

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

افزایش قیمت سکه تحت تأثیر افزایش نرخ ارز

رکورد شکنی دلار ادامه دارد

رکوردشکنی های دلار در بازار ارز ایران همچنان ادامه دارد و این ارز در بازار آزاد طی روزهای اخیر در جهت افزایش قیمت حرکت کرده است، به طوری که طی یک هفته اخیر با افزایش بیش از ۶۰ تومانی...

۴

چشم انداز صندوق بین المللی پول از اقتصاد خاورمیانه

پیش بینی رشد پایدار
برای اقتصاد ایران

صندوق بین المللی پول در گزارش اخیر خود درباره رشد پایین اقتصادی و تبعات منفی آن در خاورمیانه و شمال آفریقا هشدار داد. به گزارش خبرآنلاین، خاورمیانه منطقه‌ای بسیار پر تنش است و در تمامی دوره‌های تاریخی، جنگ یا تحول منفی منطقه‌ای در این کشورها وجود داشته است. یک دلیل مهم برای این تنش‌ها وجود منابع نفت و گاز طبیعی در این منطقه است که باعث هجوم نیروهای مختلف برای تصاحب آن شده است. از طرف دیگر اقتصادهای نفت‌خیز هم آسیب‌پذیرتر هستند، زیرا اقتصادشان وابسته به یک کالا است و افت قیمت نفت یا تنش در بازار می‌تواند روی اقتصاد آنها تأثیر بگذارد. به همین دلیل است که صندوق ...

۲

مدیر بازاریابی گروه آری‌ن موتور:

رنو قطب سوم خودروسازی ایران می‌شود

۷

مدیریت و کسب و کار

بیل گیتس برای درمان آلزایمر
پیش قدم می‌شود

- رموز موفقیت در کسب و کار
- ۵ نوع مختلف کسب و کار را بشناسید
- رستگاری در مناسبت‌ها
- بازاریابی بعد از یک بلای طبیعی
- برندسازی رسانه‌ای
- اکوسیستم فرهنگ برند

۸ تا ۱۶



سرعت ۱۶ مگ با ۸۰ هزار تومان

تعارف‌های جدید
اینترنت ثابت
اعلام شد

۱

سرمقاله

تعدد مراکز نظارت و کنترل
بازار؛ فرصت یا تهدیدغلامعلی رموی
کارشناس اقتصادی

امروزه با گسترش جوامع و تنوع نیازها برای امرار معاش و رفع حوائج جاری زندگی موضوعات و مباحث مرتبط با این موضوع نیز از گستردگی و تنوع زیادی برخوردار شده است. با توجه به میزان توسعه یا عدم توسعه یافتگی جوامع این قانونمندی و رعایت ضوابط نیز از اهمیت و اعتبار بیشتری برخوردار خواهد شد.

در حوزه رسیدگی به شکایات مطروحه در حوزه بازار نشان می‌دهد که نهادهای مختلفی برای هدایت، مدیریت، نظارت و کنترل بازار ایجاد شده‌اند ولی به دلایلی بهره‌وری مناسبی از آنها در حوزه کاهش زمینه‌های وقوع تخلف و رعایت قانون در سطح بازار مشاهده نمی‌شود. در حوزه رسیدگی به تخلفات صنفی در حال حاضر امکان ارائه شکایت به چندین ساختار و نهاد دولتی و غیردولتی به صورت مستقیم و غیرمستقیم فراهم شده است و در خصوص یک تخلف می‌توان یک شکایت...

۶

در نشست «نقش گردشگری در اشتغال و کارآفرینی دانشجویان» مطرح شد

تنها ۳ درصد از بودجه اشتغال به گردشگری می‌رسد

نشست «نقش گردشگری در اشتغال و کارآفرینی دانشجویان» در حالی برگزار شد که با انتقادهایی نسبت به بی‌توجهی درباره اشتغال دانشجویان و فارغ‌التحصیلان آموزش داده شود و باید خیلی از ساختارها را کنار بگذاریم، به گزارش ایسنا، محمداصداق بیجنی - رئیس سازمان تجاری‌سازی فناوری و اشتغال دانش‌آموختگان - با بیان اینکه ۵۰ درصد معضل اشتغال در کشورهای در حال توسعه از محل گردشگری قابل رفع است، افزود: ۵۰۰ هزار شغل از ۹۷۰ هزار شغلی که دولت قول تأمین آن را داده است، می‌تواند از طریق گردشگری حل شود، اما متأسفانه در بخش تخصیص بودجه در میحث اشتغال، تنها ۳ درصد از این بودجه به گردشگری در کشور اختصاص یافته است. وی با ابراز تأسف از جایگاه گردشگری ایران، اظهار کرد: گردشگری ایران از ۱۴۱ کشور در دنیا، رتبه ۹۷ و در میان ۱۶ کشور خاورمیانه و شمال آفریقا در رتبه ۱۲ قرار گرفته است، در حالی که ایران از لحاظ برخورداری جاذبه‌های گردشگری جزو پنج کشور برتر دنیا است و این نشان‌دهنده ضعف در برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح و نبود بسترسازی مناسب است.

دانشیار دانشگاه علم و فرهنگ ادامه داد: کشور چین با برپایی تور صنعت و بازدید از کارخانه‌های معتبر خودروسازی برای تولیدرهای ورودی، محصولات خود را به دنیا معرفی می‌کند چینی‌ها در صنعت فرش نیز وارد شده‌اند و حرف برای گفتن دارند، ولی ما چه کرده‌ایم؟ در این چند سال صنایع دستی ما به نسبت رشد کرده و رقم این رشد، اکنون به ۴۳ درصد رسیده، اما ما نتوانستیم این صنایع را با گردشگری تطبیق دهیم، ما هنوز نتوانستیم بعد از ۳۱ سال برخی مشکلات در برنامه‌های گردشگر خارجی را در شهرهای مختلف حل کنیم. رئیس سازمان تجاری‌سازی فناوری و اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی با تأکید

بر میدان‌دادن به بخش خصوصی در حوزه گردشگری، اظهار کرد: اشتغال وقتی می‌تواند در حوزه گردشگری رخ دهد که همه حوزه‌های درگیر به میدان بیایند، به بخش خصوصی آموزش داده شود و باید خیلی از ساختارها را کنار بگذاریم، دانشگاه‌ها، هتل‌ها و... به میدان بیایند، بخش خصوصی فعال شود سیستم دولتی از تصدیگری خارج شود و بر فعالیت‌ها نظارت کند. بیجنی با بیان اینکه چینی‌ها و ترکیه‌ای‌ها از رویارویی‌اربعین استفاده کرده‌اند، اظهار کرد: ربعین یک رویداد بزرگ (Mega Event) در دنیا است، ما چه استفاده‌ای کرده‌ایم و چه طرحی برای این رویداد داشته‌ایم؟ جای کار زیاد است، هر فردی در حد توانش می‌تواند در این رویداد سهیم شود، تنها لازم است کارگروه‌هایی تشکیل شود و به یکدیگر لینک شوند، همان‌گونه که ما در سازمان این کارگروه‌ها را مانند مد و لباس، گردشگری و... داریم که اگر اینها به هم لینک شوند، اتفاقات خوبی خواهد افتاد. وی همچنین بی‌توجهی به ظرفیت‌های گردشگری کشور را عامل روزمرگی خواند و گفت: میز دولتی خیلی وقت است تمام شده، افراد باید به سمت کارآفرینی بروند. برنامه‌های ما مقطعی و کوتا مدت است، برنامه‌های بلندمدت و میان مدت است که منجر به اتفاقات خوب می‌شود و پیشرفت کشور را تسهیل می‌کند.

در ادامه میلاد محقق - پژوهشگر حوزه گردشگری و مشاور اسبق رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور - با اشاره به دیگر مشکلات در این حوزه، اظهار کرد: نیازهای استان‌ها در حوزه گردشگری برای توسعه، ما بودجه‌ای که برای آنها در این زمینه در نظر گرفته می‌شود، تناسبی ندارد، لازم است بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، چه داخلی و چه خارجی تمرکز کنیم که نبود امنیت سرمایه‌گذاری، عاملی است که سرمایه‌گذاران را به عقب می‌راند.

سرعت ۱۶ مگ با ۸۰ هزار تومان

تعارف‌های جدید اینترنت ثابت اعلام شد

نیست و در صورت عدول یک مشترک از مصرف عادلانه، شرکت‌ها موظف به ارائه سرویس در حداقل سرعت پایه (۱۲۸ کیلو بیت در ثانیه) تا پایان دوره ماهانه خواهند بود. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات همچنین با تأکید بر اینکه این تعرفه‌ها صرفاً برای دسترسی ثابت است، اظهار کرد: در مصرف منصفانه ترافیک داخلی حداقل دو برابر ترافیک بین‌الملل لحاظ می‌شود.

چهرمی در پایان نیز خاطرنشان کرد: از همه عزیزانی که با اشتراک نظرات ما را در تدوین و تصویب این نظام جدید تعرفه یاری کردند تشکر می‌کنم. اطلاعات بیشتر را امروز سازمان تنظیم مقررات به اطلاع عموم مردم شریف کشورمان خواهند رساند.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات مصوبه جدید سرویس‌های پرسرعت غیرحجمی را اعلام کرد.

به گزارش ایسنا، محمداواد آذری جهرمی در صفحه اینستاگرام خود با انتشار جدول جدید تعرفه‌های اینترنت ثابت، نوشت: این تعرفه سرویس‌های غیرحجمی مبتنی بر یک مصرف منصفانه (Fair Usage Policy) بنا شده و سقف مصرف منصفانه در بین ۱۸ شرکت فعال در ارائه سرویس به رقابت گذاشته خواهد شد. شرکت‌ها موظفند جزییات مصرف منصفانه خود را به اطلاع مشترکین برسانند. طبیعتاً فضای رقابتی به نفع مصرف‌کننده نهایی فراهم است. وی تاریخ اجرای این مصوبه را پیش از دهم آذرماه اعلام کرده و گفت: این سرویس حجمی

کرد. سرور علی نقوی گفت که هر دو کشور باید ارتباط و همکاری بیشتری برای توسعه تجارت بین بازرگانان و فعالان اقتصادی داشته باشند. وی خاطرنشان کرد: میزان تجارت ایران و پاکستان در حال حاضر بسیار پایین است، ولی با همکاری بیشتری می‌توان این میزان را فراتر از هدف مشخص شده محقق کرد. مدیر مرکز بین‌المللی مطالعات راهبردی پاکستان با تأکید بر لزوم معرفی بازارهای صادراتی دو کشور برای فعالان اقتصادی کشور دیگر، گفت: پاکستان محصولاتی دارد که مورد نیاز ایران است و به‌طور حتم بسیاری از کالاهای تولیدی در ایران نیز می‌تواند در پاکستان عرضه شود. علی نقوی گفت: پاکستان می‌تواند گاز را از ایران که یک برخوردار از این نعمت است وارد کند و بسیاری از کالاهای خود نظیر برنج و پنبه و دیگر کالاهای خود را به ایران عرضه کند. این تحلیلگر تصریح کرد: بنابراین من فکر می‌کنم که دامنه وسیعی از تجارت دوجانبه بین ایران و پاکستان وجود دارد که باید برای بهبود تجارت مورد استفاده قرار گیرد. این دیپلمات بازنشسته و تحلیلگر سیاسی پاکستان تصریح کرد: اگر فشاری نیز بر اسلام آباد برای اجرا نکردن طرح خط موسوم به «خط لوله صلح» وجود دارد، دولت پاکستان باید برای تحقق منافع ملی خود، این فشارها را نپذیرد. سرور نقوی در پایان سخنانش با بیان اینکه اجرای خط لوله صلح به نفع دو کشور است، گفت: اجرای این طرح، بخش زیادی از نیاز انرژی پاکستان را تأمین کرده و در زمینه‌های دیگر نظیر تأمین زیرساخت‌های خط لوله گاز، زیرساخت‌های، جاده‌ای و حتی خطوط راه‌آهن نیز به ما کمک می‌کند، لذا این طرح در مجموع به نفع دو کشور خواهد بود.

تحلیلگر سیاسی پاکستان: افزایش مبادلات تجاری ایران و پاکستان عزم دوجانبه می‌خواهد
رئیس پژوهشکده مطالعات راهبردی اسلام آباد و سفیر پیشین پاکستان در ایران نیز در این خصوص گفت: اگر دو کشور عزم کنند و همه اقدامات برای تحقق افزایش مبادلات تجاری انجام شود، افزایش سطح تجارت قابل تحقق است.

خالد محمود با بیان پیشینه فرهنگی و تاریخی همکاری تهران و اسلام آباد طی ۷۰ سال گذشته، گفت: ایران و پاکستان مانند اعضای یک خانواده بوده‌اند و اگرچه در برخی مقاطع تاریخی اختلافاتی داشته‌اند، روابط دو کشور هیچ وقت قطع نشده است.

این تحلیلگر سیاسی و سفیر پیشین اسلام آباد در تهران، رفع موانع بانکی بین بازرگانان دو کشور و معرفی توانمندی‌های تولید و صادرات دو کشور به بازرگانان طرف مقابل را از راهبردهای ضروری در افزایش سطح مبادلات تجاری ایران و پاکستان عنوان کرد.

در دیدار با اعضای اتاق بازرگانی و صنایع اسلام آباد پاکستان با تشریح روابط حسنه و دوستانه بین دو کشور همسایه و مسلمان گفت: با توجه به ظرفیت‌های غنی دو کشور برای تاجران و فعالان اقتصادی، حجم مبادلات تجاری بین اسلام آباد و تهران بسیار پایین‌تر از پتانسیل موجود بین دو کشور است، به همین دلیل تلاش‌ها برای سرعت بخشیدن به این مبادلات باید افزایش یابد. سفیر کشورمان در پاکستان همچنین با بیان توافق‌های صورت گرفته بین مسئولان بلند پایه دو کشور برای رساندن سطح مبادلات تجاری به ۵ میلیارد دلار گفت: در حال حاضر حجم مبادلات به یک میلیارد ۲۰۰ میلیون دلار رسیده است، اما همچنان تا هدف مورد نظر فاصله زیادی وجود دارد. هندروست در ادامه با بیان اینکه گسترش روابط تجاری بین دو کشور به یک وظیفه برای ما تبدیل شده است، گفت: اگر بتوانیم روابط تجاری و اقتصادی دو کشور را گسترش دهیم در واقع توانسته‌ایم فرصت‌های شغلی درست کنیم و ایجاد فرصت‌های شغلی به نوبه خود به کاهش تجارت غیرقانونی و قاچاق کالا در مرزهای مشترک می‌انجامد. وی با تشریح جوان بودن جمعیت دو کشور گفت: بخش عظیمی از جمعیت دو کشور همسایه را جوانان تشکیل می‌دهد و این امر می‌تواند که دولت‌های دو کشور به استفاده بهینه از منابع انسانی توجه ویژه‌ای کنند. سفیر جمهوری اسلامی ایران در پاکستان همچنین با تشریح اهمیت نقش مضاعف اتاق صنعت و تجارت اسلام آباد در گسترش روابط بین دو کشور مسلمان گفت: با بررسی صورت گرفته اتاق صنعت و تجارت دیگر شهرها در پاکستان در تجارت با ایران نسبت به اتاق صنعت و تجارت اسلام آباد فعال‌تر عمل می‌کنند. وی با اشاره به برخی تحریم‌های آمریکا علیه ایران گفت: درهای جمهوری اسلامی ایران به روی تاجران پاکستان باز است و ما آماده‌ایم تا مشکلات فعالان اقتصادی این کشور را حل و فصل کنیم. قطعاً مشکلاتی در تجارت با ایران در حوزه دادوستد براساس دلار وجود دارد، اما تاجران دو کشور می‌توانند با واحدهای پولی یکدیگر دادوستد کنند. هندروست همچنین با بیان اهمیت امضای معاهده تجارت آزاد بین دو کشور گفت: تاجران از فرصت پیش آمده باید استفاده بهینه کنند، البته توافقنامه تجارت ترجیحی نیز بین دو کشور به امضا رسیده است، اما باید تعداد کالاهایی را که در این اسناد ذکر شده، افزایش دهیم.

تحلیلگر پاکستانی: توسعه اهداف تجاری تهران و اسلام آباد دست یافتنی است

دیپلمات پیشین پاکستان و مدیر مرکز بین‌المللی مطالعات راهبردی پاکستان (CISS) نیز در گفت‌وگو با ایرنا، بر لزوم افزایش روابط تجاری بین دو کشور تأکید

بررسی و یافتن راهکارهای توسعه مبادلات تجاری بین تهران و اسلام آباد از جمله موضوعاتی است که این روزها بسیاری از بازرگانان و تحلیلگران پاکستانی به آن پرداخته و نظرات خود را در این باره با خبرنگار ایرنا در میان گذاشته‌اند. به گزارش ایرنا، آمار رسمی موجود در خصوص حجم صادرات و واردات میان ایران و پاکستان، حاکی است در سال ۱۳۹۴، کل مبادلات تجاری رسمی میان دو کشور تنها ۸۶۱ میلیون دلار بود که این رقم در سال ۱۳۹۵ سیر صعودی خود را آغاز کرد. اعداد و ارقام مربوط به سال ۱۳۹۵ بیش از است حجم تجارت دوسویه بین ایران و پاکستان در این سال، به بیش از یک میلیارد و ۱۵۰ میلیون دلار افزایش یافت. انتظار می‌رود در پایان سال جاری، تجارت میان دو کشور نسبت به سال گذشته نیز افزایش یابد. ارزش اقلام صادراتی ایران به پاکستان در سال ۱۳۹۵ بیش از ۷۹۵ میلیون دلار و واردات از این کشور همسایه حدود ۲۶۵ میلیون دلار بود. اگرچه مقامات هر دو کشور عزم خود را برای افزایش مبادلات تجاری بین دو کشور تا ۵ میلیارد دلار که مورد توافق دو کشور است، جزم کرده‌اند، تحقق این مهم با مشکلاتی مواجه است.

مشکلات بازرگانان پاکستانی برای توسعه تجارت با ایران

بازرگانان و فعالان اقتصادی اتاق بازرگانی و صنایع اسلام آباد پاکستان، نبود ارتباط بانکی و وجود مشکل در گشایش اعتبار اسنادی را از موانع توسعه تجارت ایران و پاکستان عنوان می‌کنند. تنظیم توافقنامه تجارت آزاد امضا شده بین دو کشور براساس منافع برد - برد و سود متقابل از دیگر خواسته‌های اعضای اتاق اسلام آباد از مسئولان ایرانی بود. بازرگانان پاکستانی می‌گویند نبود ارتباط بانکی و وجود مشکل در گشایش اعتبار اسنادی (ال سی) از مشکلات عمده تجارت با ایران است که باید در اسرع وقت حل و فصل شود. نوید احمد، معاون اتاق بازرگانی و صنایع اسلام آباد پاکستان اخیراً در دیدار سفیر کشورمان در پاکستان اعلام کرد که فعالان اقتصادی این کشور علاقه فراوانی به توسعه تجارت با ایران دارند و در این خصوص برای گسترش روابط تجاری در همه بخش‌ها با ایران تبادل نظر و گفت‌وگو می‌کنند. وی توسعه تجارت بین دو کشور را عامل مؤثر بهبود معیشت مردم ایران و پاکستان و عامل رفع بیکاری جوانان عنوان کرد و گفت: امید است با همکاری و تعامل بیشتر بازرگانان دو کشور، زمینه معرفی توانمندی‌های تجاری ایران و پاکستان و توسعه تجارت فراهم شود.

اقدامات ایران برای رفع موانع تجارت بین ایران و پاکستان

مهدی هندروست، سفیر کشورمان در پاکستان نیز

یادداشت



مسکن مهر، مرئیهای برای یک رويا



اکبر رحمتی
کارشناس مسکن

با وجود اینکه متولیان طرح مسکن مهر از شروع اجرای این طرح تاکنون معتقد بودند که ساختوسازهای مسکن مهر در برابر شدیدترین زلزله‌ها نیز مقاوم است، اکنون با وقوع زلزله در غرب کشور شاهد نامهربانی مسکن مهر دولت مهربان هستیم. در واقع، زلزله اخیر ثابت کرد که طرح مسکن مهر نهنها به لحاظ استانداردهای سکونتی نهنواسته است انتظارات متقاضیان آن را برآورده سازد، بلکه مرئیهای شند برای رویای همیشگی خانه‌دار شدن هموطنان درمنده از بی‌مهری طبیعت و دولت. دولتی که با وجود تمامی انتقادات وارده به طرح مسکن مهر، رهاورد اجرای این طرح را توانمندسازی پیمانکاران، ورود فناوری‌های جدید ساختوساز به کشور و مهم‌تر از همه، ارتقای کیفیت ساختوساز می‌دانست و مقاوم‌سازی را امتیازی جهت تمایز این ساختمان‌ها از سایر ساختوسازها برمی‌شمرد. در واقع، دولت وقت مدعی بود که ساختوسازهای مسکن مهر براساس آیین‌نامه ۲۸۰۰ انجام شده است و با توجه به نظارت‌های مداوم، به‌کارگیری مصالح باکیفیت و همچنین رعایت قانسون و مقررات ساختوساز، واحدهای مسکن مهر در برابر شدیدترین زلزله‌ها نیز مقاوم هستند. حتی برخی مسئولین مانند رئیس سازمان نظام مهندسی ساختمان استان قزوین هم در گذشته مدعی شدند که مسکن مهر در برابر ۸ ریشتر زلزله نیز مقاوم است.

زمین مفت، گنجشک مفت، مسکن مفت

در حقیقت، طرح مسکن مهر در راستای سیاست زمین صفر یا به عرصه ظهور گذاشت؛ سیاستی که دولت معتقد بود با صفر کردن هزینه تامین زمین می‌توان هزینه تمام شده ساخت مسکن را به‌صورت محسوسی کاهش داد. تا به اینجا مشکلی وجود ندارد، ولی مشکل از آنجا شکل گرفت که دولت وقت با سیاست زمین مفت، گنجشک مفت و مسکن مفت، بدترین نقاط ممکن را جهت مکان‌یابی مسکن مهر انتخاب کرد. نمونه بارز آن، مسکن مهر آسبیدیده کرمانشاه است که بنا به گفته شرفی مدیرکل راه و شهرسازی استان کرمانشاه، روی گسل ساخته شده است. از سوی دیگر، اجرای سیاست زمین صفر نهنها موجب کاهش قیمت تمام‌شده مسکن نشد، بلکه هزینه‌های بالای زیربنایی و محوطه‌سازی مسکن مهر به علت مکان‌یابی‌های نادرست، بیشتر از هزینه زمین شد، بنابراین سیاست زمین صفر که تقریباً مدل موفق در دنیا است، با شکست مواجه شد و تاثیر آنچنانی در کاهش قیمت تمام‌شده مسکن نداشت. واقعا آندوهناک است، متقاضیان مسکن مهر که بعد از مدت‌های مدید انتظار خانه‌دار شدن را کشیده بودند، سرپناهی را تحویل گرفتند که حتی نتوانست جان‌پناه آنها باشد. چه‌بسا که تحمل آوار خشت و گل و چوب بی‌منت خودشان، قابل تحمل‌تر از بتن و آجر و آهن با منت دولت بود. سخن آخر اینکه مطمئناً زلزله‌های طبیعی پس از اندک زمانی خاتمه می‌یابند؛ حال آنکه ما شاهد زلزله‌های انسانی هستیم که در نتیجه سیاست‌های اشتباه دولت نهم و دهم شکل گرفته و هنوز هم با گذشت نزدیک به نیم دهه پایانی ندارند.

