برداری تجاری رسیده است. وی اضافه کرد: سیاست ما این است که در بخش انرژی‌های تجدیدپذیر، هم از منابع داخل کشور و هم منابع خارج از کشور استفاده کنیم. معاون وزیر نیرو ادامه داد: برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی شرایطی کاملاً مساوی در نظر گرفته‌ایم. یک سرمایه‌گذار خارجی می‌تواند با مالکیت ۱۰۰ درصد نیروگاه تجدیدپذیر احداث کند که این شرایط باعث شده تقاضاهای خوبی برای سرمایه‌گذاری خارجی در این بخش شکل بگیرد.

انحراف تخصیص عوارض برق از انرژی‌های تجدیدپذیر
صادق‌زاده در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه آیا نصب انرژی‌های تجدیدپذیر از برنامه عقب است؟ گفت: با عقب بودن توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر از برنامه

موافق نیستیم. در قانون برنامه ششم توسعه موظف شده‌ایم ۵ هزار مگاوات نیروگاه را در طول برنامه توسعه ششم نصب کنیم، درحالی که در چند ماهی که از نخستین سال برنامه ششم می‌گذرد، ظرفیت انرژی‌های تجدیدپذیر به بیش از ۴۰۰ مگاوات رسیده است. معاون وزیر نیرو با اشاره به اینکه با ادامه روند کنونی به‌طور قطع برنامه تکلیفی محقق می‌شود، گفت: اکنون ۲ هزار و ۱۰۰ مگاوات قرارداد خرید تضمینی برق با احداث‌کنندگان نیروگاه‌های خصوصی امضا کرده‌ایم که ۷۰۰ مگاوات آن در حال احداث است. وی ادامه داد: متقاضیان بخش خصوصی برای احداث ۸ هزار مگاوات ظرفیت، پروانه احداث دریافت کرده‌اند که این آمار نشان‌دهنده استقبال بخش خصوصی است. صادق‌زاده با تأکید بر اینکه با روندی که در چند ماه اخیر شکل گرفته است، تعهد ۵ هزار مگاواستی محقق می‌شود، گفت: مگر اینکه اتفاق غیرمترقبه‌ای بیفتد؛ یکی از نگرانی‌های ما این است که عوارض برق که از طرف مجلس برای توسعه تجدیدپذیرها و برق‌رسانی به روستاها در نظر گرفته شده است، از مسیر خود منحرف شود. معاون وزیر نیرو گفت: مجلس بسته‌ای قانونی برای این موضوع تصویب کرده است؛ در بند سه ماده

۱۲ قانون اساسنامه سازمان انرژی‌های تجدیدپذیر و ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق، مقرر شده است که مبلغی به‌عنوان عوارض برق برای توسعه نیروگاه‌های تجدیدپذیر و برق‌رسانی به روستاها از مشترکان برق دریافت شود. رئیس ساتبا با اشاره به اینکه این مبلغ اکنون از مشترکان دریافت می‌شود، گفت: امسال مبلغ ۱۱ هزار میلیارد ریال (یک هزار و ۱۰۰ میلیارد تومان) از محل این قانون از مشترکان برق دریافت خواهد شد و از ابتدای امسال تاکنون ۵ هزار میلیارد ریال (۵۰۰ میلیارد تومان) از آن دریافت شده و نزد خزانه نگهداری شود، اما فقط ۳۴۰ میلیارد ریال به بخش انرژی‌های تجدیدپذیر اختصاص یافته است. وی گفت: موضوع نگرانی‌کننده این است که این منابع به جای مجرای قانونی خود، از مسیر منحرف شده و در موضوعات دیگر پرداخت شود. صادق‌زاده تصریح کرد: تاکنون ۳۴۰ میلیارد ریال از سوی خزانه به سازمان انرژی‌های تخصصی یافته که نسبت به عوارض برق که از طرف مجلس برای توسعه تجدیدپذیرها و برق‌رسانی به روستاها در نظر گرفته شده است، از مسیر خود منحرف شود. معاون وزیر نیرو گفت: مجلس بسته‌ای قانونی برای این موضوع تصویب کرده است؛ در بند سه ماده

اقتصاد کلان

۳۱ طرح جدید سرمایه‌گذاری خارجی تصویب شد

سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران از تصویب ۳۱ طرح جدید و ۱۰ مورد طرح فنی سرمایه‌گذاری خارجی خبر داد. به گزارش «فرصت امروز» از این سازمان، در جلسه اخیر هیأت سرمایه‌گذاری خارجی که نهم آبان ماه جاری تشکیل شد، در مجموع ۳۱ طرح سرمایه‌گذاری خارجی به ارزش حدود ۷۱۲ میلیون دلار آمریکا بررسی شد و به تصویب رسید. بنا بر اعلام محمد خزاعی، رئیس کل سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی اقتصادی، بیش از ۲۱ میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری خارجی از ابتدای دولت یازدهم به تصویب رسیده که بر این دولت تدبیر و امید پس از اجرای برجام توافسته است خطوط اعتباری و فاینانس از کشورهای هند، روسیه، کره جنوبی، چین، اتریش و دانمارک جذب کند. از جمله می‌توان به خط اعتباری ۸ میلیارد یورپی از سوی بانک کره جنوبی و نیز موافقتنامه سرمایه‌گذاری ۱۰ میلیارد دلاری خط اعتباری با مؤسسه مالی سیتیک چین اشاره کرد. همچنین قرارداد اعتباری یک میلیارد یورپی با بزرگ‌ترین بانک اتریش (اوبر بانک) و خط اعتباری قابل تمدید و گردشی با دانسکه بانک دانمارک به ارزش ۵۰۰ میلیون یورو از دیگر دستاوردهای مالی و بانکی برجام برای اقتصاد ایران به شمار می‌رود. به گفته معاون وزیر اقتصاد، طبق برنامه ششم و بودجه امسال، وزارت اقتصاد و بانک مرکزی موظف شده‌اند سالانه ۳ میلیارد دلار سرمایه از منابع خارجی جذب کنند.

مدیرعامل شرکت توتال:

در قرارداد توسعه صنعت گاز ایران به آسانی تسلیم نمی‌شویم

«پاتریک پویانه» مدیرعامل توتال گفت با وجود مواضع سختگیرانه دولت دونالد ترامپ، رئیس‌جمهوری آمریکا علیه ایران، این شرکت در قرارداد توسعه صنعت گاز ایران به آسانی تسلیم نمی‌شود. به گزارش تارنمای گلف تایمز، مدیرعامل توتال در سخنانی در اندیشکده «چشم هاس» در لندن گفت: حتی با وجود تهدید ترامپ برای اعمال تحریم‌های بیشتر علیه ایران و خروج از توافق چندجانبه‌ای که کار را برای فعالیت تجاری در این کشور آسان‌تر کرد، این شرکت به دنبال توصیه‌های قانونی قبل از تصمیم‌گیری برای هر اقدامی خواهد بود. وی گفت: ما منتظر تصمیم کنگره و چارچوب جدید تحریم‌ها هستیم. اگر نتوانیم این موضوع را به شکل قانونی دنبال کنیم، مجبور خواهیم شد کار را متوقف کنیم اما ما تسلیم نخواهیم شد. گلف نیوز ادامه داد: توتال ژوئیه گذشته قراردادی را برای توسعه فاز ۱۱ میدان گازی پارس جنوبی امضا کرد و نسبت به سرمایه‌گذاری یک میلیارد دلاری متعهد است. به نوشته این تارنما، ترامپ ماه گذشته با وجود خودداری از تأیید پایبندی ایران به توافق هسته‌ای از لغو آن اجتناب کرد. گلف نیوز نوشت: شرکت‌های مهمی چون توتال تاکنون تلاش کرده‌اند به برخی تحریم‌های آمریکا احترام بگذارند که شامل ممنوعیت استفاده از دلار در مراودات تجاری است. اما به گفته پویانه، توتال توانسته با استفاده از دارایی‌هایش (با همان وجوه سرمایه‌گذاری شده از سوی صاحبان شرکت) دریافت فاینانس را دور بزند. پویانه همچنین گفت که توتال خطرات بازگشت به ایران را ارزیابی کرده و بر این باور است از اینکه نخستین شرکتی بوده که پس از لغو تحریم‌ها در ژانویه سال گذشته فعالیت در ایران را آغاز کرده، منفعت خواهد برد. وی گفت: این یک تصمیم بزرگ بود و وقتی نخستین باشید، این فرصت را دارید که نوآوری داشته باشید و بهترین قراردادها را از آن خود کنید.

حمل‌ونقل

رئیس فدراسیون لجستیک ایران:

ایران در لجستیک با ۱۶ پله ارتقا به رتبه ۹۶ رسید

رئیس فدراسیون حمل‌ونقل و لجستیک ایران گفت ایران در زمینه لجستیک با ۱۶ پله ارتقا به رتبه ۹۶ جهان دست یافته است، اما به لحاظ عملکرد لجستیکی فاصله بسیاری با چشم‌اندازهای ما دارد. مسعود پل مه افزود: بانک جهانی کشورها را از نظر شاخص عملکرد ترانزیتی به گروه‌های به شرح کشورهای برتر لجستیک، کشورهای دارای لجستیک منسجم، کشورهای دارای عملکرد نسبی و کشورهای ضعیف طبقه‌بندی می‌کند. وی اظهار داشت: موقعیت سوق‌الجیشی ایران در منطقه خاورمیانه به لحاظ قابلیت تبدیل به مرکز (هاب) لجستیک به منظور برقراری ارتباط تجاری بین آسیا - آفریقا - اروپا و ارتباط زمینی و دریایی ایران با ۱۵ کشور موقعیت ممتازی را برای ایران در منطقه به وجود آورده است. رئیس فدراسیون حمل‌ونقل و لجستیک ایران یادآور شد: طبق برآوردهای مستند، ۹۰ درصد زمان گردش کالا در فرآیندهای لجستیک انجام می‌شود و این چرخه نشانگر نقش بسیار مهم لجستیک و به خصوص رقابت‌پذیری خدمات لجستیک است. پل مه بیان داشت: ترانزیت در واقع تنها یکی از مهم‌ترین مصادیق وابسته به مسائل پیش گفته است که می‌تواند درآمدزایی و اشتغال‌زایی را برای کشور دربر داشته باشد.

قراردادهای خرید هواپیما همچنان به قوت خود باقی است

جزییات فرآیند ورود ۱۵ فروند بویینگ جدید به ایران

خرید ۱۵ فروند هواپیما بویینگ ۸۰۰-۷۳۷ به امضا رسید و بنا شد بویینگ گام‌های بعدی برای دریافت مجوزهای لازم را پیگیری کند. به گزارش ایسنا، مدیرعامل شرکت هواپیمایی قشم ایر با بیان اینکه در حال حاضر این توافق در مرحله اخذ مجوزهای لازم از دولتمردان ایالات متحده آمریکا قرار دارد، تأکید کرد: بویینگ اعلام کرده خود تمام فرآیندهای مربوط به دریافت مجوز در حوزه فروش هواپیما و کلیه برنامه‌های آموزشی و پشتیبانی را پیگیری می‌کند و از این رو ما منتظر نهایی شدن این مرحله از کار خواهیم بود. شکرآبی درباره زمان‌بندی احتمالی نهایی شدن این توافق و تبدیل آن به قرارداد نیز توضیح داد: آنچه در برنامه‌های دو طرف قید شده مربوط به ژانویه ۲۰۱۸ می‌شود و ما امیدواریم در صورتی که مشکل خاصی به وجود نیاید، این قرارداد در همان زمان به مرحله نهایی خود برسد. وی درباره امکان سنگ‌اندازی دولت آمریکا در فرآیند فروش هواپیما به ایران نیز تصریح کرد: با توجه به نیاز شرکت بویینگ برای نهایی کردن قراردادهای جدید و مشکلات اقتصادی که این شرکت با آن مواجه است، قطعاً استفاده از بازارهایی مانند ایران اولویت جدی به حساب می‌آید و شانس آن بسیار پایین است که سیاستمداران آمریکایی بتوانند سنگ‌اندازی جدیدی در این رابطه داشته باشند. ما فکر می‌کنیم که بویینگ با توجه به نیازی که به این عرصه دارد، خود پیگیری‌های لازم را انجام خواهد داد و این قرارداد طبق زمان‌بندی‌های صورت گرفته نهایی خواهد شد. ایران ایر با شرکت ای.تی.آر.

تاریخچه خرید هواپیما در دوران پسارجام
به اعتقاد تحلیلگران، دولتمردان و قانونگذاران آمریکایی در یک تقسیم‌کار برنامه‌ریزی شده، تلاش دارند تا بدون لغو یا آسیب رساندن به توافق هسته‌ای و برجام از مسیری دیگر و به بهانه‌هایی متفاوت، رویکرد تحریم و فشار بر تهران را پیگیری کنند. این تحریم‌ها نگرانی بسیاری از کارشناسان و سیاستمداران میانه‌روی آمریکایی درباره تعهد آمریکا به برجام را در پی داشته است. پیش از این برخی سیاستمداران آمریکا از جمله جان کسری، وزیر خارجه پیشین این کشور و تعدادی از اعضای کنگره درباره اعمال تحریم‌های تازه علیه ایران هشدار داده بودند. با اجرایی شدن برجام و لغو تحریم‌های ظالمانه هم‌زمان با سفر هشتاد و دومین دربارۀ تهران، برای خرید ۱۰۰ فروند هواپیما در تهران نخستین فروند از هواپیماهای خریداری شده اواخر دی ماه ۹۵ و پس از آن یک فروند هواپیما ۳۳۰ در اسفندماه و یک فروند دیگر در اوایل فروردین ماه سال ۹۶ وارد کشور شد تا در مسیرهای داخلی و بین‌المللی پروازهای خود را آغاز کنند. هم‌زمان با امضای این قرارداد، ایران‌ایر 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 ایران ایر تحویل خواهد شد. در سومین قراردادی که ایران ایر با شرکت ای.تی.آر.



پرداخت بیش از ۴۸۶ میلیارد ریال انواع سود به سرمایه‌گذاران

معاونت عملیات شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در هفته گذشته بیش از ۴۸۶ میلیارد ریال انواع سود به ۲۴۹ سرمایه‌گذار پرداخت کرد. معاونت عملیات شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در هفته گذشته، تعداد ۷۰ مورد اصلاح مشخصات انجام داده است. همچنین در معاملات هفته گذشته فرابورس ایران ۵۵۰ نفر با استفاده از اوراق حق تقدم تسهیلات مسکن وارد فرآیند دریافت تسهیلات از بانک مسکن شدند. حجم معاملات حق تقدم تسهیلات مسکن در هفته منتهی به ۱۲ آبان ماه بیش از ۳۱۸ هزار برگه اوراق بود. معاملات حق تقدم تسهیلات مسکن از سال ۸۹ در شرکت فرابورس ایران آغاز شده است که هم‌اکنون بیش از ۲۰ نماد حق تقدم تسهیلات مسکن در این شرکت معامله می‌شود. براساس بخشنامه بانک مسکن، نرخ سود تسهیلات خرید خانه، فروش اقساطی و جعاله تعمیر مسکن از ۱۸۵۵ به ۱۷۵۵ درصد کاهش یافته و مدت زمان بازپرداخت آن ۱۲ سال تعیین شده است. سقف فردی تسهیلات خرید از محل گواهی حق تقدم استفاده از تسهیلات مسکن در تهران ۶۰۰ میلیون ریال، در مراکز استان‌ها و شهرهای بالای ۲۰۰ هزار نفر ۵۰۰ میلیون ریال و سایر مناطق شهری ۴۰۰ میلیون ریال است.

بورس کالا

مدیرعامل بورس کالای ایران:

کل زنجیره فولاد در بورس کالا عرضه شود

سلطان‌نژاد، مدیرعامل بورس کالای ایران گفت شفاف‌سازی تنها نباید مخصوص صنایع بالادستی باشد، بلکه باید صنایع پایین دستی نیز با شفافیت، در حوزه تولیدشان گام بردارند. حامد سلطان‌نژاد با اشاره به شفافیت فعالیت‌های اقتصادی در بورس کالا اظهار داشت: اگر می‌خواهیم در حوزه صادرات شفاف باشیم، باید واردات شفاف داشته باشیم. همچنین نحوه قیمت‌گذاری و نحوه تخصیص محصولات وارداتی هم باید مشخص باشد که به‌طور حتم این اتفاق می‌تواند در بورس کالا بیفتد. سلطان‌نژاد با اشاره به اینکه طی چند سال اخیر شاهد عرضه محصولات فولادی در بورس کالا بودیم، افزود: رعایت منافع واحدهای بالادستی و پایین‌دستی هر دو در بورس امکان‌پذیر است و ما می‌توانیم با یک روش مبنای که منافع هر دو طرف رعایت شود به یک مدل کشف قیمت مناسب در بورس برسیم. وی خاطر نشان کرد: حتی مدتی است که امکان عقد قراردادهای بلندمدت در بورس کالا برقرار شده و چه در فرآیندهای داخلی و چه در فرآیندهای بین‌المللی، مثل صادرات و واردات، انعقاد قراردادهای بلندمدت امکان‌پذیر شده است. مدیرعامل بورس کالای ایران در ادامه بیان کرد: بهتر آن است که کل زنجیره فولاد در بورس کالا عرضه شود و شفاف‌سازی تنها بخشی از ساختار زنجیره تولید به صلاح زنجیره تولید نیست، بلکه باید کل زنجیره شفاف باشد و فرآیند کشف قیمت آن هم مشخص باشد و این در بورس کالا می‌تواند اتفاق بیفتد.

اصلی‌ترین متغیرهای بنیادی اثرگذار بر بورس تهران

روز یکشنبه بورس تهران در حالی شاهد معاملاتی متعادل بود که معامله‌گران اغلب حقیقی بازار سهام هم‌زمان با معاملات درون‌گروهی و کد به کد در نمادهایی همچون ذوب‌آهن اصفهان، سرمایه‌گذاری صنایع پتروشیمی و سایپا شاهد پیشرو شدن گروه خودرویی‌ها به رهبری ایران‌خودرو بود. انتشار گزارش‌های عملکردی با اهمیت شش ماهه اغلب شرکت‌های

نگاه

با وجود تأثیر کاهنده پالایشی‌ها بر دماسنج بازار سهام

شاخص کل بورس به فتح کانال ۸۸ هزار واحدی نزدیک‌تر شد



سیدمحمدصدرالغروی
sadrulgharavi@journalist.com

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران طی معاملات دومین روز هفته تا محدوده ۸۷ هزار و ۹۷۴ واحد پیشروی کرد و در نهایت با رشد ۰۰۴ درصد معادل ۳۶ واحد به کار خود پایان داد و در سطح ۸۷ هزار و ۹۰۵ واحدی ایستاد. ایران خودرو، صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس و گروه مینا به ترتیب با ۳۸، ۴۵ و ۱۹ واحد تأثیر، بیشترین نقش افزایش را روی دماسنج بازار سهام داشتند. در طرف مقابل پالایش نفت اصفهان، پالایش نفت بندرعباس و ملی صنایع مس ایران به ترتیب با ۳۳، ۳۳ و ۳۳ واحد تأثیر کاهنده سعی کردند شاخص کل را به سمت پایین هدایت کنند.

روز یکشنبه بورس تهران در حالی شاهد معاملاتی متعادل بود که معامله‌گران اغلب حقیقی بازار سهام هم‌زمان با معاملات درون‌گروهی و کد به کد در نمادهایی همچون ذوب‌آهن اصفهان، سرمایه‌گذاری صنایع پتروشیمی و سایپا شاهد پیشرو شدن گروه خودرویی‌ها به رهبری ایران‌خودرو بود. انتشار گزارش‌های عملکردی با اهمیت شش ماهه اغلب شرکت‌های

بورسی در کنار تلاش شاخص کل بورس تهران برای شکستن سقف تاریخی ۸۹ هزار واحدی باعث شده معامله‌گران بازار سهام، خود را برای روزهای آینده در بازار سهام آماده کنند. این در حالی است که نوسان قیمت‌ها در بازارهای جهانی و انتظار برای افزایش نرخ ارز، اصلی‌ترین متغیرهای بنیادی اثرگذار بر بورس تهران است. با این همه، تصمیم برای کوتاه کردن دوره تسویه معاملات اعتباری از سه روز به یک روز، سرعت فروش سهام و خروج نقدینگی از بازار را به گمان برخی فعالان بازار سهام افزایش داده است. از سوی دیگر در حال حاضر دولت و مجلس آمریکا در حال رایزنی بر وضع تحریم‌های جدید برای ایران هستند و همین موضوع موجب شده است که برخی سرمایه‌گذاران با احتیاط معاملات را دنبال کنند و برخی دیگر صرفاً نظاره‌گر بازار باشند تا شرایط تأیید برجام به‌طور کامل تعیین شود.

بورسی در کنار تلاش شاخص کل بورس تهران برای شکستن سقف تاریخی ۸۹ هزار واحدی باعث شده معامله‌گران بازار سهام، خود را برای روزهای آینده در بازار سهام آماده کنند. این در حالی است که نوسان قیمت‌ها در بازارهای جهانی و انتظار برای افزایش نرخ ارز، اصلی‌ترین متغیرهای بنیادی اثرگذار بر بورس تهران است. با این همه، تصمیم برای کوتاه کردن دوره تسویه معاملات اعتباری از سه روز به یک روز، سرعت فروش سهام و خروج نقدینگی از بازار را به گمان برخی فعالان بازار سهام افزایش داده است. از سوی دیگر در حال حاضر دولت و مجلس آمریکا در حال رایزنی بر وضع تحریم‌های جدید برای ایران هستند و همین موضوع موجب شده است که برخی سرمایه‌گذاران با احتیاط معاملات را دنبال کنند و برخی دیگر صرفاً نظاره‌گر بازار باشند تا شرایط تأیید برجام به‌طور کامل تعیین شود.

با گروه‌های بازار سهام

در دومین روز معاملات بورس تهران در این هفته به‌رغم رشد خودرویی‌ها، گروه فلزات اساسی و فرآورده‌های نفتی با کاهش در قیمت پایانی مواجه شدند. در دادوستدهای بورس اوراق بهادار تهران اکثر نمادهای نزدیک به اتفاق نمادهای خودرویی با رقم‌های افزایشی روبه‌رو شدند و نماد ایران خودرو که

بیشترین تأثیر را روی شاخص کل داشت، با صف خرید همراه شد. در این گروه ۲۲۷ میلیون سهم به ارزش بیش از ۴۰ میلیارد تومان مورد دادوستد قرار گرفت، اما در گروه نفتی تعداد زیادی از نمادها کمتر از ۱۵ درصد در قیمت پایانی افت کردند و نمادهایی نیز با حدود ۱۵ درصد رشد در قیمت مواجه شدند، اما همانطور که گفته شد نمادهای پالایشی در این گروه بیشترین تأثیر کاهنده را روی دماسنج بازار سهام داشتند. در گروه استخراج کانه‌های فلزی و فلزات اساسی روند قیمت سهام عمدتاً کاهشی بود. حجم معاملات گروه فلزات اساسی نیز به ۱۱۷ میلیون سهم و اوراق مالی رسید و ارزش معاملات به کمتر از ۲۲ میلیارد تومان افت کرد.