منبع: خبر آنلاین

رئیس‌جمهور در جمع مردم سرپل ذهاب اعلام کرد کمک بلاعوض دولت به زلزله‌زدگان

رئیس‌جمهور ۱۱۶ هزار خانه روستایی و حدود ۴۵۰۰ خانه شهری در این زلزله تخریب شده و نیاز به ساخت ۳ هزار مسکن جدید داریم. به گزارش «فرصت امروز»، حسن روحانی پیش از ظهر دیروز در جمع مردم سرپل ذهاب با قدردانی از مردم استان کرمانشاه و سراسر ایران که در این حادثه همچون همیشه در کنار هم بوده و به یاری یکدیگر پرداختند، گفت: باید همچنین از تلاش‌های نیروهای امدادرسانی و نیروهای مسلح برای کمک و امدادرسانی به زلزله‌زدگان قدردانی کرد. دولت همه امکانات خود را برای کاهش سریع مشکلات مردم بسیج کرده است. روحانی با اشاره به نیاز مردم به چادر و امکانات زندگی موقت در مناطق زلزله‌زده گفت: عصر امروز ستاد بحران در کرمانشاه تشکیل و بودجه لازم برای بازسازی و جبران خسارت‌های وارد شده به مردم اختصاص داده خواهد شد. همچنین بنیاد مسکن انقلاب اسلامی تمام توان خود را برای بازسازی منازل مردم به کار خواهد گرفت و همه دستگاه‌های مسئول نیز این بنیاد را کمک خواهند کرد. روحانی با اشاره به اینکه حوادث طبیعی مانند زلزله، سیل و توفان آزمایش الهی برای بندگانش در مسیر یاری و کمک به هموطنان است، افزود: دولت تلاش می‌کند در این آزمایش موفق باشد، کما اینکه از ساعت‌های اولیه وقوع این حادثه تلاش ما بر حل مشکل مردم بوده و همه دستگاه‌ها و مسئولین در این راستا بسیج شده‌اند. رئیس‌جمهور با تاکید بر اینکه به‌طور مستمر روند امدادرسانی و جبران خسارت‌های مردم این منطقه را پیگیری خواهد کرد، ادامه داد: بیمارستان‌های تهران، کرمانشاه و استان‌های معین برای ارائه خدمات درمانی فوری به مصدومان این حادثه بسیج هستند. روحانی با اشاره به اینکه در این حادثه برخی ساختمان‌هایی که به‌صورت تعاونی و دولتی ساخته شده و از عمر احداث آنها زمان کمی می‌گذرد، تخریب و دچار حادثه شده‌اند، گفت: باید اشکالات و کاستی‌های موجود در ساخت این بناها بررسی شود و دولت مطمئناً این مسائل را دنبال کرده و مقصران را شناسایی و به مردم معرفی خواهد کرد.

چشم‌انداز صندوق بین‌المللی پول از اقتصاد خاورمیانه

پیش‌بینی رشد پایدار برای اقتصاد ایران



صندوق بین‌المللی پول در گزارش اخیر خود درباره رشد پایین اقتصادی و تبعات منفی آن در خاورمیانه و شمال آفریقا هشدار داد. به گزارش خبرنگاران، خاورمیانه منطقه‌ای بسیار پرتنش است و در تمامی دوره‌های تاریخی، جنگ یا تحولات منفی منطقه‌ای در این کشورها وجود داشته است. یک دلیل مهم برای این تنش‌ها وجود منابع نفت و گاز طبیعی در این منطقه است که باعث هجوم نیروهای مختلف برای تصاحب آن شده است. از طرف دیگر اقتصادهای نفت‌خیز هم آسیب‌پذیرتر هستند، زیرا اقتصادشان وابسته به یک کالا است و افت قیمت نفت یا تنش در بازار می‌تواند روی اقتصاد آنها تاثیر بگذارد. به همین دلیل است که صندوق بین‌المللی پول در گزارش اخیر خود درباره رشد پایین اقتصادی و تبعات منفی آن در خاورمیانه و شمال آفریقا هشدار داده است. طبق این گزارش در سال ۲۰۱۷ میلادی، نرخ رشد اقتصادی خاورمیانه و شمال آفریقا به همراه افغانستان و پاکستان برابر با ۲.۶ درصد خواهد بود؛ در حالی که در سال گذشته اقتصاد این منطقه با سرعت ۵ درصد رشد کرده بود. نصف شدن نرخ رشد اقتصادی در این منطقه می‌تواند تبعات

مخربی روی بازار کار و اشتغال و در نتیجه فضای اجتماعی داشته باشد. اما دلیل این مسئله چیست؟ چرا نرخ رشد کمتر می‌شود؟ صندوق بین‌المللی پول دو عامل را برای افت نرخ رشد اقتصادی منطقه در سال جاری ذکر می‌کند؛ اول وضعیت اقتصادی ایران و افت نرخ رشد کشور در سال ۲۰۱۶ میلادی با سرعت بسیار بالایی رشد کرده بود. برداشته شدن تحریم‌های اقتصادی علیه ایران، فضا را برای کار و کسب درآمد باثبات‌تر کرده و این کشور توان افزایش تولید و صادرات را به‌دست آورده بود ولی وضعیت در سال جاری تغییر کرد. از یک طرف تنش‌های سیاسی بین ایران و آمریکا و تهدیدهای آمریکا مبنی بر برهم زدن برجام وجود دارد و از طرف

دیگر، ایران بعد از تجربه رشد تولید در سال ۲۰۱۶ میلادی و عدم جذب سرمایه‌های کلان در صنعت نفت، توان افزایش معنادار تولید و صادرات نفت را ندارد. طبق گزارش‌های موجود، اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۶ میلادی با سرعت ۱۲.۵ درصد رشد کرد که اصلی‌ترین دلیل آن افزایش صادرات نفت بود. اما در خوش‌بینانه‌ترین حالت، سرعت رشد اقتصادی ایران در سال جاری به ۳.۵ درصد می‌رسد و در سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۱ میلادی هم این کشور رشدی بین ۳.۸ تا ۴.۱ درصد را تجربه خواهد کرد. البته این پیش‌بینی‌ها بر مبنای حفظ شرایط کنونی و عدم برهم خوردن توافق هسته‌ای ایران و کشورهای غربی است، زیرا ایران با استفاده از منافع همین توافق است که توانسته وارد

بازارهای بین‌المللی نفت شود و درآمد حاصل از فروش نفت خود را دریافت کند. تهدیدهای بی‌درپی رئیس‌جمهوری تازه آمریکا مبنی بر خروج از توافق هسته‌ای باعث شده است تا سرمایه‌گذاران خارجی تردید بیشتری برای ورود به ایران داشته باشند و فاکتور ریسکی که در تصمیم سرمایه‌گذاری خود لحاظ می‌کنند، بزرگ‌تر شود. در نتیجه سرعت ورود سرمایه‌گذاران خارجی به بازارهای پرتانسسیل ایران و حتی شمار سرمایه‌گذاران در این بازار کمتر خواهد بود. دومین مسئله هم به وضعیت بازار نفت بازمی‌گردد. کشورهای صادرکننده نفت به رهبری عربستان سعودی برای ممانعت از کاهش قیمت نفت، اقدام به کاهش تولید کردند. کاهش تولید نفت

اقتصاد دنیا در سال ۲۰۱۸ چگونه خواهد بود؟

انتظار می‌رود اوضاع در سال ۲۰۱۸ میلادی اندکی بهبود پیدا کند. در این سال رشد اقتصادی خاورمیانه و شمال آفریقا به ۳.۵ درصد می‌رسد. البته این پیش‌بینی در شرایطی محقق می‌شود که تقاضا در کشورهای واردکننده نفت افزایش یابد و کشورهای صادرکننده نفت هم تولید خود را بیشتر کنند. البته وزیر نفت عربستان سعودی ماه گذشته اعلام کرد در صورتی که روسیه با کشورهای اوپک همکاری کند، کشورش آمادگی لازم برای تمدید توافق کاهش تولید نفت تا انتهای سال ۲۰۱۸ میلادی را دارد؛ مسئله‌ای که می‌تواند باز هم فشاری دیگر به اقتصادهای نفت‌خیز وارد کند و بازار نفت را نیز متاثر سازد.



زلزله کرمانشاه زنگ خطر را به صدا درآورد

افکار عمومی منتظر برخورد مسئولان با متخلفان مسکن مهر

در حالی دیگر می‌توان به خوبی درک کرد که چرا مردم حاضر نیستند در ۱۱۷ هزار واحد مسکن مهر بدون متقاضی زندگی کنند. اگر تا دیروز بحث دور بودن از مراکز شغلی، نبود خدمات، وسایل حمل‌ونقل، پارک، مدرسه، مسجد، درمانگاه و... در سایت‌های مسکن مهر مطرح بود، حالا دیگر ایمنی این واحدها علامت سوال شده و دیگر کسی نمی‌تواند پز استسحکام و احداث براساس آیین‌نامه ۲۸۰۰ را بدهد. به گزارش استرسان دیروز سکوت پیشه نیست. دولت‌مردان دیروز سکوت پیشه کرده‌اند و مسئولان امروز حرفی برای گفتن ندارند. مهندسان ناظر هم قطعاً راهی برای فرار از مسئولیت پیدا می‌کنند. شاید هم از فردا کمان انتقاد را به سمت یکدیگر نشانه برون، اما هیچ کس بهتر از آن کودکی که بادکنک‌های جشن تولدش از پشت دیوارهای فروریخته مسکن مهر کرمانشاه نمایان شده، معنی نامی را نمی‌فهمد.

کوشش برای پاسخ ندادن به تلفن خبرنگاران در این روزها به مسابقه‌های بین مسئولان دیروز و امروز تبدیل شده تا شاید بتوانند در این ماراثن، تقصیر را به گردن یکدیگر بیندازند. تلاش خبرنگار ایسنا برای ارتباط با سه تن از مسئولان مربوطه بی‌نتیجه ماند تا فقط مدیرکل دفتر نوسازی و بهسازی بنیاد مسکن پاسخگو باشد و بگوید که این واحدهای تخریب شده مسکن مهر در حیطة اختیارات دستگاه متبوعش نیست و اینکه بی‌ریزی اینها در زمان دولت قبل انجام شده است. البته راست هم می‌گوید، اما این سخنان کمکی به دهه‌ها سوال بی‌جواب ذهن مردم نمی‌کند.

آنها که کلنگ مسکن مهر را در سال ۱۳۸۶ به زمین زدند، می‌خواستند سالانه یک میلیون واحد مسکونی بسازند که بعد از ۶ سال تنها ۶۹۰ هزار واحد را بدون اسفالت و پارک و مدرسه و مسجد و درمانگاه و... تحویل دادند. البته برایش ۵۰ هزار میلیارد تومان پول بدون پشتوانه چاپ کردند که از دلایل تورم ۴۰.۴

نیست، ابطال نمی‌شود؟ چرا اجازه دادیم امضافروشی به امری مرسوم تبدیل شود؟ به چه علت باید شرایطی ایجاد کنیم که با امضای مردگان دلای ساختوساز صورت گیرد؟ چرا یک بار برای همیشه قانونی سفت و سخت برای ساختوساز وضع نمی‌شود تا هزاران میلیارد تومان ثروت کشور به پای ساختمان‌های بی‌کیفیت هدر نرود تا کسی نتواند از تو در توی قوانین نصفه و نیمه حوزه ساختمان برای خود رانت ایجاد کند، تا کسی نتواند آیین‌نامه ۲۸۰۰ را به سخره بگیرد، تا هیچ مهندسی به خود اجازه ندهد با خون دهنه‌ها از هموطنان مان معامله کند؟ در این شرایط باید وزارت مسکن و شهرسازی به‌عنوان کارفرما، پیمانکار یا پیمانکاران مسکن مهر در سرپل ذهاب

آگهی فراخوان عمومی



اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین در نظر دارد زمینی به شرح ذیل با کاربری درمانی را از طریق فراخوان عمومی در قالب ماده ۱۰۰ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت به افراد حقیقی و حقوقی واگذار نماید لذا از متقاضیان واجد شرایط دعوت می‌گردد. جهت دریافت اسناد فراخوان ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار نوبت دوم آگهی فراخوان، اسناد فراخوان را از دبیرخانه اداره کل راه و شهرسازی واقع در خیابان فلسطین دریافت و در مهلت مقرر تحویل نمایند.ف

ردیف	شماره قطعه	مساحت ملک (مترمربع)	کاربری	پلاک ثبتی	قیمت پایه هر مترمربع به ریال	سپرده شرکت در فراخوان به ریال	آدرس
۱	۳۸	۴۰۵	درمانی	۱۳۲۹ فرعی از ۵۷ فرعی از ۳۳ اصلی بخش ۱۴	۱/۱۰۰/۰۰۰	۴۴/۵۰۰/۰۰۰	محمديه - ناحیه شهری مهرگان

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۸/۲۹

دریچه



تأخیر ۱۵ساله در تاسیس صندوق بیمه همگانی حوادث طبیعی

یک کارشناس ارشد صنعت بیمه با اشاره به زلزله اخیر در استان‌های غربی ایران می‌گوید باید از این گونه حوادث درس بگیریم و این‌طور نباشد که وقتی زلزله آمد پرونده صندوق بیمه همگانی حوادث را باز کنیم و بعد از مدتی این پرونده بایگانی شود. او معتقد است که باید درباره خطرات ناشی از زلزله و گسل‌های موجود در ایران به عامه مردم اطلاع‌رسانی شود تا مردم موضوع بیمه و بیمه‌گری را جدی بگیرند. مجید صفدری در گفت‌وگو با ایسنا، درباره زلزله اخیر کرمانشاه و وظیفه صنعت بیمه در قبال آن گفت: کشور ما روی گسل‌های مختلفی قرار دارد و از نظر حوادث طبیعی جزو ۱۰ کشور اول دنیاست.

طی ۱۰۰ سال گذشته زلزله‌های بزرگی همچون زلزله کرمانشاه در کشور به وقوع پیوسته و نقش صنعت بیمه در این موارد بسیار اثرگذار است. او ادامه داد: صندوق بیمه همگانی حوادث طبیعی نقش مهمی در این‌گونه بلايا دارد.

حدود ۱۵ سال است که درباره تاسیس این صندوق صحبت‌هایی می‌شود و در دولت و مجلس هم پیگیری‌هایی درباره آن انجام شده است.

بیمه مرکزی به‌شدت پیگیر این موضوع است. به نظر من، این صندوق هرچه سریع‌تر باید اجرایی و عملیاتی شود تا هنگام وقوع بلايای طبیعی بخشی از مشکلات روحی و مالی مردم جبران شود. در زلزله‌ای که به وقوع پیوست متأسفانه خیلی از خانه‌ها بیمه‌نامه آتش‌سوزی و پوشش زلزله نداشتند؛ حال چه کسی می‌خواهد خسارات مادی و معنوی مردم را جبران کند؟ متأسفانه در شرایطی قرار داریم که مردم از لحاظ اقتصادی مشکل دارند و نقش بیمه‌ها در این شرایط بسیار پررنگ است.

صفدری با تاکید بر اینکه ملت ایران باید بدانند که گسل‌های زیادی در ایران وجود دارد و خطر زلزله مناطق مختلف را تهدید می‌کند، گفت: ان‌شاءالله تمام دستگاه‌های اجرایی و رسانه‌ها اطلاع‌رسانی کنند تا مردم بدانند که ایران روی تعداد زیادی گسل قرار دارد و با اطلاع از این موضوع به فکر کردن دارایی‌شان باشند تا در زمان وقوع حادثه، مشکلات مالی بر دیگر مشکلات‌شان اضافه نشود.

علاوه بر اطلاع‌رسانی، شرکت‌های بیمه باید رسیدگی سریع و دقیقی به خسارت‌های ایجاد شده داشته باشند.

خواهش من این است که همه شرکت‌های بیمه هرچه سریع‌تر خسارت‌های مالی و جانی را پرداخت کنند و شرکت‌هایی که بیمه درمانی تکمیلی صادر کرده‌اند، هزینه‌های درمانی بیمه‌شدگان خود را پرداخت کنند. او با اشاره به تعویق افتادن تاسیس صندوق بیمه همگانی حوادث طبیعی ادامه داد: ما باید از این حوادث درس بگیریم. اگر قرار باشد هر بار که زلزله رخ می‌دهد پرونده صندوق بیمه حوادث را باز کنیم و بعد از زلزله پرونده را ببندیم و به بایگانی بفرستیم به نتیجه نخواهیم رسید. شرکت‌های بیمه برای خدمت‌رسانی به بیمه‌گذاران باید اکیپ‌هایی را مستقر کنند که خسارت‌ها سریع ارزیابی شود و چک خسارت‌ها در محل به خسارت‌دیدگان پرداخت شود.

نوبت اول

آگهی فراخوان عمومی

اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین در نظر دارد زمینی به شرح ذیل با کاربری درمانی را از طریق فراخوان عمومی در قالب ماده ۱۰۰ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت به افراد حقیقی و حقوقی واگذار نماید لذا از متقاضیان واجد شرایط دعوت می‌گردد. جهت دریافت اسناد فراخوان ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار نوبت دوم آگهی فراخوان، اسناد فراخوان را از دبیرخانه اداره کل راه و شهرسازی واقع در خیابان فلسطین دریافت و در مهلت مقرر تحویل نمایند.ف

ردیف	شماره قطعه	مساحت ملک (مترمربع)	کاربری	پلاک ثبتی	قیمت پایه هر مترمربع به ریال	سپرده شرکت در فراخوان به ریال	آدرس
۱	۳۸	۴۰۵	درمانی	۱۳۲۹ فرعی از ۵۷ فرعی از ۳۳ اصلی بخش ۱۴	۱/۱۰۰/۰۰۰	۴۴/۵۰۰/۰۰۰	محمديه - ناحیه شهری مهرگان

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۸/۲۹

اقتصاد کلان



عضو هیأت تجاری اتحادیه اروپا:

تحریم‌ها عامل رشد ایران شد

عضو هیأت تجاری اتحادیه اروپا گفت تحریم‌هایی که به ایران تحمیل شده یادآور شرایط اقتصادی دهه ۷۰ اروپا است که نتیجه آن رشد و توسعه اروپا بود. پیرو حضور هیأت ۷۰ نفره و بلندپایه اتحادیه اروپا و فعالان اقتصادی همراه در کشورمان این هیأت از برخی بخش‌های کشاورزی و صنایع تبدیلی آن در کشورمان بازدید کردند و حتی تفاهم‌نامه‌های اقدام مشترکی در بخش‌هایی مانند صنایع لبنی به امضا رساندند. هیأت تجاری اتحادیه اروپا در برنامه سفر خود از قدیمی‌ترین شرکت‌های تولیدکننده روغن‌های خوراکی در ایران بازدید کرد. به گزارش آنا، پس از این بازدید بریتون عضو هیأت تجاری اتحادیه اروپا تصریح کرد: آنچه امروز دیدم نشانگر آن است که بعضی از ظرفیت‌های ایران از استانداردهای اروپا نیز بالاتر است پس برای بحث صادرات باید به دنبال کشف ویژگی‌های محصولات ایرانی باشیم و این نکته مثبتی است. وی افزود: تحریم‌هایی که به ایران تحمیل شده یادآور شرایط اقتصادی دهه ۷۰ اروپا است که در نتیجه منجر به رشد و توسعه اروپا شد، همچنین وی حمایت اروپا از برقراری ارتباط دوجانبه با ایران را مهم‌ترین هدف حضور این هیأت در ایران دانست.

امضای ۳۰ میلیارد دلار قرارداد برای تامین مالی پروژه‌ها از منابع خارجی

یک عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس گفت که طبق گزارش‌های ارائه‌شده برای تامین مالی پروژه‌ها از منابع خارجی تاکنون ۳۰ میلیارد دلار قرارداد امضا شده است. محمدرضا تابش در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به جلسه روز سه‌شنبه کمیسیون برنامه و بودجه گفت: در این جلسه در خصوص چگونگی تامین مالی پروژه‌ها از منابع خارجی تکلیف‌شده در قانون برنامه توسعه ششم و قانون بودجه سال ۹۶ بحث و بررسی به عمل آمد. این نماینده مجلس ادامه داد: در این نشست که با حضور رئیس کل بانک مرکزی و معاونین ذی‌ربط، همچنین مسئولان وزارت امور اقتصادی و دارایی برگزار شد، دکتر سیف روند تعاملات در خصوص تامین اعتبارات ارزی از کشورهای آسیایی و اروپایی را که ابتدا کند بود، رو به رشد و رضایت‌بخش دانست. وی افزود: در این جلسه عنوان شد که برای تامین مالی پروژه‌ها از منابع خارجی تاکنون ۳۰ میلیارد دلار قرارداد امضا شده و برای ۴۰ میلیارد دیگر نیز توافق اولیه انجام و منابع در دسترس است. تابش در پایان تصریح کرد: طرح‌ها و پروژه‌های معرفی‌شده عمدتاً مربوط به سازمان بندر، راه‌آهن، پالایشگاه‌ها، نیروگاه‌ها، بیمارستان‌سازی، کاغذسازی و... است که توسط بخش دولتی و خصوصی با ضمانت وزارت امور اقتصادی و دارایی به مرحله اجرا درمی‌آید. همچنین در ادامه جلسه دکتر عدل، معاونت سازمان برنامه و بودجه گفت: طبق قانون اختصاص ۱/۵ میلیارد دلار از صندوق توسعه ملی برای ایجاد اشتغال در مناطق روستایی و محروم کشور و آیین‌نامه آن که در هیأت دولت به تصویب رسیده، ۴۵ درصد این منابع به کشاورزی، ۱۰ درصد به معادن، ۵ درصد به مشاغل خدماتی و تبادل اطلاعات، ۱۰ درصد به گردشگری، ۱۰ درصد به صنایع دستی و فرش دستیافت و ۱۰ درصد برای تامین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی اختصاص می‌یابد.

افزایش ۲٫۱ میلیارد دلاری در آمد صادرات پتروشیمی ایران

در ۷ ماهه نخست امسال رقم خورد



توافق کشورهای عضو غیرعضو اوپک بر سر تمدید توافق کاهش تولید نفت در حالی منجر به جهش قیمت نفت به بشکه‌ای بیش از ۶۰ دلار شده که درآمد و ارزش صادرات پتروشیمی ایران را هم در هفت ماهه نخست امسال بیش از ۲٫۱ میلیارد دلار افزایش داده است. همزمان با جهش قیمت نفت خام به بشکه‌ای بیش از ۶۰ دلار پس از توافق کشورهای عضو و غیرعضو اوپک به منظور تمدید توافق کاهش تولید نفت در سال ۲۰۱۸ میلادی، قیمت اکثر محصولات پتروشیمی و پلیمری هم در بازار به تبع جهش قیمت نفت افزایش یافته است.

بهره‌برداری از چند طرح جدید پتروشیمی و افزایش عرضه خوراک یکی از مهم‌ترین دلایل افزایش صادرات پتروشیمی کشور به شمار می‌رود. به گزارش نیپنا، بر این اساس با افزایش حجم، ارزش فروش و صادرات پتروشیمی کشور هم افزایش یافته به طوری که در ۲۱۷ روز نخست امسال در مجموع بالغ بر ۶ میلیارد و ۵۴۰ میلیون دلار محصول پتروشیمی صادر شده که در مقایسه با مدت مشابه پارسال افزایشی حدود یک میلیون و ۲۲۲ میلیون دلاری داشته است.

دلایل افزایش ارزش صادرات محصولات پتروشیمی مهم‌ترین دلیل افزایش ارزش صادرات محصولات پتروشیمی ایران جهش قیمت نفت خام به سطوح بالاتر از بشکه‌ای ۵۶ دلار بوده و در کنار بالا رفتن قیمت نفت، افزایش تولید از دیگر دلایل تاثیرگذار در بالا رفتن درآمدهای ایران از محل فروش و صادرات محصولات پتروشیمی بوده است. در هفت‌ماهه نخست امسال تولید محصولات پتروشیمی و پلیمری در بازار داخلی و با هدف تامین نیاز صنایع تکمیلی پتروشیمی و تکمیل زنجیره‌های ارزش در صنعت پتروشیمی حاصل شده است.

افزایش یک میلیون و ۲۹۳ هزار تنی در بازار داخلی در ۲۱۷ روز نخست امسال حجم عرضه محصولات پتروشیمی در بازار داخلی به رقم بی‌سابقه ۱۰ میلیون و ۲۱ هزار تن رسیده که در مقایسه با مدت مشابه پارسال افزایشی حدود یک میلیون و ۲۹۳ هزار تنی داشته است. از سوی دیگر به موارات افزایش حجم عرضه، ارزش محصولات پتروشیمی به فروش رفته در بازار داخلی کشور با ثبت ۵ هزار و ۱۱۸ میلیارد تومان به بالغ بر ۲۰ هزار میلیارد تومان رسیده است. براساس برنامه تعریف‌شده امسال قرار است تولید محصولات پتروشیمی در ایران با ثبت یک رکورد جدید به ۵۶ تا ۵۸ میلیون تن افزایش یابد و همسو با افزایش تولید حجم صادرات محصولات پتروشیمی کشور هم امسال باید به ۲۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تن و ارزش محصولات صادراتی به حدود ۱۱ میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلار افزایش یابد. پیش‌بینی می‌شود در ادامه سال جاری با آغاز تولید آزمایشی از چند طرح جدید در صنعت پتروشیمی ظرفیت تولید، فروش و صادرات محصولات پتروشیمی ایران با افزایش بیشتری همراه شود.

انرژی



پس از حدود ۸ سال توقف

سوآپ نفت در منطقه شمال به پایداری رسید

با انجام پنجمین مرحله سوآپ (معاوضه) و انتقال یک میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه نفت خام از مردامه امسال تاکنون از خط لوله نفت شمال، انجام این کار پس از حدود هشت سال توقف، به مرحله پایبندی رسیده است. شیرافکن بابایی، معاون عملیات خطوط لوله و مخابرات نفت منطقه شمال روز سه‌شنبه در گفت‌وگو با ایرنا از سوآپ ماهانه ۵۸۰ هزار بشکه نفت خام کشورهای حاشیه دریای خزر به پالایشگاه تهران خبر داد و گفت: خط ۳۲۲۰۰ انتقال در شرایط فعلی هر ماه دومرحله و متوسط در شش روز فعالیت می‌کند. وی با بیان اینکه تاکنون ۲۸ کشتی نفت خام در منطقه پایانه نفتی نکا پهلو گرفته است، اضافه کرد: با افزایش حجم نفت خام تحویلی شرکت‌های سوآپ‌کننده خارجی و با توجه به برنامه‌ریزی انجام‌شده در سطح وزارت نفت، می‌توان به افزایش ظرفیت این طرح تا ۲۰۰ هزار بشکه در روز در سال میلادی آینده امیدوار بود. براتی ظرفیت فعلی تاسیسات و خطوط لوله منطقه شمال را ۳۷۰ هزار بشکه در روز اعلام کرد و افزود: این ظرفیت با برخی تغییرات قابلیت افزایش به ۵۰۰ هزار بشکه در روز را نیز دارد. دولت یازدهم در روزهای پایانی کار خود توانست به وعده خود برای احیای این امر عمل کند تا جایگاه کشور را در بازار جهانی انرژی ارتقا دهد. ایران از طریق سوآپ، نفت تولیدی کشورهای حاشیه دریای خزر مانند قزاقستان و ترکمنستان را در پایانه نکا (استان مازندران) تخلیه و به ازای آن در پایانه‌های جنوبی کشورمان، نفت تحویل مشتریان می‌دهد.

خبر



وزیر ارتباطات تعرفه‌های جدید را تشریح کرد

کاهش ۳۰ درصدی هزینه اینترنت در قیاس با تعرفه قبلی

وزیر ارتباطات با اشاره به کاهش هزینه حداقل ۳۰ درصدی در قیاس با تعرفه قبلی اینترنت ثابت، گفت: حتی با وجود مفهوم مصرف منصفانه بیش از ۸۰ درصد کاربران دیگر نیازی به خرید حجم یا پرداخت هزینه اضافه نخواهند داشت. محمدجواد آذری جهرمی در صفحه اینستاگرام خود با اشاره به تلاش برای حل ابهامات درباره تعرفه‌های جدید اینترنت ثابت، نوشت: به نظر می‌رسد ابهامات زیادی درباره تعرفه ایجاد شده است که ذکر چند نکته دیگر را ضروری دیدم. در قیاس با تعرفه قبلی، حداقل حدود ۳۰ درصد کاهش هزینه با اجرای این طرح برای کاربران پیش‌بینی می‌شود. وی در ادامه خاطر نشان کرد: اطمینان داشته باشید حتی با وجود مفهوم مصرف منصفانه بیش از ۸۰ درصد کاربران دیگر نیازی به خرید حجم یا پرداخت هزینه اضافه نخواهند داشت. همچنین سرعت خریداری‌شده باید به‌وسیله شرکت‌ها تضمین شود و اشتراک بین تعداد زیاد کاربر در اینجا معنا ندارد. جهرمی همچنین با تأکید بر لزوم حمایت از تولیدات بومی بیان کرد: نمی‌شود از دولت انتظار اشتغال داشت و همزمان از تولیدات بومی حمایت نکرد. جوانان ایرانی همواره در عرصه سرویس‌های نوین خوش درخشیده‌اند و لایق حمایت‌های ما و شما هستند.

معاون وزیر اقتصاد و انرژی آلمان عنوان کرد

بررسی نقش آلمان در برنامه‌های ترانزیتی و لجستیکی ایران با حضور آخوندی



معاون وزیر اقتصاد و انرژی آلمان در نشست مشترک با مدیرعامل راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران گفت: در سفر وزیر راه و شهرسازی ایران به آلمان، راهکارهای برنامه‌ریزی بهتر برای ارتقای زیرساخت‌ها از چین تا خاورمیانه برای تحقق اهداف ترانزیتی، چگونگی همکاری شرکت‌های آلمانی در ایران و ایجاد یک مرکز لجستیک در نزدیکی فرودگاه و نقش آلمان در تحقق این ایده مورد بحث و بررسی قرار گرفت. به گزارش ایسنا، رودلف براون، معاون وزیر اقتصاد و انرژی آلمان در نشست مشترک با مدیرعامل راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران ضمن اشاره به اینکه این نشست پیرو سفر

تحقق اهداف ترانزیتی به علاوه چگونگی همکاری شرکت‌های آلمانی در ایران مورد بررسی قرار گرفت. وی افزود: دومین مسئله مورد بحث با وزیر راه و شهرسازی

ایران در مورد همکاری برای ایجاد یک مرکز لجستیک در نزدیکی فرودگاه و نقش آلمان در تحقق این ایده بود. معاون وزیر اقتصاد و انرژی آلمان جلسه روز گذشته با مدیرعامل شرکت راه‌آهن ایران را مثبت ارزیابی کرد و گفت: ملاقاتی با علاقه‌مندان برای همکاری با شرکت‌های ایرانی صورت گرفت و جلسه دیروز نیز به منظور تقویت صحبت‌های پیرامون آن ملاقات محسوب می‌شود. رودلف براون با اشاره به قدمت ۲۰۰ ساله صنعت ریلی آلمان داشت: این صنعت تولیدات با کیفیت بالا و خدمات درجه یک تولید و عرضه می‌کند تا بتواند از این طریق از صنعت و مشتریان خود حمایت کند.

آگهی مزایده عمومی اجاره زمین چمن مصنوعی (نوبت دوم)



شهرداری بندر گناوه در نظر دارد به استناد بند ۱۲/۹۶/۱۲ شورای محترم اسلامی شهر، زمین چمن مصنوعی به شرح ذیل از طریق برگزاری مزایده عمومی (کتبی) به افراد و شرکتهای واجد شرایط واگذار نماید. لذا از کسانی که مایل به شرکت در مزایده هستند دعوت می‌گردد جهت دریافت اسناد به واحد حقوقی و قراردادهای شهرداری مراجعه نمایند.

ردیف	موضوع مزایده	مبلغ پایه	مبلغ تضمین	مدت اجاره
۱	زمین چمن مصنوعی واقع در خیابان ساحلی	۱۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال ماهیانه	۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال	۱۲ ماه

- مدت اعتبار پیشنهادها سه ماه از تاریخ بازگشایی می‌باشد.
- تضمین شرکت در مزایده که بصورت ارائه ضمانتنامه بانکی معتبر به مبلغ درج شده در جدول فوق که حداقل سه ماه از تاریخ پیشنهاد معتبر بوده و برای سه ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد و یا واریز وجه به شماره حساب ۳۱۰۰۰۰۱۸۸۴۰۰۳ نزد بانک ملی بنام شهرداری بندر گناوه
- تمام اسناد مزایده باید به مهر و امضاء مجاز تعهدآور پیشنهاد دهنده برسد و همزمان با پیشنهاد قیمت تسلیم شود.
- مهلت خرید اسناد: از دوشنبه ۹۶/۸/۲۲ تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۹۶/۹/۴ می‌باشد.
- مهلت و محل قبول پیشنهادات: تا پایان وقت اداری روز سه شنبه مورخ ۹۶/۹/۷ در دبیرخانه شهرداری گناوه واقع در خیابان امام خمینی (ره) می‌باشد.
- تاریخ بازگشایی پیشنهادات ساعت ۱۵ روز سه شنبه مورخ ۹۶/۹/۷ می‌باشد.
- هزینه درج آگهی برعهده برنده مزایده می‌باشد.
- شهرداری در رد قبول هر یک از پیشنهادهای مختار است.
- سایر جزئیات و شرایط در اسناد مزایده درج گردیده است.
- در صورتیکه برندگان اول و دوم و سوم مزایده حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنها به ترتیب ضبط خواهد شد.
- به پیشنهادهای فاقد سپرده، فاقد گواهی تأیید صلاحیت، فاقد مدارک ثبت شرکت، مخدوش، مبهم و مشروط و یا دیرتر از موعد مقرر ترتیب اثر داده نمی‌شود.
- متقاضیان می‌بایست مداراک را در سه پاکت به ترتیب پاکت الف جهت ضمانتنامه، پاکت ب جهت اسناد و مدارک و سوابق شرکت و مدارک شناسایی افراد حقیقی و پاکت ج پیشنهاد قیمت که هر سه پاکت را در یک پاکت واحد گذاشته و بصورت سربسته به دبیرخانه شهرداری گناوه تحویل نمایند.

روابط عمومی شهرداری بندر گناوه
نوبت اول: ۹۶/۸/۲۲
نوبت دوم: ۹۶/۸/۲۲

فراخوان ارزیابی کیفی خرید خدمات مشاوره



اداره کل ارتباطات و علائم الکتریکی راه آهن جمهوری اسلامی در نظر دارد «خرید خدمات مشاوره در امور علائم الکتریکی شبکه راه آهن ج.ا.ا.» را طبق شرایط مندرج در اسناد، به مشاوران دارای گواهینامه صلاحیت انجام خدمات مشاوره معتبر در گروه راه و ترابری با تخصص راه آهن و با پایه حداقل ۲ از سازمان برنامه و بودجه، واگذار نماید. متقاضیان می‌توانند جهت دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی از تاریخ انتشار آگهی لغایت روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۶/۰۸/۳۰ با در دست داشتن معرفی نامه معتبر به نشانی: تهران- میدان آرژانتین- خیابان آفریقا- ساختمان مرکزی راه آهن طبقه پانزدهم- اداره کل ارتباطات و علائم الکتریکی- امور قراردادهای مراجعه نمایند. مهلت تکمیل و ارسال اسناد ارزیابی تا ساعت ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۶/۰۹/۰۸ به نشانی فوق الذکر می‌باشد. قیمت خرید اسناد استعلام ارزیابی کیفی ۳۰۰,۰۰۰ (سیصد هزار) ریال به حساب شماره ۴۰۰۵۷۴۷۰۰۴۰۰۱۰۶۴۰۰۴ نزد خزانه بانک مرکزی ایران به نام راه آهن جمهوری اسلامی ایران قابل پرداخت در کلیه شعب بانک ملی می‌باشد. متعاقباً از شرکتهایی که حائز حداقل امتیاز ارزیابی کیفی باشند برای دریافت اسناد ارائه پیشنهاد خرید خدمات مشاوره دعوت به عمل می‌آید. در ضمن ارائه گواهینامه صلاحیت مشاوران با اعتبار زمانی و دارا بودن ظرفیت آزاد الزامی می‌باشد.

اداره کل ارتباطات و علائم الکتریکی راه آهن جمهوری اسلامی ایران
م الف ۲۷۰۲

بانکنامه



تصمیمات جدید درباره تعاونی افضل توس به روایت رئیس کل بانک مرکزی
آخرین وضعیت سپرده گذاران کاسپین

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به تصمیمات جدید درباره تعاونی منحل شده و افضل توس، از پرداخت ۱۰ درصد کسر شده از سپرده گذاران زیر ۲۰۰ میلیون تومان موسسه کاسپین خبر داد. به گزارش «فرصت امروز» ولی الله سیف، رئیس کل بانک مرکزی در گفت و گو با خبرنگاری خانه ملت گفت: مبلغ ۱۰ درصدی که از سپرده گذاران زیر ۲۰۰ میلیون تومان کاسپین کسر شده بود، در حال بازپرداخت به سپرده گذاران است. سیف در تشریح آخرین وضعیت سپرده گذاران کاسپین ادامه داد: براساس آخرین تصمیم مبلغ ۲۰۰ میلیون تومان به تمامی سپرده گذاران اعم از سپرده گذاری که زیر ۲۰۰ میلیون تومان و بیش از این ارقام سپرده گذاری کرده اند پرداخت می شود. رئیس کل بانک مرکزی با بیان اینکه مبلغ ۱۰ درصدی که از سپرده گذاران زیر ۲۰۰ میلیون تومان کسر شده بود در حال بازپرداخت به سپرده گذاران است، افزود: در حال حاضر شعب کاسپین با خطوط اعتباری که بانک مرکزی باز کرده است، پاسخگوی سپرده گذاری هستند که برای دریافت سپرده خود مراجعه می کنند و به تدریج تمامی سپرده گذاران را در نظر می گیرد. او ادامه داد: مابقی سپرده مشتریان که بالای ۲۰۰ میلیون تومان سپرده گذاری کرده اند پس از شناسایی اموال جدید پرداخت می شود. سیف



با بیان اینکه قوه قضائیه از طرق مختلف تلاش می کند تا با بررسی صورت های مالی موسسه مالی - اعتباری فرشتگان شناسایی کند که دارایی های ایجاد شده در چه مسیری قرار گرفته است، یادآور شد: قوه قضائیه بررسی می کند که آیا دارایی ها بدون حق به افراد دیگر منتقل شده یا خیر و دارایی هایی که شناسایی کند بازمی گرداند و ظرفیت جدیدی برای پرداخت سپرده مشتریان ایجاد می شود.

رئیس کل بانک مرکزی در پایان تصریح کرد: جلساتی به صورت منظم با نمایندگان سران سه قوه برگزار می شود که یکی از تصمیمات جدید در این جلسات درباره تعاونی وحدت و افضل توس بود که پیش بینی شده تا مبلغ ۱۰۰ میلیارد تومان پرداخت شود که البته هنوز تصمیم نهایی در این خصوص گرفته نشده است، البته سپرده مشتریان تا ۳ میلیون تومان پرداخت شده و حدود ۷۶ درصد مشتریان این تعاونی ها تسویه حساب شده اند.

افزایش قیمت سکه تحت تأثیر افزایش نرخ ارز

رکورد شکنی دلار ادامه دارد



رکورد شکنی های دلار در بازار ارز ایران همچنان ادامه دارد و این ارز در بازار آزاد طی روزهای اخیر در جهت افزایش قیمت حرکت کرده است. به طوری که طی یک هفته اخیر با افزایش بیش از ۶۰ تومانی از مرز ۴ هزار و ۱۳۰ تومان عبور کرد تا به رکورد جدیدی در سال جاری رسیده باشد. به گزارش ایسنا، نرخ دلار در هفته های گذشته با تغییر و نوساناتی همراه بوده است، به طوری که از اواسط مهر ماه از ۴۰۰۰ تومان عبور کرد و به بالاترین قیمت خود در سال جاری در آن مقطع رسید. پس از رسیدن دلار به ۴۰۰۰ تومان تحلیل های متفاوتی از وضعیت بازار ارز ارائه شد. برخی کارشناسان معتقد بودند که دولت در نهایت مانند آنچه در دفعات گذشته رخ داد با تزریق دلار به بازار آزاد جلوی افزایش نرخ را خواهد گرفت و مجدداً قیمت را به کمتر از ۴۰۰۰ تومان می رساند. از سوی دیگر برخی دیگر از ناظران بر این اعتقاد بودند که دولت مجبور است در جهت واقعی سازی و یکسان سازی نرخ ارز عمل کند، به همین منظور جلوی فنر قیمت دلار را نخواهد گرفت. از جمله دلایلی که برای این موضوع عنوان می شود، نیاز دولت به درآمدهای ارزی است و اینکه در شش ماهه اول امسال صادرات غیرنفتی افت محسوسی پیدا کرده است و برای همین دولت برای حمایت از صادرکنندگان به ویژه صادرکنندگان محصولات غیرنفتی مجبور است که اجازه واقعی شدن نرخ ارز را بدهد. از سوی دیگر، بررسی قیمت دلار مبادله ای در روزهای اخیر نشان می دهد که این ارز با شیب نسبتاً تندی در جهت افزایش قیمت حرکت کرده است؛ به طوری که وارد کانال ۳۵۰۰ تومان شده است و اختلافش با دلار بازار آزاد به کمترین مقدار در یک سال اخیر رسیده است. در بازار آزاد نیز در یک هفته اخیر قیمت ها همچنان به

صعود خود ادامه داده و بیش از ۶۰ تومان افزایش یافته است، به گونه ای که این نوع ارز در روز دوشنبه ۲۲ آبان ماه به ۴ هزار و ۱۳۶ تومان رسید که بالاترین نرخ دلار در سال جاری به حساب می آید. البته مسئله تک نرخ شدن نرخ ارز موضوع جدیدی نیست و از ابتدای دولت یازدهم به عنوان یکی از اهداف اصلی اقتصادی تعریف شده بود، اما این هدف تحت عنوان فراهم نمودن بسترهای لازم برای ارسن کار تاکنون به تعویق افتاد. از سوی دیگر، بخش خصوصی و اعضای اتاق بازرگانی تأکید ویژه بر واقعی سازی و یکسان سازی نرخ ارز دارند و آن را یکی از راه های برون رفت از مشکلات اقتصادی و چالش های تجارت خارجی عنوان می کنند. به هر حال، این امیدواری در میان فعالان اقتصادی و به ویژه صادرکنندگان وجود دارد که نرخ دلار تا پایان سال یک نرخی و واقعی شود.

چرا سکه گران شد؟
اما در رابطه با بازار سکه، وضعیت چندین متفاوت از بازار ارز نیست و افزایش قیمت سکه در روزهای اخیر تحت الشعاع افزایش نرخ ارز اتفاق افتاده است. در واقع، طی روزهای اخیر قیمت ها در بازار سکه و میزان افزایش قیمت ها چشمگیر است، به گونه ای که سکه تمام روز دوشنبه ۲۰ هزار تومان و روز سه شنبه ۱۵ هزار تومان افزایش قیمت داشته و به یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان رسیده است. در همین زمینه، محمد کشتی آرای، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران معتقد است که افزایش قیمت سکه تحت تأثیر افزایش نرخ ارز اتفاق افتاده و وضعیت بازار در چند روز اخیر با توجه به افزایش قیمت ارز ناخوداگاه با التهاب همراه شده و سبب افزایش قیمت سکه شده است. او با بیان اینکه این افزایش قیمت در حالی رخ داده که قیمت جهانی طلا تغییر چندانی

نرخنامه

نرخ سکه و طلا

نوسان	قیمت (تومان)	عنوان
▼	۵۴۳,۷۰۰	مثقال طلا
▼	۱۲۵,۵۰۰	هر گرم طلای ۱۸ عیار
▲	۱,۳۱۴,۰۰۰	سکه بهار آزادی
	۱,۳۸۸,۰۰۰	سکه طرح جدید
▲	۶۹۸,۰۰۰	نیم سکه
▲	۳۹۶,۷۰۰	ربع سکه
▲	۲۵۸,۰۰۰	سکه گرمی

نرخ ارز نقدی

نوسان	قیمت (تومان)	نوع ارز
▼	۴,۱۱۸	دلار آمریکا
▲	۴,۸۹۴	یورو اروپا
▲	۵,۵۴۸	پوند انگلیس
▲	۱,۱۳۶	درهم امارات

در پیچه

نان از اول آذرماه گران می شود

خبرگزاری میزان به نقل از رئیس اتحادیه نانوایان سنتی خبر داد که با توجه به اینکه سه سال است قیمت نان تغییر نکرده است، افزایش ۱۵ درصدی مصوب می تواند تنها هزینه های کارگری را پوشش بدهد و به زودی طرح یکسان سازی گندم، آرد و نان در دستور کار قرار گرفته و اجرا می شود. قاسم زراعتکار در خصوص زمان اعمال افزایش ۱۵ درصدی نرخ نان بیان کرد: با موافقت ستاد تنظیم بازار با افزایش ۱۵ درصدی قیمت نان، قیمت های جدید در استان های کشور براساس تصمیم گیری استانداری ها و فرمانداری ها مشخص شده و از اول آذر ماه جاری اجرایی می شود. وی در توضیح تغییر وزن چانه های نان تصریح کرد: با توجه به عدم افزایش قیمت نان در سه سال اخیر و از طرفی افزایش هزینه های تولید مانند هزینه های کارگری قیمت نان ستاد تنظیم بازار مصوب کرد در کشور ۱۵ درصد قیمت انواع نان بدون تغییر وزن چانه و با شرایط کنونی تولید، افزایش یابد که این قیمت ها از ابتدای آذرماه اجرایی می شود. رئیس اتحادیه نانوایان سنتی در ادامه افزود: قیمت نان در تهران با تصمیم گیری در اتاق اصناف و در شهرستان ها و استان های دیگر با تصمیم گیری استانداری ها و فرمانداری ها تغییر می کند.

بانک مرکزی و موسسه بیمه صادراتی جمهوری چک تفاهم نامه امضا کردند

تفاهم نامه همکاری بین بانک مرکزی و موسسه بیمه صادراتی جمهوری چک (آکاپ) با هدف تسهیل روابط تجاری و ارتقای سطح سرمایه گذاری، روز سه شنبه در محل بانک مرکزی منعقد شد. به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، این تفاهم نامه با همکاری مشترک بانک مرکزی، وزارت امور اقتصادی و دارایی و صندوق ضمانت صادرات نهایی و توسط حسین یعقوبی میاب، مدیرکل بین الملل بانک مرکزی و آقای «مارک دلوهی» نایب رئیس و معاون مدیرعامل موسسه آکاپ امضا شد.

متن آگهی تملک مسیر لوله گاز

شماره مجوز وزارت نفت: ۱۳۹۶/۳۷۸۷



شرکت گاز استان اردبیل در نظر دارداراضی واقع در مسیر خط لوله ۱۶۰ میلی متری محور صنعتی CGS مشگین شهر را به طول ۳۹۰۰ متر در عرض ۵ متر جمعاً به مساحت ۱۹۵۰۰ مترمربع را با استفاده از لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک برای اجرای برنامه های عمومی، عمرانی و نظامی دولت مصوب ۱۳۵۸/۱۱/۱۷ شورای انقلاب را به شرح کروکی مندرج به تملک خود در آورد. لذا بدینوسیله مراتب به اطلاع مالک یا مالکین یا صاحبان سایر حقوق قانونی اراضی موصوف می رساند ظرف پانزده روز پس از انتشار آگهی جهت واگذاری اراضی مورد نظر با در دست داشتن مدارک مالکیت به آدرس اردبیل شهرک اداری بعثت ساختمان مرکزی شرکت گاز استان اردبیل طبقه چهارم امور حقوقی مراجعه نمایند در صورت استنکاف یا عدم مراجعه در مهلت مقرر براساس اختیارات حاصله از لایحه قانونی فوق الذکر اقدام خواهد شد.

روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل

آگهی فراخوان شناسایی مشاور شماره ۰۵ - ۹۶

شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان

۱- موضوع فراخوان: شناسایی و ارزیابی کیفی پیمانکاران اجرایی کابل زمینی ۶۳ و ۱۳۲ کیلوولت عملیاتی برق منطقه ای هرمزگان بشرح مندرج در اسناد فراخوان.

۲- دستگاه نظارت و مناقصه گزار: معاونت طرح و توسعه شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان به نشانی: بندرعباس - بلوار امام خمینی، جنب ناحیه انتظامی، تلفن ۰۷۶-۰۳۳۳۳۱۷۰۰-۴

۳- مشاور پروژه: شرکت قدس نیرو؛ به نشانی: تهران، خیابان استاد مطهری، بعد از چهارراه شهرداری، پلاک ۸۲، تلفن ۰۲۱-۸۸۴۲۷۰۰۵ فاکس ۰۲۱-۸۸۴۲۷۰۰۵ که شرکتهای متقاضی می توانند در خصوص سئوالات فنی خود با مشاور پروژه تماس حاصل فرمایند.

۴- تاریخ دریافت اسناد، نحوه دریافت: زمان و محل تسلیم اسناد و مستندات استعلام ارزیابی: تاریخ دریافت اسناد از تاریخ ۹۶/۰۸/۲۷ لغایت ۹۶/۰۹/۰۱ می باشد و تاریخ اعلام شده به هیچ عنوان تمدید نخواهد گردید. نحوه دریافت اسناد از طریق سامانه معاملات دولت به نشانی www.setadiran.ir می باشد.

تاریخ تحویل اسناد ارزیابی تکمیل شده تا روز شنبه مورخ ۹۶/۰۹/۱۸ بصورت بارگذاری در سامانه معاملات دولت و ارسال یک نسخه فیزیکی به آدرس شرکت مشاور می باشد.

۵- رشته و گروه پیمانکار مورد نظر: پیمانکار داوطلب می بایست دارای گواهی صلاحیت در زمینه برق خطوط فوق توزیع و انتقال نیرو " رده ولتاژی ۶۳ و ۱۳۲ کیلوولت " از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری (سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور)؛ حداقل رتبه ۴ و دارای ظرفیت آزاد باشد.

بدیهی است شرکت برق منطقه ای هرمزگان پس از بررسی اسناد و مدارک واصله و اطلاعات مندرج در اسناد ارزیابی توسط مشاور و در چارچوب ضوابط و مقررات داخلی خود از شرکتهای واجد شرایط برای خرید اسناد مناقصه دعوت بعمل خواهد آورد. ارائه و تحویل مدارک هیچ گونه حقی را برای متقاضیان شرکت در مناقصه ایجاد نخواهد کرد و حق کارفرما در عدم دعوت از شرکتهایی که به دلایلی از قبیل عدم احراز صلاحیت، نقصان سوابق معتبر (امکانات، محدودیت مالی و کثرت قراردادهای جاری و ...) فاقد توانایی لازم برای پیشبرد موضوع مناقصه تشخیص داده شوند محفوظ خواهد بود.

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان

شناسه آگهی: ۱۰۷۰۵۳

راه اندازی نسخه جدید سامانه نت کلیر

مدیر امور ناشران شرکت سپرده گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه (سمات) از افزایش قابلیت های سامانه نت کلیر در بازار سرمایه خبر داد. مریم شاه حسینی از راه اندازی نسخه جدید سامانه نت کلیر در بازار سرمایه خبر داد و گفت: اضافه شدن کد ملی سهامداران روی اعلامیه و گواهی نامه های بازار سرمایه برای نخستین بار، امکان درج و گزارش دهی هزینه انبار گواهی های سپرده کلایی و مالیات سپرده کلایی بر ارزش افزوده آن و گزارش دهی مالیات بر ارزش افزوده معاملات از قابلیت های جدید این سامانه است. وی با تأکید بر تلاش های انجام گرفته در چند سال اخیر برای تسهیل ارائه خدمات به کارگزاران، ناشران و سهامداران اظهار داشت: سامانه نت کلیر جهت تسویه و پایاپای انواع اوراق بهادار و همچنین برای ارائه گواهی نامه های غیر کاغذی به سرمایه گذاران، از سال ۹۰ راه اندازی شده است. مدیر امور ناشران سمات با بیان اینکه نت کلیر دارای دو سامانه مجزا است، ادامه داد: این سامانه توسط شرکت سپرده گذاری مرکزی ایران توسعه داده شده که گزارش های الکترونیک و غیر کاغذی را که منشأ آن سامانه پس از معاملات بازار سرمایه است، ایجاد کرده و آن را در اختیار ذینفعان خود قرار می دهد. وی اضافه کرد: سامانه اول برای انتقال داده های معاملات و گواهی نامه ها از سامانه پس از معاملات و وب سایت نت کلیر است. سامانه دوم برای انتشار گواهی نامه های الکترونیک و گزارشات اختصاصی برای کارگزاران، اتاق پایاپای و سایر ذی نفعان، استفاده می شود و اعلامیه های الکترونیکی و گواهی نامه های معاملات را به کمک یک سیستم گزارش گیری الکترونیک ایجاد کرده و قادر به تهیه گزارش های سفارشی تسویه، کارمزد و صورت حساب مالی است. شاه حسینی با تأکید بر افزایش امنیت و اعتبار گواهی نامه های سپرده کلایی با درج کد ملی افزود: برای نخستین بار کد ملی افراد حقیقی و شناسه ملی افراد حقوقی روی گواهی نامه های صادره برای کلیه ابزار های مالی درج شده است که این امر باعث افزایش اعتبار و سهولت اعتبار سنجی گواهی نامه های بازار سرمایه شده است. وی افزود: ناشران می توانند با استفاده از نرم افزار Cert Reporter، گواهی نامه های سهامداران خود را چاپ کنند، برخی از ویژگی های این سامانه را می توان به کاربرد آن در اوراق سلف نفتی، اوراق مشارکت ارزی، بورس ارز، قابلیت های تسویه اوراق با واحدهای پول متفاوت و همچنین قابلیت تعریف پویای ارزی جدید، تهاوت با بورس و فرابورس، سرعت بالا ۲۰۰۰۰ معامله در دقیقه، غیر کاغذی شدن گزارش های کارمزد ها، پایاپای روزانه، اعلامیه ها، گواهی نامه و... نام کرد.

۳۹ هزار میلیارد ریال ارزش صندوق های ETF

شرکت سپرده گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه (سمات) ارزش صندوق های قابل معامله (ETF) در بازار سرمایه را حدود ۳۹ هزار میلیارد ریال اعلام کرد. براساس جدیدترین آمارها، ارزش صندوق های قابل معامله در بورس به رقم ۳۹ هزار میلیارد ریال رسید. در حال حاضر ۲۰ صندوق قابل معامله در بازار سرمایه ایران فعال هستند. براساس این گزارش، صندوق اعتماد آفرین پارسیان با ارزشی معادل ۹۰۱۲ میلیارد ریال بزرگ ترین صندوق ETF است. صندوق های قابل معامله آرمان آتی کوثر ۷۰۵۷ میلیارد ریال، مین یکم فردا با ۵۰۹۴، پایدارسپهر با ۵۰۶۹ میلیارد ریال، صندوق پاداش سهامداری توسعه یکم با ۵۰۲۱ و صندوق توسعه اندوخته آینده با ۱،۲۵۲ میلیارد ریال به ترتیب در رتبه های دوم تا ششم بزرگ ترین صندوق های ETF بازار سرمایه قرار دارند.

بورس کالا

عرضه بیش از ۲۴ هزار تن میلگرد و تیر آهن شرکت ذوب آهن اصفهان

شرکت ذوب آهن اصفهان روز سه شنبه ۲۳ آبان ماه ۱۱ هزار تن تیر آهن ۱۴ تا ۱۸ و ۲۳ هزار و ۱۲ تن میلگرد و تیر آهن تولیدی خود را در تالار محصولات صنعتی و معدنی بورس کالای ایران عرضه کرد. همچنین ۳۷ هزار و ۴۷۷ تن انواع قیر، وکیوم باتوم و مواد پلیمری در تالار فرآورده های نفتی و پتروشیمی عرضه شد. این گزارش حاکی است، ۱۵ هزار تن گندم خوراکی و دوروم، ۱۰۰ تن روغن خام سویا و ۲۵۳ هزار قطعه جوجه یک روزه گاوگوشتی نیز در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد. تالار صادراتی بورس کالای ایران نیز در این روز شاهد عرضه ۴ هزار و ۹۵۰ تن قیر، عایق رطوبتی و لوب کات سبک بود. بازار فرعی بورس کالا ایران نیز در این روز شاهد عرضه ۱۰۰ تن روغن از کشور مالزی بود.

شاخص کل بورس بار دیگر به یک قدمی کانال ۸۸ هزار واحد رسید
سبزپوشی بازار سهام همگام با تداوم افزایش نرخ ارز



تومان رسید که ناشی از دست به دست شدن بیش از ۷۸۴ میلیون سهم و اوراق مالی قابل معامله طی ۴۶ هزار و ۲۳۰ نوبت دادوستد بود. سید محمد صدرالغروی sadrolgharavi@yahoo.com شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران که دو روز ابتدایی هفته را با روند نزولی سپری کرده بود، روز دوشنبه روند رو به رشد خود را دوباره شروع کرد و پس از افزایش ۸۷ واحدی، روز سه شنبه نیز توانست رشد ۱۱۷ واحدی را ثبت کند و بار دیگر به کانال بالاتر نزدیک تر شود. همچنین در بازار فرابورس، شاهد رشد اندک ۱۶ واحد شاخص کل و رسیدن به رقم ۹۸۹ واحد بودیم. روز سه شنبه معاملات سهام در نمود فولاد مبارکه با ۴۱ واحد، پالایش نفت اصفهان با ۲۲ واحد و پارس خودرو با ۱۸ واحد افزایش بیشترین تأثیر مثبت را بر محاسبه شاخص کل بورس به نام خود ثبت کردند. در مقابل، معاملات سهام در نمود معاملاتی پتروشیمی جم با ۱۱ واحد، سرمایه گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تأمین با ۸ واحد و بانک ملت با ۷ واحد کاهش بیشترین تأثیر منفی را در برآورد این نماگر به دوش کشیدند. ارزش کل معاملات روز سه شنبه بورس تهران در حالی به بیش از ۱۷۹ میلیارد تومان رسید که ناشی از دست به دست شدن بیش از ۷۸۴ میلیون سهم و اوراق مالی قابل معامله طی ۴۶ هزار و ۲۳۰ نوبت دادوستد بود. شاخص کل بورس، شاهد تکاپوی معامله گران برای یافتن سهم های کوچک و برخوردار از ظرفیت رشد بالا بود؛ شرکت هایی که فارغ از تأثیر برنامه می توانستند با سرعت بالایی به لحاظ سودآوری و اجرای طرح های توسعه ای برخوردار شوند. در این شرایط بسیاری از کارشناسان و صاحب نظران، عمده دلایل حرکت مجدد صعودی بازار سهام را تداوم افزایش نرخ ارز و همچنین انتشار اخباری غیر رسمی از لایحه بودجه سال ۹۷ توسط دولت عنوان کرده اند؛ جایی که قرار است نرخ ارز مبادلاتی در بودجه ۹۷ احتمالاً در محدوده ۳۸۰۰ تومانی باشد. لذا در صورت مینا قرار دادن این نرخ جدید

دریچه

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار مطرح کرد

پنجاهمین سالگرد بازار سرمایه، فرصت مهم فرهنگ سازی

هست، معرفی کرده و ابزارها، امکانات و مشکلات به شکل کامل و شفاف برای آحاد جامعه مشخص شود. رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با اشاره به اینکه برای ورود به این بازار باید از دانش و تخصصی کافی برخوردار بود، گفت: برای فعالیت در بازار سرمایه، باید امکانات، توانمندی ها، ابزارها و خطرات ذاتی این فعالیت اقتصادی روشن و شفاف باشد. در این راه نیز، کمک و همکاری همه اصحاب رسانه از جمله، مدیرانی که امروز در این نشست حضور دارند، ضروری است.

سازمان بورس و اوراق بهادار به گرمی از همراهی متخصصان فرهنگ ساز جامعه استقبال می کند. وی تصریح کرد: ضروری است همه مردم جامعه به ویژه فعالان اقتصادی حاضر در بازار سرمایه از گذشته این نهاد اقتصادی آگاه بوده و از وضعیت فعلی اطلاع لازم را داشته باشند تا بتوانند در خصوص آینده پیش بینی های منطقی کنند. دبیر شورای عالی بورس با تأکید بر اینکه پنجاهمین سالگرد فعالیت بازار سرمایه فرصت خوبی برای فرهنگ سازی و آشنایی مردم با بورس است، ادامه داد: هدف ما شفافیت بیشتر این بازار و توسعه کمی و کیفی آن است. محمدی با بیان اینکه اعتماد به بازار سرمایه خط قرمز سازمان بورس و اوراق بهادار است، گفت: نقدپذیری و پذیرش منصفانه مشکلات بازار سرمایه در دستور کار سازمان بورس قرار دارد و همواره در این راه تلاش خواهیم کرد.



بورس و اوراق بهادار ابراز داشت: ارکان اقتصادی از جمله بانک ها و بیمه ها به عنوان شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، اهمیت بالایی برای بازار سرمایه دارند و از سوی دیگر، وزارت اقتصاد، ریاست مجمع بانک ها بر عهده دارد. وی در ادامه به نقش پررنگ بیمه ها در اقتصاد اشاره کرد و افزود: در صورتی که هر کدام از ارکان اقتصادی کشور با مشکلاتی روبه رو شوند، همه نهاد های اقتصادی باید کمک کنند تا مشکل برطرف شود. دبیر شورای عالی بورس با تأکید بر اینکه هیچ کدام از مجموعه های مرتبط با وزارت امور اقتصادی و دارایی، قصد ندارند مشکلات یا مسائل پیش روی خود را پنهان کنند، ادامه داد: آنچه برای مجموعه اقتصادی کشور مهم است، نقد منصفانه و ارائه پیشنهاد برای بهبود عملکرد است.

نماگر بازار سهام

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

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
سغرب	۳۰۸۱	۴.۹۷
فلامی	۶.۴۶۸	۴.۸۶
سپهگمت	۲.۳۱۹	۴.۷
سکرد	۸۹۹	۴.۶۶
رتکو	۱۲.۷۱۰	۴.۶۵
حفراس	۲.۹۶۲	۴.۵۵
ساروم	۲.۸۶۲	۴.۴۱

بیشترین درصد کاهش
سرمه آفرین صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. سیمان بهبهان در رده دوم این گروه ایستاد. کشت و صنعت پیادر هم در میان سهم های با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
لسرما	۳.۷۵۱	(۴.۹۴)
سیمان	۱۴.۸۷۸	(۴.۹)
غانر	۵.۱۸۱	(۴.۱۶)
کمنگنز	۵.۳۰۵	(۳.۹۳)
قنات	۲.۰۳۵	(۳.۶۹)
پدرخش	۳.۶۹۳	(۳.۳۵)
قمر	۴.۲۷۱	(۲.۷۶)

پرمعامله ترین سهم
پارس خودرو پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. حق تقدم سرمایه گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تأمین در رده دوم این گروه ایستاد. حق تقدم سایپا آذین هم در رده های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
شینا	۳۶۰	۵۶۸۲۲
خپارس	۸۴۹	۵۶۲۱۷
فولاد	۲۳۵۲	۳۸.۵۹۶
رتکو	۱۲۷۱۰	۳۴.۵۹۳
خسایپا	۱۰۶۲	۲۵.۳۸۳
کاوه	۲۲۶۴	۱۶.۸۸۵
خودرو	۲۶۷۰	۱۶.۷۸۵

بیشترین ارزش معامله
جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را پالایش نفت اصفهان به خود اختصاص داد. پارس خودرو رتبه دوم را به دست آورد. فولاد مبارکه اصفهان هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
پرداخت	۲۲۶۰۷	۴۵۶۸۳
فولاد	۱۶۷۲	۳۹.۸۴۲
خزامیا	۷۹۸	۲۹.۳۹۵
فیاهنر	۶۲۶۸	۲۸.۹۶۸
خاهن	۳۰۹۱	۲۳.۱۹۱
خودرو	۲۵۷۹	۲۱.۲۰۵
کیپارس	۷۳۷۷	۱۹.۰۲۰

بیشترین سهام معامله شده
پارس خودرو در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که حق تقدم سرمایه گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تأمین در این گروه دوم شد و سایپا در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خپارس	۸۴۹	۳۵۵۶
تاپیکوچ	۱۸۵	۲۲۸۵
خسایپا	۱۰۶۲	۱۸۰۶
آپ	۱۴۵۸۸	۱۲۲۷
شینا	۳۶۹۰	۱۲۱۴
کاوه	۲۲۶۴	۱۰۱۹
فولاد	۲۳۵۲	۹۷۲

پالایترین نسبت P/E
رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته سایپا شیشه به دست آورد. کاشی و سرامیک حافظ در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
کسایپا	۱۴۱۹	۷۱۰
کحافظ	۳۳۹۸	۶۸۰
خمحور	۳۵۰۷	۶۲۷
خکمک	۱۱۹۸	۵۹۹
شپارس	۱۹۳۵	۴۸۴
قنات	۲۰۳۵	۴۰۷
خشرق	۳۳۵۵	۳۰۵

کمترین نسبت P/E
روز گذشته سرمایه گذاری خوارزمی در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه گذاری اعتبار ایران جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
ولخازم	۷۴۹	۲۰۰
واعتبار	۱۴۸۸	۲.۷۶
وصنا	۹۶۵	۳.۲۰
پردیس	۱۱۴۱	۳.۴۲
ویانک	۱۸۴۴	۳.۵۲
پارسیان	۱۶۵۵	۳.۵۴
وصنعت	۱۰۱۶	۳.۹۱



قانون ۸۵ ساله تجارت؛ ۱۲ سال در انتظار نسخه جدید

قانون تجارت ایران که ۸۵ سال از تدوین آن می‌گذرد و امروز دیگر پاسخگوی نیازهای روز اقتصاد کشور نیست، ۱۲ سال است در انتظار تدوین نسخه جدید خود، به مجلس و شورای نگهبان چشم دوخته است.

به گزارش مهر، تجارت موضوعی است که نقش مهم و مؤثری در رشد اقتصادی کشورها ایفا و دولتمردان همیشه در صدد ارتقای آن به نفع کشور و مردم‌شان هستند. برای انجام تجارت در هر کشور قوانین خاصی تدوین شده و از آن پیروی می‌شود. در کشور ما نیز قانون تجارتی وجود دارد که شرکت‌ها و تجار در چارچوب آن قانون فعالیت می‌کنند.

قانون تجارت فعلی ایران بسیار قدیمی است. در اردیبهشت سسال ۱۳۱۱ در ۶۰۰ ماده و عمدتا با الهام از قانون تجارت۱۸۰۷ فرانسه (معروف به کد ناپلئون) تدوین شد و به تصویب مجلس شورای ملی رسید، البته در سال ۱۳۴۷ با توجه به تغییر ساختارهای اقتصادی کشور، در قانون تجارت بخش شرکت‌های سهامی اصلاح و در ۳۰۰ ماده، مقررات جدیدی برای شرکت‌های سه‌امی عام و خاص وضع شد.

از سال ۱۳۴۷ شاهد تغییرات زیادی در خصوص قانون تجارت نبودیم تا اینکه بالاخره با توجه به تحولات و تغییرات گسترده‌ای که در مبادلات تجاری جهان و ایران رخ داده بود، دولت در سال ۱۳۸۴ قانون جدید تجارت را تدوین و در قالب یک لایحه تقدیم مجلس شورای اسلامی کرد. این لایحه پس از اصلاحاتی در کمیسیون حقوقی و قضایی مجلس- به علت وجود ۱۲۶۱ ماده امکان بررسی در صحن علنی مجلس وجود نداشت و با توجه به اصل ۸۷ قانون در کمیسیون تخصصی بررسی شد- تأیید و در تاریخ ۱/۱/۱۳۹۱ در صحن علنی مجلس شورای اسلامی مصوب و به شورای نگهبان ارسال شد.

گفتنی است براساس اصل ۸۵، مجلس نمی‌تواند اختیار قانون‌گذاری را به شخصی یا هیأتی واگذار کند، ولی در موارد ضروری می‌تواند اختیار وضع بعضی از قوانین را با رعایت اصل ۷۲ به کمیسیون‌های داخلی خود تفویض کند؛ در این صورت این قوانین در مدتی که مجلس تعیین می‌کند، به صورت آزمایشی اجرا می‌شود و تصویب نهایی آنها با مجلس خواهد بود. همچنین مجلس شورای اسلامی می‌تواند تصویب دائمی اساسنامه سازمان‌ها، شرکت‌ها، موسسات دولتی یا وابسته به دولت را با رعایت اصل ۷۲ به کمیسیون‌های ذی‌ربط واگذار کند یا اجازه تصویب آنها را به دولت بدهد.

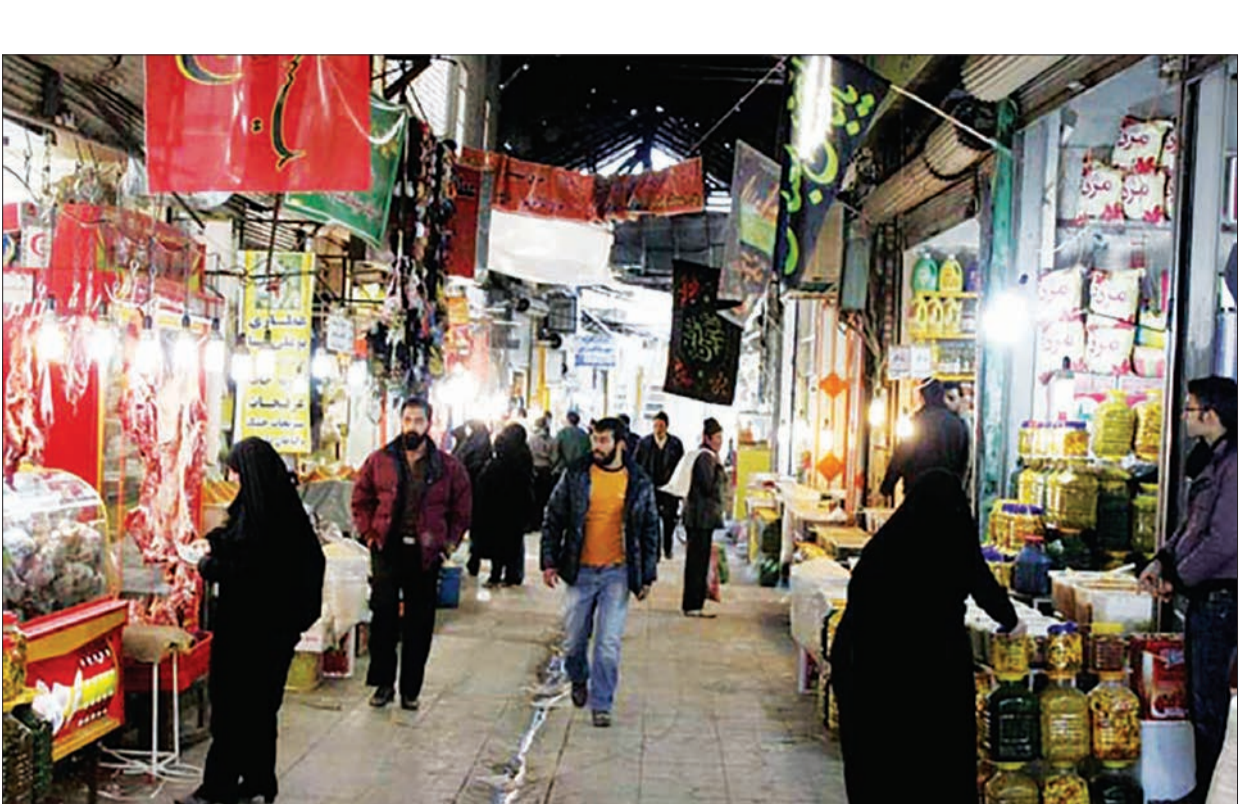
اما شورای نگهبان در دو مرتبه در تاریخ‌های ۲/۱۲/۱۳۹۱ و ۳/۱۲/۱۳۹۳ پس از بررسی لایحه مزبور، با ایراد برخی ابهامات به این مصوبه، استناد به اصل ۸۵ قانون اساسی را در خصوص تصویب این قانون ضروری ندانسته و آن را به مجلس شورای اسلامی ارجاع داد. در نتیجه لایحه قانون تجارت کماکان در مجلس شورای اسلامی جهت بررسی و تصویب جزء به جزء از سوی نمایندگان با استفاده از سایر راهکارهای قانونی برای تصویب معطل مانده است.