نماد «دوب» همچنین پربیننده‌ترین نماد فرابورسی بازار سهام نیز شناخته شد و با رشد قیمت پایانی مبادلات را خاتمه داد. سهامداران همچنین در مجموع سه تابلوی بازار پایه بیش از ۱۳۰ میلیون سهم به ارزش ۲۱۹ میلیارد ریال را خریدوفروش کردند. از سوی دیگر شاخص کل فرابورس روز یکشنبه با افت دو واحدی روبه رو شد تا آیفکس نشانگر رقم ۹۷۲ واحدی شود. نمادهای «سارون»، «سرچشمه»، «میدکو» و «بساما» تا سطح سه واحد تأثیر منفی بر شاخص داشتند و در مقابل نمادهای «شاون»، «دماوند» و «شرانل» تا سطح ۰۶ واحد تأثیر مثبت بر این نماگر داشته و از افت بیشتر آن جلوگیری کردند. خریداران و فروشندگان اوراق تسهیلات نیز اقدام به دادوستد بیش از ۶۹ هزار ورقه تسه به ارزش ۵۳ میلیارد ریال کردند. اوراق تسه مهر ماه ۹۶ با مبادله ۲۸ هزار ورقه به ارزش ۲۲ میلیارد ریال بیشترین حجم و ارزش معاملات را در این تابلو تجربه کرد. در بازار اوراق با درآمد ثابت هم که نماد «سخاب ۲» به منظور واریز وجه اسمی این اوراق در سررسید متوقف شد، اسناد خزانه در نماد «سخاب ۴» در صدر ایستاد. در این نصاب بیش از ۱۴۱ هزار ورقه به ارزش بالغ بر ۱۳۷ میلیارد ریال دست به دست شد که بیش از سایر اوراق مورد مبادله در این بازار بود.

در دومین روز کاری هفته مبادلات فرابورس ایران با نقل و انتقال ۲۷۲ میلیون ورقه به ارزش بیش از یک‌هزار و ۵۵۹ میلیارد ریال به پایان رسید. در جریان بازار روز یکشنبه ۱۴ آبان ماه، معاملات در مجموع دو بازار اول و دوم نیز به نقل و انتقال ۱۳۵ میلیون سهم به ارزش ۲۶۷ میلیارد ریال منتهی شد و نماد ذوب‌آهن با خریدوفروش حدود ۸۶ میلیون سهم به ارزش ۶۸ میلیارد ریال در صدر این بازار به لحاظ ثبت بالاترین حجم و ارزش مبادلات ایستاد.

افت ۲ واحدی آیفکس

دومین روز کاری هفته مبادلات فرابورس ایران با نقل و انتقال ۲۷۲ میلیون ورقه به ارزش بیش از یک‌هزار و ۵۵۹ میلیارد ریال به پایان رسید. در جریان بازار روز یکشنبه ۱۴ آبان ماه، معاملات در مجموع دو بازار اول و دوم نیز به نقل و انتقال ۱۳۵ میلیون سهم به ارزش ۲۶۷ میلیارد ریال منتهی شد و نماد ذوب‌آهن با خریدوفروش حدود ۸۶ میلیون سهم به ارزش ۶۸ میلیارد ریال در صدر این بازار به لحاظ ثبت بالاترین حجم و ارزش مبادلات ایستاد.

راهکارهای بین‌المللی شدن بازار سرمایه دانست و گفت: سازمان بورس در این راستا چند بازار سرمایه را هدف‌گذاری کرده که یکی از آنها آلمان است. در سپتامبر سال گذشته به نهاد ناظر بازار سرمایه آلمان تفاهم‌نامه‌ای امضا و جلسات متعددی برگزار شد. دو ماه قبل نیز جلسه‌ای با مسئولان بورس آلمان برگزار کردیم. بیژنی همچنین از اعضای تفاهم‌نامه با نهاد ناظر بازار سرمایه هند خبر داد و گفت: در مذاکرات با نهاد ناظر هند موفق به تعریف پروژه‌هایی شدیم که یکی از آنها تعریف پلتفرم مشترک بورس کالای ایران و بورس کالای هند بود که در نمایشگاه بورس کیش افتتاح شد. وی در ادامه به چالش‌های پیش روی بین‌المللی شدن بازار سرمایه اشاره کرد و افزود: بسیاری از این چالش‌ها به بحث‌های بانکی مربوط می‌شود که با همکاری بانک مرکزی قابلیت حل شدن دارند. جانشین رئیس سازمان بورس در امور بین‌الملل با اشاره به موضوع کاستودین ادامه داد: یک بحث بانکی موضوع کاستودین است که در حال حاضر سپرده‌گذاری مرکزی در این رابطه وارد مذاکره با برخی بانک‌های داخلی شده و درصدد هستند هرچه سریع‌تر این پروژه را اجرایی کنند. به گفته بیژنی، با اجرای پروژه کاستودین که اتصال بازار سرمایه ایران به یونان را دنبال می‌کند، بازار سرمایه ایران به بیش از ۳۰ بازار مهم دنیا متصل می‌شود. سپرده‌گذاری این پروژه را با تعریف کردن نقش بانک

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش لامبران در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که گروه صنعتی پاکشود در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
فلامی	۵،۹۹۵	۴،۹۵
پاکشو	۱۱،۲۳۲	۴،۹۲
بنیرو	۴،۶۹۳	۴،۹۲
قنات	۲،۱۴۰	۴،۹
ویبمه	۲،۸۸۷	۴،۸۷
مرقام	۶،۱۸۲	۴،۷۸
قشکر	۲،۱۳۶	۴،۷۶

بیشترین درصد کاهش فرآورده‌های تزریقی ایران صدرنشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. فرآورده‌های نسوز آذر در رده دوم این گروه ایستاد. کاشی الوند هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
دفرا	۸،۵۲۹	(۳،۱۹)
کادر	۲۰،۷۴	(۳،۰۸)
کلوند	۲۰،۴۷	(۲،۸۹)
کترام	۲،۶۳۵	(۲،۷۳)
قشیرین	۲۷،۵۹۹	(۲،۵۱)
شدوص	۳،۷۴۴	(۲،۱۷)
ناباد	۲،۳۷۴	(۲،۰۱)

پرمعامله‌ترین سهم ایران خودرو پرمعامله‌ترین سهم بازار بورس شناخته شد. اتومبیل‌های ایران در رده دوم این گروه ایستاد. سایپا هم در رده‌های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
خودرو	۲۷۲۷	۷۰،۳۹۱
فایرا	۱۴۶۱	۶۸،۳۱۲
خسپا	۱۱۰۳	۳۷،۷۷۲
ویپرو	۱۵۴۰	۳۳،۴۵۱
خپارس	۸۲۰	۲۲،۳۲۹
خزر	۹۱۹	۱۹،۷۷۶
مبین	۴۰۹۱	۱۸،۵۴۴

بیشترین ارزش معامله جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را ایران خودرو به خود اختصاص داد. اتومبیل‌های ایران رتبه دوم را به دست آورد. پتروشیمی مبین هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
خودرو	۲۷۲۷	۱۹۱،۹۶۰
فایرا	۱۴۶۱	۹۹،۷۸۳
مبین	۴۰۹۱	۷۵،۸۶۸
جم	۸۳۹۲	۵۳،۶۲۰
ویپرو	۱۵۴۰	۵۱،۵۲۶
خسپا	۱۱۰۳	۴۱،۶۷۴
کاو	۲۲۱۳	۳۹،۱۴۶

بیشترین سهام معامله شده ایران خودرو در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که آسان پرداخت پرشین در این گروه دوم شد و سرمایه‌گذاری پتروشیمی در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خودرو	۲۷۲۷	۳۶۹۹
آپ	۱۴۲۱	۲۸۳۷
ویپرو	۱۵۴۰	۲۷۴۷
خسپا	۱۱۰۳	۲۷۴۴
کاو	۲۲۱۳	۲۵۹۳
فایرا	۱۴۶۱	۳۵۶۳
فغارس	۳۳۲۰	۱۵۵۴

بالاترین نسبت P/E رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته سایپا شیشه به دست آورد. کد فتر ایندکس در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
کسپا	۱۴۹۲	۷۴۶
خکمک	۱۴۰۸	۷۰۴
کحافظ	۳۱۶۷	۶۳۳
خمجور	۲۳۰۱	۵۷۵
شپارس	۱۹۸۰	۴۹۵
قنات	۲۱۴۰	۴۲۸
ددام	۴۲۶۹	۲۸۵

کمترین نسبت P/E روز گذشته شیشه و گاز در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه‌گذاری خوارزمی جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
کاکاز	۳۷۷۶	۱۵۹
وخارزم	۷۴۶	۱،۹۹
واعتبار	۱۵۱۷	۲،۸۱
وصنا	۱۰۰۱	۳،۳۱
پردیس	۱۱۴۹	۳،۴۴
ویانک	۱۸۴۹	۳،۵۳
پارسیان	۱۶۷۶	۳،۵۸

عرضه ۸۵ هزار تن مواد پلیمری، شیمیایی، قیر، لوب کات و کیوم باتوم

تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی بورس کالای ایران روز یکشنبه ۱۴ آبان ماه میزان عرضه ۸۵ هزار و ۸۷۳ تن مواد پلیمری، مواد شیمیایی، قیر، لوب کات و کیوم باتوم بود. همچنین ۱۴ هزار و ۱۰۰ تن قیر و گوگرد در تالار صادراتی بورس کالای ایران عرضه شد. این گزارش حاکی است ۲۸۰ تن مس مفتول، ۴۴۰ تن مس کاتد، ۳۰۰ تن مس کاتد، ۲۰ هزار تن مس کم عیار، ۱۲ تن کاسترانه فلزات گرانبها و ۱۹۰ تن سلفور مولیدن در تالار محصولات صنعتی و معدنی عرضه شد. تالار محصولات صنعتی و معدنی بورس کالای ایران همچنین میزان عرضه ۱۱۰ تن میلگرد 3-A 10 شرکت فولاد کرمان بود. تالار محصولات کشاورزی بورس کالای ایران در این روز شاهد عرضه ۳۲۰ هزار قطعه جوجه یک روزه، ۱۰۰ تن برنج وارداتی و ۹۳ هزار تن گندم خوراکی و دوروم بود. بازار فرعی بورس کالای ایران نیز عرضه ۴ تن لوله پلی اتیلن تک جداره سنگین را تجربه کرد.

بورس بین‌الملل

دستگیری شاهزاده متمول عربی، شاخص تداول را زمین زد

ولید بن طلال، شاهزاده معروف و متمول عربی و مالک شرکت سرمایه‌گذاری هلدینگ کینگ دام، سهامدار عمده توپیتور، جنرال موتورز، ایل و سیتی، گروه به منظور انجام تحقیقات بیشتر بازداشت شد. براساس این گزارش، ده‌ها تن از وزرا و شاهزاده‌های سعودی به دلیل انجام تحقیقات بیشتر و بازجویی به دلیل فساد مالی بازداشت شدند. ابراهیم العساف، وزیر سابق اقتصاد در این کشور نیز از دیگر وزرای بازداشتی است. دستگیری‌های اخیر در حاشیه عرضه اولیه آرمکو، غول نفتی سعودی است.

کرباسیان خبر داد

افتتاح سه کارخانه فرآوری سنگ آهن در سنگان توسط رئیس جمهور

رئیس هیأت عامل ایمیدرو از افتتاح سه کارخانه فرآوری سنگ آهن (گندله و کنسانتره) در منطقه سنگان توسط رئیس جمهوری طی هفته‌های آتی خبر داد. به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران، مهدی کرباسیان در نشست تخصصی استراتژی معدن و چالش‌های ساختاری اجرایی آن ضمن بیان این مطلب اظهار داشت: در سنگان سه کارخانه گندله و کنسانتره در حالی به مرحله افتتاح رسیده‌اند که قبل از اجرای این طرح‌ها، به معنای واقعی متروکه بود و اکنون این توسعه، لذت‌بخش است. امیدوارم این آبادانی سرتاسر مناطق معدن خیز کشور را در برگیرد. در این منطقه اکنون ۶ هزار نفر نیروی انسانی به کار گرفته شده‌اند. وی ادامه داد: اگر به معدن سنگان بروید عظمت ذخایر سنگ آهن کشورمان را می‌بینید؛ در حال حاضر بالای یک میلیارد و ۲۰۰ تن ذخیره معدنی دارد و با اکتشافات بیشتر ذخایر آن افزایش می‌یابد. این در حالی است که در ابتدای دولت یازدهم حجم این ذخایر حدود ۹۰۰ میلیون تن بود.

کرباسیان با بیان اینکه ما از تکنولوژی روز دنیا در حوزه معدن و صنایع معدنی فاصله داریم، تصریح کرد: متأسفانه سایه نفت در اقتصاد ما سنگین شده و بقیه حوزه‌ها را تحت پوشش قرار داده و از رشد بقیه بخش‌ها کاسته است. وی ادامه داد: با توجه بهغدغه مقام معظم رهبری، بر تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، از طریق ظرفیت‌های بخش معدن می‌توانیم در تحقق این سیاست‌ها عمل کنیم. کرباسیان گفت: بسیاری از معادن در اختیار بخش خصوصی است و آن بخش غیردولتی بزرگ سهمی عام است اما در حوزه اکتشاف که حوزه پربرسی است دولت به‌طور جدی ورود کرده و نگاه ویژه‌ای دارد و در این زمینه، ایمیدرو و سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی حسب دستور وزیر صنعت، معدن و تجارت، کارگروه مشترکی را تشکیل داده و در تعامل هستند تا کار اکتشافی را وسعت دهیم. وی افزود: ما باید کار وسیعی را در بخش اکتشاف انجام دهیم. این برنامه ۲۵۰ هزار کیلومتر مربعی را آغاز کردیم و به بیش از ۴۰۰ محدوده امیدبخش شناسایی شد.

آمادگی ورود ایمیدرو به بحث

تامین ماشین آلات

رئیس هیأت عامل ایمیدرو با بیان اینکه باید به سمت استخراج، فرآوری و انتقال تکنولوژی برویم، گفت: بحث تأمین ماشین‌آلات معدنی یکی از ضروریات به شمار می‌رود که در این زمینه، متأسفانه از نظر اعتباری در تأمین ماشین‌آلات با مشکل مواجه هستیم. ایمیدرو آمادگی دارد در تأمین ماشین‌آلات معدنی ورود پیدا کند. وی افزود: معدن این امکان را فراهم می‌سازد که سهم ۱۶ درصدی در جی دی پی پیدا کند که ما برای تحقق آن باید به بحث اکتشاف، بهره‌برداری با حفظ محیط زیست بیشتر توجه کنیم. همچنین باید تلاش کنیم در دولت خام فروشی نداشته باشیم.

افزایش سرمایه صندوق بیمه از ۱۰ به ۱۱۰ میلیارد تومان

رئیس هیأت عامل ایمیدرو در بخش دیگر سخنان خود گفت: صندوق بیمه معدن به‌عنوان یکی از واحدهای اساسی ما به شمار می‌رود. در دولت دهم سرمایه آن ۱۰ میلیارد تومان بود که در دولت یازدهم به ۱۱۰ میلیارد تومان افزایش یافت. قرار است صندوق بیمه با بانک صنعت و معدن تفاهم کند تا سرمایه خود را ۳ تا ۴ برابر کند. صندوق بیمه به‌عنوان حامی فعالان معدنی فعالیت می‌کند تا از فعالان معدنی کوچک و متوسط حمایت کند.

صادرات چند برابری مواد معدنی با برجام
کرباسیان تصریح کرد: با توجه به موقعیت خوب ما در منطقه منا و دستپایگی به بازار ۴۵۰ میلیون نفری و دسترسی به آب‌های آزاد، فرصت مناسبی برای صادرات محصولات معدنی و پوشش نیاز منطقه داریم. وی ادامه داد: خوشبختانه با به سرانجام رسیدن برجام، صادرات مواد معدنی چند برابر شد و به اروپا، آسیا و کانادا صادرات داشتیم، در حالی که بخش مستکن ما طی چند سال اخیر رونق داشته اگر داشت رونق بیشتری می‌شد.

واگذاری ۴۵ طرح بدون حاشیه

رئیس هیأت عامل ایمیدرو گفت: به‌عنوان سازمان توسعه، از ابتدای دولت یازدهم بدون حاشیه ۴۵ طرح به بخش خصوصی واگذار یا مدیریت آن به این بخش واگذار شد یا قراردادهای ۱۵ تا ۲۰ ساله منعقد کردیم و این بدان معنی است که ایمیدرو از حالت بنگاهداری خارج می‌شود. وی ادامه داد: شخص وزیر صنعت، معدن و تجارت، بخش معدن و صنایع معدنی را در اولویت خود قرار داده است. نقشه راهی را با محوریت بخش خصوصی در ۷۱ بند تهیه کرد که در آن لوگ‌ها شناسایی شدند.

تشکیل ستاد زنجیره فولاد در آینده نزدیک
کرباسیان اذعان کرد: ستاد زنجیره فولاد در آینده نزدیک تشکیل خواهد شد و ما باید از درون کار اصلاح زنجیره‌ها را شروع کنیم. وی ادامه داد: باید به سمت یکسانی دیدگاه‌های دولتی و خصوصی در حوزه معدن و صنایع معدنی پیش رویم و از ظرفیت انجمن‌ها بهره ببریم. رئیس هیأت عامل ایمیدرو در ادامه سخنان خود تأکید کرد: اگر به سمت فرآوری مس، لیتیوم و روی نرویم در آینده با بحران جدی مواد اولیه مواجه خواهیم شد.

معاون تولید، صادرات و فناوری دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد اعلام کرد: مناطق آزاد کشور در اجرای برنامه‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی، عملکرد چشمگیری را در هفت‌ماهه نخست سال ثبت کردند.

به گزارش دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، معاون تولید، صادرات و فناوری این دبیرخانه اعلام کرد: مناطق آزاد کشور در اجرای برنامه‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی، عملکرد چشمگیری را در هفت ماهه نخست سال ثبت کردند. این عملکرد بیانگر تحقق ۱۳۴درصد اهداف از پیش تعیین شده در دوره هفت ماه ابتدای سال ۹۶ است. طبق برنامه ابلاغی از سوی ستاد اقتصادمقاومتی، مقرر بوده است ۵۸درصد اهداف کمی کل سال ۱۳۹۶ در این دوره هفت ماهه تحقق یابد، حال آنکه به‌صورت میانگین ۶۹درصد اهداف کمی کل سال در این دوره محقق شده است.

استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری

مهدی بازارگان از رشد قابل توجه استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان در هفت ماهه نخست سال جاری در مناطق آزاد کشور خبر داد و گفت: استقرار این شرکت‌ها در هفت ماهه نخست سال نسبت به عملکرد تا انتهای سال ۹۵ حدود ۳۱درصد رشد را نشان می‌دهد و این رقم فراتر از برنامه ابلاغی با هدف ۲۰درصدی در برنامه است و انتظار می‌رود مناطق آزاد در این بخش تا پایان سال نسبت به کل هدف تعیین شده عملکردی ۲۰۰درصدی را تجربه کنند.

وی افزود: عملکرد این مناطق در بخش حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری نشان می‌دهد تا پایان سال ۹۵ تعداد ۲۰۰ شرکت در این مناطق تأسیس شده بوده (عملکرد سال ۹۵ برابر ۹۰ واحد) و برنامه تعیین

در یک گزارش رسمی اعلام شد

عملکرد مناطق آزاد در اقتصاد مقاومتی در ۷ ماهه سال ۱۳۹۶



شده در سال جاری، تأسیس ۴۰ شرکت دانش‌بنیان و فناوری جدید در این مناطق است. تا انتهای مهرماه سال ۹۶ ایجاد ۲۲ شرکت پیش‌بینی شده بود، درحالی‌که عملکرد هفت ماهه اول نشان می‌دهد ۲۲ شرکت دانش‌بنیان یعنی ۳برابر تعداد هدف‌گذاری شده، در این بازه زمانی در مناطق آزاد جذب شده‌اند و مجموع واحدهای دانش‌بنیان و فناوری مستقر در مناطق آزاد به ۲۶۲ واحد افزایش یافته است.

افزایش صادرات

بازارگان به پیشرفت مناطق آزاد کشور در بخش صادرات و صادرات مجدد اشاره کرد و افزود: گزارش اخیر نشان می‌دهد صادرات کالای تولیدی، خدمات و صادرات مجدد در این مناطق نیز پیشرفت خوبی را تجربه کرده است. مناطق آزاد در صادرات و صادرات مجدد تا انتهای مهرماه سال جاری توانستند از رشد ۳۰درصدی

عبور کنند و پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد در پایان سال مجموع صادرات و صادرات مجدد نسبت به کل هدف سال بیش از اهداف ابلاغی را محقق کنند.

وی گفت: براساس وظایفی که ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی بر عهده مناطق آزاد گذاشته است، عملکرد این مناطق در صادرات و صادرات مجدد در سال ۹۵ رقمی حدود ۸۱۴میلیون دلار بود که در سال جاری بیش از یک میلیارد دلار هدف‌گذاری شده است. رقم هدف‌گذاری شده در هفت ماهه نخست سال جاری در مجموع صادرات ۵۱۲میلیون دلار بود و عملکرد این مناطق نشان می‌دهد رقمی حدود ۵۲۲ میلیون دلار در این دوره زمانی محقق شده است.

با رشد ۳۱درصدی نسبت به دوره مشابه سال گذشته و همچنین تحقق ۵۰درصد از اهداف کل سال تا انتهای مهر ماه، پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال جاری مناطق آزاد در

صادرات و صادرات مجدد نیز به هدف یک میلیارد دلاری دست پیدا کنند.

افزایش صادرات و کشورهای همسایه

معاون تولید، صادرات و فناوری دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی در پایان از برگزاری ۴۴ نمایشگاه تخصصی تا انتهای مهرماه سال جاری در مناطق آزاد در خیر داد و گفت: براساس وظایفی که ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی بر عهده مناطق آزاد گذاشته است، عملکرد این مناطق در سال ۹۵ به کشورهای حوزه تأثیر خود ۲۱۹ میلیون دلار کالا و خدمات صادر کردند (از سرجمع صادرات و صادرات مجدد) و رقم هدف‌گذاری شده در این مناطق در سال جاری ۲۶۴ میلیون دلار است. براساس این گزارش رقم ۱۴۱میلیون دلاری تا انتهای مهرماه پیش‌بینی شده بود که عملکرد مناطق نشان می‌دهد از این رقم و حدود ۱۵۴میلیون دلار کالا و خدمات با کشورهای حوزه تأثیر مبادله کردند که در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته ۳۴درصد رشد را نشان می‌دهد.

افزایش گردشگر خارجی

وی در ادامه به رشد ۳۴درصدی حضور گردشگر خارجی در مناطق آزاد کشور در سال جاری اشاره کرد و افزود: عملکرد مناطق آزاد کشور در سال ۹۵، بیش از ۳۹هزار گردشگر خارجی با حداقل یک شب اقامت از این مناطق دیدن کردند و رقم هدف‌گذاری شده در سال ۹۶ با رشد ۱۰درصد بیش از ۴۳ هزار نفر است.

رقم هدف‌گذاری شده برای جذب گردشگران خارجی در این مناطق تا انتهای مهرماه، ۲۳هزار نفر تعیین شده بود که گزارش عملکرد مناطق نشان می‌دهد بیش از ۲۸هزار گردشگر خارجی در این مدت در مناطق آزاد اقامت داشته‌اند که این رقم ۳۴درصد رشد را نسبت به مدت مشابه سال گذشته نشان می‌دهد و بیش از ۵درصد اهداف مشخص شده جهت کل سال تا انتهای مهرماه محقق شده است.

برگزاری نمایشگاه‌های ارائه

معاون تولید، صادرات و فناوری دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی در پایان از برگزاری ۴۴ نمایشگاه تخصصی تا انتهای مهرماه سال جاری در مناطق آزاد در خیر داد و گفت: براساس وظایفی که ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی بر عهده مناطق آزاد گذاشته است، عملکرد این مناطق در سال ۹۵ به کشورهای حوزه تأثیر خود ۲۱۹ میلیون دلار کالا و خدمات صادر کردند (از سرجمع صادرات و صادرات مجدد) و رقم هدف‌گذاری شده در این مناطق در سال جاری ۲۶۴ میلیون دلار است. براساس این گزارش رقم ۱۴۱میلیون دلاری تا انتهای مهرماه پیش‌بینی شده بود که عملکرد مناطق نشان می‌دهد از این رقم و حدود ۱۵۴میلیون دلار کالا و خدمات با کشورهای حوزه تأثیر مبادله کردند که در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته ۳۴درصد رشد را نشان می‌دهد.

افزایش گردشگر خارجی

موفق خواهند بود.

شرکت‌های ایالت باسک اسپانیا به دنبال فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری در ایران

یک هیأت تجاری متشکل از نمایندگان ۲۰ شرکت فعال بازرگانی و صنعتی ایالت باسک اسپانیا، روزهای دوشنبه تا پنجشنبه (۱۸-۱۵ آبان ماه) با هدف بررسی فرصت‌های سرمایه‌گذاری به ایران سفر خواهند کرد. به گزارش ایرنا به نقل از روزنامه اسپانیایی نوتیسیاس ده گیپوزکوا، اتاق‌های بازرگانی بیلباو و آلاوا که با حمایت دولت محلی باسک این هیأت را سازماندهی کرده‌اند، اعلان کردند که این هیأت بازرگانی می‌خواهد از جذابیت‌های اقتصادی جمهوری اسلامی استفاده کند.

براساس بیانیه اتاق بازرگانی بیلباو، ایران نیاز به پیکربندی مدل تولیدی متنوع‌تری داشته و قصد دارد در تجدید صنعتش سرمایه‌گذاری کند که این کشور را به مقصد بسیار جذابی برای سرمایه‌گذاری تبدیل می‌کند. سازمان‌دهندگان هیأت تجاری باسک معتقدند فرصت‌های جالبی در زیرساخت‌ها، صنعت پتروشیمی، انرژی‌های تجدیدپذیر و اضافه کردن فناوری‌های نوین به بخش‌های صنعتی ایران وجود دارد و شرکت‌های باسک در این بخش‌ها می‌توانند فرصت‌های کسب‌وکار پیدا کنند.

اتاق بازرگانی بیلباو در بیانیه خود در این باره افزود: لغو تحریم‌ها و اصلاحات برنامه‌ریزی شده در بازارهای کالا و خدمات، وضعیت ایران را به اقتصاد باز روی تجارت بین‌المللی تبدیل می‌کند.

براساس این بیانیه، علاقه‌مندی ایران در تنوع‌بخشی به فعالیت تولیدی خود، آن را به کشور جالبی برای شرکت‌های باسک تبدیل می‌کند.

ایالت باسک با بیش از ۲۰هزار کیلومتر مربع مساحت، در شمال اسپانیا واقع است و ۳ میلیون نفر جمعیت دارد. داشتن بنادر، کارخانه‌ها و شرکت‌های مهم که نقش بسزایی در تولیدات ناخالص داخلی و اقتصاد اسپانیا دارند، این ایالت را به یکی از ثروتمندترین و مدرن‌ترین ایالت‌های اسپانیا تبدیل کرده است. این ایالت ۶.۲ درصد تولیدات ناخالص داخلی، ۰.۴۵ درصد تولیدات ناخالص داخلی صنعتی و ۹.۲ درصد صادرات اسپانیا را به خود اختصاص داده است.

رئیس خانه معدن:

موفقیت در بخش معدن در گرو بازار فروش است

رئیس خانه معدن ایران، موفقیت در بخش معدن و تحقق برنامه‌های پیش‌بینی شده در افق ۱۴۰۴ را در گرو سرمایه‌گذاری خارجی و عرضه تولیدات به بازارهای مصرف برشمرد. «محمدرضا پهرمان» روز یکشنبه در حاشیه دومین روز از برگزاری سیزدهمین نمایشگاه ایران کان مین ۲۰۱۷ در گفت‌وگو با ایرنا افزود: استفاده از ظرفیت‌های فعلی و جدید معدنی کشور نیازمند سرمایه‌گذاری‌های جدید است. به گفته وی، در برخی موارد شاهدیم از ظرفیت‌های بخش معدن و صنایع معدنی به‌طور کامل استفاده نشده است.

رئیس خانه معدن ایران اظهار کرد: در بخش اکتشافات، نگاه عده‌ای منحصر و محدود به اکتشافات اولیه است اما گاهی اکتشافات حین بهره‌برداری نیاز است که خود نیازمند سرمایه‌گذاری جدید است. وی خاطر نشان کرد: سرمایه‌گذاری‌های جدید از طریق نقدینگی، درآمدهای واحدها، تسهیلات بانکی، تسهیلات سازمان بورس یا سرمایه‌گذاری خارجی قابل تأمین است که بهترین آنها سرمایه‌گذاری خارجی است. پهرمان ادامه داد: این مهم حتی شامل اکتشافات حین بهره‌برداری نیز می‌شود؛ یعنی می‌توان از سرمایه‌گذاری خارجی برای توسعه اکتشافات حین بهره‌برداری بهره جست. وی تأکید کرد که باید فضای برای ورود هر چه سهول‌تر سرمایه‌گذاری خارجی به خود ارتقای فناوری را نیز می‌تواند به همراه داشته باشد، فراهم کرد. این مقام مسئول تصریح کرد: مهم‌ترین شاخص در سرمایه‌گذاری خارجی، بازار است؛ موضوعی که امروز در کشور در این زمینه مشکل داریم.

وی با بیان اینکه موفقیت بخش معدن کشور در گرو فروش در بازار است، گفت: سرمایه‌گذاری خارجی با رسانیدن تولیدات معدنی به بازارهای مصرف، می‌تواند ما را به اهداف و برنامه‌های پیش‌بینی شده در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور نزدیک کند.

سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی معدن، صنایع معدنی، ماشین‌آلات، تجهیزات و صنایع وابسته (ایران کان مین ۲۰۱۷) روز شنبه از سبوی خانه معدن ایران با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت و ۱۴۶ شرکت و واحد تولیدی داخلی و ۱۳۹ شرکت خارجی یا نمایندگی‌های آنها در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران آغاز به کار کرد. این نمایشگاه در فضایی به وسعت ۱۶ هزار مترمربع با حضور ۱۳ کشور خارجی شامل اسپانیا، استرالیا، اتریش، ایتالیا، آفریقای جنوبی، آلمان، تایوان، ترکیه، چین، سنگاپور، سوئیس، جمهوری کره و لهستان در حال برگزاری است که در آن کشورهای آلمان، ایتالیا و چین به صورت گروهی و رسمی مشارکت دارند.

معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران:

ارائه اسناد مالکیت گام مؤثری در حمایت از تولید ملی است

از برگزاری این همایش تخصصی، بررسی عملکرد مدیران حقوقی شرکت شهرک‌های صنعتی سراسر کشور و پیگیری مسائل مرتبط با مدیریت حقوقی سازمان و واحدهای حقوقی و امور قراردادهای شرکت شهرک‌های صنعتی استان‌ها است. وی اضافه کرد: پیگیری مشکلات حقوقی واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور، تسهیل و تسریع ارائه اسناد مالکیت به واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور می‌تواند گام مؤثری در حمایت از تولید و اشتغال کشور در سال اقتصاد مقاومتی باشد. همچنین مدیر حقوقی و امور قراردادهای سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران اظهار کرد: واحدهای حقوقی و امور قراردادهای شرکت شهرک‌های صنعتی استان‌ها، در دفاع از حقوق سازمان و کمک به رفع مشکلات واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور نقش حیاتی دارند. محمد لطفی معز ادامه داد: هدف

وی افزود: با توجه به بانک محور بودن فعالیت‌های اقتصادی کشور و نیاز فعالان اقتصادی به ترهین اسناد در نزد نظام بانکی جهت اخذ تسهیلات، تسهیل و تسریع ارائه اسناد مالکیت به واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور می‌تواند گام مؤثری در حمایت از تولید و اشتغال کشور در سال اقتصاد مقاومتی باشد. همچنین مدیر حقوقی و امور قراردادهای سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران اظهار کرد: واحدهای حقوقی و امور قراردادهای شرکت شهرک‌های صنعتی استان‌ها، در دفاع از حقوق سازمان و کمک به رفع مشکلات واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور نقش حیاتی دارند. محمد لطفی معز ادامه داد: هدف

معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران گفت تسهیل و تسریع ارائه اسناد مالکیت به واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور می‌تواند گام مؤثری در حمایت از تولید و اشتغال اقتصادی کشور در سال اقتصاد مقاومتی باشد. همچنین مدیر حقوقی و امور قراردادهای سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران اظهار کرد: واحدهای حقوقی و امور قراردادهای شرکت شهرک‌های صنعتی استان‌ها، در دفاع از حقوق سازمان و کمک به رفع مشکلات واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور نقش حیاتی دارند. محمد لطفی معز ادامه داد: هدف

معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران گفت تسهیل و تسریع ارائه اسناد مالکیت به واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور می‌تواند گام مؤثری در حمایت از تولید و اشتغال اقتصادی کشور در سال اقتصاد مقاومتی باشد. همچنین مدیر حقوقی و امور قراردادهای سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران اظهار کرد: واحدهای حقوقی و امور قراردادهای شرکت شهرک‌های صنعتی استان‌ها، در دفاع از حقوق سازمان و کمک به رفع مشکلات واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی ایران

معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران گفت تسهیل و تسریع ارائه اسناد مالکیت به واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کشور می‌تواند گام مؤثری در حمایت از تولید و اشتغال اقتصادی کشور در سال اقتصاد مقاومتی باشد. همچنین مدیر حقوقی و امور قراردادهای سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران اظهار کرد: واحدهای حقوقی و امور قراردادهای شرکت شهرک‌های صنعتی استان‌ها، در دفاع از حقوق سازمان و کمک به رفع مشکلات واحدهای مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی ایران

مدیر تأمین منابع مالی و سهام ایدرو در همایش معرفی توانمندی سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران در کیش:

حضور ایدرو در این نمایشگاه، بستر ساز تعامل سرمایه‌گذاران است

داخلی باشد با شریک داخلی تشکیل شرکت می‌دهیم. ایدرو محدودیتی در درصد مشارکت‌ها ندارد، اما ترجیح ما این است که بین ۱۹ تا ۴۹درصد سهام این‌ها باشد. حضور ایدرو در نهمین نمایشگاه معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در فضای به متر از ۲۰۰مترمربع، بستر ساز تعامل سرمایه‌گذاران بخش خصوصی جهت توسعه همکاری و سرمایه‌گذاری در پروژه‌های جذاب، تجاری‌سازی و اتصال صاحبان ایده و محصولات دانش‌بنیان و معرفی شرکت‌های دانش‌بنیان است.

قشقایی با اشاره به اینکه ایدرو علاوه بر اینکه سازمان دولتی است، اساننامه قانونی خود را دارد و تابع بخشی از قوانین دولتی نیست، گفت: این موضوعی است که سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی را ترغیب به همکاری با ما می‌کند. وی در ادامه به روش‌های سرمایه‌گذاری ایدرو اشاره کرد و گفت: در تأمین منابع مالی پروژه‌های داخلی یا تأمین سرمایه برای پروژه‌های خارجی ما دو روش اصلی داریم. یک بحث سرمایه‌گذاری با شرکت خارجی است که از روش FBI استفاده می‌کنیم و دوم اینکه اگر شریک ما

بر ۳ هزار میلیارد دلار و فروش خالص در همین سال حدود ۴۰۰ میلیون دلار است. قشقایی با تشریح اینکه صنایع هدف ایدرو صنایع انرژی شامل نفت، گاز و پتروشیمی در حوزه‌های بالادستی و پایین‌دستی و تاسیسات و تجهیزات وابسته به آنها و نیز انرژی‌های تجدیدپذیر، صنعت حمل‌ونقل شامل خودرو، دریایی و ریلی و صنایع نوین است، گفت: آنچه ایدرو را از دیگر سازمان‌های توسعه‌ای متمایز می‌کند، تداوم خدمات و فعالیت‌ها در همه شرایط و عرصه‌های مختلف است.

مدیر تأمین منابع مالی و سهام ایدرو در همایش معرفی توانمندی سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران کیش اینوکس ۲۰۱۷ فعالیت‌های اقتصادی ایدرو را تشریح کرد. به گزارش ایدرو نیوز، مؤگان قشقایی در این همایش در تشریح فعالیت‌های اقتصادی ایدرو گفت: ایدرو ۳۷ شرکت تابعه و وابسته دارد که از این تعداد ۱۵ شرکت تابعه (۱۰۰درصد سهام) و ۲۲ شرکت وابسته (کمتر از ۵۰درصد سهام) هستند. قشقایی گفت: با توجه به آمار سال ۲۰۱۶ مجموع دارایی‌های ایدرو بالغ

انتقاد شدید انجمن خودروسازان از تولیدکنندگان تایر

با توجه به تولیدات روزافزون صنعت خودرو کشور باید انتظار داشت تولیدات قطعات و ملزومات خودرو نیز به همین نسبت افزایش یابد تا بتوانند نیاز خودروسازان را برای تولید تامین کنند. در همین رابطه محسن صالحی‌نیا، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت دیروز در مصاحبه‌ای میزان تولیدات خودرو در هفت ماه گذشته را حدود ۹۰۰ هزار دستگاه اعلام کرد که طبق این آمار باید گفت تقریباً در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته رشد چشمگیری داشته است.

همچنین صالحی‌نیا درباره میزان تولیدات تایر اتمیبل اعلام کرد این صنعت به‌نسبت دیگر صنایع کشور تولیدات بیشتری دارد و در مقایسه با مدت‌زمان مشابه سال گذشته رشد ۹ درصدی را تجربه کرده است، اما در این بین مهم‌ترین موضوعی که مورد بحث قرار می‌گیرد، این است که آیا میزان تولیدات قطعات و همچنین تایر خودرو پاسخگوی میزان تولیدات خودروسازان کشور خواهد بود یا خیر؟

به گزارش پرشین خودرو به نقل از دنیای خودرو، در این رابطه مصطفی تنها، سخنگوی انجمن تولیدکنندگان تایر بر این عقیده است خودروسازان در تولیدات هفت ماه گذشته قانون را زیر پا گذاشته‌اند و به‌صورت کامل از تایرهای ایرانی استفاده نکرده‌اند. همچنین وی معتقد است آمارهای به‌دست‌آمده از سوی گمرک‌های کشور خبر از وارداتی می‌دهد که به اسم خودروسازان تمام شده است. در واقع آنها در این راه قدم‌هایی برداشته‌اند و به همین دلیل به صورت کامل از تایرهای ایرانی توسط خودروسازان استفاده نمی‌شود.

البته باید گفت این موضوع باعث نارضایتی تولیدکنندگان و انجمن صنفی تایر نیز شده است. حال باید دید در صورت درست بودن این موضوع، خودروسازان چه دلیلی برای این اقدام خود دارند؟ چرا این اتفاق با وجود قانون استفاده از تایرهای تولید داخل توسط خودروسازان رخ می‌دهد؟ مهم‌ترین بخش این بحث این است که احمد نعمت‌بخش، دبیر انجمن خودروسازان به‌شدت از صحبت‌های تائیسازان انتقاد می‌کند و می‌گوید: «چرا تائیسازان خود را از دیگر صنعتگران بالاتر می‌دانند؟ مگر تولیدکنندگان تایر در کشور چه کار مهمی را انجام می‌دهند که بیشتر از تولیدکنندگان دیگر قطعات در کشور از وزارت صنعت توقع دارند؟»

نعمت‌بخش در ادامه در پاسخ به این سوال که آیا نظر تائیسازان درباره واردات تایر توسط خودروسازان درست است یا خیر؟ می‌گوید: «انجام این کار توسط خودروسازان از طرف انجمن خودروسازان بررسی نمی‌شود، اما باید گفت که در چند سال اخیر تائیسازان نتوانستند نیاز خودروسازان را برآورده کنند. هر زمان که خودروسازان نیاز مبرم به تایرهای ایرانی داشتند، این نیاز از طرف آنها برآورده نشده است.

با این حال به آمار و ارقام، رشد تولیدات خودرو نسبت به سال گذشته که ۲۰ درصد اعلام شد، ولی به‌گفته معاون وزیر صنعت تولیدات تایر نسبت به سال گذشته تنها ۹ درصد رشد داشته است که این آمار ضعیف نشان از ناتوانی تائیسازان در تامین تایر مورد نیاز خودروسازان دارد و این امر می‌تواند مهم‌ترین دلیل خودروسازان برای واردات تایر از دیگر کشورها باشد.

صرفه‌جویی ۳ هزار میلیارد تومانی در مصرف سوخت با اجرای طرح پایش پیمایش

رئیس کارگروه پایش پیمایش گفت که در مدت اجرای طرح پایش پیمایش و تخصیص سوخت به ناوگان باری و مسافری عمومی دیزلی درون و برون شهری، نزدیک به ۳ هزار میلیارد تومان در مصرف سوخت (گازوییل) صرفه‌جویی شد.

به گزارش «عصر خودرو» به نقل از فارس، امیر جعفرپور در نشست خبری که با موضوع بررسی طرح اجرای پایش پیمایش ناوگان حمل‌ونقل درون‌شهری و تخصیص سوخت براساس عملکرد ناوگان دیزلی باری و مسافری درون‌شهری برگزار شد، با اشاره به اجرای این طرح براساس مصوبه هیأت وزیران در ۱۴ بهمن‌ماه سال ۹۳ و اجرای آن برای ناوگان حمل‌ونقل عمومی جاده‌ای از سال ۹۴ و همچنین آغاز اجرای این طرح برای خودروهای حمل‌ونقل عمومی دیزلی درون‌شهری از ۶ بهمن ۹۵ گفت: ستاد اجرایی طرح پایش پیمایش به‌طور منظم هر هفته جلسات خود را با حضور چهار دستگاه اصلی شامل وزارت نفت، وزارت راه و شهرسازی و سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای، وزارت کشور در بخش سازمان همیاری شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور و وزارت اطلاعات و همچنین چند دستگاهی که بعداً به آن اضافه شد شامل ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، ستاد مدیریت حمل‌ونقل و سوخت، وزارت صنعت، معدن و تجارت، پلیس راهور ناجا و بیمه مرکزی برای شناسایی ناوگان بدون بیمه و حذف آنها از طرح دریافت سوخت برگزار می‌کند.

راه‌اندازی قطب سوم خودروسازی با تولید خودروهای برقی

رویکرد خودروسازان قبلی به راه خود ادامه دهد، قطعاً شکست می‌خورد، در همین رابطه به‌کارگیری خودروهای برقی به‌جای خودروهای بنزینی در راهبرد بلندمدت تمامی خودروسازان بزرگ قرار گرفته است، در صورتی که قطب سوم خودروسازی با محوریت بخش خصوصی در همان ابتدای کار بتواند تولید خودروهای برقی را در دستور کار خود قرار دهد، به‌طور قطع می‌توان به نتایج بسیار مثبتی در این راه دست یافت.

این در حالی است که از جمله مهم‌ترین موضوعاتی که باید در دستور کار آینده خودروسازی کشورمان قرار بگیرد، حرکت روی ریل دانش و فناوری است، در حال حاضر نیز مهم‌ترین فناوری که در بین خودروسازان بزرگ جهان بیشترین تمرکز روی آن قرار دارد، تولید خودروهای برقی است. در این زمینه برخی کشورهای صاحب سبک در خودروسازی اعلام کرده‌اند تولید خودروهای بنزینی را تا چند سال آینده متوقف خواهند کرد و خودروهای برقی جایگزین آنها خواهند شد. با این اوصاف خودروسازی کشورمان باید هرچه زودتر از خواب غفلت بیدار شده و مسیر جدیدی را برای ادامه فعالیت خود برگزیند. پیش گرفتن راهی جز این، ممکن است خسارات بسیار جبران‌ناپذیری را به‌هنگام داشته باشد.