در این خصوص علیرضا عالی پناه، معاون سابق دفتر معاونت حقوقی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی به مهر گفت: مجلس هفتم این لایحه را به فوریت در کمیسیون قضایی با حضور نمایندگان مختلف در دستگاه‌ها بررسی کرد. تصویب حدود ۲۰۰ ماده آن از سال ۱۳۸۴ تا سال ۱۳۸۶ به طول انجامید، وقتی نمایندگان مجلس دیدند که اکثر مواد لایحه اصلاح می‌شود و به نوعی محتوای لایحه دولت بسیار ضعیف است، تصمیم گرفتند که لایحه و تدوین پیش‌نویس قانون را به مرکز پژوهش‌های مجلس ارجاع کنند و از مرکز پژوهش‌ها خواستند که با کنار گذاشتن لایحه دولت در قوانین موجود، اصلاحاتی را انجام داده و به نوعی لایحه از نو نوشته شود.

وی ادامه داد: در همین ایام، اصلاحیه‌های قانون در حال جمع‌بندی بود که دوره مجلس هفتم در خرداد ماه ۱۳۸۷ به اتمام رسید؛ با این اوصاف با توجه به ماده ۱۴۰ آیین‌نامه داخلی مجلس، در صورت اتمام زمان مجلس، تمامی طرح‌ها و لوایح و کارهای نیمه‌کاره معلق می‌ماند که مجلس هشتم تشکیل و در این اثنا دولت لایحه را دوباره به مجلس ارائه و مجلس آن را اعلام وصول کرد. پس برنامه‌های مرکز پژوهش‌ها لغو شد تا لایحه دوباره مورد بررسی قرار گیرد. جامعه حقوقدانان با کلیت لایحه مخالف بودند، اما در مجلس هشتم لایحه اعلام وصول شد و در پاییز ۱۳۸۷ در کمیسیون اقتصادی بررسی و درنهایت کمیسیون به این نتیجه رسید که بررسی ماده به ماده در این کمیسیون به تصویب امکان ندارد و باید در چارچوب اصل ۸۵ قانون اساسی آزمایشی اجرا شود.

این استاد دانشگاه اظهار داشت: تشکیل جمع کارشناسی به بنده محول شد و قرار شد متن جدیدی ارائه شود. در سال ۱۳۸۸ همه شرکت‌ها و اساتید و کارشناسان ۱۰الی ۱۵ دستگاه، جلساتی تشکیل دادند و نگارش یک متن جدید را البته با نگاهی به قانون تجارت جدید شروع کردند. در نتیجه تلاش این کارگروه، بخشی از متن را در ۵۰۰ ماده آماده و به کمیسیون مشترک سپردیم، اما این کمیسیون فرصت نکرد جلسات خود را به صورت منظم تشکیل دهد و به این ترتیب از سال ۸۸ تا شهریور ۸۹ تنها ۳۰ ماده در این کمیسیون به تصویب رسید. وی تصریح کرد: شورای نگهبان که افرادی دغدغه‌مند و بالارزشی هستند در این مورد به‌خصوص باید همت و تعاملی بیشتری با مجلس به عمل بیاورند تا قانون تجارتی که برای ۸۰ سال قبل است و بسیاری از ماده‌های آن دیگر قابلیت استفاده در زمان کنونی را ندارد اصلاح و برای استفاده عموم ابلاغ شود.

تعدد مراکز نظارت و کنترل بازار؛ فرصت یا تهدید



غلامعلی رموی

کارشناس اقتصادی

امروزه با گسترش جوامع و تنوع نیازها برای امرار معاش و رفع حوائج جاری زندگی موضوعات و مباحث مرتبط با این موضوع نیز از گستردگی و تنوع زیادی برخوردار شده است. با توجه به میزان توسعه یا عدم توسعه یافتگی جوامع این قانونمندی و رعایت ضوابط نیز از اهمیت و اعتبار بیشتری برخوردار خواهد شد.

در حوزه رسیدگی به شکایات مطروحه در حوزه بازار نشان می‌دهد که نهادهای مختلفی بگهت برای هدایت، مدیریت، نظارت و کنترل بازار ایجاد شده‌اند. حتی اگر این بهره‌وری مناسبی از آنها در حوزه کاهش زمینه‌های وقوع تخلف و رعایت قانون در سطح بازار مشاهده نمی‌شود. در حوزه رسیدگی به تخلفات صنفی در حال حاضر امکان ارائه شکایت به چندین ساختار و نهاد دولتی و غیردولتی به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم فراهم شده است و در خصوص یک تخلف می‌توان یک شکایت را در مراکز مختلفی مانند واحدهای بازرسی و نظارت اصناف، سازمان‌های اصنعت، معدن و تجارت، اتحادیه صنفی، تعزیرات حکومتی، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و احتمالاً برخی نهادهای تخصصی مانند معاونت غذا و دارو و وزارت بهداشت، سازمان ملی استاندارد و... مطرح کرد و هر یک از این دستگاه‌ها نیز بخش‌های عریض و طولیلی مانند ستاد خبری، واحد بازرسی رسیدگی به شکایات و... را رسیدگی به این شکایات‌ها طراحی کرده‌اند. این درحالی است که ماهیت کار بسیاری از این ساختارها اصلا نباید ورود به موضوع رسیدگی به شکایات تلقی شود ولی به دلایلی هم‌اکنون به این کار مشغولند. نتیجه این تعدد مراکز الزما به معنای کاهش وقوع تخلف نیست بلکه این نهادها تحت مقرراتی و با عناوین مختلفی تحت عنوان رسیدگی تخصصی، مرتبط، تفویض امور بازرسی و... هم‌اکنون فعالیت می‌کنند.

واقع امر این است که رسیدگی به شکایات مردم و احقاق حقوق آنها یک

وظیفه حاکمیتی است و فقط در حوزه صلاحیت حاکمیت قرار دارد و اینکه مردم امکانی برای ارائه شکایات خود داشته باشند در بدو امر شاید یک موضوع مثبت تلقی شود ولی با نگاهی به پراکندگی عملکردهای این نهاد و عدم بازدارندگی احکام صادره، صدور حکم در بازه زمان‌های طولانی و عدم اثربخشی جزای تخلف در زمان و مکان وقوع تخلف، عدم کاهش زمینه‌های تخلفات حوزه بازار و حتی رشد برخی از شاخص‌های تخلف مانند گرانفروشی و...

نشان می‌دهد که نتیجه دریافتی با توجه به امکانات اختصاص یافته به موضوع هیچ گونه تناسبی ندارد. حتی اگر این نهادها مدعی باشند که در حوزه نظارت و کنترل بازار به‌صورت شبانه روزی درحال فعالیت هستند، چراکه به‌رغم همه این کارها زمینه‌های ارتکاب تخلفات حوزه بازار کاهش نیافته و در مواردی شاهد اجحافات بیشتری هم از سوی برخی افراد فرصت طلب به جامعه هستیم. لذا اگر به جای وجود مراکز متعدد دریافت و رسیدگی‌کننده به شکایات حوزه بازار فقط یک مرکز منظم و منسجم برای رسیدگی به تظلمات مصرف‌کننده وجود داشت و می‌توانست نسبت به دریافت و رسیدگی شکایات اقدام کند بسیار مناسب‌تر از ده‌ها مرکزی بود که به‌صورت غیرمؤثر در این بخش فعالیت می‌کنند، چرا که ما به جای استفاده از یک نگاه و بیش کارشناسی و علمی به موضوع تخلفات رایج در بازار کسب کار فقط به پیگیری و رسیدگی صرف به تخلف و برخورد احتمالی و نیم بند به آن پرداخته‌ایم. از منظر کارشناسی، وقوع یک تخلف شروع یک آسیب و بیماری اقتصادی است که در یک ساختار یا زنجیره تولید تا مصرف ایجاد شده است. بنابراین لازم است برای علاج این آسیب، موضوع از ابعاد مختلف مورد بررسی و کارشناسی دقیق قرار گیرد و براساس آن اقدامات مختلف و متنوعی از قبیل شناسایی عامل یا عوامل آسیب، انجام اقدامات مراقبتی و کنترلی برای حذف یا کاهش مشکل، شناخت عوامل مؤثر بر وقوع تخلف، انجام اقدامات کنترلی برای جلوگیری از گسترش آن و در نهایت امر انجام عملیات رسیدگی به شکایت

صورت گیرد. این اقدامات باید دریک زمان و در راستای یک هدف، که همان حل یک مشکل اقتصادی است، صورت گیرد لذا هر یک از ارکان ذی‌مدخل باید فقط به انجام وظیفه خود بپردازند و از تداخل کاری در وظایف دیگران خودداری کنند.

به‌عنوان نمونه، دریافت یک گزارش گرانی در واقع یک ال‌ارمی است که نشان می‌دهد یک کالا یا خدمت در بازار دچار مشکل شده است. برای حل این موضوع حوزه‌های مختلف در فرآیند مانند سازمان‌های صنفی و صنعتی، اتحادیه‌ها، تشکل‌های حامی مصرف‌کننده، حوزه‌های تعزیری و بازرسی به فراخور جایگاه و نقش خود باید به ایفای نقش بپردازند نه اینکه هر یک از این حوزه‌ها مستقل از هم مسئول بازرسی و رسیدگی به تخلف باشند که در این صورت هیچ‌گونه مشکلی از جامعه حل نشده و فقط موضوع در حد یک رسیدگی نیم بند به شکایت باقی خواهد ماند و زمینه و بسترهای وقوع تخلف اصلا شناسایی نشده و از بین نخواهد رفت.

در واقع می‌توان گفت با انعکاس یک شکایت به مرکز رسیدگی به شکایات، مرحله انجام یک عملیات کارشناسی و اجرایی برای آسیب‌شناسی، بررسی و رسیدگی به تخلف آغاز می‌شود. تشکل‌های مردم نهاد موظفند علاوه بر اینکه مطالبه‌گر احقاق حقوق مصرف‌کننده باشند، با اطلاع‌رسانی و شیوه‌های تبلیغی سعی کنند جامعه را در مقابل مصرف کالا‌های زیان‌آور و خطرناک واکسینه کنند. لذا کالا‌های مضر و خطرناک و بی‌کیفیت را برای مصرف‌کنندگان شناسایی کرده و آنها را نسبت به خرید آنها برحذر داشته و برعکس به سمت خرید قانونمند هدایت می‌کنند. تشکل‌های صنفی نیز علاوه بر انجام وظایف ذاتی خود در مطالبه حقوق اصناف تحت تکفل، با ارائه برنامه‌های متنوع و آموزش‌های لازم آنها را جهت ارائه خدمت صادقانه به مصرف‌کنندگان مهیا می‌کنند. در ضمن به محض وقوع یک اشکال در زنجیره توزیع، آلازم لازم را به نهادهای ذی‌ربط برای رفع اشکال در زنجیره می‌دهند. این ساختارها

مسئولیت‌پذیری عالی از پاسخگویی به مصرف‌کننده را به‌عنوان راهبرد اصلی برای واحدهای صنفی خود ترسیم کرده‌اند.

در حوزه تولید نیز با توجه به اطلاعات حوزه‌های مرتبط با مشتری، بنگاه تولید بیش و شناخت کافی و کاملی از نوع و میزان نیاز مصرف‌کننده اخذ و جریان تولید را به سمت نیاز واقعی و متناسب با خواست مشتری هدایت می‌کند.

جریان نظارتی و حاکمیتی نیز در این فرآیند ضمن پیش‌بینی قوانین و مقررات لازم و بازدارنده، نسبت به رصد و کنترل بهینه بازار و تظلم خواهی احتمالی از طریق اعمال قانون و برخورد سریع و قاطع با متخلف احتمالی که در این فرآیند به حداقل کاهش یافته است، اقدام می‌کنند. در حقیقت زنجیره تولید تا مصرف در راستای یک هدف با تقسیم وظایف به مراقبت و فعالیت در تنظیم بازار می‌پردازند و هیچ‌گونه مداخله‌ای در حدود و اختیارات همدیگر نمی‌کنند. تفکیک وظایف و اختیارات و پرداختن به وظایف تخصصی هر حوزه راهکار مهمی است در آسیب‌شناسی و حل مشکلات موجود در زنجیره تولید تا مصرف، لذا هر میزان این تفکیک وظایف مشخص‌تر باشد حصول به نتیجه بیشتر خواهد بود.

با عنایت به مطالب پیش گفته به نظر می‌رسد که باید دو رکن اصلی رسیدگی به تخلفات یعنی وزارتخانه‌های دادگستری و صنعت، معدن و تجارت با همکاری نهادهای مرتبط، نسبت به تدوین و تقسیم نقشه راهی متناسب با وظایف و اختیارات قانونی خود در حوزه احقاق حقوق مصرف‌کننده با هدف افزایش سلامت زنجیره تولید تا مصرف، تدابیر لازم را اتخاذ و اجرایی کنند. در این نقشه راه همه اجزای مرتبط تلاش خواهند کرد تا در یک راستا با یک تقسیم وظایف زمینه وقوع تخلف را تا حد بسیار زیادی کاهش دهند.

تنها درصورتی می‌توان به آسیب‌شناسی و درمان تخلفات رایج در حوزه کنترل بازار امیدوار بود که ساختارهای متناظر با زنجیره تولید تا مصرف بدون ورود غیرهدفمند به حوزه رسیدگی به تخلفات فقط به ایفای نقش قانونی خود در این حوزه اقدام کنند.

رئیس اتاق اصناف:

به چه حقی به حساب‌های مردم سرکشی می‌کنند!؟

وی ادامه داد: اگر تمام دنیا را بگردید، هیچ‌کجا نخواهید دید که چنین برخوردی با صاحبان سرمایه صورت گیرد. ما در جلسات نسبت به این موضوع انتقاد می‌کنیم و در پاسخ به ما می‌گویند ۲۵۰۰ حساب به‌عنوان نمونه بررسی شده است. حال سوال ما این است که به چه حقی به حساب‌های مردم سرکشی می‌کنند.

در جمع نمایندگان اصناف اظهار کرد: متوجه نمی‌شوم چرا برخی سیاست‌ها از سوی دولت اعمال می‌شود. به‌عنوان مثال ما در حوزه مالیات مستقیم تا حدی مسائل را حل کردیم و در حوزه مالیات بر ارزش افزوده نیز تلاش‌هایی صورت گرفت، اما به یکباره بحث تراکنش حساب‌های مالی مطرح می‌شود.



در پیام وزیر صنعت، معدن و تجارت عنوان شد

باید مثال «کاسب حبیب‌الله» احیا شود

معاون اقتصادی وزیر صنعت، معدن و تجارت در دهمین اجلاس سراسری نمایندگان اتاق اصناف کشور، پیام وزیر را برای حضاران در این اجلاس قرائت کرد.

به گزارش ایلنا، سینتکی با بیان اینکه قرار بود وزیر در این اجلاس حضور داشته باشد اما به علت جلسه پیش‌بینی نشده نتوانست حضور پیدا کند، به نمایندگی از وی متن نامه را قرائت کرد.

در این نامه خطاب به اصناف آمده است: اصناف آینه تمام‌نمای اقتصادی ایران هستند و کنترل تکان‌ها و حوادث کوتاه‌مدت اقتصادی با کمک و توسط اصناف صورت می‌گیرد. خوشبختانه در حال حاضر تخلفات صنفی بیش از هر زمان دیگری کاهش پیدا کرده و این اتفاق خوشایندی است که امیدواریم با رعایت امتداری و نظارت مسئولان اتاق و رؤسای اتحادیه‌ها مثال کاسب حبیب‌الله دوباره احیا شود.

در بخش دیگری از این نامه آمده است: با توسعه شبکه‌های صنفی و تولیدی می‌توان به اشتغال کشور نیز کمک کرد و دولت‌محور شدن صنوف تولیدی و نظارتی که بر آنها صورت می‌گیرد قابلیت گسترش فوق‌العاده‌ای دارد و شایسته است برای رسیدن به برنامه‌های ششم و افزایش صادرات غیرنفتی، برنامه‌ریزی عملی و گسترش نمایشگاه‌ها اهتمام ویژه شود.

شرعتمداری در پایان نامه تأکید کرده است که نظارت دقیق اتحادیه‌های صنفی سراسر کشور و جلوگیری از هرگونه فساد در آن از مهم‌ترین وظیفه‌های اتاق اصناف به حساب می‌آید.

در شش ماهه اول امسال صورت گرفت

رشد ۱۳ درصدی ارزش صادرات فرش ایران

رئیس مرکز ملی فرش ایران ارزش صادرات فرش ایران در شش ماهه امسال را ۱۵۳ میلیون دلار اعلام کرد و گفت این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۱۳ درصدی را نشان می‌دهد.

به گزارش ایسنا، حمید کارگر در همایش اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال فرش دستباف که در مجموعه تلاش برگزار شد، اظهار کرد: در سال گذشته ارزش صادرات فرش ایران ۳۵۹ میلیون دلار بود که این رقم نسبت به ۳۰۰ میلیون دلار سال قبل رشد خوبی را نشان می‌دهد.

وی ادامه داد: شخصا معتقدم اینکه فرش را یک محصول صادرات غیرنفتی و منبع ارزآوری تلقی کنیم، درست نیست چون نمی‌توان اشتغال‌زایی و بهره‌وری بالای آن را نادیده گرفت و باید همه مزیت‌ها و ویژگی‌های صنعت فرش را در نظر آورد.

رئیس مرکز ملی فرش ایران با انتقاد از سازمان امور مالیاتی در حذف معافیت مالیاتی فرش دستباف اظهار کرد: به‌رغم اصرار وزیر سابق صنعت و معدن مبنی بر معافیت مالیات فرش دستباف متأسفانه سازمان امور مالیاتی در تدوین لایحه‌ای که به مجلس فرستاده، معافیت مالیات بر درآمد فرش دستباف را حذف نکرده که امیدوارم نمایندگان مجلس با برگرداندن این لایحه نسبت به آن موضع‌گیری کنند.

کارگر با طرح این پرسش که با حذف مالیات در درآمد فرش دستباف چقدر درآمد نصیب کشور خواهد شد، گفت: بسیاری از نهادهای باید این همکاری را با حوزه فرش داشته باشند و توانی‌های فرش و تشکل‌های مربوطه نیز سستی و کاهلی خود را کنار بگذارند تا با همراهی و همدلی بتوانیم مشکلات را حل کنیم.

وی در ادامه با اشاره به ظرفیت بالای اشتغال صنعت فرش خاطر‌نشان کرد: حوزه فرش دستباف مقاوم است و ما نیازی به سرمایه‌گذاری‌های کلان خارجی و دانش و مهارت فنی آن سوی آب‌ها نداریم. بهترین دانش فنی و مهارت در حوزه فرش و همه رسته‌های شغلی وابسته به آن را در اختیار داریم و بخش عمده مواد اولیه ما در داخل کشور قابل تأمین است.

رئیس مرکز ملی فرش ایران تصریح کرد: در حال حاضر هیچ بخشی مشابه و هم‌تراز با فرش دستباف نمی‌توان یافت که تا این حد مقاوم باشد و با سرمایه‌گذاری کم هزینه بتوانیم مشکلات را حل کنیم.

به گفته کارگر، فرآیند تولید فرش دستباف کمترین آسیب را به محیط زیست وارد می‌کند و محصول تولیدی آن با سلامت انسان سازگار است و چنین صنعتی که پیشینه غنی و تأثیرات اقتصادی و اجتماعی و ارزآوری بالایی دارد، می‌تواند دولت را در تولید شغل یاری دهد.

وی در عین حال با اشاره به نقش مؤثر صنعت فرش در پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی گفت: اگر قرار است در اقتصاد مقاومتی گام عملی و اجرایی برداریم، باید به صنعت فرش توجه کنیم چرا که تبلور اقتصاد مقاومتی در فرش است و در حوزه ارائه تسهیلات و خدمات فرهنگ‌سازی، پژوهش و آموزش فرش می‌تواند به صنعت فرش کمک کند.

رئیس مرکز ملی فرش ایران گفت: در چند سال اخیر روند صادرات فرش مطلوب بوده ولی عدد صادرات قابل قبول نبوده است. اگرچه روند کاهش صادرات متوقف و روند افزایش جایگزین آن شده ولی انتظار می‌رود با اجرای برجام و بعد از شش سال وقفه، صادرات فرش ایران توسط تجار ایرانی با قدرت و گستردگی بیشتری انجام شود. کارگر در پایان گفت: ای کاش صدا و سیما‌های ایران به نگاه تجاری خود به جای تبلیغ فرش‌های ماشینی، فرش‌های دستباف تولیدی را نشان می‌داد.

بازار خودروهای وارداتی بیش از این کسش افزایش قیمت ندارد

بازار خودرو در حالی روزهای سرد پاییز را سپری می‌کند که برخلاف هفته‌های اخیر از نوسانات قیمتی در این بازار کاسته شده و طی هفته جاری جز تغییرات بسیار محدود، بازار اغلب خودروهای داخلی و وارداتی با تثبیت در قیمت همراه بوده است.

به گفته رئیس اتحادیه نمایندگان نمایندگان تنها خودرویی که طی دو هفته گذشته بیشترین تغییر قیمت را تجربه کرده، تندر ۹۰ اتومات بوده است که به نظر می‌رسد کاهش عرضه به بازار علت افزایش قیمت این خودرو در بازار است.

سعید موتومی در گفت‌وگو با خبر خودرو، اظهار داشت: هرچند طی هفته گذشته قیمت تندر اتومات به ۴۸ میلیون و ۱۰۰ هزار در بازار رسید اما طی دو روز اخیر این خودرو باز هم روند صعودی قیمت را ادامه داد و به ۴۹ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان در بازار رسید در حالی که قیمت این خودرو درب کارخانه ۴۷ میلیون و ۴۸۵ میلیون است و در حال حاضر اختلاف قیمتی در حدود ۲ میلیون را در بازار دارد.

وی تاکید کرد: هنگامی که خودرویی با محدودیت عرضه مواجه می‌شود طبعاً قیمت آن در بازار افزایش می‌یابد البته شرکت‌ها با محدودیت عرضه، به دنبال حفظ اختلاف قیمت خودروها در بازار هستند.

وی گفت: هم‌اکنون انواع رنو ساندر، دنا پلاس، پژو ۲۰۷ اتومات نیز همچنان بیشترین اختلاف قیمت‌ها را در میان خودروهای داخلی دارند، به‌طوری که در حال حاضر قیمت ساندر استپ وی در بازار نسبت به قیمت کارخانه به حدود ۷ میلیون، ساندر اتومات به بیش از ۴ میلیون، دنا پلاس حدود ۴ میلیون و پژو ۲۰۷ اتومات به بالای ۵ میلیون رسیده است.

وی افزود: قیمت سایر خودروهای داخلی در بازار تغییر چندانی نداشته و قیمت اغلب خودروها بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان نوسان داشته است.