خودروسازی بتواند محصولات متنوعی را به تولید برساند. از سوی دیگر موضوع مهم در این رابطه، ضرورت همکاری با خودروسازان بزرگ جهان به‌منظور انتقال دانش و تکنولوژی روز خودروسازی برای تولید مشترک است، در غیر این صورت نمی‌توان به اهداف ترسیم‌شده برای موفقیت قطب سوم خودروسازی دست یافت. برخی کارشناسان معتقدند

دومین قربانی پس‌ابرجامی بعد از سئات، در آستانه فرار از ایران

هیچ حرکت هوشمندانه‌ای در صنعت خودروی ایران از خود نشان نداده است. در این میان توسعه شرقی صنعت خودروی ایران به‌سرعت برق و باد در حال انجام است و شرکت‌های غربی به‌جز فرانسوی‌ها پس از برجام همچنان پشت درهای ایران گیر کرده‌اند. تعداد شرکت‌های غربی که جسارت حضور در بازار ایران را دارند بسیار محدود است و دلیل واضح این امر بازار بزرگ این شرکت‌ها در ایالات متحده آمریکا است. شرکت‌های غربی به دلیل منافع مالی گسترده در بازار آمریکا با احتیاط بسیار، حضور در بازار ایران را بررسی می‌کنند و معمولاً هم ترجیح می‌دهند این حضور غیررسمی و بی‌سررسد باشد. در چنین شرایطی اعلام رسمی حضور در بازار ایران از سوی سئات و فولکس‌واگن می‌توانست باعث شکسته

در قبایل اعلام رسمی انصراف سئات اسپانیا از حضور و سرمایه‌گذاری در بازار ایران نشان نداده‌اند. این بی‌تفاوتی و سکوت در حالی رخ می‌دهد که حضور این شرکت به‌عنوان عضوی از خانواده بزرگ فولکس‌واگن می‌توانست محکی جدی برای شرایط کسب‌وکار در صنعت خودروی کشورمان باشد و بعید نیست تصمیم سئات برای خروج از بازار ایران در آینده به سایر اعضای خانواده فولکس‌واگن نیز تسری پیدا کند؛ امری که براساس شنیده‌ها در حال روی دادن است و به‌زودی ممکن است شاهد خروج یکی دیگر از غول‌های مشارکت و تولید خودرو در ایران یکی از اصلی‌ترین اهداف برجام در صنعت خودروسازی است، مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت و سایر مسئولان رده‌بالای کشور تا به حال هیچ واکنشی

در حالی که سه هفته پیش شرکت سئات اسپانیا به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های گروه فولکس‌واگن آلمان، به‌طور رسمی خروج و انصراف خود از سرمایه‌گذاری در بازار ایران را اعلام کرده است، تا به حال هیچ‌یک از مسئولان دولتی موضع‌گیری رسمی در قبال این فرصت‌سوزی انجام نداده‌اند؛ امری که می‌تواند زمینه‌ساز خروج دومین‌سوار شرکت‌های زیرمجموعه فولکس‌واگن از بازار ایران باشد.

به گزارش «عصر خودرو»، با وجود آنکه جذب سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی و ورود شرکت‌های بزرگ جهانی برای مشارکت و تولید خودرو در ایران یکی از اصلی‌ترین اهداف برجام در صنعت خودروسازی است، مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت و سایر مسئولان رده‌بالای کشور تا به حال هیچ واکنشی

تازه‌های خودرو



گیا، گران‌ترین محصول تاریخ کرایسلر خواهد بود

ترمز اختلاف قیمت در بازار خودروهای داخلی کشیده می‌شود؟!

با وجود برخی تغییرات جزئی در قیمت خودروهای داخلی، وضعیت بازار خودرو در هفته جاری حاکی از تثبیت قیمت در بازار بسیاری از خودروهای داخلی است، به طوری که به گفته رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران، عدم تغییر جریان خرید و ایجاد تعادل در بازار عرضه و تقاضای خودروهای داخلی، موجب شرایط کنونی بازار شده است. سعید مومنی در گفت‌وگو با خبر خودرو اظهار داشت: در این هفته قیمت پژو GLX 405 تغییری نسبت به هفته گذشته نداشته و همچنان با قیمت ۲۹ میلیون و ۷۰۰ در بازار خریدوفروش می‌شود در حالی که قیمت پژو ۴۰۵ دوگانه‌سوز با ۱۰۰ هزار تومان افزایش به ۳۱ میلیون و ۸۰۰ در بازار رسیده است. وی افزود: همچنین پژو ۲۰۶ V8 بدون تغییر نسبت به هفته گذشته، با قیمت ۳۸ میلیون و ۹۰۰ در بازار است، پژو پارس نیز که به ۳۸ میلیون و ۷۰۰ رسیده بود طی روز گذشته با کاهش قیمت به ۳۶ میلیون و ۹۰۰ در بازار رسیده است این در حالی است که پژو پارس TU5 کلاس ۱۵ با ۲۰۰ هزار تومان افزایش با قیمت ۴۱ میلیون و ۶۰۰ در بازار خریدوفروش می‌شود. وی همچنین با توجه به قیمت ال ۹۰ در بازار گفت: تندر ۹۰ پارس هم‌اکنون با قیمت ۵۰ میلیون و ۲۰۰ در بازار است در حالی که تندر E2 با ۲۰۰ هزار تومان کاهش به ۳۹ میلیون و ۲۰۰ در بازار رسیده است. وی با توجه به افزایش اختلاف قیمت پراید ۱۱۱ طی هفته‌های اخیر اظهار داشت: البته قیمت پراید ۱۱۱ از هفته گذشته تاکنون تغییری نداشته و همچنان با قیمت ۲۳ میلیون و ۹۰۰ در بازار خریدوفروش می‌شود. وی همچنین با توجه به ادامه اختلاف قیمت یک و نیم تا ۲ میلیونی برخی از خودروهای زیر ۴۴ میلیون در بازار، یادآور شد: همچنان این اختلاف قیمت در تعدادی از خودروهای زیر ۴۴ میلیون تومان وجود دارد، به طوری که اختلاف قیمت پراید ۱۱۱ در حال حاضر به یک میلیون و ۷۰۰ در بازار رسیده و اختلاف پژو پارس TU5 حدود ۲ میلیون و ۲۰۰ و پژو ۲۰۷ دنده‌ای نیز در بازار با اختلاف یک و نیم میلیون با قیمت ۴۳ میلیون و ۷۰۰ معامله می‌شود. رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران با توجه به افزایش قیمت پژو ۲۰۷ تومات طی یکی دو هفته اخیر در بازار گفت: با وجود افزایش قیمت پژو ۲۰۷ طی هفته‌های گذشته در بازار و افزایش این اختلاف به ۸ میلیون تومان، خوشبختانه طی هفته جاری این جریان سیر کاهشی داشته، اما همچنان اختلاف قیمت این خودرو در بازار ۵/۵ میلیون تومان است.

سفارش اینترنتی دریافت سوخت امکان‌پذیر شد

طرح آزمایشی توزیع سوخت با سفارش اینترنتی صبح روز شنبه در حیطات وزارت نفت با حضور بیژن زنگنه، وزیر نفت، علیرضا صادق‌آبادی، معاون وزیر در امور پالایش و پخش و جمعی دیگر از مسئولان رونمایی شد. به گزارش «عصر خودرو» به نقل از ایران آنلاین، نرم‌افزار مربوطه که قابلیت نصب در گوشی‌های تلفن آندروید، iOS و ویندوز را داراست، می‌تواند به افراد در راه مانده در امر توزیع سوخت کمک کند. این اپلیکیشن دارای دو نرم‌افزار برای کاربر و سوخت‌رسان است؛ در صورتی که کاربر درخواست خود را از طریق اینترنت اعلام کند، نزدیک‌ترین ماشین سوخت‌رسان می‌تواند به آن پاسخ دهد و پس از اینکه قیمت و مسافت آن مشخص شد، کاربر نیز می‌تواند دکمه تایید یا انصراف را انتخاب کند. براساس این گزارش، قیمت بنزین معمولی و سوپر به ترتیب لیتری ۱۰۰۰ و ۱۲۰۰ تومان است و تنها هزینه حمل‌ونقل به آن افزوده می‌شود. این طرح هم‌اکنون آماده شده و مورد تایید اداره بهداشت، ایمنی و محیط زیست (HSE) وزارت نفت است، اما برای راه‌اندازی به‌صورت پایلوت در شهر تهران به یک ماه زمان نیاز دارد؛ این اپلیکیشن را شرکت پتروایرپیک ساخته است.

به موضوع واردات خودرو ورود خواهیم کرد

پنج ماه از حذف رسمی واردکنندگان غیررسمی توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت در بازار خودروهای وارداتی می‌گذرد؛ تصمیمی که بسیاری از کارشناسان و حتی واردکنندگان رسمی به آن انتقاد داشته و آن را عاملی برای انحصاری شدن این بازار می‌دانستند. اکنون رضا شیوا، رئیس شورای رقابت می‌گوید در صورت ادامه‌دار بودن این روند، شورای رقابت به بازار خودروهای وارداتی ورود خواهد کرد. به گزارش پدال نیز به نقل از خودروکار، سه سال پیش بود که وزارت صنعت با همکاری سازمان حمایت و شورای رقابت، دستورالعملی را برای ساماندهی بازار خودروهای وارداتی به تصویب رساند که در آن نمایندگی‌های رسمی خودروهای وارداتی موظف به فروش خدمات پس از فروش به واردکنندگان غیررسمی شدند تا بازار خودروهای وارداتی به سامان برسد.



آغاز ثبت‌نام در رویداد «متنا» با محوریت توانمندسازی و نوآوری

در راستای توانمندسازی مجموعه‌های صنعتی استان چهار محال و بختیاری و رفع مشکلات فنی این مجموعه‌ها با مشارکت مستعدان برتر و مراکز آموزش عالی استان و اداره صنعت، معدن و تجارت، رویداد «متنا» با محوریت مشکل‌گشایی، توانمندسازی، نوآوری و اقدام از آذرماه سال جاری تا پایان سال به همت بنیاد نخبگان استان برگزار می‌شود.
در این رویداد با بهره‌گیری از ایده‌های سرآمدان، متخصصان و مستعدان برتر در جهت رفع مشکلات بخش صنعت تلاش خواهد شد. در گام نخست این رویداد، ضمن عارضه‌یابی از مجموعه‌های صنعتی، مشکلات و معضلات صنعت دسته‌بندی شده و با توجه به آنها، از اجتماعات نخبگانی برای شرکت در رویداد و ارائه ایده‌های خود در جهت رفع موانع این مسائل، دعوت به عمل خواهد آمد.

نگاه

بر چالش‌های مدیریت استارت‌آپ خود غلبه کنید

مدیریت یک کسب‌وکار، بسیار مشکل و چالش‌برانگیز است، اما روش‌ها و نکات ساده‌ای وجود دارد که با به‌کارگیری آنها می‌توانید این موقعیت سخت را برای خود آسان‌تر کنید. مدیریت واقعا کار سختی است، برخی افراد با فراموش کردن چند نکته اساسی و ساده، این کار را برای خودشان سخت‌تر می‌کنند. با به‌کارگیری ۶ نکته زیر به نقل از زومیت، مدیریت را برای خود آسان‌تر کنید و تبدیل به مدیر بهتری شوید.
۱- زندگی را برای تیم خود ساده‌تر کنید
نقش یک مدیر، افزایش تاثیر و بهره‌وری گروه‌های شرکت است تا بتوان اوضاع را بهبود داد، اما بوروکراسی‌های بی‌فایده، جلسات طولانی و خسته‌کننده و درخواست گزارش‌های بی‌فایده که هیچ‌کس آنها را نمی‌خواند، فقط اوضاع را بدتر می‌کند.
گوردون ترگولف در این‌باره می‌گوید: «یکی از رئیس‌های سابق من عادت داشت که ساعت دو بعدازظهر، جلسه برگزار کند، این جلسات اغلب تا پس از ساعت هشت شب طول می‌کشیدند. او در تمام طول این جلسات حرف می‌زد و این جلسات هیچ نتیجه مثبتی اعم از چت‌دهی، تصمیم‌گیری یا پشتیبانی نداشتند. بدتر از همه این بود که او همراهِ داشتن لپ‌تاپ در جلسه‌ها را ممنوع کرده بود تا همه به او توجه کنند، نتیجه آن بود که همه باید تا دیروقت کار می‌کردند تا کاری را انجام دهند که صبر ننیوانسته بودند انجام دهند.»

۲- تیم متخصصان شما بهتر از شما در مورد کارشان می‌دانند، به آنها نگاه کنید که چگونه کارشان را انجام دهند
انتظار نمی‌رود شما به عنوان یک مدیر در همه چیز تخصص داشته باشید. در حقیقت، انتظار می‌رود که شما در مدیریت و دسترسی به بهترین بهره‌وری از گروه‌تان تخصص داشته‌باشید. از بهترین راه‌ها برای انجام این کار، این است که به گروه خود بگویید چه می‌خواهید و به دنبال چه نوع خروجی هستید.
آنگاه آنها را به حال خود بگذارید تا خودشان بهترین راه‌ها را پیدا کنند.
اگر کارمندان احساس کنند که از رشدمندی آنها نادیده‌انگاشته شده است، اشتیاق خود را برای پیشرفت و انجام کارها از دست می‌دهند. شما باید به عنوان رئیس آنها، همکاری را نادیده بگیرید و آنها را به پیروی از دستورالعمل‌ها محدود کنید.

۳- مهم نیست چقدر بالای سر کارمند خود باشید؛ آنها سریع‌تر از این کار نمی‌کنند

مدیریت می‌گردد، بهینه بودن کار را از بین می‌برد. مخصوصا اگر شما به این خصوصیت مشهور شوید، دیگر کسی مایل نخواهد بود برای شما کار کند و کارمندان فعلی‌تان نیز به دنبال راه خروج خواهند بود.
به گروه خود، فضا، زمان و آزادی بدهید تا موفق شوند.
ایرادی ندارد که بررسی کنید کار آنها چطور پیش می‌رود، اما این کار را هر ۱۵ دقیقه یکبار کنید.

۴- اگر کاری را به کسی محول کنید که مهارت، زمان یا ابزار آن را ندارد، آنگاه موفق‌تر خواهید شد
شما باید به عنوان یک مدیر، گروه‌ها را در پست‌هایی قرار دهید که ضامن موفقیت آنها است. اگر گروه ابزار کلیدی را نداشته باشد، باید آن‌ها فراهم کنید. انسان‌ها اگر احساس کنند که نمی‌توانند کار را انجام دهند یا چیزهایی که برای انجام کار لازم است، در اختیار ندارند، مسئولیت آن را قبول نخواهند کرد. اگر آنها خود را در چنین موقعیتی می‌بینند، آنگاه شما کار خود را درست انجام ندهاید.

کسب‌وکار امروز



این شرکت در ماه سپتامبر اعلام کرد که فروش آید برای دومین فصل متوالی، رشدی دروقتی تجربه کرده است، اما این میزان ضرر در سه‌ماهه چهارم سال مالی ۲۰۱۱درصد افزایش داشته است.

«تانسفورماتورها»، «تعمیر، تجهیز و نگهداری موتورها»، «سخت‌افها»، «برونه‌ها و پیمانچه‌های دریایی»، «طراحی، مهندسی و مدیریت پروژه‌های دریایی»، «ساخت انواع شناورها» و … فعالیت می‌کند.

این شرکت در ماه سپتامبر اعلام کرد که فروش آید برای دومین فصل متوالی، رشدی دروقتی تجربه کرده است، اما این میزان ضرر در سه‌ماهه چهارم سال مالی ۲۰۱۱درصد افزایش داشته است.

این شرکت در ماه سپتامبر اعلام کرد که فروش آید برای دومین فصل متوالی، رشدی دروقتی تجربه کرده است، اما این میزان ضرر در سه‌ماهه چهارم سال مالی ۲۰۱۱درصد افزایش داشته است.

فصت امروز ۹



عضو هیأت علمی دانشگاه گناباد:

مهارت‌های کار آفرینی باید در دانشگاه‌ها تقویت شود

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی گناباد گفت دانشگاه‌ها باید برای ایجاد فرصت‌های شغلی مهارت‌های کارآفرینی را به دانشجویان بیاورند. ابوالقاسم شفیعی صبح یکشنبه در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، اظهار کرد: اشتغال فارغ‌التحصیلان بیش از هر زمان دیگر در شرایط کنونی اهمیت داشته و در صدر دغدغه‌های مسئولان، مردم و خانواده‌ها قرار دارد.

وی افزود: این مهم مستلزم تقویت مهارت‌های کارآفرینی و متناسب با نیازهای بازار کار طی دوران تحصیل در دانشگاه است. امروزه دانشگاه‌ها وظیفه دارند به آمادگی دانشجویان برای ورود به بازار کار، کمک کنند.

درچه

افزایش تعداد استارت‌آپ‌ها در ایران با موفقیت آنها همخوانی ندارد

دنیای استارت‌آپ‌ها امروز بیشتر از هر زمان دیگری برای ایرانیان جذاب است و توسعه‌یافتگی این شرکت‌ها در چند سال گذشته به خاطر استقبال مردم از آنها بسیار بالا بوده. براساس آمار ارائه‌شده از سوی مرکز توانمندسازی و تسهیلاتگری کسب‌وکارهای فاوا، اپا، این کسب‌وکارها اکنون در مقایسه با سال ۹۲، تا ۲۲ برابر رشد کرده‌اند. به گزارش دیجیتاو، در ادامه این آمار به افزایش ۶۰درصدی تعداد سرمایه‌گذاران نیز اشاره می‌کند که به خاطر حضور آنها و همچنین پیوا بودن تیم‌های استارت‌آبی از ۱۳۰۰ مورد تعداد کسب‌وکارهای نوین در چهار سال پیش به بیش از ۴۱۱۳۰۰ استارت‌آپ در شش ماهه اول جاری رسیده است.

البته باید توجه داشت که این آمار شامل استارت‌آپ‌هایی می‌شود که با شکست خوردند یا در حد اسیده باقی‌ماندند. این آمار چندان هم عجیب نیست چرا که با گشت‌وگذار در بین صفحات وب با انبوه سایت‌های خدماتی تحت عنوان استارت‌آپ مواجه می‌شوید که مدت‌هاست ابدیت نشده‌اند و کم‌کم در حال نحو شدن هستند. آموزش و راهنمایی‌های مشاوران کسب‌وکار و فناوری می‌تواند نقش مهمی در موفقیت یک استارت‌آپ داشته باشد. در همین راستا «سحر افشاری»، بنیانگذار آژانس روابط عمومی ای سین که سابقه همکاری با استارت‌آپ‌های موفق را در کارنامه خود نیز دارد در دیدگاو درباره استارت‌آپ‌ها، رشد و موانع آنها توضیحاتی ارائه می‌دهد.

او معتقد است که استارت‌آپ‌ها در ایران بیشتر افزایش داشته‌اند تا رشد. چرا که مفهوم رشد، یک مفهوم کیفی است و با شاخص‌های مختلفی ارزیابی می‌شود. نمی‌توان تنها با افزایش تعداد از لفظ رشد برای همه آنها استفاده کرد، اما می‌توان گفت طی سه سال اخیر با ورود برخی سرمایه‌گذاران و البته استارت‌آپ‌های موفق این بازار رشد کرده و همچنان در مسیر صعود قرار دارد. افشاری به دیدگاهی می‌گوید: شاید یکی از دلایل علاقه جوانان ایرانی به فضای استارت‌آپ و به‌طور ویژه کسب‌وکارهای مرتبط با تکنولوژی افزایش هزینه‌های تولید در ایران باشد. ورود اینترنت و گسترش آن، به ارتباط و کسب اطلاع از تجربیات کنشروهای دیگر منجر شده است و نسبت به نهایت باعث شده این فضا برای جوانان جذاب شود. علاقه‌مندی همیشه با هیجان و احساسات آمیخته است که البته ایرادی هم ندارد ولی باعث می‌شود بسیاری از جوانان با رویاهای بزرگ و بدون اینکه بدانند چه سختی‌هایی در انتظارشان است، وارد این فضا شوند و در نهایت هم شکست بخورند.»

او درباره احتمال شکست استارت‌آپ‌ها توضیح می‌دهد: «شکست خوردن به نظر یک امر جدی است. طبق آمارهای منتشرشده از ۱۰ استارت‌آپ در یکسالونوی ۹ استارت‌آپ محکوم به شکست هستند. بیشتر آنها نیز در شش ماه اول شکست می‌خورند. حتی می‌توان گفت یکی از وظایف مشاوراندهنده‌ها و مربیان کمک به موارد دیگر بستگی دارد که با تجمع این‌ها در کنار یکدیگر می‌توان به پروژه‌های کاملی از آن رسید. ورود برنده‌های مطرحی چون گوگل به سرمایه‌گذار خصوصی برای ایجاد شرایط مناسب رشد استارت‌آپ‌ها اشاره می‌کند و می‌گوید: «بدون همکاری تنگناگ این سه گروه، اکوسیستم کارآفرینی رشد نخواهد کرد. دولت می‌تواند با تدوین قوانین حمایت‌گرانه، دانشگاه‌ها با آموزش اصول و ایجاد

همانطور که می‌دانید جف بزوس، مدیرعامل آمازون رسماً ثروتمندترین فرد دنیا به‌شمار می‌رود. اما بخش اعظم ثروت او که اکنون رقمی بالغ بر ۹۵میلیارد دلار می‌شود با سهام کمپانی تحت ادارهاش گره خورده است.

به گزارش دیجیتاو، به همین دلیل او هر از گاهی بخشی از سهام خود را به پول نقد تبدیل می‌کند و تازه‌ترین اقدام او در این راستا به اواخر هفته گذشته برمی‌گردد، با این تفاوت که این بار رقمی بیشتر از همیشه را شاهد هستیم. برای نخستین‌بار، بزوس سهامی به ارزش بیش از یک میلیارد دلار را فروخته است.

بزوس طی شش سال گذشته معمولاً ۹۰۰ هزار تا یک میلیون سهم خود را به صورت دوره‌ای به فروش می‌رساند (او هنوز تقریباً ۸۰ میلیون سهم در آمازون دارد). با این حال افزایش فوق‌العاده ارزش سهام این کمپانی در سال جاری باعث شده دارایی بزوس نیز به مراتب بیشتر از قبل شود.

البته اینکه بزوس دقیقاً با این حجم از نقدینگی چه کار می‌کند هنوز مشخص نیست، چون او برخلاف بیل گیتس یا مازک زاکربورگ، چندان درگیر فعالیت‌های بشردوستانه و خیرخواهانه نیست. هرچند پدر و مادرش (جکی و مایک بزوس) یک بنیاد آموزشی را با سرمایه نه‌چندان بالا مدیریت می‌کنند.

مدیرعامل آمازون چند ماه قبل اعلام کرد که دوست دارد بیشتر در کارهای خیر شرکت شود و از دنبال‌کننده‌گانش در توئیتر خواست ایده‌ها و نظراتشان را برای او ارسال کنند. با این حال، شاید بزوس قصد دارد بخشی از این سرمایه نقدی هفتگت را به شرکت فضای خودش یعنی «بلوو اوریجنز» تزریق کند تا از رقابت فضایی اخیر در میان شرکت‌های خصوصی عقب نماند.

یک مقام مسئول وزارت کار خبر داد

مقرری‌گیران بیمه بیکاری در اولویت مجوز کسب‌وکار

مدیرکل حمایت از مشاغل و بیمه بیکاری وزارت کار، گفت: بیمه‌شدگانی که به وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی موظفند «مقرری‌گیران بیمه بیکاری» را جهت اخذ مجوز کسب‌وکار و موافقت اصولی، در اولویت قرار دهند. به گزارش گروه اقتصادی آنا از

این مقام مسئول در وزارت کار افزود: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، کریم سلیمانی، مدیرکل حمایت از مشاغل، و بیمه بیکاری وزارت کار اعلام کرد، چتر حمایت اجتماعی از کارگران بیکار شده قبلاً شافل. همکارانش ایجاد شده است درک خواهیم کرد.تولید ۳ مدل ۲۲ هزار نفر از کارگران سدان الکتریکی و کوچک تسلا در تیرماه آغاز و پس از گذشت سه ماه تنها ۲۶۰ دستگاه از این خودرو عرضه شده است. این در حالی است که بیش از این بنا به پیش‌بینی‌های انجام‌شده قرار بود تا پایان سال ۲۰۱۶،۲۱۰۰۲درصد تولید و مونتاژ این خودرو توسط تسلا در کالیفرنیا، آمریکا، انجام شود. اما این میزان ضرر ۶۱۹ میلیون دلاری تسلا است. هرچند شرکت تسلا در حال توسعه وضعیت را عدم تامین تعداد کافی باتری مورد نیاز خودروی تسلا در ۳ در کارخانه باتری‌سازی این شرکت اعلام کرد.



می‌کنند، موظفند بیمه‌شدگانی را که «مقرری بیمه بیکاری» دریافت می‌کنند، براساس معرفی واحدهای کار و امور اجتماعی جهت اخذ مجوز کسب‌وکار و موافقت اصولی در اولویت قرار دهند.

Cadbury: نجات محیط زیست
با شکلات

بازاریابی سببی یا همان بازاریابی به واسطه، فعالیت تبلیغاتی است که در آن کسب و کارها و خیریه‌ها (یا سازمان‌های غیرانتفاعی) برای بازاریابی محصول یا خدمت با هم همکاری می‌کنند و البته در نهایت قرار است به سودی دوطرفه دست پیدا کنند. بازاریابی سببی با فراهم کردن منابع مالی از یک طرف به مسائل اجتماعی روز می‌پردازد و از طرف دیگر اهداف مهم کاری را دنبال می‌کند. در این مطلب به نقل از ام بی‌ای نیوز، قصد داریم ایده جذاب (Yowie) را در استرالیا بررسی و آن را به‌عنوان یک نمونه موفق بازاریابی سببی معرفی کنیم. کسی نیست که با شکلات شیری Cadbury (Dairy Milk) آشنا نباشد. Cadbury در سال ۱۹۹۷ روشی تازه برای افزودن ارزش به شکلات شیری‌اش پیدا کرد. این کار با توجه به علاقه‌مندی مخاطب و با تغییر بسته‌بندی شکلات به شکل کاراکترهای جذابی مثل Yowie صورت گرفت. علاوه بر این با همراه کردن محصول با محتوای آموزشی مثل اسباب‌بازی، کتاب و سی‌دی‌های تدارک، محصول به اطلاع‌رسانی در مورد محیط‌زیست پرداخت که دل‌مشغولی اصلی مخاطبان بود.

Cadbury Schweppes شرکتی است بر پایه فعالیت‌های بازاریابی. موفقیت این برند از برآورده کردن نیازهای مخاطبان به دست آمده است و برند این کار را با گوش دادن دائمی به مخاطبان و توجه به تغییر نیازهای آنان به بهترین شکل انجام می‌دهد. بر همین اساس، برند همواره سرگرم تولید محصولات جدید و یافتن راهی برای افزودن ارزش به این محصولات بوده است.

یکی از مهم‌ترین اهداف بازاریابی کسب‌وکارهای بزرگ، تمرکز بر فرصت‌های سودآور در محدوده محصولات ویژه‌شان در بازارهای جهانی است. این فعالیت می‌تواند به شکل تولید ارزش یا افزایش حجم تولید یا ترکیبی از هر دو ظاهر شود و در تمام اشکال محصولات پرمصرف از شامپو و خمیردندان گرفته تا شیرینی‌جات و نوشیدنی‌ها دیده می‌شود. منطق این کار ساده است؛ با در معرض دید بودن، سوددهی و حجم تولید در بازار جهانی، کسب‌وکارها فرصت مناسبی برای فراهم کردن کالای باکیفیت و ارائه ارزش در ازای پول دریافتی را به دست می‌آورند.

Cadbury هم در دو حوزه نوشیدنی و شکلات و شیرینی متمرکز بوده است و در سال‌های ۱۹۹۲ و ۱۹۹۷ در این دو حوزه به ترتیب ۲۵ و ۲۰ درصد افزایش تولید داشته است. هدف دیگر بازاریابی افزایش حجم فروش و سهم بازار با نوآوری در محصول و بسته‌بندی است. نوآوری برندها را در رقابت همیشگی با برندهای دیگر، در ردیف برنده قرار می‌دهد و برندهای نوآور و خلاق می‌توانند با شناسایی تغییرات در محیط کار و ارزیابی اطلاعات به دست آمده از تحقیقات، از فرصت‌های تازه بهره‌برداری کنند.

Yowie محصول موفق است که برند در سال ۱۹۹۷ به بازار معرفی کرد. محصول در همان سال لقب بهترین محصول بخش شیرینی و شکلات را در نشریه خواربار جهانی به دست آورد. در سال اول معرفی این محصول، ۲۱ میلیون Yowie فروخته شد.

Yowie فامیل دور برخی شخصیت‌های افسانه‌ای استرالیایی است و هر کدام از آنها محدوده مربوط به خود و شخصیت خود را دارد. شش کاراکتری که خلق شد عبارتند از:

Rumble: محافظ صحراها
Ditty: محافظ گل‌ها
Nap: محافظ درختان
Squish: محافظ رودخانه‌ها
Boof: عاشق حشرات و پروانه‌ها
Crag: محافظ زمین‌های باتلاقی

در واقع Yowie‌ها چیزی بیش از یک محصول شکلات بودند؛ آنها یک مجموعه کامل را تشکیل می‌دادند. هر بسته‌بندی Yowie یک حیوان اسباب‌بازی با قابلیت سرهم‌بندی سریع را شامل می‌شد. حیوان داخل جعبه کپی دقیق یک نمونه واقعی در جنگل‌های استرالیا بود. به این ترتیب کودکان با خرید این شکلات‌ها می‌توانستند این حیوانات را جمع کنند.

علاوه بر این، برند برای مشتریان نقشه‌ای از قلمرو Yowie‌ها را می‌فرستاد تا چچه‌ها بتوانند جهان Yowie خود را بسازند. آنها در واقع بسته‌های حاوی اطلاعات و بازی را دریافت می‌کردند و به این ترتیب در مورد Yowie و محیط زیست بیشتر می‌دانستند. کتاب‌ها و سی‌دی‌ها هم مکمل این اطلاع‌رسانی بودند. Yowie محصولی است که به کودکان دربار محیط زیست و ارزش آن در زندگی آموزش می‌داد. استرالیا از پاک‌ترین طبیعت دنیا برخوردار است؛ تمیزترین آب، تمیزترین سواحل، تمیزترین محیط زیست و به این ترتیب هدف بسیاری از جهانگردان است. Yowie با ادراک این مسئله و با هدف آموختن این مسئله به کودکان، به درستی Yowie را به‌عنوان قهرمان کمپین خود معرفی کرده است. در عین حال Yowie نیز کمک زیادی به Cadbury برای رسیدن به اهداف بازاریابی‌اش کرد.

مدل‌های مختلف برند

مترجم: امیر آلی

تا به امروزه مقالات زیادی در رابطه با برند به رشته تحریر درآمده، با این حال در هیچ یک دسته‌بندی درستی از انواع آن صورت نگرفته است. بدون تردید عدم آگاهی نسبت به این قضیه منجر به کلی‌نگری خواهد شد که در راستای ایجاد برندی موفق، افراد را با مشکل مواجه خواهد ساخت. توجه داشته باشید که برند از الزامات هر کسب‌وکاری محسوب می‌شود و به همین خاطر در این مقاله به معرفی ۱۹ مدل مختلف برند خواهیم پرداخت.

۱- برند شخصی

هنگامی که برخی ویژگی‌های یک نام تجاری را به فردی ارتباط دهیم، آنگاه صاحب یک برند شخصی خواهیم بود. درواقع این امر برای افرادی که قصد کسب شهرت به هر دلیل دارند، به کار می‌رود. درواقع تحت این شرایط برند شما وجهه انسانی به خود گرفته و به نوعی کمک به افزایش اعتبار شما خواهد کرد. توجه داشته باشید که این برند را افراد برای خود ساخته و در راستای تقویت یا گسترش آن نیز لازم است فرد اقدامات لازم را صورت دهد. در این رابطه استفاده از حداقل یک مشاور با تجربه به شما در این رابطه کمک خواهد کرد.

۲- برند محصول

برند کالای مصرفی در اثر ایجاد ارتباط مشتری با محصولات شکل می‌گیرد. با این حال این امر تنها شامل آن دسته از محصولات می‌شود که در ذهن‌ها جاودان می‌شوند. به همین خاطر اطلاق این امر به تمامی آنها اقدامی نادرست محسوب می‌شود. با این حال این نوع برند از متداول‌ترین نوع از میان تمامی انواع محسوب می‌شود.

۳- برند خدمات

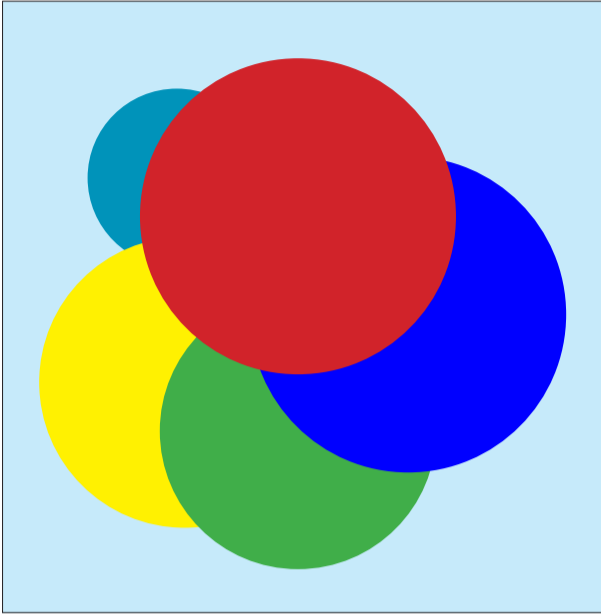
تقریباً شبیه به نوع قبلی بوده با این حال ادراک افراد از آن صرفاً به واسطه محصولی که ارائه می‌دهند نیست. درواقع در این رابطه نوع خدمتی که در حال انجام است نیز مدنظر قرار می‌گیرد. موسسات آموزشی و نظامی از مثال‌های بارز این امر محسوب می‌شوند.

۴- برند شرکتی

این مفهوم تحت عنوان برند سازمانی نیز شناخته می‌شود که به یک شرکت اطلاق می‌شود. درواقع تحت این شرایط دیگر یک فرد یا افراد خاص مطرح نبوده، و تمامی اقدامات در راستای افزایش اعتبار مجموعه شرکت خواهد بود. با توجه به افزایش تعداد شرکت‌ها در تمامی حوزه‌های کسب‌وکار، وجود نام تجاری سازمانی قوی از الزامات مهم هر شرکت محسوب شده که لازم است برای شکل‌گیری و پرورش آن مطالعات لازم را داشته باشید.

۵- برند سرمایه‌گذار

این امر به طور معمول برای برندهای سهامدار یا فعال در حوزه‌های مرتبط به خدمات سرمایه‌گذاری و مالی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این نام تجاری و طبقه دارد مانند یک آیین عمل کرده و



به خوبی ارزش سهام خود را به مخاطب نشان دهد.

۶- برند غیرانتفاعی

این نوع برندها در راستای اهداف اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این مدل از انواع نوظهور و جدید محسوب شده و به همین خاطر بسیاری از کشورها با مفاهیم و اصول آن بیگانه هستند. به همین دلیل با به کار بردن آن می‌توانید اقدامی نوین را صورت دهید که خود منجر به مزیت رقابتی خواهد شد.

۷- برند عمومی

نام دیگر آن برند دولتی بوده که در رابطه با نهادهای وابسته به دولت به کار می‌رود. با توجه به حوزه فعالیت بسیار گسترده نهادهای دولتی، اطلاق واژه عمومی برای آن کاملاً درست بوده و از مخاطبان بسیار زیادی برخوردارند. در همین راستا هدف اصلی آن را کسب اطمینان مخاطب معرفی کرده و اعتقاد دارند که کسب شهرت با توجه به این امر که افراد باید با آنها در ارتباط باشند و به نوعی گزینه دیگری ندارند، از اهمیت چندانی برخوردار نبوده و به همین خاطر به آن توجه خاصی نشان داده نمی‌شود.

۸- برند خصوصی

این نوع برندها برای اهداف خاص به کار برده می‌شود. به همین خاطر مخاطبان آن نیز قشری مخصوص خواهند بود. در همین راستا نحوه تبلیغات و سایر اقدامات در این رابطه از موارد دیگر تفاوت خواهد داشت. از مثال‌های بارز این امر شرکت‌هایی هستند که محصولی را تولید کرد، اما نام تجاری مشتری خود را روی آن درج می‌کنند.

۹- برند مکان

بسیاری از افراد با اهداف مختلف به نقاط مختلف جهان سفر می‌کنند و همین امر موقعیت و بازاری مطلوب را

در راستای اقدامات تجاری ایجاد خواهد کرد که تنها زمانی می‌توانید به شکلی هدفمند موفقیت خود را تضمین کنید

این افراد تمایل داشته باشند از شهرت خود در راستای اهداف اقتصادی استفاده کنند که نتیجه آن ایجاد برند آنها است. تحت این شرایط دیگر اهمیت چندانی ندارد که در چه حوزه‌ای از اقتصاد قصد فعالیت دارید، شهرت شما ضامن موفقیت و فروش محصول خواهد بود.

۱۳- برند عوامل سازنده

این برند در ارتباط با محصولاتی به کار می‌رود که در راستای تکمیل محصولی دیگر به کار برده می‌شود. درواقع مشتری هیچ‌گاه از این دسته از محصولات به‌صورت جدا استفاده نکرده با این حال وجود آن در محصول خریداری شده از اهمیت بسیاری برای‌شان برخوردار است. درست همانند وجود پردازنده اینتل در لپ‌تاپ‌ها که از معیارهای خرید افراد محسوب می‌شود.

۱۴- برند جهانی

این دسته از برندها برای شرکت‌های جهانی به کار برده می‌شود و مهم‌ترین ویژگی آن این است که از شعاری ثابت برخوردار نبوده و همین امر باعث می‌شود تا در مواجهه با قومیت‌های مختلف بتوانند موفق عمل کنند.

۱۵- برند چالشی

این نوع برندها با هدف ایجاد تغییر شکل می‌گیرند. این برندها همواره نوآور بوده و رویکردی متفاوت با سایر رقبای خود دارند. همین اقدامات متفاوت نیز باعث می‌شود تا همواره مورد توجه قرار گیرند.

۱۶- برند عام

در صورتی که برای محصول و چهره تمایزی وجود نداشته باشد این نوع برند شکل خواهد گرفت که در سه قالب کلی بهداشت و درمان، محاوره و عملکردی قرار خواهند گرفت.

۱۷- برند لوکس

به واسطه اقداماتی که دارند معمولاً برای اقشار ثروتمند و مورد استفاده قرار می‌گیرند. درواقع ماموریت این برندها این است که نشان دهند محصولات از فضای متفاوت نسبت به سایر رقبا برخوردار هستند.

۱۸- برند دینی

این نوع برندها درواقع به دنبال مشتری نبوده و خواهان پیرو هستند. رویکرد آنها نیز تجاری نبوده و شناخته شدن اهداف و آرمان‌ها، اهداف اصلی آنها محسوب می‌شود. به همین خاطر در به کار بردن نام برند برای آنها تردیدهایی وجود دارد. از ویژگی‌های آن می‌توان عدم دوستی یا یکدیگر و ایجاد یک فرهنگ خاص در زندگی مخاطب اشاره کرد.

۱۹- برند کارفرما

این امر در ارتباط با برند سازمانی به کار می‌رود و به این موضوع اشاره دارد که به‌عنوان کارفرما به قدری جذابیت داشته باشید که هدف اصلی افراد ایجاد فرصتی برای حضور در شرکت شما باشد. تحت این شرایط مسائلی مانند دستمزد و ساعات کاری چندان اهمیت پیدا نکرده و این از نظر اقتصادی به نفع شرکت خواهد بود.

منبع: www.brandingstrategyinsider.com

چرا باید بازاریابی برند را جایگزین
تبلیغات تجاری کنید

بازاریابی برند به‌واسطه ارتباط حسی با مصرف‌کنندگان، ارزشی فراتر از ویژگی‌های یک محصول ایجاد می‌کند و باعث می‌شود داستان برند به مزیتی رقابتی تبدیل شود.

به گزارش زومیت، آنچه ایل را به برترین برند جهان با ارزش ۱۷۰ میلیارد دلار و ارزش بازار ۸۱۴ میلیارد دلار تبدیل کرد، صحبت در مورد قدرت پردازش یا تعداد پیکسل‌های کامپیوترهای این شرکت نبود، بلکه این شرکت روی یک تمایل همگانی برای ابراز فردیت دست گذاشت. تبلیغات ایل از ویدئوی «۱۹۸۴» گرفته تا آهنگ Drake Vs. Bench Press، همه همین احساس را تداعی می‌کنند.

کوکاکولا، پنجمین برند ارزشمند جهان با ۵۶ میلیارد دلار و ارزش بازار ۱۹۷ میلیارد دلار، هرگز در تبلیغاتش در مورد مواد تشکیل‌دهنده نوشابه‌ها صحبت نمی‌کند؛ حتی به این موضوع که نوشیدنی‌ها چه طعمی دارند هم اشاره نمی‌کند. کمپین‌های بازاریابی کوکاکولا همیشه به «لذت دوره جمع شدن» می‌پردازد، شعاری که از سال ۱۹۷۱ با ویدئوی «می‌خواهم همه دنیا را به کوکا دعوت کنم» شروع شد.

بازاریابی برند اگر به شیوه درستی اجرا شود، می‌تواند ارزشی پایدار خلق کند. اما زمان مناسب برای این کار چه وقتی است و چگونه باید به آن پرداخت؟

تبلیغات تجاری باید مخاطب را به انجام کاری تشویق کنند. این امر معمولاً با انتقال یک پیام از طریق ایمیل، یا آهنگی دیجیتال صورت می‌گیرد و برخی از ویژگی‌های محصول را به تصویر می‌کشد. حالا برندها به‌جای آنکه توضیح دهند یک محصول را چطور تولید می‌کنند، سعی می‌کنند یک ارتباط حسی هدفمند با مشتریان برقرار کنند ولی چرا شرکتی باید سرمایه‌گذاری روی بازاریابی برند را در استراتژی کلی خود لحاظ کند و چه زمانی برای این کار مناسب‌تر است؟

جذب مخاطبان جدید

هر شرکتی، با هر محدوده توزیع، در ابتدای کار خود به‌واسطه خلاقیت و نوآوری محصولش، سطحی از مخاطبان را جذب می‌کند. اما بعد از مدتی شور و اشتیاق استقبال از محصول جدید فرو می‌نشیند. پس شرکت باید راهی بیابد که دسترسی خود را به مخاطبان بیشتر امکان‌پذیر کند.

شما می‌توانید در کوتاه‌مدت روی مشتریان هدف تمرکز کنید، اما برای اینکه جمعیت زیادی را هوادار خود سازید، باید برای هویت برندتان اعتبار کسب کنید.

مدل بازاریابی شما دیگر مقیاس‌پذیر نیست

اگر اهداف بلندپروازانه‌ای برای رشد سریع کسب‌وکار خود دارید اما بازده بازاریابی معاملاتی شما کاهش یافته است (یعنی شما مجبورید برای جذب هر مشتری جدید پول بیشتری بپردازید)؛ احتمالاً زمان آن فرا رسیده است که برند خود را برای مشتریان جذاب‌تر کنید و هواداران بالقوه خود را افزایش دهید.

محصول‌تان بازار خوبی دارد اما برندتان
ناشناخته است

شاید تعجب‌آور باشد ولی ممکن است شرکت شما ۹۰ درصد بازار یک محصول را در اختیار داشته باشد و هم‌زمان عده کمی برندتان را بشناسند. بهتر است یک تست بازار روی مخاطبان موردنظرتان انجام دهید تا متوجه شوید مردم برند شما را تا چه حد نسبت به یک شرکت شناخته‌شده در این صنعت، می‌شناسند. شاید زمان آن رسیده است که روی معرفی برندتان سرمایه‌گذاری کنید.

خط تولید خود را توسعه داده‌اید

وقتی فقط یک محصول را عرضه می‌کنید، تنها یک پیام را به مخاطبان‌تان ارسال می‌کنید؛ اینکه چرا مشتری باید به این محصول توجه کند و این خدمات چگونه زندگی او را بهتر می‌کند.

اما هنگامی که محصولات دیگری را به بازار اولیه می‌افزاید، تشخیص این پیام کمی سخت‌تر می‌شود. در این زمان شما باید داستان خود را ارتقا دهید و در مورد موضوع مشترکی صحبت کنید که همه این محصولات را زیر یک چتر جمع می‌کند؛ یعنی همان حس هدف سازمان.

بازار صنعت شما بازیگران زیادی دارد

اگر تعداد رقبای شما در بازار بیش از انگشتان دست است، احتمالاً برای تمایز بخشیدن به محصول‌تان در این بازار با مشکل مواجه خواهید شد. در چنین شرایطی تبلیغ برای ویژگی‌های محصول، صدای برند شما را به گوش مردم نمی‌رساند. ضمن اینکه آخرین چیزی که در چنین بازاری نیاز دارید این است که روی قیمت محصول با دیگران به رقابت بپردازید. پس راه حل نجات‌بخش شما چیست؟

یک داستان برند منحصره‌فرد برای مشتریان‌تان تعریف کنید که براساس مجموعه‌ای از ارزش‌های مشترک محصولات‌تان، ارتباط حسی خوبی با مخاطبان برقرار کند.

منبع: INC



تبلیغات خلاق



گاهی بیان می‌شود هیچ چیز مثل تبلیغات بد نیست، اما این گفته حقیقت ندارد. روزنامه‌نگارانی مثل «مکس کلیفورد» بخش زیادی از درآمدشان ناشی از نگرانی جشن‌های بزرگ برای حفظ داستان‌های اشتباه در مورد مطبوعات است. در گذشته نه‌چندان دور، «تایگز وودز» مشهورترین ورزشکار جهان بعد از اینکه زندگی خصوصی‌اش فاش شد از چرخه گلف بیرون رفت. پس از آن چند نفر از حامیان مالی‌اش از او خواستند در نقش تبلیغ‌کننده برندهای‌شان شود.