به گفته وی، هم‌اکنون تنها متقاضی واقعی به بازار مراجعه می‌کند و بر اساس نیاز اقدام به خرید می‌کند. رئیس اتحادیه نمایندگان اتومات‌داران خودرو همچنین از تثبیت قیمت وارداتی در بازار خبر داد و گفت: طی هفته گذشته تاکنون بازار وارداتی‌ها تغییری در قیمت نداشته و به نظر می‌رسد بازار خارجی‌ها بیش از این کسش افزایش قیمت را ندارد.

خواست دولت و وزارت صنعت، معدن و تجارت حضور یک برند فرانسوی به‌عنوان قطب سوم است و شاید بتوان این‌طور گفت که قرارداد تولید محصول رنو در ایران و بدون حضور ایران خودرو و سایپا به همین دلیل نهایی شد.

علی شکوهی، مدیر بازاریابی آرین‌موتور در گفت‌وگو با پرشین خودرو، در مورد ورود قطب سوم خودرو به ایران و شانس برندهای مختلف برای قرار گرفتن در این جایگاه گفت: گرایش دولت و وزارت صنعت به سوی فرانسوی‌ها است و این روند از وزارت صنعت دولت قبل آغاز شده بود، وی ادامه داد: رنو قرار گذاشته است تا اواخر سال ۹۷ تولید در ایران را آغاز کند و بی‌شک تمرکز دولت برای قطب سوم هم براساس همکاری با

رنو قطب سوم خودروسازی ایران می‌شود

مدیر بازاریابی گروه آرین‌موتور:



یکی از شرکت‌های فرانسوی خواهد بود. مدیر بازاریابی آرین‌موتور، شراکت ایران خودرو و سایپا با پژو و سیتروئن را مورد توجه قرار داد و افزود: این دو شرکت به قطب سوم

راهی برای تبدیل شدن ایران به‌عنوان هاب منطقه‌ای تولید و عرضه خودروهای رنو باشد.

شکوهی در مورد سایر برندهای علاقه‌مند به حضور در بازار ایران گفت: سنات، فولکس‌واگن، میتسوبیسی و برخی دیگر از برندهای معتبر آسیایی و اروپایی می‌توانند در ایران دست به تولید بزنند و این علاقه در ایشان وجود دارد، اما شرایط سرمایه‌گذاری باید برای این شرکت‌ها فراهم شود تا آنها به این مهم ورود کنند. وی تاکید کرد: با شرایط فعلی و به دلیل نبود ثبات

قوانین، هیچ برند معتبری برای سرمایه‌گذاری در داخل ایران پیش‌قدم نخواهد شد زیرا هر سرمایه‌گذاری به دنبال کسب ارزش افزوده است و علاقایی به ضرر کردن ندارد.

شاید یکی از آن اهداف باشد. وی تصریح کرد: رنو در قرارداد خود تاکید کرده است که در فاز اول سیمبل و داستر را در ایران مونتاژ و در بازارهای صادراتی خود عرضه کند و این می‌تواند

تبدیل نمی‌شوند زیرا قرارداد همکاری مشخصی داشته و نیازی به قطب شدن ندارند، اما رنو بی‌شک اهداف دیگری را از تولید مستقل در ایران دنبال می‌کند که قطب سوم شدن

یک کارشناس مطرح کرد

روند تولید خودروهای چینی در ایران معکوس است!

تمام‌شده محصولات در ایران به واسطه نبود بهره‌وری بالا است و این موضوع عاملی شده تا شرکای خارجی آنچنان علاقایی به صادرات محصولات تولید مشترک در ایران نداشته باشند و تنها به بازار داخلی ایران فکر کنند. این کارشناس صنعت خودرو یادآور شد: با توجه به تقاسیر بیان‌شده پیشنهاد می‌شود به جای توجه به تولید و مونتاژ خودرو در زمینه زنجیره تامین سرمایه‌گذاری صورت گیرد، زیرا سرمایه‌گذاری بر زنجیره تامین عاملی خواهد بود تا محصولات داخلی بسیار باکیفیت در کشور تولید شود.

جوینت شدن خودروساز دارد. او افزود: با پیوستن قطعه‌ساز و مجموعه‌ساز ایرانی به همکاران بین‌المللی می‌توان به بازارهای صادراتی طرف خارجی دست پیدا کرد و از سوی دیگر کیفیت قطعات داخلی ارتقا می‌یابد که در توسعه و ساخت محصولات برند ملی تاثیر بسزایی دارد. وی خاطرنشان کرد: یکی از اصلی‌ترین مشکلات خودروهای ملی نداشتن زنجیره تامین است و زمانی صنعت خودرو به مزیت اقتصادی کامل دست پیدا می‌کند که خودرویی با برند ملی تولید شود. عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت

یک کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه مونتاژ خودرو مزیت اقتصادی برای کشور به همراه ندارد، گفت در سطح جهانی تولید ابتدایی خودرو در کشور مادر و تولید انبوه از سوی دیگر کیفیت قطعات داخلی ارتقا می‌یابد که در توسعه و ساخت محصولات برند ملی تاثیر بسزایی دارد. وی خاطرنشان کرد: یکی از اصلی‌ترین مشکلات خودروهای ملی نداشتن زنجیره تامین است و زمانی صنعت خودرو به مزیت اقتصادی کامل دست پیدا می‌کند که خودرویی با برند ملی تولید شود. عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت

یک کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه مونتاژ خودرو مزیت اقتصادی برای کشور به همراه ندارد، گفت در سطح جهانی تولید ابتدایی خودرو در کشور مادر و تولید انبوه از سوی دیگر کیفیت قطعات داخلی ارتقا می‌یابد که در توسعه و ساخت محصولات برند ملی تاثیر بسزایی دارد. وی خاطرنشان کرد: یکی از اصلی‌ترین مشکلات خودروهای ملی نداشتن زنجیره تامین است و زمانی صنعت خودرو به مزیت اقتصادی کامل دست پیدا می‌کند که خودرویی با برند ملی تولید شود. عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت

تحول در صنعت خودروسازی کشور

طراحی پلتفرم ایران خودرو توسط برترین شرکت‌های دنیا



نخستین و بزرگ‌ترین قرارداد بین‌المللی صنعت خودروی ایران با شرکت‌ها و برندهای معتبر جهانی چند ماه پیش در تهران امضا شد و براساس آن جمعی از برترین شرکت‌های دنیا طراحی پلتفرم و تولید محصولات جدید ایران خودرو را به رهبری شرکت پینین فارینا ایتالیا آغاز کردند.

برمبنای این قرارداد، پلتفرم جدید ایران خودرو شامل طیف کاملی از خودروهای بنزینی، هیبریدی و الکتریکی در کلاس‌های سدان، هاچ‌بک، کراس‌اوور و وانت خواهد بود.

گروه صنعتی ایران خودرو که خودروساز واقعی شدن را هدف اصلی خود قرار داده، دانش و فناوری طراحی پلتفرم را به‌عنوان یکی از سرفصل‌های مهم این هدف دنبال می‌کند. بر همین اساس به منظور تحقق پیش‌بینی‌ها در بخش طراحی پلتفرم و توسعه محصول، نخستین نشست مشترک سازندگان پلتفرم جدید با حضور نمایندگان از شرکت پینین فارینا و نمایندگان شرکت‌های طراح و سازندگان داخلی و خارجی برگزار شد.

در این نشست که بیش از ۸۰ سازنده توانمند داخلی در کنار سازندگان معتبر جهانی حضور داشتند، فرصتی فراهم شد تا طرفین، اهداف فنی و برنامه زمانی پروژه پلتفرم جدید ایران خودرو را تشریح کنند.

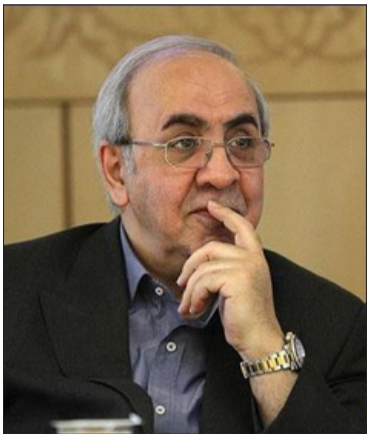
نقش مهم زنجیره تامین در پروژه پلتفرم جدید
مدیرعامل سایپکو اولین سخنران این نشست بود. وی درباره طرف‌های قرارداد طراحی پلتفرم جدید ایران خودرو گفت: پینین فارینا از شرکت‌های مطرح در بخش طراحی خودرو، هیوندای پاور تک کره در طراحی و تولید گیربکس اتوماتیک و ماهله آلمان در طراحی موتور خودرو از شرکای اصلی ایران خودرو در پروژه طراحی پلتفرم جدید هستند که با همراهی سازندگان بنام خارجی و بیش از ۱۰۰ سازنده داخلی مسئولیت اجرای پروژه پلتفرم جدید ایران خودرو را برعهده دارند.

حسین نجاری هدف پروژه طراحی پلتفرم جدید را ارتقای نام ایران خودرو در بازارهای بین‌المللی دانست و ضمن وسیع خواندن طیف آن از مرحله مفهومی و کانسپت تا تولید انبوه خودرو گفت: طراحی، مهندسی، اجرا، تولید و ارزیابی در طیف اجرای این پروژه قرار دارند.

نجاری افزود: شرکت ایتالیایی پینین فارینا طراحی پلتفرم ماژولار برای خودروهایی در کلاس‌های

رئیس ایدرو خطاب به مجریان نمایشگاه خودروی تهران:

خودروسازان برتر را به نمایشگاه بیاورید



رئیس هیأت عامل سازمان گسترش در دیدار برگزارکنندگان نمایشگاه خودرو با تایید این حرکت تصریح کرد که آنها برای حضور برترین خودروسازان دنیا در این نمایشگاه تلاش کنند و تولیدکنندگان داخلی نیز توان صنعت خودرو را به نمایش بگذارند.

به گزارش پرشین خودرو، منصور معظمی گفت: ۵۰۰ هزار دستگاه ظرفیت خالی تولید خودرو در ایران است که می‌توانیم مجوز بدهیم تا برای تولید مشترک در ایران همکاری کنند.

وی با تصریح اینکه ایدرو آمادگی همکاری و کمک به علاقه‌مندان این حوزه را دارد، گفت: شرکت‌های بین‌المللی با حضور در این نمایشگاه و بررسی بازار ایران می‌توانند با شناخت این بازار در ایران سرمایه‌گذاری کنند.

در این جلسه گزارشی از روند و برنامه‌های پیش‌روی فعالیت‌های نمایشگاه خودروی شرکت‌کنندگان توسط خانم ثابت، مدیرعامل شرکت هرمس ارائه شد.

دومین نمایشگاه بین‌المللی خودروی تهران، از تاریخ ۶ آبان الی ۱۰ آذرماه ۹۶ در محل نمایشگاه بین‌المللی شهر آفتاب برگزار می‌شود.

است و به همین دلیل از نمونه‌های ساده‌تر شروع کردیم. ضمن اینکه ماهله در بخش سی. ان. جی هم تجربیات زیادی دارد.

برگر در ادامه ضمن اشاره به پتانسیل‌های همکاری با ایران خودرو گفت: شرکت ما در بخش پیش‌رانه کنسرسیوم طراحی و تولید پلتفرم جدید ایران خودرو فعالیت می‌کند و با توجه به پتانسیل‌های موجود اطمینان داریم که این همکاری چندملیتی نتیجه بسیار خوبی به همراه خواهد داشت.

وی افزود: می‌دانیم که در سال‌های آینده برقی‌سازی و رانندگی اتوماتیک تا سال ۲۰۳۰ و بعد از آن نقش مهمی در صنعت خودروی جهان خواهد داشت، از این رو باید فناوری‌هایی را به کار بگیریم که در سال ۲۰۳۰ شیب استفاده از پیش‌رانه‌های درون‌سوز کمتر شود.

تولید خودروهای مختلف روی پلتفرم جدید
نماینده مدیرعامل شرکت پینین فارینا ایتالیا به‌عنوان یکی از طرف‌های اصلی قرارداد، پروژه این شرکت در همکاری با ایران خودرو را طراحی پلتفرم آینده این خودروساز اعلام کرد و گفت: طراحی و توسعه خودروها و موتورهای احتراق داخلی با همکاری دیگر شرکت‌های حاضر در این کنسرسیوم از جمله فعالیت‌های ما خواهد بود.

جینو موزاکو اظهار کرد: استراتژی اصلی ما سبک جدیدی دارد که تنها شامل طراحی یک خودرو نمی‌شود و مباحثی مثل مصرف سوخت، رقابتی بودن، ایمنی و محیط زیست را نیز در نظر دارد.

وی گفت: تولید خودرو در کلاس‌های مختلف هاچ‌بک، سدان، کراس‌اوور و اس. یو. وی روی این پلتفرم پیش‌بینی شده است، ضمن اینکه تولید خودروهای هیبریدی و الکتریکی نیز در این کنسرسیوم موردنظر قرار گرفته است.

موزاکو در ادامه ضمن معرفی شرکت پینین فارینا گفت: شرکت ما یک شرکت طراحی و مهندسی است که محصولات مثل فراری از جمله خودروهایی هستند که توسط این شرکت طراحی می‌شوند.

وی افزود: پینین فارینا علاوه بر کار طراحی، در بخش پیش‌رانه هم فعالیت دارد و قادر به تولید خودروهای خاص به صورت محدود است.

مسئول امور فنی و مهندسی پینین فارینا در ادامه گفت: پینین فارینا تنها شرکتی است که می‌تواند همه تست‌های مورد نیاز را همراه با آنالیزها خودش انجام دهد.

سرمایه‌گذاری و تولید در ایران روی آورده‌اند. سپهری ظرفیت تولید در ایران خودرو، قابلیت طراحی و توسعه، نیروی انسانی متخصص و کارآمد را مزیت رقابتی برای ایران خودرو دانست و گفت: این شرکت بزرگ‌ترین شبکه فروش و خدمات پس از فروش را در ایران دارد که امکانات مناسبی را در اختیار شرکای خارجی قرار خواهد داد.

معاون طراحی و توسعه محصول جدید ایران خودرو تولید بیش از یک میلیون خودرو در سال، حفظ سهم بازار، افزایش تنوع تولیدات با معرفی محصولات جدید و همچنین صادرات ۳۰ درصدی را از اهداف میان‌مدت ایران خودرو عنوان کرد.

موتور بسیار کم‌مصرف برای محصولات آینده
عضو هیأت‌مدیره شرکت ماهله آلمان نیز در این نشست با بیان اینکه همکاری ما با ایران خودرو در مسیر پیشرفت و توسعه قرار دارد، گفت: یکی از پروژه‌های مشترک ایران خودرو و ماهله تولید یک نمونه پیش‌رانه سه‌سیلندر است که بسیار کم‌مصرف خواهد بود.

مارتین برگر اظهار کرد: افزایش استانداردهای پیش‌رانه‌ها و رفتن به سمت هیبریدی‌ها پرهزینه

ایران خودرو بود. وی گفت: با اجرای پروژه طراحی پلتفرم جدید ایران خودرو و عرضه محصولات جدید، سهم بازار افزایش یافته و اهداف صادراتی نیز محقق می‌شود.

کامران سپهری با اشاره به رشد اقتصادی ایران در شرایط تحریم‌های بین‌المللی گفت: زیرساخت‌های موجود در ایران نسبت به کشورهای منطقه در شرایط مطلوبی قرار دارد، نیروی انسانی جوان در دسترس با سطح دانش و تخصص مناسب نیز یکی از مزایای سرمایه‌گذاری به شمار می‌رود.

وی افزود: ایران با جمعیت ۸۴ میلیونی خود تقاضای بالایی برای خودرو در آینده خواهد داشت که این فرصت و مزیتی است که سرمایه‌گذاران به آن توجه دارند.

سپهری به میزان بالای فروش خودرو در بازار ایران اشاره کرد و گفت: در سال ۲۰۱۶ با فروش یک میلیون و نیم خودرو رتبه ۱۳ فروش از آن بازار ایران بوده است که پیش‌بینی می‌شود با عرضه محصولات متنوع در آینده این رتبه ارتقا یابد.

وی ایران خودرو را بزرگ‌ترین و مشهورترین خودروساز ایران توصیف کرد و گفت: با اشیاع بازار خودروسازان بزرگ در غرب، این شرکت‌ها به

سدان، هاچ‌بک، کراس‌اوور و وانت را برعهده خواهد داشت و شرکت ماهله نیز طراحی پیش‌رانه با احتراق بنزینی را انجام خواهد داد.

مدیر پروژه طراحی پلتفرم جدید ایران خودرو تاکید کرد: محصولات در دو بخش مشخصات سطح بالا و معمولی طراحی خواهد شد که پیش‌رانه محصولات در هر دو بخش موتور سه سیلندر توربو شارژ است. وی ادامه داد: پروژه‌های صنعتی‌سازی نیز هم‌زمان در بخش‌های بدنه‌سازی، پرس، مونتاژ و ... در حال انجام است.

مدیرعامل سایپکو زمان عرضه اولین محصول این همکاری را دو سال و نیم آینده اعلام کرد و گفت: قیمت محصولات در دو بخش سطح بالا و معمولی رقابتی خواهد بود. وی صادرات ۳۰ درصدی و بومی‌سازی بیش از ۷۰ درصد قطعات و مجموعه‌ها را از دیگر اهداف پروژه عنوان کرد و گفت: در صورت تحقق اهداف داخلی‌سازی، قیمت محصول رقابتی خواهد بود.

زیرساخت‌های مطلوب عامل مهم سرمایه‌گذاری
دیگر سخنران نشست سازندگان پلتفرم جدید ایران خودرو، معاون طراحی و توسعه محصول جدید

کلید

۳۰

۱۰۵ ترند بازار بای و تبلیغات برای کسب و کارها (۴)

در شماره‌های قبل به نقل از سایت بازده، به ۲۷ ترند بازار بای و تبلیغات برای کسب و کارها اشاره کردیم. در این شماره به تعدادی دیگر از این ترندها می‌پردازیم.

۲۸- لقمه‌های کوچک بردارید

الف) اسکیموها و موریانه‌ها، نهنگ‌ها و خانه‌های عظیم را به یک صورت می‌خورند... با لقمه‌های کوچک.

ب) شروع یک شرکت با معرفی یک محصول جدید را اگر انجام شده در نظر بگیرید کار بزرگی است. جنرال موتورز هنگام تأسیس به اندازه الان بزرگ نبود و بدون هیچ مشتری‌ای در نخستین روز کاری درهایش را باز کرد، درست مانند شما.

پ) مدیریت خوب، موفقیت‌یابی درست یک محصول و نگرش «هرگز تسلیم نشو».

ت) حتی با لقمه‌های کوچک هم یک وعده ممکن است بیشتر از توان شما شود.

توجه: مسئله مجله موفقیت، داستان هرب وست است که در سپتامبر ۱۹۹۲ اتفاق افتاد. او شرکتی را تأسیس کرد که ضد قوانین CPA در هر ایالتی بود. او کسب و کارش را با کارت اعتباری شخصی‌اش اداره می‌کرد. در برهه‌ای ۴۰۰،۰۰۰ دلار بدهکار بود و تحت پیگرد قانونی قرار گرفته بود. بانک اتومبیلش را مصادره کرد، اما او هرگز تسلیم نشد. او می‌گوید «من همیشه می‌دانستم موفق می‌شوم».

۹ سال بعد ۹ ایالت قوانین‌شان را تغییر داده بودند و وست، مدیرعامل یک شرکت ۲۶ میلیارد دلاری بود. این نوع قاطعیت، انگیزه و نگرش است که به موفقیت منجر می‌شود... شما آن را دارید؟

۲۹- از کتابخانه عمومی استفاده کنید

الف) کتابخانه‌های بیش از هر کسی راجع به کسب و کار اطلاعات دارد.

ب) کتابدارها اطلاعاتی را که نیاز دارید جست‌وجو و پیدا می‌کنند. با این کار واقعا در زمان صرفه‌جویی می‌کنید.

پ) دو هفته کتاب‌ها را بررسی کنید و آنها را که می‌خواهید، به کتابخانه کسب و کارتان اضافه کنید.

۳۰- از یک رسانه برای هدایت مشتری‌تان به مشتری دیگر استفاده کنید

اگر بهترین راه برای رسیدن به بازار هدف‌تان (مثلا نوجوانان) رادیو است، ما رقه طولانی برای گفتن دارید، با استفاده از موضع رادیویی‌تان درباره تبلیغات حراج بزرگ‌تان بگویید.

۳۱- دعوت به طرح شکایات درباره کسب و کار یا محصول‌تان

الف) شکایت از کسب و کارتان را برای مشتریان آسان کنید. پس از فروش با آنها تماس بگیرید. کارت پستی با مضمون «همه چیز روبه‌راه بود؟» یا «کارمان چطور بود؟» برای آنها بفرستید.

۳۲- مشکل ۱۰۰ درصد بی‌نقص

الف) اگر به اندازه کافی روی یک تبلیغ، بروشور یا ایمیل کار کنید در نهایت بی‌نقص می‌شود، اما این امر حقیقت ندارد.

ب) واقعیت آن است که هیچ پروژه ارتباطی به بیش از ۹۰ درصد کمال نمی‌رسد و همیشه چیزی هست که باید بازبینی شود و بهبود یابد.

پ) بهتر است به جای دنبال کردن هدف موهوم رسیدن به یک پروژه ۱۰۰ درصد بی‌نقص، پروژه ۹۰ درصد تکمیل شده را قبول و آن را تمام کنید، به این ترتیب می‌تواند تأثیر گذاری‌اش را شروع کند.

ت) اگر یک محصول یا کسب و کار جدید دارید، نکته مهم آن است که به دیگران یک نوع پیام برسانید. شما به مشتری یا آریاب رجوع نیاز دارید و بهتر است هرچه سریع‌تر آنها را به‌دست آورید. هر روز که کار را به تأخیر بیندازید، رقبای‌تان شناسن بهتری برای رسیدن به مشتری‌های شما خواهند داشت.

۳۳- یک فایل الگو بسازید

فایل الگو مجموعه‌ای از تبلیغات و بروشورها است که نویسندگان تبلیغات و هنرمندان جمع‌آوری می‌کنند یا از هنرمندان دیگر می‌گیرند و تا هنگامی که به ایده خوبی نیاز دارند از آنها استفاده کنند. می‌توان از آنها ایده‌های خوب زیادی گرفت اما آنها را کاملا کپی نکنید.

۳۴- برای ما مهم است، پس باید برای مشتری‌های‌مان هم مهم باشد

الف) فقط صرف آنکه در یک سازمان مسائل مهمی وجود دارد، باعث نمی‌شود که به صورت خودکار به مشتری‌ها نیز مربوط باشد.

ب) این یکی از محصولات جانبی تفکر fuzzy است و این مسئله به مدیرانی برمی‌گردد که فاقد تجربه کافی هستند.

پ) وقتی هر پروژه‌ای را در نظر می‌گیرید، از دید مشتری‌ها به آن نگاه کنید، نه از دید شرکت. قاعده آن است که «هوای مشتری را داشته باش تا هوای شرکت را داشته باشد».

ترجمه: علی آل‌علی

عصر حاضر با تحولات گسترده و سریع شناخته می‌شود. اگر زمانی استراتژی برندها برای توسعه کسب و کارشان تا چند سال تداوم داشت، اکنون در برخی حوزه‌ها با تغییر ماه به ماه شیوه‌های بازاریابی مواجه هستیم. دشواری‌های مدیریت کسب و کار در چنین شرایطی بر هیچ‌کس پوشیده نیست. در این مقاله الیسون فاس به‌عنوان گزارشگر ویژه مجله INC، به گفت‌وگو با دیو کرین، پژوهشگر و کارآفرین موفق آمریکایی پرداخته است.