ترجمه: علی‌آلی علی

اگر نگاهی به اطراف‌مان ببیندازیم، گوشه‌وکنار شهرها پر از تبلیغات برندهای کوچک‌وبزرگ است. برخی از این نام‌ها مدت‌ها در ذهن مخاطب باقی خواهد ماند. این در حالی است که لوگو و نام برندهای دیگر تنها چند ساعت یا دقیقه در ذهن افراد باقی می‌ماند. در واقع نام‌گذاری و انتخاب لوگو مناسب برای یک شرکت آنقدرها هم ساده نیست. هنگام نام‌گذاری یک برند باید به موارد متنوعی توجه کرد. یکی از المان‌های مهمی که به تازگی موسسه تحقیقاتی Data Hero مورد بررسی قرار داده است، اهمیت اختصار نام برند و تناسب آن در قالب یک آدرس ایمیل است. همچنین باید توجه داشت که تلفظ چنین نامی در بازارهای هدف گوناگون چه معنایی از خود بروز می‌دهد. گاهی اوقات برخی اسامی در فرهنگ‌های مختلف معانی گوناگون و بعضاً توهین‌آمیز دارند. تیم پژوهشی موسسه هاروارد بیزینس نام حداکثر ۱۰ کلمه‌ای را برای برندها مناسب می‌داند. نگاهی به نام‌هایی نظیر گوگل، یاهو، استارباکس و از این قبیل به خوبی بیانگر اهمیت تلفظ راحت نام‌های تجاری است. انتخاب یک نام جذاب تنها بخشی از مرحله بنای برندی خوش‌ساخت است. آنچه پیش از همه در نگاه مخاطب جلوه خواهد کرد، لوگوی برندتان است. در واقع لوگو نخستین محصول فروخته شده هر برندی به مشتریان خواهد بود. موفقیت در انتخاب لوگوی همسوس با نام و ماهیت برند گام بلندی در راستای سهم‌خواهی از بازار است. در این مقاله به قلم ساموئل اندواردز و گراهام وینفردی نحوه نام‌گذاری و طراحی لوگو مناسب مورد بررسی قرار گرفته است. در ادامه مراحل این فرآیند پیچیده به شیوه‌ای ساده بیان خواهد شد.

حاصله، راه‌گشای مشکلات آتی

بسیاری از صاحبان کسب‌وکارها طراحی لوگو و نام‌گذاری برندشان را به‌عنوان آخرین گام فرآیند برندسازی

همه آنچه برای نام‌گذاری و طراحی لوگو برندتان باید بدانید

متن و تصویر



بازخوردهای جامعه آماری‌تان در مورد یادآوری راحت لوگو‌تان مثبت بود، انتشار وسیع‌اش اهداف پیش‌بینی شده نیست. کاربرد لوگو معرفی اجمالی حوزه فعالیت برندتان است و با چند المان ساده نیز این هدف دست‌یافتنی است. در مورد انتخاب نام نیز اسامی ساده و تک‌بخشی هم ماندگاری بیشتری در ذهن دارند و هم قدرت مانور بیشتری در تبلیغات برای شما به ارمغان خواهد آورد.

هدف پشت‌پرده

اگر لوگو و نام برند را به صحنه تئاتر تشبیه کنیم، نمایشنامه‌تان باید دربرگیرنده کارگرد همه اجزا و هدف نهایی از راه‌اندازی چنین ضیافتی باشد. نتنها در دو سطح مورد‌نظر، بلکه در تمامی سطوح به‌گونه‌ای عمل کنید که مفهوم عمل‌تان به راحتی قابل درک باشد. به‌عنوان مثال لوگو برند BMW اشاره به شروع کسب‌وکار این غول آلمانی از حوزه هواپیمایی دارد. درک این مطلب با نگاهی ساده به لوگوی این شرکت چندان دشوار به نظر نمی‌رسد. بر همین اساس نامی مانند فِدکس نیز به راحتی قابل درک و معنای از سوی مخاطب است. این نام در واقع خلاصه عبارت فدرال اکسپرس به معنای حمل‌ونقل سریع فدرال است.

سادگی و سودآوری

اغلب به اشتباه حوزه تبلیغات و بازاریابی را مبتنی بر فعالیت‌های پرسروصدا می‌دانند. با این حال پژوهش‌های بخش توسعه و تحقیقات برند کادیلک استفاده از المان‌های ساده در طراحی لوگو را عملی موثر در جذب بیشتر مخاطب عنوان کرده است. این ادعا مبتنی بر یافته‌های اخیر روانشناسان اجتماعی مبنی بر توانایی سیستم شناختی انسان در حذف خودکار محتوای پرتکرار محیط پیرامون است. بر این اساس تبلیغات مرسوم مانند آنچه پس از دهه نخست سده ۲۱ با حضور طیف گسترده‌ای از ستارگان هالیوود و قهرمانان ورزشی ارائه می‌کرد، به تدریج توجه کمتری را به خود جلب خواهد کرد. آنچه از این بحث به حوزه نام‌گذاری و

توجه به المان‌های تاثیرگذار

در اینجا به بررسی دو المان مهم در طراحی لوگو و نام‌گذاری خواهیم پرداخت: مورد نخست سهولت یادآوری است. پیش از انتشار رسمی لوگو شرکت‌تان آن را در جامعه آماری محدود مورد بررسی قرار دهید. اگر



چند تمرین مهم برای بهتر شدن ارتباط فروشندگان با مشتریان

نوع ارتباطی که شرکت‌ها و برندها با مشتریان خود برقرار می‌کنند به روند فروش و بازاریابی آنها بسیار کمک می‌کند.

این مسئله به خوبی روشن است و دلیل آن هم این است که فروش و فروشندگی، توانایی جلب موافقت و قانع کردن مشتریان است. در صورتی که فروشنده یا برندی به اندازه کافی توانایی برقراری ارتباط و مهارت‌های ارتباطی را نداشته باشد تحت هیچ شرایطی نمی‌تواند نظر مشتریان را جلب و آنها را قانع کند. یک فروشنده و بازاریاب قدرتمند قادر است تمامی راهبردها و استراتژی‌هایی که در زمینه کسب‌وکار خود فراگرفته است به خواسته‌ها و نیازهای مشتریان ارتباط دهد و این فکر را در ذهن مشتریان تداعی کند که جای هیچ‌گونه نگرانی نیست و آنها به هدف و نیازی که دارند خواهند رسید. از نظر مشاوره بازاریابی برای اینکه بازاریاب یا فروشنده‌ای بتواند به این توانایی دست پیدا کند، علاوه بر اینکه باید مطالعه و دانش کافی در این زمینه داشته باشد بلکه مهم‌تر از آن، تجربه است. تنها تحت شرایط تمرین و تجربه است که شما می‌توانید چنین توانایی را کسب کنید. بنابراین بهتر است به تمریناتی که در ادامه این مقاله به نقل از پارک بازاریابی ایران اشاره می‌شود دقت کافی داشته باشید و آنها را به اندازه کافی تمرین کنید.

۱- حواس‌تان جمع باشد

نخستین و کلیدی‌ترین نکته‌ای که هنگام برقراری ارتباط با مشتریان باید به آن توجه کنید این است که شما باید تمامی رفتارها و کلام مشتریان و خودتان را به دقت تحت نظر داشته باشید و کاملاً حواس‌تان باشد که مشتری از شما چه انتظاری دارد و نوع تعاملی که شما با آن برقرار می‌کنید آیا یک ارتباط مناسب است یا نه.

۲- به دقت به سخنان مشتری خود گوش دهید

از نظر مشاوره بازاریابی وقتی مشتری با شما در حال صحبت کردن است باید تمامی حواس‌تان به مشتری و صحبت‌هایی که می‌کند باشد. شما در صورتی می‌توانید به درستی نیاز مشتریان را برطرف کنید که بدانید دقیقاً او به دنبال چیست؟ این به دست نمی‌آید مگر اینکه با دقت به سخنان او گوش داده باشید و بدانید او به دنبال چه محصول یا خدماتی است. علاوه بر این، زمانی که شما به سخنان مشتری خود با دقت گوش می‌دهید او خیالش از این بابت راحت است که می‌تواند نیاز و خواسته خود را به شما بگوید و انتظار داشته باشد که نیازش برآورده شود.

۳- سوال پرسیدن

همزمان با اینکه به سخنان مشتریان خود گوش می‌دهید، هر جا احساس کردید که متوجه منظور او نمی‌شوید یا اینکه نیاز به توضیح بیشتر است تا بدانید دقیقاً او به دنبال چیست و چه هدفی دارد بهتر است از او سوال کنید. سوال کردن نه‌تنها نشان می‌دهد که شما به سخنان او گوش می‌دهید و گفته‌های او برای‌تان مهم است، بلکه اطلاعات کامل‌تری نیز به دست می‌آورد تا نیاز او را به درستی برآورده کنید.

۴- به حرکات یا همان زبان بدن مشتری خود توجه کنید

افرادی که در برقراری ارتباط‌ها موفق هستند اکثراً جزو افرادی هستند که به خوبی می‌توانند زبان بدن دیگران را درک و متناسب با آن رفتار کنند. از نظر مشاوره بازاریابی شما باید به‌گونه‌ای روی حرکات و رفتار خود کار و تمرین کنید که بتوانید با زبان بدن خود به مشتریان نشان دهید که:

(۱) به سخنان او گوش می‌دهید.

(۲) می‌تواند به شما اطمینان کند.

(۳) شما متوجه صحبت‌های او شده‌اید.

(۴) شما نیز علاقه‌مند هستید تا محصول یا خدمات مورد نظر او را برایش فراهم کنید.

۵- توجه به زیر و بمی صدا

نوع صدایی که از دیگران می‌شنویم می‌تواند روی نگرش ما تاثیر مثبت یا منفی داشته باشد. سعی کنید یک تن صدای متوسطی را برای صحبت کردن با مشتریان خود تمرین کنید. صدایی که نه خیلی بلند و نه خیلی پایین باشد، همچنین شمرده شمرده و کاملاً قابل فهم صحبت کنید.

۶- در زمینه فعالیت خود تخصص کسب کنید

سعی کنید در هر زمینه‌ای که مشغول فعالیت فروشندگی هستید اطلاعاتی را به دست آورید. معمولاً انسان‌ها به فردی اعتماد می‌کنند که بدانند او براساس مستندات و اطلاعاتی که دارد صحبت می‌کند.

۷- هدف و نیت خیر داشته باشید

شما به‌عنوان یک فروشنده اگر می‌خواهید ارتباط موثر و خوبی با مشتریان خود برقرار کنید باید نیت خیر داشته باشید و واقعا به دنبال این باشید که نیاز مشتری را برطرف کنید. مشتریان شما به خوبی متوجه نیت خیر شما خواهند شد.



بازاریابی خلاق



کارآفرینی

ویژگی‌های اساسی کارآفرینان برای رسیدن به موفقیت



انسان‌ها هر روز علاوه بر کار کردن و داشتن خواب کافی، مقداری زمان اضافه دارند. تفاوت کارآفرینان موفق با دیگران این است که از زمان خود به‌صورت بهینه استفاده می‌کنند.

انسان‌هایی در زندگی خود موفق هستند که کار سخت را در اولویت قرار می‌دهند و بعد از آن شروع به رویاپردازی می‌کنند. این اصل اگر پایه و اساس زندگی قرار بگیرد به منبعی از دلگرمی تبدیل می‌شود و شما را به اهداف‌تان نزدیک می‌کند. این روزها همه می‌خواهیم کارها سریع‌تر و با حداقل خروجی انجام شوند. در صورتی که یک کارآفرین بدون کار سخت و تحمل شرایط دشوار نمی‌تواند به موفقیت برسد. جرارد آدامز، کارآفرین و سرمایه‌گذاری موفق است که به‌عنوان مربی جوانان شناخته می‌شود.

در ادامه این مقاله به نقل از زومیت، به بررسی ویژگی‌هایی می‌پردازیم که از نظر آدامز هر کارآفرین موفق باید داشته باشد.

۱- با ناراحتی احساس راحتی کنید

اگر می‌خواهید در زندگی فردی تاثیرگذار باشید و به اهداف خود برسید، باید با چیزهایی که شما را ناراحت می‌کنند کنار بیایید و کارهایی را انجام دهید که از آنها وحشت دارید. آدامز می‌گوید: «من خیلی زود یاد گرفتم که برای پاداش گرفتن باید ریسک کنم. یکی از سخت‌ترین مکالمات من زمانی بود که به پدرم گفتم می‌خواهم مدرسه را ترک کنم. او در پاسخ گفت تو خودت مسئول کارهایی که انجام می‌دهی هستی و اگر شکست خوردی، خودت باید مسئولیت آن را بپذیری و مشکل را حل کنی. این احساس عدم اطمینان من را بسیار ناراحت کرد، اما از طرفی به من انگیزه‌ای داد که بتوانم شرایط سخت را تحمل کنم. من یاد گرفتم که ایستادن و مقاومت کردن در شرایط عدم قطعیت بهترین راهی است که شما را وارد مرحله بعدی می‌کند. به یاد می‌آورم زمانی که می‌خواستم کسب‌وکار خودم را راه‌اندازی کنم، احساس شک و تردید و ریسک کردن تبدیل به یکی از واقعیت‌های زندگی من شده بود. مهم نیست در کدام مرحله از زندگی خود قرار دارید. مهم این است که بپذیرید برای پیشرفت کردن باید ریسک کنید و رو به جلو قدم بردارید.» بنابراین از خودتان بپرسید چه چیزی شما را عقب می‌کشد؟ یا اینکه چه چیزی را برای پیشرفت باید رها کنید.

۲- یک شبکه قدرتمند بسازید

شبکه شما مهم‌ترین دارایی‌تان است. آدامز در این رابطه می‌گوید: «در یکی از کتاب‌هایی که خواندم، نوشته شده بود کار کردن با افرادی که علاقه‌مندی و ارزش‌های مشابه شما دارند کمک می‌کند یک مجموعه قوی بسازید و به مراحل بالاتری از موفقیت دست پیدا کنید.» بهتر است شما هم به‌عنوان یک کارآفرین با دیگر کارآفرینان در ارتباط باشید، زیرا تجارب یکدیگر بهره‌بردی و از هم حمایت کنید.

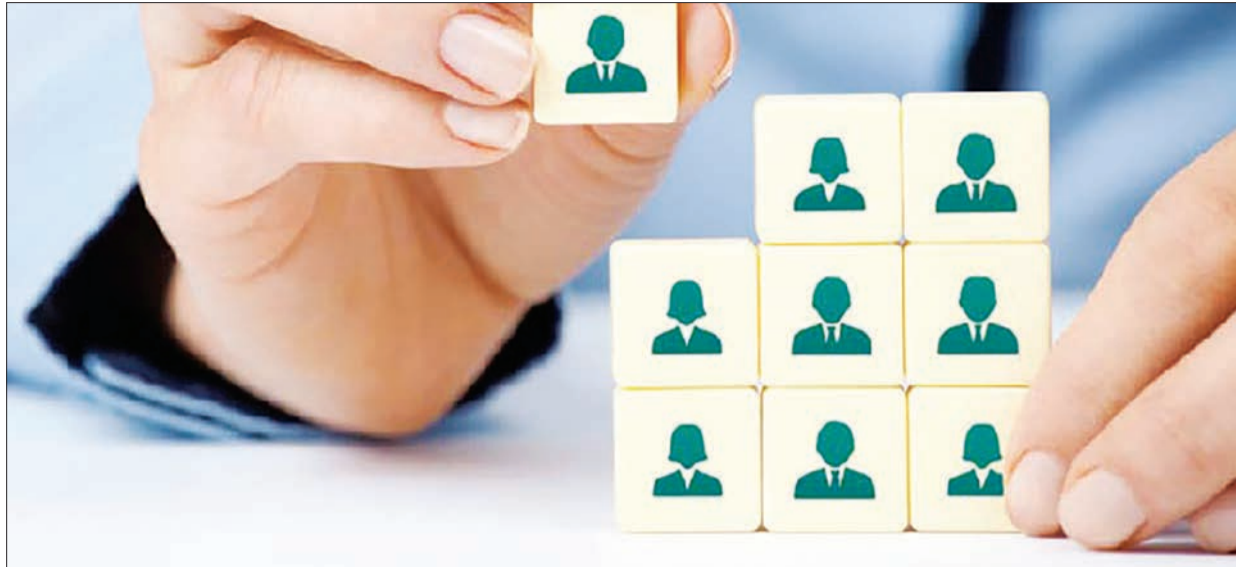
۳- سخت کار کردن کلید اصلی موفقیت است

شما به‌عنوان یک کارآفرین باید هر روز به سختی کار کنید و از مهارت‌های خود نهایت استفاده را ببرید. آدامز می‌گوید: «من عاشق کار کردن و سختی کشیدن هستم. اگر شبکه‌ای از بهترین و باهوش‌ترین افراد را هم در کنار هم داشته باشید، نمی‌توانید بدون کار کردن به نتیجه برسید. شما بین شش تا هشت ساعت در روز می‌خواهید و بین ۸ تا ۱۰ ساعت کار می‌کنید. یعنی در یک روز بین ۶ تا ۱۰ ساعت زمان اضافه دارید. این مقدار، زمان بسیار زیادی است و می‌توان استفاده‌های متفاوتی از آن کرد. تفاوت بین کارآفرینان موفق و دیگران در این است که این زمان اضافه را چگونه سپری می‌کنند. نتیجه تفریح کردن و خوشگذرانی متفاوت از تلاش کردن و سخت کار کردن است.»

منبع: INC



انواع مدل‌های شایستگی و اهمیت به‌کارگیری آنها در سازمان‌ها



سازمان‌های موفق درک کرده‌اند که طراحی و اجرای فرآیندهای مناسب برای استخدام، آموزش و تدوین مسیر شغلی کارکنان‌شان، اهمیت بسیاری دارد. تدوین و حفظ این فرآیندها تنها روند استفاده از منابع انسانی ساده‌تر و کارآمدتر می‌کند، بلکه به کارکنان کنونی سازمان برای شناسایی و کسب مهارت‌هایی کمک می‌کند که به افزایش بهره‌وری آنها در جایگاه فعلی یا آتی‌شان منجر می‌شود، بنابراین اجرای شدن مدل شایستگی، در پیشرفت و موفقیت سازمان نقش مهمی دارد. در این مطلب به نقل از chetor، با انواع مدل‌های شایستگی و اهمیت آنها آشنا می‌شوید.

مدل شایستگی چیست؟

مدل شایستگی با گردآوری داده‌هایی درباره مهارت‌ها، توانمندی‌ها و نیازمندی‌های لازم برای موفقیت کارمند یا کارگر در جایگاهی شغلی آغاز می‌شود. مهارت‌ها و قابلیت‌های کارمند فعلی یا متقاضی شغل که به‌عنوان عوامل شایستگی شناخته می‌شوند نیز به این مدل افزوده می‌شوند. شرکت‌ها مدل شایستگی را برای تصمیم‌گیری در طول فرآیند استخدام، شناسایی آموزش‌های اولیه لازم و تصمیم‌های مربوط به برنامه‌ریزی کارکنان به‌کار می‌گیرند.

انواع مدل‌های شایستگی

در میان مدل‌های گوناگون شایستگی، انتخاب مدل مناسب برای شرکت یا سازمان مهم است. شناخت کارکرد

می‌گیرند، ممکن است تنها مربوط به بخش یا اداره‌ای خاص باشند.

۳- مدل شایستگی‌های شغلی

برخلاف شایستگی‌های عملکردی، شایستگی‌های شغلی شامل مجموعه مهارت‌هایی است که به‌طور ویژه برای شغل یا جایگاهی خاص لازم است. این مدل همه کارکنان‌شان ضروری می‌دانند. با مدل شایستگی‌های اساسی سازمانی، می‌توانید این مهارت‌های پایه‌ای ضروری را شناسایی و ردیابی کنید و به دنبال نیروی کاری باشید که از این مهارت‌ها برخوردار باشد. نمونه‌ای از شایستگی اساسی برای سازمان‌ها برخورداری از مهارت‌های ارتباطی پایه است. این عامل شایستگی عناصر تشکیل‌دهنده مهارت‌های ارتباطی را مشخص و برای خبرگی در این مهارت‌ها اهداف آموزشی ارائه می‌کند.

۴- مدل شایستگی رهبری

برای به‌کار گرفتن فردی در جایگاه مدیریت و رهبری سازمان، برخی شایستگی‌های کلیدی به‌شدت ضروری هستند؛ شایستگی‌هایی نظیر خودمدیریتی و توسعه شخصی، توانایی هدایتگری و مربیگری و اخلاق‌مداری نمونه‌هایی از مهارت‌هایی است که فردی در جایگاه رهبری سازمان باید از آنها برخوردار باشد. برای تضمین پیشرفت سازمان، رهبران همیشه باید یک گام جلوتر باشند و پیوسته مهارت‌های ارزشمند رهبری را بهبود ببخشند. با استفاده از مدل شایستگی رهبری می‌توان از جذب و حفظ این شایستگی‌های کلیدی مطمئن شد.

۵- مدل شایستگی سفارشی

سازمان‌ها و شرکت‌ها مانند هم نیستند. بر مبنای ویژگی‌های شرکت یا سازمان‌تان، ممکن است لازم باشد مدل شایستگی مناسب‌تان را خلق کنید. فارغ از اینکه کدام مدل (ها) را انتخاب می‌کنید، مدل (های) انتخابی‌تان باید در راستای اهداف و شایستگی‌های اساسی سازمان باشد.

اهمیت به‌کارگیری انواع مدل‌های شایستگی

دلایل گوناگونی برای استفاده از مدل‌های شایستگی وجود دارد. شرکت‌های موفق سخت‌کوشانه به‌دنبال راه‌حلی پایدار برای استخدام، آموزش، جایگزینی کارکنان و افزودن ارزش نیروی کارشان هستند. در ادامه به برخی از عواملی اشاره می‌کنیم که اهمیت اجرای کردن مدل شایستگی را برای رشد کسب‌وکار نشان می‌دهند.

۱- استفاده کارآمدتر

بخش منابع انسانی، سپاسگزار داده‌هایی خواهند بود که گردآوری و تحلیل آنها برآمده از مدل‌های شایستگی باشد. در این موارد نه‌تنها شرح شغلی دقیق‌تری وجود خواهد داشت که کار را برای این بخش آسان‌تر می‌کند، بلکه به آنها اجازه می‌دهد مهارت‌های درخواستی و مهارت‌های ضروری را از هم تشخیص بدهند و در نتیجه بهترین افراد را برای مصاحبه انتخاب کنند. به این ترتیب ابزار و روند استخدام برای

استخدام‌کنندگان کارآمدتر می‌شود. همچنین مدیران رده‌بالا تر زمان کمتری صرف بررسی رزومه‌ها و مصاحبه‌های بی‌نتیجه می‌کنند.