هنگامی که با دیو روبه‌رو شدم، بی‌هیچ مقدمه‌ای گفت که پیش از شروع مصاحبه باید سه نکته را به‌عنوان مقدمه به یاد داشته باشیم. او از من خواست که این سه مورد را به‌عنوان مقدمه در ابتدای مقاله‌ام درج کنم.

– شناخت محیط رسانه‌های اهمیت ویژه‌ای دارد. مشابه همه حوزه‌های زندگی اجتماعی در رسانه نیز کمتر دستاوردی به‌طور رایگان حاصل می‌شود.

– شاید برخی استراتژی‌ها زود بازده باشند، با این حال انتخاب حوزه رسانه‌های اجتماعی به‌طور غیرمستقیم حاکی از صبر و تحمل بالای شماست. در واقع قلمرو رسانه نیازمند صبر و شکیبایی برای دستیابی به موفقیت است.

– انتظار معجزه عجیب‌وغریب از رسانه نداشته باشید. اگر کیفیت محصول موردنظر بسیار پایین باشد، برترین شبکه‌های اجتماعی و بازاریاب‌های رسانه‌ای نیز در راستای فروش بیشتر به شما کمکی نخواهند کرد. اگر موارد فوق را قبول دارید، این مقاله شما را در راستای دستیابی بهتر به اهداف‌تان یاری خواهد کرد. در ادامه به بررسی نحوه مختلف برندسازی رسانه‌ای خواهیم پرداخت.

بشنوید و صحبت کنید

چند سال پیش هنگامی که دیو برای شرکت در گردهمایی کارآفرینان برتر آمریکا در لاس‌وگاس به سر می‌برد، تأخیر در تأیید رزرو اتاق هتل اعضایش را به هم ریخت. شاید بسیاری از افراد در چنین شرایطی به مشاجره با مسئول هتل پردازند. با این حال کرین هوشمندانه‌تر از اینها عمل کرد. وی لپ‌تاپ خود را روشن کرده و توییتی با این عنوان پست کرد: «حضور در هتل آریا تجربه تلخی است. به هیچ وجه ارزش

شما را که بر این ایالت سفر کرد، بعد به این ایالت سفر کند، بدون شک یکی از نخستین گزینه‌ها هتل ریو خواهد بود. به بیان کرین، دریافت چنین بازخوردهایی برای تمامی مشتریان لذت‌بخش است: «از آن زمان تا به حال من در فیس‌بوک و تویتر صفحه ریو را دنبال می‌کنم و به دوستانم در مورد اقامت در آنجا توصیه‌هایی کرده‌ام. دلیل این امر واضح است؛ هتل ریو به صدای اطراف گوش کرد و سپس گامی مؤثر در راستای جلب‌نظر من برداشت. گاهی اوقات فضای فعالیت در فضای مجازی به همین اندازه ساده و در عین حال نیازمند هوشمندی است.»

تبلیغات خلاق



گزارش اختصاصی INC از اصول برندسازی در عصر مدرن

برندسازی رسانه‌ای



پولی را که پرداختم نداشت». اگرچه دیو در همان هتل اقامت کرد و هیچ بازخورد منفی بابت توییتش از سوی مدیر هتل دریافت نکرد، اما پیامی جالب از سوی رقیب آریا برای وی ارسال شد. هتل ریو با تنها دو دقیقه فاصله از محل اقامت دیو چنین کامنتی برای او فرستاد: «واقعا باعث تأسف است. امیدواریم ادامه سفرت به وگاس بهتر از این باشد».

اگرچه دیو به هتل ریو نرفت، با این حال اگر دفعه بعد به این ایالت سفر کند، بدون شک یکی از نخستین گزینه‌ها هتل ریو خواهد بود. به بیان کرین، دریافت چنین بازخوردهایی برای تمامی مشتریان لذت‌بخش است: «از آن زمان تا به حال من در فیس‌بوک و تویتر صفحه ریو را دنبال می‌کنم و به دوستانم در مورد اقامت در آنجا توصیه‌هایی کرده‌ام. دلیل این امر واضح است؛ هتل ریو به صدای اطراف گوش کرد و سپس گامی مؤثر در راستای جلب‌نظر من برداشت. گاهی اوقات فضای فعالیت در فضای مجازی به همین اندازه ساده و در عین حال نیازمند هوشمندی است.»

اگرچه دیو به هتل ریو نرفت، با این حال اگر دفعه بعد به این ایالت سفر کند، بدون شک یکی از نخستین گزینه‌ها هتل ریو خواهد بود. به بیان کرین، دریافت چنین بازخوردهایی برای تمامی مشتریان لذت‌بخش است: «از آن زمان تا به حال من در فیس‌بوک و تویتر صفحه ریو را دنبال می‌کنم و به دوستانم در مورد اقامت در آنجا توصیه‌هایی کرده‌ام. دلیل این امر واضح است؛ هتل ریو به صدای اطراف گوش کرد و سپس گامی مؤثر در راستای جلب‌نظر من برداشت. گاهی اوقات فضای فعالیت در فضای مجازی به همین اندازه ساده و در عین حال نیازمند هوشمندی است.»

اهمیت پاسخگویی

کرین معتقد است با نگاهی به آمارها متوجه عدم پاسخگویی ۶۰ درصد از برندها (حتی برندهای بزرگ) به کامنت‌های کاربران‌شان در شبکه‌های اجتماعی خواهیم شد. به این ترتیب اگر به‌عنوان یک شرکت در حساب کاربری‌تان

پاسخگویی مخاطب‌ها باشید، مزیت رقابتی فوق‌العاده‌ای به دست خواهید آورد. اگر کاربری زیر پست‌تان به بیان دیدگاه‌های انتقادی پرداخت، به جای حذف کامنت وی آن را به‌عنوان فرصتی در راستای بیان پاسخگویی‌تان ببینید. همچنین باید بذیرفت که حذف انتقادات چاره کار نیست. اگر پاسخی معقول و حاکی از رسیدگی به مشکل به طرف مقابل دهید، احتمال کاهش نارضایتی‌ها در آینده وجود خواهد داشت. در غیراین صورت هر روز باید وقت بیشتری برای پاکسازی صفحه‌تان اختصاص دهید: «همه ما می‌دانیم که اشتباه در دنیای کسب و کار امری طبیعی است. مشتریان از اینکه شما اشتباه می‌کنید ناراحت نیستند، بلکه عدم عذرخواهی‌تان آنها را خشمگین می‌سازد.»

دیو روی پاسخگویی به افراد چه زیر پست‌ها و چه به صورت خصوصی تأکید دارد. در واقع اگر پیام خصوصی مبنی بر پرسش یا اعتراض یکی از مشتریان دریافت کردید، پاسخگویی کامل راهکاری برای جلوگیری از عمیق‌تر شدن بحران است. در این مورد کرین ارائه پاسخ به صورت مستقیم را تنها راهکار موجود می‌داند: «مخاطب را به هیچ وجه شوت نکنید. پاسخ‌هایی نظیر ارسال پیام به بخش امور مشتریان هیچ مشکلی را حل نخواهد کرد. این وظیفه شماست که سوال وی را به بخش موردنظر منتقل کرده و پاسخ مناسب را

برای او تهیه کنید.» البته باید در نظر داشت که پاسخ به همه کامنت‌ها ضروری نیست. همچنین حذف پیام‌های حاوی توهین یا امان‌های نژادپرستانه امری رایج و اخلاقی محسوب می‌شود. پاسخگویی در فضای مجازی فرایند برندسازی را به وسیله ارسال سیگنال‌های معین تسهیل می‌کند.

فروش مستقیم ممنوع

رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های مجازی بدون شک ابزاری قدرتمند برای توسعه کسب و کاری هستند. با این حال باید توجه داشت که این فضا محلی برای تعامل اجتماعی است، نه فروش محصولات به‌طور مستقیم. به‌عنوان مثال نگاهی به صفحه رسمی گروه اینستاگرام در همین شبکه مجازی بیندازید. در این صفحه هیچ تبلیغ مستقیمی از امکانات نوین این برنامه مشاهده نمی‌شود. آنچه اینستاگرام را تبدیل به بزرگ‌ترین صفحه رسانه ساخته است، اشتراک داستان‌های متنوع از سراسر دنیاست. به این ترتیب شما نیز در صفحه‌تان چنین کار ویژه‌ای را خواهید داشت. به‌عنوان مثال نمایش پشت‌صحنه کسب و کارتان یکی از گزینه‌های مطلوب است. در این مورد شما به‌طور مستقیم محصولات‌تان را تبلیغ نکرده‌اید و به جای آن، هرچند غیرمستقیم، پیچیدگی و دقت‌تان در تولید را به نمایش درآورده‌اید.

منبع: INC.COM

مهم‌ترین خوراکی‌های محتوایی شرکت‌ها در فضای رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد. به این ترتیب از پوشاک و خوراکی گرفته تا صنعت خودروسازی به دنبال ارائه داستان‌هایی جذاب در مورد محصولات‌شان به مخاطب هستند. نمونه مناسب در این مورد جنجال‌های هرساله در مراسم انتخاب بهترین بازیکنان فوتبال جهان است. در این مراسم لباس‌های تمامی شرکت‌کنندگان معروف از سوی اسپانسرهای خاصی تهیه می‌شود. شاید در نگاه اول این یک هزینه نه چندان مفید باشد، اما این حال فرض کنید بازیکنی که کت‌وشلوار برند شما را بر تن دارد، برترین بازیکن سال شود. در این صورت شما برای چندین ماه یا حتی سال‌ها خوراک رسانه‌ای خود را مهیا خواهید ساخت.

خودتان باشید

شبکه‌های مجازی با همه خوبی‌هایی که دارند، افراد را از سطح زندگی روزمره‌شان جدا ساخته و شخصیتی غیرحقیقی به آنها می‌دهند. اگر تا چند سال پیش این موضوع تنها در مورد تصویرسازی رسانه‌های جمعی از هنرمندان هالیوود مصداق داشت، اکنون افراد عادی نیز به دو بخش حقیقی و مجازی تقسیم شده‌اند. کرین باور دارد که تلاش برای ارائه تصویری غیرواقعی یا بهبود یافته از کسب و کارتان نتیجه‌ای عکس خواهد داشت: «شاید این راهکار برای مدتی کوتاه تصویری کال از شما برای مخاطب تهیه کند. با این حال در بر یا زود ماهیت حقیقی بردتان رو خواهد شد. اینجاست که دیگر به هیچ وجه افتخار به بار آمده را نمی‌توان جمع‌وجور کرد.» نگاهی به سرنوشت برند فولکس واگن به خوبی موبد ادعای دیو است. این برند پس از افشای‌های اخیر، مبنی بر تخلف در حوزه اعلام میزان آلاینده‌ی خودروهایش هنوز هم نتوانسته جایگاه قبلی خود را بازیس گیرد.

نکنه دیگری که کرین در موردش بحث می‌کند، اهمیت حفظ فاصله با مشتریان است. به بیان بهتر، لازم نیست تمام مشخصات شخصی کارمندان یا مدیران شرکت را در صفحات‌تان بارگذاری کنید. تنها اطلاعات حرفه‌ای و رعایت سطح پاسخگویی مطلوب به مشتریان برای دریافت بازخورد مناسب کافی است.

منبع: INC.COM

مهم‌ترین خوراکی‌های محتوایی شرکت‌ها در فضای رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد. به این ترتیب از پوشاک و خوراکی گرفته تا صنعت خودروسازی به دنبال ارائه داستان‌هایی جذاب در مورد محصولات‌شان به مخاطب هستند. نمونه مناسب در این مورد جنجال‌های هرساله در مراسم انتخاب بهترین بازیکنان فوتبال جهان است. در این مراسم لباس‌های تمامی شرکت‌کنندگان معروف از سوی اسپانسرهای خاصی تهیه می‌شود. شاید در نگاه اول این یک هزینه نه چندان مفید باشد، اما این حال فرض کنید بازیکنی که کت‌وشلوار برند شما را بر تن دارد، برترین بازیکن سال شود. در این صورت شما برای چندین ماه یا حتی سال‌ها خوراک رسانه‌ای خود را مهیا خواهید ساخت.

شبکه‌های مجازی با همه خوبی‌هایی که دارند، افراد را از سطح زندگی روزمره‌شان جدا ساخته و شخصیتی غیرحقیقی به آنها می‌دهند. اگر تا چند سال پیش این موضوع تنها در مورد تصویرسازی رسانه‌های جمعی از هنرمندان هالیوود مصداق داشت، اکنون افراد عادی نیز به دو بخش حقیقی و مجازی تقسیم شده‌اند. کرین باور دارد که تلاش برای ارائه تصویری غیرواقعی یا بهبود یافته از کسب و کارتان نتیجه‌ای عکس خواهد داشت: «شاید این راهکار برای مدتی کوتاه تصویری کال از شما برای مخاطب تهیه کند. با این حال در بر یا زود ماهیت حقیقی بردتان رو خواهد شد. اینجاست که دیگر به هیچ وجه افتخار به بار آمده را نمی‌توان جمع‌وجور کرد.» نگاهی به سرنوشت برند فولکس واگن به خوبی موبد ادعای دیو است. این برند پس از افشای‌های اخیر، مبنی بر تخلف در حوزه اعلام میزان آلاینده‌ی خودروهایش هنوز هم نتوانسته جایگاه قبلی خود را بازیس گیرد.

نکنه دیگری که کرین در موردش بحث می‌کند، اهمیت حفظ فاصله با مشتریان است. به بیان بهتر، لازم نیست تمام مشخصات شخصی کارمندان یا مدیران شرکت را در صفحات‌تان بارگذاری کنید. تنها اطلاعات حرفه‌ای و رعایت سطح پاسخگویی مطلوب به مشتریان برای دریافت بازخورد مناسب کافی است.

منبع: INC.COM

مهم‌ترین خوراکی‌های محتوایی شرکت‌ها در فضای رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد. به این ترتیب از پوشاک و خوراکی گرفته تا صنعت خودروسازی به دنبال ارائه داستان‌هایی جذاب در مورد محصولات‌شان به مخاطب هستند. نمونه مناسب در این مورد جنجال‌های هرساله در مراسم انتخاب بهترین بازیکنان فوتبال جهان است. در این مراسم لباس‌های تمامی شرکت‌کنندگان معروف از سوی اسپانسرهای خاصی تهیه می‌شود. شاید در نگاه اول این یک هزینه نه چندان مفید باشد، اما این حال فرض کنید بازیکنی که کت‌وشلوار برند شما را بر تن دارد، برترین بازیکن سال شود. در این صورت شما برای چندین ماه یا حتی سال‌ها خوراک رسانه‌ای خود را مهیا خواهید ساخت.

کارگاه برندینگ

ADS

اکوسیستم فرهنگ برند

احمد رضامعماریان
کارشناس ارشد بازاریابی

فرهنگ برند، یک فرهنگ شرکتی است که در آن کارکنان «با ارزش‌های برند» زندگی می‌کنند. آنها برای حل مشکلات و تصمیم‌گیری‌های داخلی و همچنین ارائه تجربیات مشخص شده به مشتریان خارج از سازمان از چارچوب‌هایی که تعریف شده، استفاده می‌کنند. این نتیجه‌ای دلخواه از برند داخلی، هماهنگی با برند داخلی یا تلاش مشارکت کارکنان است که فراتر از ارتباطات و آموزش است. یک برند به منظور ارتباط با مصرف‌کنندگان و در طول زمان باید همانند یک فرهنگ عمل کند. یک شرکت باید یک اخلاق و دیدگاه جهانی ایجاد کند و کاملاً به آن اعتقاد داشته باشد، سپس مطابق با آن عمل کند. همه چیز این شرکت - هر محصول یا خدمتی که ارائه می‌دهد، هر بیانیه عمومی، تبلیغات، وبسایت، سیاست داخلی، یادداشت‌ها و تصمیمات کسب و کار که اتخاذ می‌شود- باید با آن اخلاق و جهان‌بینی مطابقت داشته باشد.

اگر برند نشان‌دهنده یک اخلاق و جهان‌بینی است که برای مصرف‌کنندگان جذاب است، همین مسئله، برند را به‌عنوان بخشی از هویت خود در بر می‌گیرد. آنها به فرهنگ برند ملحق شده و در آن فرهنگ شرکت خواهند کرد، به‌عنوان راهی برای بیان خود به دیگران که چه کسی هستند و به چه چیزی اعتقاد دارند. به‌عنوان مثال طراحان باید برای توانایی درک این مسئله، که برند در نقطه تماس با مشتری چه چیزی را می‌خواهد، داشته باشند. آنها برای فهم ارتباط، در ابتدا باید فرهنگ برند را درک کنند. به‌طور مثال آنها وقتی با فرهنگ برند آشنا باشند می‌توانند گرافیک محیطی، وسایل نقلیه، مبلمان و تجهیزات، رنگ‌ها و نشانه‌ها را به درستی طراحی و ترسیم کنند. طبیعتاً درک این مفهوم برای تمامی ذی‌نفعان داخلی باید مهم باشد.

مدیران شرکت‌ها باید به صورت جزئی بر بردشان متمرکز شوند. آنها باید بدانند چه چیزی می‌خواهند و چگونه آن را می‌توانند بیان کنند. هر فرد با تعریف مفاهیم، کلمات و عملکردی که خلق می‌کند بر فرهنگ برند تأثیر می‌گذارد. هر برندی اهداف و مقاصدی دارد. اهداف دارای معنای هستند و معانی تولید ارزش می‌کنند و در نهایت ارزش‌ها برند را هدایت کرده و آن را جلو می‌برند. بنابراین فرهنگ برند از داخل سازمان شروع می‌شود؛ جایی که اکوسیستم برند ساخته شده و فرهنگ برند نهایی می‌شود.

هر کدام از ما برندهایی را می‌شناسیم و به آنها علاقه‌مند هستیم، خیلی وقت‌ها درباره آنها صحبت می‌کنیم. چه برندهایی ما را جذب می‌کنند؟ کدام خصوصیات آنها ما را جلب کرده و از چه طریق با ما ارتباط برقرار می‌کنند؟ برندها دارای خصوصیات مشترک هستند. آنها حقیقت، اعتبار و شفافیت را به تصویر می‌کشند و این ویژگی‌ها را به سادگی و به وضوح به‌کار می‌گیرند. این را در برند TTASC (Truth, Transparency, Authenticity, Simplicity, Clarity) حقیقت، وضوح، اعتبار، سادگی و شفافیت می‌نامند.

بسیاری از شرکت‌ها TTASC را در جایی قرار داده و بهره‌ای از آن نمی‌برند، ولی تعداد کمی از شرکت‌ها از آن در طراحی برند خود استفاده می‌کنند، زیرا با استفاده از آن می‌توانند یک فرهنگ در اطراف آن ایجاد کنند. این دقیقاً همان چیزی است که برندهای معمولی را از برندهای بزرگ جدا می‌کند. در واقع برندهای بزرگ این توانایی را دارند تا واژه‌ها و اهداف کلیدی را در داخل سازمان و محصول طراحی کرده و به حقیقت، وضوح، اعتبار، سادگی و شفافیت معنا بخشند. آنها مفاهیم را در DNA برند قرار داده و مدیران از روز اول آن را در همه‌جا منتشر و منعکس می‌کنند. ارزش‌ها اگر تعریف نشوند و در بطن و ذات سازمان برند قرار نگیرند همواره با برندهای معمولی مواجه هستیم. اگر درباره برندی صحبت می‌شود یا به آن علاقه‌مند می‌شویم، قطعاً کدها و نشانه‌ها به درستی رمزگشایی شده‌اند.

حقیقت برای درک شدن، به ندرت نیاز به صفات دارد. داستان‌سرایی در پیرامون حقیقت برند می‌تواند بسیار رضایت‌بخش و پر از طعم باشد. داستان‌ها این امکان را فراهم می‌کنند تا با درکی عمیق‌تر ارتباط برقرار کرده و احساس تعلق ایجاد کنند. ایجاد وابستگی به برند از طریق داستان باعث می‌شود ما خود را درون خانواده احساس کنیم و این زمانی اتفاق می‌افتد که اکوسیستم برند درست کار کند. این باعث ایجاد معانی، ارزش‌ها و ترجیحاتی می‌شود که مردم آن را دوست دارند.

حال چگونه ممکن است که برند، فرهنگی را که از داخل شکل گرفته، توسعه داده و مخاطبان را متقاعد کند؟ چگونه این فرهنگ، ارزش‌ها و ترجیحات برند را افزایش می‌دهد؟

برندها با دو محیط در ارتباط هستند؛ افکار عمومی، مربوط به محیط خارج هستند و محیط داخل، که خصوصی سازمان و برند است. برای نفوذ اجتماعی و ارتباط سالم با افکار عمومی و مخاطبان باید لایه لایه داخل سازمان را نشان داد تا اعتبار، حقیقت و وضوح درون سازمان منعکس شود. هر لایه باید تجربه‌ای باشد که بیشتر و بیشتر حقیقت را نشان دهد. بیان معتبر و صحیح بسیار اثربخش است و این داستانی است که باید گفته شود.



بازاریابی بعد از یک بلای طبیعی

همچنان که می‌دانید زلزله‌های سخت چند استان کشورمان را تحت تأثیر قرار داده و بسیاری از هموطنانمان را داغدار کرده است.

ضمن ابراز همدردی با این عزیزان، از آنجایی که کمک کردن به کسب‌وکارهای مختلف برای بازاریابی و فروش محصولات و خدمات خودشان رسالت مجموعه‌های بازاریابی است، در این بین تصمیم گرفتیم مطلبی را به نقل از ibazaryabi، با موضوع بازاریابی و فعالیت‌های مرتبط با آن در این دوره زمانی منتشر کنیم.

پیش از هر چیز می‌خواهم به این مسئله بپردازم که آیا اصلاً فکر کردن به بازاریابی و فروش در این بازه زمانی کاری درست و عاقلانه است یا خیر؟ بدیهی است که هر کسب‌وکاری با وجود مواجه شدن با حوادث اینچنینی، حتی در صورت کند شدن فرآیند تولید و فروش خودش، به هر حال چاره‌ای جز تأمین هزینه‌ها و مخارج خود به منظور باقی ماندن در بازار ندارد، اما سودآوری مسئله دیگری است که می‌تواند بسته به تصمیم مدیریت حتی برای مدتی به تعویق بیفتد.

اما در این بین نکته مهم شیوه پرداختن به تبلیغات و فعالیت‌های ترفیعی است که باید به جای به اصطلاح نمک پاشیدن بر زخم حادثه دیدگان بتواند حتی به اعتبار شرکت و برند در ذهن حادته دیدگان بیفزاید.

به‌عنوان مثال دوست دارم در این بین به دو نمونه تبلیغات شرکت‌های آمریکایی در زمان توفان سندی Sandy اشاره کنم.

یک برند آمریکایی پوشاک پس از این توفان برای تبلیغ خودش نوشته بود «حالا که به خاطر توفان چاره‌ای جز در خانه ماندن ندارید، در صورت خسته و بی‌حوصله شدن می‌توانید از ۲۰ درصد تخفیف روی همه محصولات ما طی ۳۶ ساعت آینده استفاده کنید.»

یک برند دیگر پوشاک با نام Urban Outfitters در تبلیغات خود عنوان کرده بود که «این توفان می‌وزد و خسارت می‌زند و تمام می‌شود، اما حمل رایگان سفارشات شما تمام شدنی نیست!»

و نمونه‌های بسیار دیگری از این دست که شاید اشاره به همه آنها در این مقاله نکتند و هر یک موجب جتجال‌هایی در بین مخاطبان خودشان شدند.

اشتباه مهم در برنامه‌ریزی بازاریابی خود چه بوده؟

مسئله مهم در رابطه با این برندها نحوه تفکر مدیران آنهاست که عموماً از داخل به خارج فکر می‌کنند (من، من، من... به من، به من، به من... مال من، مال من، مال من... شرکت من، شرکت من، شرکت من) و به‌طور کل تمام قربانیان و مخاطبان هدف خود را فراموش می‌کنند.