۲- گوناگونی و جامعیت

برخورداری از نیروی کار متنوعی که دربرگیرنده ویژگی‌های ضروری و ممتاز باشد، امتیاز ویژه‌ای است. مربوط است. اطلاعات روشن و شفاف هستند و در اختیار همه قرار می‌گیرند. همه افراد در مباحثات شرکت می‌کنند. در این جلسات، توافق‌هایی نتیجه‌ای نیست که به‌اجبار حاصل شده باشد. چنان‌که ارسطو می‌گوید: «این علامت یک ذهن عالم و بالغ است که از آرا و تفکرات مختلف استقبال می‌کند، بی‌آنکه لزوماً آنها را بپذیرد.»

تیم باید سه ویژگی شخصیتی داشته باشند:

درهای ذهن‌تان را باز بگذارید و سوالات احمقانه پرسید

شما باید به خودتان اجازه دهید سوالات احمقانه پرسید و ایده‌های احمقانه مطرح کنید. مسلماً زمانی می‌توانید چنین کاری کنید که به همه اعضای تیم اعتماد داشته باشید و بدانید که از این بابت شما را مسخره نمی‌کنند و مهم‌تر اینکه این مسائل خارج از این جلسه کاری، جایی مطرح نمی‌شود. شما هرگز نمی‌دانید که یک سوال یا ایده احمقانه، ممکن است ایده فوق‌العاده‌ای را به دیگران الهام کند و شاید اصلاً آنچه می‌خواهید بگویید برخلاف تصور، اصلاً بی‌ربط و سبک‌سرانه نباشد. معمولاً ایده‌های بزرگ از حواشی دانش حاصل می‌شوند؛ یعنی همان‌جایی که اغلب ایده‌های احمقانه پرسه می‌زنند.

بهراحتی دیگران را به چالش بکشید

هنگامی که یک سوال یا ایده احمقانه می‌شنوید، باید آنقدر احساس راحتی کنید که بتوانید آن را به چالش بکشید. بگویید این ایده بی‌ربط و بی‌معنی است. از آن انتقاد کنید. بازخورد خود را صادقانه و بدون اینکه بخواهید به طرف مقابل آسیبی بزنید، اظهار کنید، ولی بیش‌ازحد خودتان را در مسیر مشترک قرار بگیرند و همچنین برای تصمیم‌های روزمره‌شان به داده‌های ارزشمند دسترسی داشته باشند.

برای دریافت بازخورد، اعتمادبه‌نفس کافی داشته باشید

شما باید آنقدر اعتمادبه‌نفس داشته باشید که چنین انتقادی را از سمت دیگران بپذیرید؛ بدون اینکه مسئله را شخصی یا احساسی کنید یا بخواهید حالت تدافعی به خودتان بگیرید. شما باید به بازخوردها به‌خوبی گوش فرا دهید. حتی اگر فقط ۱۰ درصد از انتقاد وارده درست باشد، بازهم از ادراک یک انسان ناشی شده است. مسئله را از نگاه مخاطب ببینید، ایده خود را براساس این بازخوردها تصحیح کنید و اجازه ندهید مورد انتقاد قرار گرفتن، آسیبی به شما بزند.

به یاد داشته باشید که این سه ویژگی، دو پیش‌نیاز اصلی دارند: اعتماد بین اعضای تیم و تمایل همه افراد تیم به این خصوصیات.

منبع: INC

به دانش‌آموزان در امتحان ریاضی کمک کنید - ساده‌ترین راه برای شروع یک کسب و کار اینترنتی این است که دانش‌تان را با دیگران به اشتراک بگذارید. اگر در زمینه ریاضیات تبحر دارید می‌توانید به دانش‌آموزان در انجام تکالیف ریاضی‌شان کمک کنید. ریاضیات برای اکثر افراد یک موضوع سخت محسوب می‌شود و شما می‌توانید از این فرصت استفاده کنید.

کلید

رفتارهایی که در بهبود کار تیمی موثرند



کار تیمی مفید و موثر بیش از همه به گفت‌وگو و انتقاد سازنده بستگی دارد. به همین دلیل اعضای تیم باید به‌راحتی در مباحثات شرکت کنند.

به گزارش زومیت، مباحثات کاری معمولاً به سه قسم تبدیل می‌شوند؛ نوع اول، استدلال سیاستمدارانه است که در آن مهم‌ترین موضوعات مورد نقد و بررسی قرار نمی‌گیرند. جلسات مکرری برگزار می‌شوند، ولی کسی از سوزه اصلی سخن به میان نمی‌آورد. شما بیش از اینکه روی نتیجه و خروجی مباحثات متمرکز باشید، مواظب هستید که چه حرف‌هایی را «نباید» بزنید. دسته دوم، استدلال مخرب هستند که در آنها همه‌چیز حالت شخصی و احساسی به خود می‌گیرد. اعضای تیم به حرف یکدیگر گوش نمی‌دهند. افراد بیش از اینکه به یک راه‌حل مفید فکر کنند، روی محق شناخته شدن و برنده بودن متمرکز هستند.

نوع سوم، برخوردها و مباحثات سازنده است که از کار تیمی موثر و خلاقانه حمایت می‌کند. هیچ مسئله‌ای شخصی تصور نمی‌شود، هر موضوعی که به زبان می‌آید یا اتفاق می‌افتد، فقط به همان جلسه مربوط است. اطلاعات روشن و شفاف هستند و در اختیار همه قرار می‌گیرند. همه افراد در مباحثات شرکت می‌کنند. در این جلسات، توافق‌هایی نتیجه‌ای نیست که به‌اجبار حاصل شده باشد. چنان‌که ارسطو می‌گوید: «این علامت یک ذهن عالم و بالغ است که از آرا و تفکرات مختلف استقبال می‌کند، بی‌آنکه لزوماً آنها را بپذیرد.»

تیم باید سه ویژگی شخصیتی داشته باشند:

درهای ذهن‌تان را باز بگذارید و سوالات احمقانه پرسید

شما باید به خودتان اجازه دهید سوالات احمقانه پرسید و ایده‌های احمقانه مطرح کنید. مسلماً زمانی می‌توانید چنین کاری کنید که به همه اعضای تیم اعتماد داشته باشید و بدانید که از این بابت شما را مسخره نمی‌کنند و مهم‌تر اینکه این مسائل خارج از این جلسه کاری، جایی مطرح نمی‌شود. شما هرگز نمی‌دانید که یک سوال یا ایده احمقانه، ممکن است ایده فوق‌العاده‌ای را به دیگران الهام کند و شاید اصلاً آنچه می‌خواهید بگویید برخلاف تصور، اصلاً بی‌ربط و سبک‌سرانه نباشد. معمولاً ایده‌های بزرگ از حواشی دانش حاصل می‌شوند؛ یعنی همان‌جایی که اغلب ایده‌های احمقانه پرسه می‌زنند.

بهراحتی دیگران را به چالش بکشید

هنگامی که یک سوال یا ایده احمقانه می‌شنوید، باید آنقدر احساس راحتی کنید که بتوانید آن را به چالش بکشید. بگویید این ایده بی‌ربط و بی‌معنی است. از آن انتقاد کنید. بازخورد خود را صادقانه و بدون اینکه بخواهید به طرف مقابل آسیبی بزنید، اظهار کنید، ولی بیش‌ازحد خودتان را در مسیر مشترک قرار بگیرند و همچنین برای تصمیم‌های روزمره‌شان به داده‌های ارزشمند دسترسی داشته باشند.

برای دریافت بازخورد، اعتمادبه‌نفس کافی داشته باشید

شما باید آنقدر اعتمادبه‌نفس داشته باشید که چنین انتقادی را از سمت دیگران بپذیرید؛ بدون اینکه مسئله را شخصی یا احساسی کنید یا بخواهید حالت تدافعی به خودتان بگیرید. شما باید به بازخوردها به‌خوبی گوش فرا دهید. حتی اگر فقط ۱۰ درصد از انتقاد وارده درست باشد، بازهم از ادراک یک انسان ناشی شده است. مسئله را از نگاه مخاطب ببینید، ایده خود را براساس این بازخوردها تصحیح کنید و اجازه ندهید مورد انتقاد قرار گرفتن، آسیبی به شما بزند.

به یاد داشته باشید که این سه ویژگی، دو پیش‌نیاز اصلی دارند: اعتماد بین اعضای تیم و تمایل همه افراد تیم به این خصوصیات.

منبع: INC



مدیر عامل شرکت گاز استان گیلان:

HSE باید به یک فرهنگ در سازمان تبدیل شود

رشت- زینب قلیپور- دومین نشست کارگروه تخصصی بازنگری مجموعه مقررات صدور پروانه های انجام کار (PTW) با حضور حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان و مسئولین HSE شرکت ملی گاز و شرکت های تابعه در زینکناز انزلی برگزار شد. در این جلسه مهندس اکبر ضمن عرض خوشامد به مدیران حاضر در این نشست، از بروز حادثه پالایشگاه نفت تهران و دلک نفتی ۹۵ شرکت ملی حفاری ابراز تاسف نمود و بر لزوم رعایت نکات ایمنی در انجام کلیه امور تاکید کرد. اظهار داشت: HSE باید به یک فرهنگ در سازمان تبدیل شود و برای تحقق این مهم، نیازمند به تلاش و همکاری همه شما رؤسای محترم امور HSE و یکپارگی کارکنان شرکت های گاز هستیم. وی با اشاره به ورود شرکت گاز به پنجاه سال فعالیت خود، از راه اندازی پروژه های کیفی در جهت افزایش سطح رضایتمندی مشتریان عزیز خبر داد. مهندس اکبر در خصوص مصرف گاز در گیلان اظهار داشت: هدف شرکت گاز استان گیلان تحویل ۶،۹ میلیارد مترمکعب گاز به مشترکین گاز در استان می باشد که تاکنون و پس از گذشت ۷ ماه از سال، ۳ میلیارد مترمکعب از آن محقق شده است. وی از آمادگی شرکت گاز در جهت تحقق شعار اصلی وزارت نفت "اول ایمنی، بعد کار" ، نتایج این نشست منجر به رعایت بیشتر مقررات و ایمنی در اجرای کارها در جهت کاهش اتفاقات و حوادث شود.

حضور شرکت آب و فاضلاب روستایی استان گلستان در نمایشگاه پدافند غیر عامل

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- به مناسبت هفته پدافند غیر عامل نمایشگاهی در راستای فرهنگ سازی ارائه دستاوردها و توانمندیهای صنعت آب و برق استان گلستان در محل مدیریت آب و فاضلاب منطقه گرگان برگزار شده. گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب روستایی استان گلستان، بهزاد هرمزی سرپرست اداره بحران، بهداشت، ایمنی و محیط زیست این شرکت گفت: بر اساس تصمیمات اتخاذ شده کارگروه آب و انرژی این نمایشگاه با حضور شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی شرکت توزیع برق و شرکت آب منطقه ای گلستان برگزار شده که آخرین دستاوردها، فعالیت ها و تجهیزات این صنعت به نمایش گذاشته شد. وی تصریح کرد: این نمایشگاه یک روزه که با استقبال خوب مسئولان و مردم همراه بود بازدید کنندگان از نزدیک با مقوله پدافند غیر عامل در حوزه آب و فاضلاب روستایی آشنا شدند.

کارکنان و فعالان بخش راهداری و حمل و نقل جاده ای گلستان به کمپین «سه شنبه های بدون خودرو» پیوستند

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای گلستان اعلام کرد: کارکنان و فعالان بخش راهداری و حمل و نقل جاده ای استان با پیوستن به کمپین «سه شنبه های بدون خودرو» قصد دارند برای فرهنگ سازی استفاده پهنه از منابع ملی، کاهش آلودگی هوا، مدیریت زمان در حمل و نقل درون شهری و بیرون شهری و حمایت از سرمایه گذاری های صورت گرفته در صنعت حمل و نقل عمومی، تلاش و همتی عمومی داشته باشند. به گزارش اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گلستان، «مهدی میقاتی» به پایگاه اطلاع رسانی اداره کل اظهار کرد: این کار پسندیده و شایسته همکاران و فعالان حمل و نقل جاده ای استان بیانگر توجه به مسئولیت های اجتماعی هر یک از افراد جامعه در قبال منافع و سرمایه های ملی کشور و حفاظت از آنان برای نسل های آینده است. وی در ادامه افزود: در بخش حمل و نقل عمومی برون شهری در سال ۹۶ شاهد سرمایه گذاری قابل توجه هستیم که استمرار توسعه ناوگان علاوه بر نوسازی و ارتقاء خدمات بر پایدار اشتغال ایجاد شده کمک قابل توجهی خواهد کرد. میقاتی همچنین از تمام مردم و مسئولان استان دعوت کرد که با پیوستن به این کمپین سراسری، از حرکت مدنی ایجاد شده حمایت کرده تا شاهد سرزمینی پاک و با کمترین آلودگی زیست محیطی باشیم.

برگزاری همایش الزامات و ملاحظات پدافند غیر عامل در طرح های توسعه و عمران شهری

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- با حضور مدیر کل پدافند غیر عامل استانداری، مدیر معماری و شهرسازی اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین، رییس سازمان نظام مهندسی ساختمان استان، اساتید، کارشناسان و مهندسان، سومین همایش الزامات و ملاحظات پدافند غیر عامل در طرح های توسعه و عمران شهری در سالن اجتماعات استانداری قزوین برگزار گردید. به گزارش اداره روابط عمومی اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین، این همایش توسط اداره کل راه و شهرسازی با همکاری سازمان نظام مهندسی و اداره کل پدافند غیر عامل استانداری برگزار گردید. محسن اسماعیلی مدیر معماری و شهرسازی این اداره کل در این مراسم گفت: تلاش ما این است که موضوع پدافند غیر عامل در کلیه طرح ها و برنامه های در دست اقدام در نظر گرفته شود. اسماعیلی افزود: تهیه و تدوین محبت بیست و یکم مقررات ملی ساختمان با موضوع پدافند غیر عامل نشان از اهمیت این امر داشته و جدید وزارت راه و شهرسازی را در لزوم بکارگیری قوانین و دستورالعمل های آن در طرح و پروژه های در دست اقدام نشان می دهد.

معانوت امور اجتماعی دانشگاه علوم پزشکی کرمان یک ساله شد

کرمان- خبرنگار فرصت امروز- مراسم یک سالگی معانوت امور اجتماعی دانشگاه علوم پزشکی کرمان یکشنبه ۱۴ آبانماه در محل معانوت امور اجتماعی دانشگاه برگزار شد. معانوت امور اجتماعی در سال ۱۳۹۵ به دستور وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در وزارتخانه شکل گرفت و به دنبال آن در همان سال، معانوت امور اجتماعی در دانشگاه علوم پزشکی کرمان فعالیت خود را آغاز کرد. هدف از تشکیل معانوت اجتماعی خدمت برتر و بهتر به جامعه و تلاش جهت رفع مشکلات سلامت جامعه می باشد. دکتر ابوسعیدی معاون امور اجتماعی ضمن بیان و تشریح عملکرد حوزه های مختلف معانوت از زحمات و همکاری های کلیه کارکنان تشکر و خواستار پیگیری و ممارست در پیشبرد اهداف تعیین شده معانوت شد. در ادامه مراسم با اهداء لوح سپاس و هدایایی از علیرضا کرمانی زاده قائم مقام اسبق معانوت تقدیر و تشکر بعمل آمد و همچنین دکتر دهقانی به عنوان قائم مقام معانوت امور اجتماعی دانشگاه معرفی شد.

آیین معارفه شهردار قدس برگزار شد

شهر قدس- خبرنگار فرصت امروز- طی آیینی با حضور خانواده های معظم شهدا و ایثارگر، مدیرکل امور شهری و روستایی استانداری تهران، امام جمعه شهرستان، فرماندار، بخشدار، اعضای شورای شهر، شهرداران شهرستان های تابعه، روحانیون و سایر شهروندان مسعود مختاری به عنوان شهردار قدس معارفه شد. در این مراسم مسعود مختاری شهردار قدس اظهار داشت: بسیار خرسندم که برای اعتماد اعضای شورای اسلامی دوره پنجم هم کنون برای مسند شهرداری قدس انتخاب شده ام و امیدوارم به خوبی بتوانم پاسخ این اعتماد را در عمل بدهم. وی افزود: شهر موجودی زنده است و احتیاج به رسیدگی دارد که در این بین شهروندان به عنوان رکن اصلی شهر نقش مهمی را در جهت پویایی و نشاط شهر دارند. شهردار قدس باین بیان اینکه شهر قدس دارای مشکلات عدیده در حوزه زیرساخت ها است، تصریح کرد: امیدواریم بتوانیم با برنامه ریزی و سرعت بخشیدن در روند پروژه های عمرانی، در مسیر پیشرفت حرکت نامییم. مختاری باینکه خدمت در نظام مقدس جمهوری اسلامی غنیمت نیست، بلکه یک فرصت و حرکت جهادی است که به افراد واگزار می شود، بیان کرد: باید سعی نماییم تا در این فرصت باقی مانده نهایت تلاشمان در راستای جلب رضایت شهروندان باشد.

۵۲ درصد واحدهای مسکونی روستایی استان بوشهر مقاوم سازی شدند

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز- مدیرکل بنیاد مسکن استان بوشهر گفت: ۵۲ درصد واحدهای مسکونی روستایی استان بوشهر مقاوم سازی شدند به گزارش روابط عمومی بنیاد مسکن استان بوشهر حیدری افزود: در نشست بررسی روند اجرای پروژه های بنیاد مسکن در روستاها با اشاره به اسفالت معابر روستایی در دو سال گذشته با واگذاری ۲۸ هزار تن قیر رایگان بیش از ۱۱۰ کیلومتر معابر و خیابان روستاهای استان بوشهر آسفالت شده است. در ادامه به بازسازی و مقاوم سازی منازل روستائیان پرداخت و با اشاره به شناسایی ۷۴ هزار و ۲۳۴ واحد مسکونی روستایی برای بهسازی و مقاوم سازی افزود: در برنامه پنجم و ششم توسعه، بیش از ۵۲ درصد منازل روستاهای استان بوشهر مقاوم سازی شده و این در حالی است که این پروژه در سال جاری ادامه دارد. مدیرکل بنیاد مسکن استان بوشهر با اشاره به مقاوم سازی ۳۸ هزار و ۸۰۵ واحد مسکونی روستایی استان بوشهر خاطر نشان کرد: اکنون ۳۵ هزار واحد مسکونی روستایی در این استان غیر مقاوم است که تا سال ۱۴۰۶ بیش از ۷۰ درصد منازل مسکونی روستایی بهسازی و مقاوم سازی می شوند. در حال حاضر بر اساس آمارهای موجود ۴۰ درصد واحدهای مسکونی روستایی در کشور مقاوم سازی شده است که این میزان در استان بوشهر ۵۲ درصد می باشد.

رئیس سازمان بازرسی شرکت ملی گاز ایران:

شفافیت و پاسخگویی دو رکن اصلی سلامت نظام اداری است



ارومیه- خبرنگار فرصت امروز- امجدی پور در نشست پایانی بازدید بازرسان شرکت ملی گاز ایران از شرکت گاز استان آذربایجان غربی بر موضوع سلامت اداری در سیاست های کلی نظام تاکید کرد و اظهار داشت: شفافیت و پاسخگویی دو رکن اصلی سلامت نظام اداری است. رئیس بازرسی شرکت ملی گاز ایران تصریح کرد: رعایت این دو رکن از بیماری نظام اداری از جمله ارتشا و فساد پیشگیری خواهد کرد. امجدی پور رئیس سازمان بازرسی شرکت ملی گاز ایران در ابتدای این نشست گفت: ارتقاء سطح پاسخگویی ادارات گاز در سطح استان بازدید کردند.

مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون عنوان کرد

تحقق ۱۰۹ درصدی در بخش افزایشی برنامه تولید نفت، نتیجه تعامل با صنعتگران و سازندگان

نفت و گاز مارون افزود: تحقق ۱۰۷ و ۱۱۰ درصدی به ترتیب در تولید گاز خامی و نفتا حاصل شد و موفق شدیم در مقطع مذکور، ۱۰۷۷۰۰ بشکه نفت را با استفاده از MOT و MOS استحصال کنیم که نسبت به مدت مشابه در سال گذشته، ۸ درصد افزایش داشته است. پورهنک افزایش ظرفیت ۲۰ هزار بشکه در روز را در توان تزریق پساب بسیار اثر بخشی ارزیابی کرد که به موجب آن روزانه ۹۸۶ درصد پساب های نمکزدایی به چاه های دفنی تزریق می گردد. وی در پایان به عملکرد شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون در حوزه ساخت پرداخت و گفت: از فروردین تا شهریور امسال، ۱۹۷ قطعه را با هزینه ۷،۷ میلیارد ریال با مشارکت صنعتگران داخلی ساختیم و ۲۶۵ قطعه را با هزینه ۲،۴ میلیارد ریال تعمیر کردیم و علاوه بر آن ۱۳ مپم ساخت داخل را خریدیم و الکترومپمیهای قدیمی را بهسازی کردیم که آن ۲۰ هزار بشکه افزایش در تزریق پساب نمکزدایی، نتیجه این اقدام به موقع بود.



اهواز- شبنم قجاوند- مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون در نشست خبری نهمین نمایشگاه ساخت داخل تجهیزات صنعت نفت خوزستان به ارائه گزارش عملکرد این شرکت پرداخت. مهندس پورهنک نمایشگاه ساخت داخل تجهیزات صنعت نفت را نقطه اتصال صنعت نفت، دانش و توان صنعتگران دانست و گفت: از آنجایی که صنعت نفت در ایران عزیز به عنوان بزرگترین صنعت و پایه اقتصاد کشور به حساب می آید، همواره تحت تاثیر شرایط خاص قرار داشته و به همت کارکنانش، هیچ گونه خللی در روند فعالیتش ایجاد نشده است. وی افزود: در سالهای اخیر، به اشتراک گذاری دانش فنی صنعت نفت با شرکت های دانش بنیان و سازندگان مستعد داخلی، زمینه خودکفایی این صنعت از محصولات خارجی را فراهم آورده است و نمایشگاه های تخصصی ساخت تجهیزات صنعت نفت ، کانون این همکاری و تسهیم دانش است که در نتیجه آن، بخش عظیمی از قطعات مورد نیاز برای ماشین آلات و تجهیزات فرآیندی،

مدیرعامل این شرکت خبر داد

آمدگی شرکت گاز آذربایجان شرقی برای رویارویی با فصل سرد سال

مستمر و ایمن برای مشترکین استفاده خواهیم کرد. وی با بیان اهمیت تأمین سوخت جایگزین از سوی سازمان های خدمات رسان، صنایع پرمصرف و خدمات عمومی افزود: تمامی سازمان های خدمات رسان و صنایع پرمصرف و خدمات عمومی از قبیل نانوايي ها و بیمارستان ها بایستی به سوخت دوم مجهز گردند و ادارات گاز استان هماهنگی های لازم را انجام و اطلاع رسانی نمایند. وی همچنین مدیریت مصرف گاز از سوی مشترکین را خواستار شد و افزود: مدیریت مصرف گاز یکی از مهم ترین موضوعاتی است که در صورت رعایت آن از سوی مشترکین، علاوه بر صرفه اقتصادی برای مشترکین از بروز مشکلات در پیک مصرف جلوگیری می کند. مدیرعامل شرکت گاز استان دانش، اخلاق و مهارت را از اصول مدیریتی عنوان کرد و افزود: بهبود ارتباط با مردم و پیمانکاران با حفظ کرامت انسانی و وفاداری سازمانی از سوی مدیران و کارکنان مورد انتظار است.



تبریز- ماهان فلاح- جلسه هماهنگی و آمادگی زمستانی به منظور بررسی شرایط و اطمینان از آمادگی تأمین گاز طبیعی مشترکین شرکت گاز استان آذربایجان شرقی با حضور مدیرعامل، معاونین، رؤسای بهره برداری، نواحی و مناطق و واحدهای مستعدی این شرکت برگزار شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، مدیرعامل شرکت گاز آذربایجان شرقی در ابتدای این جلسه ضمن ابلاغ نتایج جلسات هم اندیشی مدیران عامل شرکت های گازرسانی با حضور مدیر گازرسانی شرکت ملی گاز ایران و مدیران و روسا توصیه کرد: ضمن شناسایی نقاط حساس و بحران را با رفع موارد احتمالی راه های مقابله با بحران های احتمالی را با رعایت دستورالعمل های HSE مورد بررسی قرار دهند. سیدرضا رهنمای توحدی استفاده از تکنولوژی ها و سیستم های نرم افزاری و سخت افزاری جدید و به روز رسانی آنها را مورد تاکید قرار داد و افزود: نباید سازمان دچار دکماتیسم سازمانی گردد لذا توصیه می گردد از

پیش بینی ۱۹۲۰ میلیارد ریال برای طرح های گاز در کهگیلویه و بویراحمد

روستایی این استان از نظر بعد خانوار ۸۷ درصد، دنا ۸۶ درصد، بویراحمد ۸۱ درصد، بندرلنجه ۶۷ درصد و بهمنی ۶۲ درصد است. وی گفت: شهرستان های کهگیلویه و چرام با ۴۸ و ۳۸ درصد کمترین میزان بهره مندی از گازرسانی را از نظر بعد خانوار در این استان دارند که تلاش می شود تا پایان سال ۱۳۹۷ به ۸۰ درصد افزایش یابد. مدیرعامل شرکت گاز کهگیلویه و بویراحمد گفت: با برنامه ریزی انجام شده ۳۰۲ روستای این استان تا پایان سال ۹۷ از نعمت گاز بهره مند می شوند. تصریح کرد: تاکنون ۷۵ درصد روستاهای بالای ۲۰ خانوار این استان گازرسانی شده است. کهگیلویه و بویراحمد یک هزار و ۷۰۰ روستای دارای سکنه دارد. هم اکنون بیش از ۱۷۰ هزار مشترک شرکت گاز در کهگیلویه و بویراحمد وجود دارد که بیش از ۵۲ هزار مشترک در مناطق روستایی سکونت دارند.



ياسوج- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت گاز کهگیلویه و بویراحمد گفت: یک هزار و ۹۲۰ میلیارد ریال اعتبار برای توسعه زیرساخت های گاز این استان در سال های ۹۶ و ۹۷ پیش بینی شده است. رحمان خادم افزود: از این میزان اعتبار یک هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال از محل بند (ب) بودجه برای گسترش شبکه گازرسانی در سال های ۹۶ و ۹۷ و ۱۵۰ میلیارد ریال برای خرید تجهیزات ایستگاه های تقطیل فشار، ۱۴۰ میلیارد ریال برای اجرای طرح ممبی و سراسیاب با ۳۸ روستا احداث ساختمان های اداری و پست های اسمداد با ۱۲۰ میلیارد ریال و اجرای سیستم آیساب، ام، اس با ۱۰ میلیارد ریال در نظر گرفته است. وی برنامه ریزی برای استفاده از ۳۵ هزار کنتور ارتقا یافته در سال های ۹۶ و ۹۷ را از دیگر برنامه های شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد

برگزاری مانور آمادگی مولدهای اضطراری توسط برق تبریز

قرار می گیرد. وی ادامه داد: براساس تفاهم نامه همکاری بسیج با دفاتر مدیریت بحران و پدافند غیرعامل شرکت توانیر، کلیه نیروهای بسیجی شرکت در این مانور نسبت به انجام ارزیابی مولدها اقدام نمودند. وی تصریح کرد: عملکرد سازمان ها براساس سرعت به مدار آمدن مولدهای اضطراری و براساس چک لیست های استاندارد، در کمیته های مدیریت بحران و پدافند غیرعامل ارزیابی و تحلیل شده و گزارش نتایج به واحدها و مسئولین مربوطه گزارش خواهد شد. وی تاکید کرد: مراکز حساسی با ایست آمادگی داشته باشند تا در صورت بروز حوادث احتمالی، اختلالی در خدمت رسانی آنها ایجاد نشود.



شهر تبریز شناسایی و براساس اعلام شرکت توانیر برق این مرکز به صورت همزمان قطع و وضعیت آمادگی مولدها مورد ارزیابی

بازدید مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستایی هرمزگان از بیست و سومین نمایشگاه مطبوعات



بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب روستایی هرمزگان به همراه معاونت مهندسی و توسعه و رییس اداره روابط عمومی آموزش همگانی این شرکت از بیست و سومین نمایشگاه مطبوعات تهران دیدن کردند. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب روستایی هرمزگان، در

به همت سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین صورت گرفت

اجرای ویژه برنامه های روز دانش آموز در فرهنگسرای بانو حضرت زهرا (س)



قزوین- خبرنگار فرصت امروز- برنامه های مفرح آموزشی ویژه روز دانش آموز توسط فرهنگسرای بانو حضرت زهرا (س) سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین برگزار شد. به گزارش روابط عمومی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین: ابوالفضل اکبری، مدیر مراکز آموزشی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری با اعلام این خبر گفت: ساخت روزنامه دیواری در قالب یک کار تیمی با هدف آموزش کار

مسدود شدن دودکش سبب سوخت ناقص و ایجاد گازهای خطرناک و مسموم کننده گردیده و باعث خفگی در اثر گاز گرفتگی می شود.

روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان شرقی

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

دوشنبه ۱۵ آبان ۱۳۹۶ | شماره ۹۲۴ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع، نشر گستر امروز
آدرس: میزرای شیرازی - نیش 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 ۶۱/۳۲ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

نوشدارو

چگونه به ارزش برند خود واقعیت ببخشید؟

«برندینگ شناسایی چیزهایی است که به دنبال آن هستید و آوردن آنها به زندگی.»

نویسنده این جمله معروف ناشناس است، اما به راحتی می‌توان آن را به هر شخصی نسبت داد که با موفقیت در ایجاد و توسعه یک برند همکاری داشته است.

به گزارش imarketer، این جمله در واقع برند را از ابعاد ملموس آن مانند نام و لوگو به سمت و سوی سوق می‌دهد که توسط کارکنان، سفیر برند و اجرای موفق کاراکتر برند تعریف می‌شود. امروزه برندها به‌طور فزاینده‌ای خواهان اطمینان از این موضوع هستند که همه جنبه‌های برند از نام و لوگو تا کارکنان و مصرف کنندگان، در چارچوب اخلاقی، تأثیرگذار بوده و ارزش برند افزایش پیدا کند. اما چگونه برندها می‌توانند اطمینان پیدا کنند که اجزای لازم برای ارزشمند بودن در زندگی روزمره افراد را دارا هستند؟ **برند را اولویت اصلی خود قرار داده و به آینده آن فکر کنید**

وقتی صحبت از برند می‌شود، ایرادی ندارد اگر ندانید که اکنون برندتان چه مفهومی را قرار است منتقل کند، اما یافتن این موضوع باید اولویت اصلی شما باشد. سعی کنید حتما در این زمینه آینده‌نگر باشید و فقط به وضعیت حال حاضر خود اکتفا نکنید. به‌زودی خواهید دید که تقریباً همه جنبه‌های برند در پروسه پیشرفت و توسعه کارتان تکمیل خواهد شد. پس باید بدانید که برندتان چگونه قرار است با مشتریان ارتباط برقرار کند. از خودتان بپرسید که چه ویژگی خاصی را در برند مدنظر دارید و سپس آن را با اهداف بلندمدت برندتان تطبیق دهید.

ارزش‌ها را براساس خصوصیات شخصی بنا کنید
اینکه شما خواهان چه چیزی هستید، چگونه رفتار می‌کنید و چه چیز برای‌تان مهم است، همگی ویژگی‌های شخصی هستند که در هنگام توسعه و تکامل استراتژی برند، به‌عنوان اساس ارزش‌گذاری برند فعالیت می‌کنند. این عناصر می‌توانند در کنار هم باشند، چرا که هدف مشخصی را تأمین می‌کنند. مانند قطعات یک پازل که در نهایت تصویر یک شخص یا در این حالت، تصویر یک برند را می‌سازند، بنابراین زمانی‌که می‌خواهید ارزش‌های برای ساخت برندتان را ایجاد کنید، باید بدانید کدام ویژگی، شخصیت برند را توصیف می‌کند. سپس مهم‌ترین آن را به‌عنوان استراتژی توسعه برند خود در نظر بگیرید. این همان چیزی است که به برندتان واقعیت می‌بخشد.

به کارکنان خود ارزش بدهید
کارکنان شما مهم‌ترین حاملان برند شما هستند. این افراد کاملاً در دید عموم هستند و قابلیت قدرتمند ساختن یا تضعیف برندتان در دستان آنهاست. بنابراین جایگاه برند و آموزش آن را باید در زودترین زمان ممکن آغاز کنید. این‌گونه از همان ابتدا بذر برند کاشته شده و این زمان را دارید تا ویژگی‌های اصلی برند به تدریج جوانه زده و رشد کنند. با این کار همه ابعاد برندتان به خوبی شکوفا خواهد شد.

معرفی استارت‌آپ

بانک اطلاعات شهری و گردشگری

نام استارت‌آپ: شهرایران
وب سایت: irancity.com
سال تأسیس: ۱۳۹۵
موضوع: بانک اطلاعات شهری و گردشگری
توضیح بیشتر:

خیلی وقت‌ها پیدا کردن یک کافه خوب یا به رستوران بهتر یا حتی خرید یک محصول عالی با قیمت پایین سخت می‌شه. با اومدن شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی مثل تلگرام و اینستاگرام نیاز است که محصولات و خدمات‌مون رو به مشتریان بیشتری برسونیم و مشتریان با خرید و نظرات مثبت‌شون باعث بیشتر شدن فروش‌مون بشن.

حالا اگه جایی باشه که بشه کانال تلگرام یا صفحه اینستاگرام فروشگاهی‌مون رو معرفی‌کنه و حتی آدرس و شماره‌های تماس فروشگاه رو روی یک نقشه اینترنتی ثبت کرد خیلی راحت می‌شه پل ارتباطی دنیای مجازی و واقعی رو به هم وصل کرد.

بسته‌بندی خلاق



برای مطالعه ۸۲۷ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: به نظر شما نیروی انسانی در استارت‌آپ‌ها نقش مؤثری در روند موفقیت دارند؟

نقش نیروی انسانی در استارت‌آپ

پاسخ کارشناس: اگرچه استارت‌آپ به دنیای اینترنت وابسته است و بسیاری از خدماتی که نیروی انسانی فعال در شرکت‌ها به عهده می‌گیرند در کسب‌وکارهای استارت‌آپی این وظیفه را نرم‌افزارها انجام می‌دهند، اما تحقیقات نشان می‌دهد که نیروی انسانی توانمند می‌تواند یکی از ارکان بایسته موفقیت به شمار آید. برخی تصور می‌کنند چون در دنیای الکترونیک

می‌توانند با ابزارهای مختلف خدمات متفاوتی ارائه کنند نیازی به نیروهای انسانی ندارند، اما باید قبول کنیم که استارت‌آپ‌های موفق دنیا برای به دست آوردن نیروی انسانی ماهر و باتجربه رقابت جدی دارند و حتی برای نگهداشت آنها حاضرند میلیون‌ها دلار هزینه کنند تا از این طریق بر ارزش سهام خود بیفزایند. نیروهای انسانی ماهر و خلاق می‌توانند به‌طور مستقیم در رشد و توسعه استارت‌آپ‌ها کمک کنند و زمینه‌ها را برای جهانی شدن و افزایش سهم جهانی فراهم سازند. شرکت‌های استارت‌آپی که نیروی انسانی ماهر ندارند عموماً پس از یک دوره کار کردن از گردونه فعالیت خارج می‌شوند. بنابراین اگر شما به ماندگاری و پایداری

استارت‌آپ خود علاقه‌مند هستید حتماً نیروی‌های خوب و ماهر و با تجربه جذب کنید تا ارزش شرکت شما افزایش یابد. متأسفانه در ایران منابع انسانی در استارت‌آپ چندان جدی تلقی نمی‌شود و چند جوان و نوجوان دور هم جمع می‌شوند و به ناگاه تصمیم به راه‌اندازی یک استارت‌آپ می‌گیرند، اما به دلیل نبود نیروی انسانی ماهر و خلاق پس از چندی مجبور به عقب‌نشینی می‌شوند. استفاده از نرم‌افزارها برای پیشبرد امور استارت‌آپی یک فصل مشترک میان همه کسانی است که در این زمینه کار می‌کنند، اما به کارگیری نیروی انسانی فعال و باتجربه می‌تواند یک مزیت رقابتی محسوب شود و شما را در پله بالاتری از رشد و توسعه قرار دهد.

مدرسۀ مدیریت

وظایف یک کارآفرین چیست؟

نزدیک تقسیم کرده یا از منابع پولی مثل بانک‌ها و... استفاده می‌کند.

۴- **نوآوری:** یکی از علائم کارآفرینی نوآوری است. به همین دلیل است که می‌گویند کارآفرین کار را به سمت پیشرفت و توسعه سوق می‌دهد. نوآوری کارآفرینان، همواره موجب انقلاب در زندگی روزمره می‌شود. آنها به روش‌هایی فکر می‌کنند که بتوانند محصولی با استفاده خاص برای استفاده‌های دیگر تطبیق دهند، اصلاح، جایگزین یا ترکیب کنند.

۵- **نظم در کار:** کارآفرین کسی است که فکر می‌کند چگونه، چطور، کجا، چه موقع و چه تعداد مواد، کارگر، سرمایه و... برای تبدیل ایده‌ها به محصول، موردنیاز است. کارآفرین فعالیت‌های افراد اعم از تولید، فروش، اداری، مالی و... را هماهنگ می‌کند. او مراقب است که سفارش‌ها به‌موقع تحویل داده شوند، کیفیت محصولات خوب باشد و تمامی نقل و انتقالات به‌خوبی ثبت شوند.

۶- **تصمیم‌گیری:** کارآفرین تمامی جوانب را برای حل مشکلات در نظر گرفته و بنا بر تناسب‌شان، آنها را طبقه‌بندی می‌کند و بهترین راه‌حل‌ها را انتخاب می‌کند و همواره در جست‌وجوی راه‌حل‌های جایگزین است. وقتی که مؤسسه کوچک و نوپا است،

تصمیم‌گیری باید توسط کارآفرین انجام شود و نمی‌توان این تصمیم‌گیری‌ها را به افراد و کارکنان ارجاع داد، اما وقتی مؤسسه بزرگ‌تر می‌شود، می‌توان بعضی از این تصمیم‌ها را به سرپرستان محول کرد، ولی تصمیم‌های اصلی همچنان باید توسط خود کارآفرین گرفته شود.

۷- **برنامه‌ریزی:** کارآفرین در صورت نیاز می‌تواند ناگهان تصمیم‌گیری کند. برای این کار، او باید حوادثی را که ممکن است در آینده اتفاق بیفتد پیش‌بینی کند و از عواقب آن آگاه باشد. ماهیت شغلی کارآفرین، سرمایه‌گذاری طولانی‌مدت، پیش‌بینی جایگزین‌ها و عواقب آنها قبل از اتفاق، پیش‌بینی تغییرات و آمادگی تطبیق با این شرایط، امر مهم برنامه‌ریزی را ایجاد می‌کند.

۸- **کسب سود:** کارآفرین مواظب است تولیداتش فروش داشته و پولساز باشد. او با مشتریان خود ارتباط شخصی برقرار می‌کند و عامل عرضه محصولات و خدمات خود است. سود یکی از عوامل مهم برای بقا است؛ سود یکی از شاخص‌های تعیین‌کننده در چگونگی اداره یک شغل در شروع آن است؛ سود نشان‌دهنده پذیرش یا عدم پذیرش محصول در بازار است؛ سود در کارآفرینی هم پاداش است و هم ایجاد انگیزه می‌کند.

تخته سیاه

دلنوشته‌های یک کارآفرین (۵۹)

اهمیت باور و امکانات

پارسا امیری



وقتی ذهن تو موفقیت را باور کرد همه مقدمات و تمهیدات لازم برای موفقیت فراهم می‌شود. موفقیت ابتدا در ذهن شکل می‌گیرد و سپس در بیرون عملی می‌شود. تمام کسانی که در کسب‌وکار موفق شدند آدم‌هایی بودند که به کسب‌وکار خود و موفقیت در آن باور درونی داشتند.

تو نمی‌توانی به دلیل نبود امکانات یا کمبود امکانات کسب‌وکار را رها کنی. اگر به کسب‌وکار خود باور داشته باشی تمامی امکانات برای تو از طریق ایجاد موفقیت و رویدادها و آدم‌ها فراهم می‌شود، اما اگر به موفقیت در کسب‌وکار باور نداشته باشی هزاران امکانات و ابزار و وسایل نمی‌تواند تو را موفق کند.

تو برای موفقیت در کسب‌وکار بیشتر از هر چیز نیاز داری تا در ذهن خود یک بار موفقیت در آن کسب‌وکار را تجسم کنی. آقای هیلتون سرایدار یک هتل بود و تمام جوانی و نوجوانی‌اش سرایدار بود اما الان ۸۴ هتل هیلتون تو دنیا دارا! او یکی از بزرگ‌ترین هتلداران زنجیره‌ای دنیاست.

حالا هیلتون آدم مسنی شده، در یک مصاحبه از ایشون سوال می‌شه: تمام نوجوانی و جوانی سرایدار بودی چی شد که این شدی؟ جواب می‌ده: من هتل بازی کردم! آقای هیلتون هتل بازی چیه بگو ما هم به جای خاله بازی هتل بازی کنیم!؟

در جواب می‌گه: تمام اون جوانی و نوجوانی که همه می‌دوند من سرایدار بودم و کیف مشتریان رو جابه‌جا می‌کردم، اما شب‌ها که رئیس هتلم می‌رفت خونه من می‌رفتم تو اتاقش لباسامو در می‌آوردم لباسی رئیس هتل رو می‌پوشیدم پشت میزش می‌نشستم و هتل‌بازی می‌کردم! مدام تصور ذهنی من این بود که یکی از بزرگ‌ترین هتلداران دنیا هستم.

بنابراین اگر هیلتون منظر می‌ماند تا همه امکانات برای او هتل او فراهم شود شاید هیچ وقت هتلدار نمی‌شد بلکه با بازی ذهنی و باور به موفقیت امکانات نیز فراهم شد و توانست پس از چند سال آن بازی را به واقعیت تبدیل کند.

اما در گوشه و کنار همه ما شاهد هستیم که فلان جوان به بهانه‌های واهی از جمله نبود امکانات خود را آدم ناموفق می‌داند. اگر قرار بود امکانات عامل موفقیت در کسب‌وکار یا زندگی شود طبعاً کسانی که در شهرهای بزرگ و با امکانات زیاد زندگی می‌کردند باید موفق‌تر از فلان روستایی باشند که دست بر زناوی خود گذاشت یاعلی گفت و بلند شد و از هیچ همه چیز ساخت.

تو برای موفقیت نیاز داری در ذهنت این موفقیت را مرور کنی. اگر با شک و تردید روبه‌رو هستی اصلاً شروع نکن و بعد نبود یا کمبود امکانات را بهانه نکن. تو بهتر است به جای تهیه امکانات ذهنت را برای موفقیت آماده کنی. وقتی ذهن تو برای موفقیت در کسب‌وکار آماده شود تو برای تأمین امکانات همه کار می‌کنی. امکانات، ابزار و وسایل کار هستند نه عامل موفقیت. برخی از کارخانه‌های ایران با دارا بودن همه امکانات تعطیل هستند برای اینکه فرد باورمندی نیست تا از این امکانات برای موفقیت استفاده کند.

باور فکری است که شما مدام در ذهن خود آن را پرورش می‌دهید و آن را به‌عنوان یک اصل حتمی و قطعی می‌پذیرید. اگر قرار است شما کسب‌وکاری را راه‌اندازی کنید با کسانی صحبت کنید که باورهای مثبت به زندگی و کار دارند زیرا آدم‌های منفی به دنبال بهانه برای کار نکردن هستند و یکی از بهانه‌های افراد منفی اندیش نداشتن امکانات لازم برای کسب‌وکار است. در صورتی که آدم‌های موفق در ایران و حتی جهان کسانی بودند که از هیچ همه چیز ساختند و ثابت کردند که وجود امکانات نمی‌تواند عامل موفقیت باشد.

در چند سال قبل دوست عزیز می‌من مراجعه کرد تا به او پیشنهاد راه‌اندازی یک کسب‌وکار را بدهم. وقتی با هم کلام شدم متوجه شدم که او به اصرار پدر و با سرمایه تقریباً مناسب و با در اختیار داشتن یک مغازه در منطقه خوب تهران می‌خواهد کار و کاسبی راه بیندازد اما نمی‌داند چه کاری بکند. بعد از چند جلسه مشاوره به او گفتم تو قبل از هر چیز باید به کار کردن

مغازه خود توجه کنی. سرمایه‌های تو را قانع کنم که اینها فرع بر اصل است قبول نمی‌کرد. در کسب‌وکار اصل خود شما و باور شماست که می‌تواند شما را موفق کند اما او به دارایی خود اشاره می‌کرد. او کارش را در زمینه فروش لوازم خانگی شروع کرد اما هیچ‌گاه موفق نشد حتی چند سال بعد برای پرداخت بدهی‌هایش مجبور به فروش مغازه شد. می‌دانید چرا؟ برای اینکه او فکر می‌کرد با داشتن امکانات می‌توان کسب‌وکار موفق راه‌اندازی کرد. موفقیت در کسب‌وکار نیاز به باور درونی دارد نه امکانات آنچنانی.