قربانیان حادثه دیده عموماً هیچ توجهی به این شرکت‌ها نداشته و اصلاً باز بودن یا جریان درآمدی این کسب‌وکارها برای‌شان اهمیتی ندارد، اما این شرکت‌ها فراموش می‌کنند که در درجه اول وجود دارند تا نیازهای مشتریان خود را برآورده سازند. یعنی اگر به مشتریان خود توجه داشته باشند، جریان درآمدی آنها برقرار می‌ماند، اما اگر فقط به دنبال پول باشند، در نهایت مشتری خود را از دست داده و جریان درآمدی خودشان هم متوقف می‌شود.

اما این شرکت‌ها باید چکار کنند؟

در واقع موضوع این است که مدیران این برندها باید طرز تفکر خود را تغییر دهند و در عوض از بیرون به داخل بیندیشند و نسبت به نیازهای قربانیان این بلایای طبیعی حساس باشند و با آنها همدردی کنند.

مثلاً به منظور کمک به قربانیان این حادثه در این دوران سخت، برندها... تمام محصولات خودش را با تخفیف ۲۰ درصد به مشتریان عرضه کرده و بخشی از سود حاصله را به اهدا می‌کند.

در دوران‌های سخت رخداد بلایای طبیعی، شرکت‌های خوب این بلایا را به‌عنوان فرصتی برای رشد و ترقی خود در آینده در نظر می‌گیرند و سعی در ایجاد رابطه‌ای نزدیک و دوستانه با مشتریان خود دارند. آنها به‌خوبی متوجه می‌شوند که باید تمرکز خود را روی ایجاد حسن نیت برند خود و تقویت اعتماد مصرف‌کننده قرار دهند.

از طرفی دیگر برخی برندهای تازه‌کار که درگیر چالش بازاریابی هستند، با تنگ نظری و کوتاهی، سود کوتاه‌مدت را انتخاب کرده و اقدام به گران کردن محصولات و خدمات خود در این بازه‌های زمانی می‌کنند. این‌گونه این تصویر را از خود در ذهن مصرف‌کننده به جای می‌گذارند که فقط در پی سوءاستفاده از قربانیان هستند.

به هر حال نباید فراموش کرد که در زمان نیاز شدید، مردم همواره حافظه بسیار قوی دارند. به‌خوبی آنهايي که به کمک شتافتند به یاد می‌آورند و آنهايي را که سعی در سود جستن از آنها داشتند فراموش نمی‌کنند.

ترجمه: علی آل علی

علاقه افراد و خانواده‌ها به خرید در روزهای تعطیل بر هیچ فعال حوزه بازاریابی پوشیده نیست. براساس آمارهای رسمی در انگلستان بیش از ۶۸.۴ درصد فروش خرده‌فروشی‌ها در روزهای تعطیل صورت گرفته است. چنین موقعیت نابی باعث ترغیب فروشندگان به اعمال تخفیف‌های ویژه و روزهای پایان هفته می‌شود. حال فرض کنید روز تعطیل مورد نظر یک مناسبت ملی یا مذهبی باشد. در مناسبت‌هایی مانند کریسمس، یا هر عید محلی دیگری، بازار کسب‌وکارهای مختلف رونق محسوسی پیدا می‌کند. در مورد کریسمس اغلب خانواده‌ها دست کم هدیه سال نو فرزندان‌شان را جزو مخارج عمده لحاظ خواهند کرد. براساس پیش‌بینی سازمان ملی خرده‌فروشی آمریکا امسال نزدیک به ۶۸۰ میلیارد دلار در بازه زمانی کریسمس به درآمد خرده‌فروشی‌ها افزوده خواهد شد. چنین رقمی برای سال نو چینی‌ها تقریباً دو برابر است.

آنچه در این مقاله پائولا فرناندز بدان پرداخته، نحوه آمادگی برای کسب درآمد رویایی در روزهای مشابه کریسمس است. در تهیه این گزارش تمرکز اصلی روی تهیه اصول کلی بوده است. بدین ترتیب امکان استفاده از این توصیه‌ها در موقعیت‌های متفاوت مهیاست. در ادامه به بررسی این اصول و باید‌ها خواهیم پرداخت.

هدف‌های فصلی، شاه کلید پیروزی

برنامه‌ریزی و تعیین اهداف یکی از ضرورت‌های هر کسب‌وکاری است. بدون شک تا به حال مقاله‌های مختلفی در مورد اهمیت چنین برنامه‌هایی مطالعه کرده‌اید. با این حال هنگامی که در موقعیت ویژه‌ای قرار دارید، برنامه‌ریزی‌های معمولی چندان کارآمد نخواهند بود. اگر امسال نخستین برنامه ویژه مناسبتی‌تان را تهیه می‌کنید، بهترین نقطه شروع بررسی آمار فروش فصل و سال گذشته است. این آمارها اطلاعات بسیار مهمی در مورد نقاط ضعف و مزیت‌های شما به دست خواهند داد.

استفان لوبنرگر، مدیرعامل یکی از عجیب‌و‌غریب‌ترین استارت‌آپ‌های تاریخ کارآفرینی است. شرکت جوراب رویایی (Sock Fancy) با هدف افزایش قدرت ابتکار و شخصی‌سازی مشتریان در سفارش جوراب پا به عرصه صنعت پوشاک گذاشته است. شاید در نگاه اول چنین ایده‌ای تنها در حد شوخی بی‌مزه‌ای باشد که دانشجویان رشته کسب‌وکار انجام می‌دهند. با این حال نگاهی به وب‌سایت و صفحات جوراب رویایی در شبکه‌های مجازی

رستگاری در مناسبت‌ها

همه آنچه باید برای فروش بالا در مناسبت‌ها بدانیم



گواه موفقیت ایده فوق است. لوبنرگر در مورد نقش مناسبت‌های مختلف در توسعه کسب‌وکارش معتقد است اگر این موقعیت‌های رویایی نبودند، وی اکنون کارمندی معمولی بود: «تمام هویت و شخصیت برند ما مبتنی بر استفاده صحیح و هوشمندانه از تعطیلات مختلف است. نکته مهم در مورد تعیین اهداف انتخاب موارد معقول و دست‌یافتنی است. اگر کل گردش مالی مؤسسه‌تان ۲۰۰ هزار دلار در ماه است، انتظار درآمد ۱۰۰ هزار دلاری در عرض چند روز خیالی خام بیش نخواهد بود.»

علاوه بر برنامه‌ریزی برای مناسبت‌های پیش‌رو، نگاهی اجمالی به استراتژی‌های رقبا نیز خالی از لطف نیست. در واقع الگوبرداری از شیوه بازاریابی سایر برندها به هیچ وجه مایه سرشکستگی و تنزل جایگاه برند شما نیست.

تکنولوژی را فراموش نکنید

فعالیت اقتصادی در عصر حاضر بدون استفاده مطلوب از تکنولوژی‌های نوین امکان‌پذیر نیست. شاید در نگاه نخست استفاده از تکنولوژی‌های نوین چندان تأثیری در نتیجه نهایی کسب‌وکارها نداشته باشد. به بیان

کریس فرانسیس، نایب رئیس شرکت WorldPlay، چنین شیوه نگرش به ماجرا به دلیل سلطه نگاه سنتی به کسب‌وکار در افراد است: «بیشتر ما کریسمس یا هر عید دیگری را با فروشگاه‌های مملو از جمعیت به یاد می‌آوریم. این کلیشه دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی بود و اکنون چندان کاربردی در عرصه عمل ندارد». نگاهی به نحوه کسب‌وکار آمازون یا eBay به خوبی بیانگر چنین تحول شگرفی در ماهیت کسب‌وکارهاست.

می‌دهد. با این حال محتوای ایمل‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. معمولاً در چنین شرایطی توصیه کارشناسان تهیه ایمیل‌های اختصاصی برای هر مخاطب است. با این حال استفاده از این شیوه در کسب‌وکارهای بزرگ یا حتی محلی چندان معقول به نظر نمی‌رسد. گزینه پیشنهادی من استفاده از چند الگوی محتوایی متنوع و در عین حال مشخص است. بر این اساس برای هر ۲۰ نفر یک متن متفاوت تهیه کرده و همراه با ذکر نام آنها ارسال کنید.

گاهی اوقات ناکامی در کسب درآمد مطلوب در پنجره‌های مناسبتی ناشی از کیفیت نازل محصولات نیست، بلکه مشتریان از وجود چنین محصولاتی بی‌اطلاع هستند. به همین منظور فعالیت مؤثر در شبکه‌های مجازی راهکاری مناسب برای عرض اندام در میان بزرگان کسب‌وکار است. ایجاد صفحه شخصی در شبکه‌های اجتماعی امکان رقابت با سایر برندها به منظور سهم‌خواهی از بازار را به‌طور رایگان برای شما فراهم خواهد کرد.

مشتریان وفادار، اهدافی در دسترس و ساده

بدون شک جذب مشتریان جدید نیازمند صرف هزینه و زمان بسیار زیادی است. با این حال تکرار فرآیند خرید مشتریان دائمی به سختی مورد اشاره شده نیست. در چنین شرایطی شما اطلاعات دقیق‌تری از سلیقه و میزان تمایل به پرداخت مشتریان قبلی‌تان دارید. بر همین اساس برنامه‌ریزی جذب مجددشان کار چندان پیچیده‌ای نخواهد بود. بر همین اساس کار اصلی شما ارسال سیگنال‌هایی مبنی بر تمایل به دیدار مجدد از قفل‌های الکترونیکی پیچیده و چند مرحله‌ای از سوی EA به افزایش چشمگیر فروش سری بازی‌های فیفا و Battlefield کمک شایانی کرد.

مسئله برای فروشگاه‌های آنلاین بسیار جدی‌تر از تولیدکنندگان بازی‌های رایانه‌ای است. در این موارد اختلال‌های چند دقیقه‌ای هم برخی اوقات ضررهای هنگفتی به همراه دارد. بر این اساس ماهانه شاهد ارائه بر روزرسانی‌های متعدد از سوی توسعه‌دهندگان چنین برنامه‌هایی هستیم.

زنگ‌ها را به صدا در آورید

بازاریابی تنها مبتنی بر استفاده از کمپین‌های مناسبتی و ارائه تخفیف‌های گسترده نیست. به‌عنوان یک مؤسسه تجاری باید مشتریان بالقوه‌تان را از حضور خود آگاه کنید. به منظور دستیابی به این هدف راه‌های مختلفی پیش روی شماست. با این حال آنچه در اینجا مورد تأکید من واقع شده، استفاده از ابزارهای اینترنتی است. ایمیل یکی از مهم‌ترین اهرم‌های این حوزه را تشکیل

منبع: Business News Daily

بازاریابی نوین



شبکه اجتماعی در بازاریابی شرکت‌ها

از سال ۱۳۹۱ تاکنون هر هفته یک رسانه اجتماعی جدید وارد بازار می‌شود و رشد می‌کند تا کلیه نیازهای بازاریابی در شرکت‌های مختلف به‌خصوص شرکت‌های کوچک را حل کرده و در کنار آن مشاورانی هستند که کاربرد هر کدام را ارزیابی کرده‌اند.

به گزارش پارک بازاریابی ایران، مدیر هر شرکتی قبل از اینکه هزینه‌ای در بخش بازاریابی تخصیص دهد باید بفهمد چه چیزی آن را متفاوت ساخته است. باوجود توضیحی که به دیگران در مورد برندها می‌دهید باید بدانید چه عاملی شما را متمایز کرده است؛ این قدم اول است.

موضوع دیگری که یک مدیر باید به آن توجه کند این است که نخستین حس و هویتی که می‌خواهد دیگران از شرکت و برند در فضای بازار داشته باشند با تصویری که ترجیح می‌دهند مشتریان از شما داشته باشند متناسب باشد.

اجازه دهید اول کمی موضوع را باز کنیم تا نقطه مغفول شده بازاریابی را شناسایی کنیم. این روزها هر ماه یک شبکه بازاریابی اینترنتی جدید ظهور می‌کند که در راس آنها فیس‌بوک و پس از آن گوگل پلاس، توئیتر، پیترست، مای اسپیس، انسی و ... هستند. راهبردها و استراتژی‌هایی که بتوانند بازگشت سرمایه را از این شبکه اجتماعی تضمین کنند، باید یافت.

معمولاً مدیران زمانی به‌طور مستقیم به



فیس‌بوک و امثال آن ایمان می‌آورند که بتوانند از طریق آن کلاسی را به فروش برسانند. اما به نظر مشاوران پارک بازاریابی ایران، مدیران بازاریابی یا روابط عمومی باید با رسانه‌های جدید کار کنند تا عرصه‌های جدیدی در بازار ایجاد کنند.

اما واقعیت اینجاست که وقتی پای بازگشت سرمایه به میان می‌آید توجه کار برای مدیرعامل مشکل می‌شود. برای اینکه پایگاه‌های اجتماعی مفید را از پایگاه‌های غیرمفید تشخیص دهیم، باید بتوانیم با یک آزمایش در مقیاس کوچک‌تر از بازخورد آن مطمئن شویم.

بعد دیگر حضور برندها در رسانه‌های اجتماعی این است که هم به روز به‌رویمان. امروزه به روز ماندن از نگاه مشتریان مهم شده است. البته نباید همه امید ما به این رسانه‌ها باشد. چه کسی می‌داند پنج سال آینده مردم چه نگاهی به رسانه‌های اجتماعی خواهند داشت.

به اعتقاد مشاوران پارک بازاریابی ایران، اگر امروز مدیری نگاه خود را به حوزه شبکه اجتماعی تغییر و کاربرد اینترنت در بازاریابی و فروش تغییر ندهد قطعاً محکوم به شکست خواهند بود.

هیچ زمانی به اندازه الان در بازارهای ایران رقابت نبوده و از سوی دیگر هیچ زمانی به اندازه الان شبکه‌هایی که بتوان از طریق آن تبلیغات داشت وجود نداشته است؛ حالا سوال اینجاست که چگونه این شبکه‌ها را برای مشتریان انتخاب می‌کنیم تا این فرآیند به درستی مدیریت شود.

در مورد شبکه اجتماعی باید بفهمید که مشتریان چه عادت‌های اینترنتی دارند، چه نوع موردی برای‌شان جالب‌تر است، به چه چیزهایی اهمیت بیشتری می‌دهند و چگونه این موضوعات و برندها را جست و جو می‌کنند. پیشنهاد می‌شود مسئولاتی برای این کار در شرکت‌ها در نظر گرفته شود که برخی وظایف آنها عبارت است از: - قراردادن تصاویر ویدئویی از محصولات در زمان آزمایش

- قراردادن عکس‌های بزرگ و جذاب از محصولات جدید - تصاویری از مشتریان و مصرف‌کنندگانی که به روند مصرف علاقه دارند.

دریچه

نکاتی که رهبران برای کسب موفقیت باید بدانند

موفقیت نتیجه تلاش همه اعضای گروه است، داشتن کارمندان متعهد خوب است اما داشتن گروهی متعهد و وفادار بهتر است و شما را یک گام به کسب موفقیت نزدیک خواهد کرد.

به گزارش زومیت، در اکثر سازمان‌های موفق، کار گروهی خوب سطح سازمان را تعیین می‌کند. گروه‌های متعهد، مشتریان متعهد را ایجاد می‌کنند و مشتریان متعهد مشتری‌های سودآور باقی می‌مانند. یک چشم‌انداز خوب و احساس هدفمندی می‌تواند کمک کند تا گروه‌ها نسبت به شرکت متعهد و وفادار شوند، اما برای کسب پیشرفت و موفقیت بیشتر لازم است که اعضای گروه نیز نسبت به یکدیگر متعهد باشند.

گردن تردگلد، مؤسس، مدیرعامل و رهبر سایت goldenredgold گفته است: «ممکن است با تعداد زیاد سازمان‌های ناکارآمدی که من دیده‌ام شگفت‌زده شوید، مشکل اینجاست که واحدهای مشاغل به صورت منفرد کار می‌کنند که نه تنها همکاری خوبی ندارند، بلکه اغلب مشکلاتی به وجود می‌آورند و محل کارایی دیگران نیز می‌شوند.»

متعهد و وفاداری گروه‌ها با شناس و به‌صورت اتفاقی رخ نمی‌دهد، بلکه باید برای آن تلاش کرد و همچنین رهبران باید نسبت به اجرای نکاتی که در زیر بیان می‌شود اطمینان حاصل کنند تا بتوانند نتایج بهتری کسب کنند.

برقراری ارتباط

نداشتن ارتباط متقابل با گروه‌ها یا بین اعضا نخستین گام برای منزوی و جدا شدن گروه است. اگر گروه‌ها ندانند که هر یک چه کاری انجام می‌دهند، بسیاری از چالش‌هایی که با آن روبه‌رو می‌شوند در نهایت بدون راه‌حل باقی می‌ماند. درحالی‌که آنها می‌توانند با برنامه‌ریزی و چارچوبی، راه‌حلی مفید برای این مشکلات بیابند. هر چه اعضای گروه بیشتر در رابطه با فعالیت و نیازهای دیگران اطلاعات داشته باشند بیشتر می‌توانند برای کار خودشان روی آنها حساب کنند.



گردن تردگلد می‌گوید: «به یاد می‌آورم هنگامی که در جست‌وجوی کار جدید بودم، با دو دپارتمان که باید در ارتباط با یکدیگر کار می‌کردند آشنا شدم. از رهبر یکی از تیم‌ها خواستم یک مهمانی شام به همراه رهبران دپارتمان‌های دیگر ترتیب دهد. هنگامی که او به من گفت: «اگر امکان دارد اسم آنها را به من بگو تا بتوانم این کار را انجام دهم» شگفت‌زده شدم. این اتفاق نشانه واضحی بود از اینکه دو گروه نه‌تنها باهم ارتباط ندارند، بلکه یکدیگر را نمی‌شناسند.»

همکاری

شما باید اطمینان حاصل کنید که در مواقع نیاز، زمان کافی برای کمک به دیگران در اختیار اعضای گروه‌تان قرار می‌دهید. اگر کار زیادی بر عهده آنها گذازید، باعث می‌شود که تنها به کار خودشان مشغول شوند و زمان کمی برای کمک به یکدیگر داشته باشند. در نهایت هنگامی که اعضای یک گروه زمان کافی برای همکاری نداشته باشند، نمی‌توانند به‌خوبی تعامل کنند و در پروژه‌های مختلف شریک شوند.

تعاون و همدردی

هنگامی که در رابطه با تعاون و همدردی صحبت می‌شود، منظور سطحی بالاتر از همکاری است. با وجود همدردی و تعاون، اعضای تیم نه‌تنها به درخواست‌ها احترام می‌گذارند و پاسخ می‌دهند، بلکه در به دست آوردن فرصت برای کمک به همکاران‌شان و به اشتراک گذاشتن ایده‌ها و بهترین تجربیات‌شان پیشقدم هستند. یکی از راه‌ها برای بالا بردن تعاون و همدردی، داشتن کارهای متقاطع و اهداف و پروژه‌های انفرادی است که بتوانند در کنار یکدیگر کار کنند. این کار ممکن است باعث شود یکدیگر را بهتر بشناسند و با میزان قدرت، ویژگی‌ها و سبک کاری سایرین آشنا شوند و از این اطلاعات برای کمک گرفتن از دیگران استفاده کنند.

اگر می‌خواهید عملکرد اجرایی را بهبود ببخشید، رضایت مشتریان را بالا ببرید و سودتان را افزایش دهید باید گروهی ایجاد کنید که ارتباط، همکاری و همدردی و تعاون داشته باشند.

منبع: INC

رموز موفقیت در کسب و کار (۲)



مترجم: امیر آل علی

در مقاله گذشته به بررسی راهکارهایی عملی در راستای دستیابی به موفقیت در کسب و کار اشاره کردیم که در ادامه به معرفی باقی موارد خواهیم پرداخت. ذکر این نکته ضروری است که موارد موجود در این مقاله براساس گفته‌های آرون یونگ (بازاریاب مشهور) گردآوری شده است.

۹- پیام خود را واضح بیان کنید

در صورتی که اقرارد قادر به درک اقدامات شما نباشند، همواره عملکرد شما در هاله‌ای از ابهام باقی خواهد ماند. بسیاری از شرکت‌ها وجود دارند که با صرف هزینه‌های کلان در مسیری قدم می‌گذارند که دلیل آن برای مخاطبان قانع‌کننده نیست. به همین خاطر لازم است قبل از انجام هر کاری روی پیامی که می‌خواهید اقدام شما برای بازار هدف داشته باشد، تمرکز کرده و آن را شفاف‌سازی کنید. همچنین این نکته را همواره مدنظر داشته باشید در صورتی که بخواهید محدوده عملکرد خود را جهانی کنید، لازم است افق پیام خود را نیز گسترش دهید. برای مثال در صورتی که پیام شما حاوی اصطلاحی محلی باشد، بدون تردید مفهوم آن توسط مخاطبان سایر کشورها به خوبی درک نخواهد شد. به همین خاطر باید همواره نقطه پایان عملکردی خود را نیز مدنظر داشته باشید.

۱۱- به صورت دوره‌ای از کارشناسان مجرب استفاده کنید

یکی از اقدامات نادرست افراد استفاده از مشاوران محدود است. بدون تردید هر فردی از محدوده قابلیت و دانش خاصی برخوردار بوده و این امر که صرفاً با تکیه بر یک نفر جلو بروید، نمی‌تواند تصمیمی هوشمندانه محسوب شود. به عقیده آقای یونگ بهتر است در این رابطه ارتباطات خود را گسترده کنید و سیستمی چرخشی برای کارشناسان خود داشته باشید. این امر باعث می‌شود تا اوضاع را از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار داده و عملکردی به مراتب بهتر در راستای موفقیت داشته باشید.

۱۲- همواره مدافع کسب و کار خود باشید

استفاده از لباس رسمی و لوازم تبلیغاتی شرکت توسط بالاترین رده سازمان، به نحوی این حس را منتقل خواهد کرد که شما کاملاً متعهد به کسب و کار خود هستید. بسیاری از شرکت‌ها امروزه کارمندان خود را به استفاده از محصولات خود ترغیب می‌کنند. برای مثال در صورتی که در صنعت تولید خودرو فعالیت دارید، بهتر است تمامی پرسنل شما به صورت یکپارچه

وسایله نقلیه خود را از میان برند شما انتخاب کنند. این امر که خودتان از محصولات خود استفاده می‌کنید، اقدامی موثر در راستای اعتمادسازی مشتری محسوب شده و باعث جذابیت داشته باشد. منظور از تبلیغات انسانی این است که افراد اقدام به ترویج محصولات شما نکنند و در این رابطه بدون تردید کارمندان شرکت از صلاحیت و محدوده توانایی‌های بالاتری نسبت به سایرین برخوردار هستند. با این حال در این رابطه همواره مدیران در معرض توجه بیشتری بوده و به همین خاطر به هر میزان که زندگی خود را بر بند خود پیوند دهید، به همان میزان باعث بیشتر دیده شدن شرکت خود و بالا رفتن وجهه خودتان به‌عنوان یک مدیر موفق و وفادار به شرکت، خواهید شد.

۱۳- همواره روی پیشرفت تاکید داشته و وعده‌های خود را فراموش نکنید

اگر خواهان گام نهادن در مسیر موفقیت هستید لازم است برای توانایی‌های خود حد معینی را تعریف کرده و بیفزایید. با این حال به‌عنوان رهبر تیم کاری، نباید تنها به فکر خود باشید. در واقع لازم است در این رابطه برای تیم کاری خود نیز برنامه‌ای عملی اتخاذ کرده و پس از اطمینان از کارایی آن بدون فوت وقت، در دستور کار خود قرار دهید. بدون تردید هیچ چیز برای یک شرکت بهتر از در اختیار داشتن تیمی هماهنگ با محدود

همین امر باعث می‌شود در بازار پررقیب حال حاضر عملاً بدون هیچ‌گونه پشتوانه‌ای و صرفاً با تکیه بر توانایی‌های خود عمل کنند. با این حال توجه داشته باشید که شرایط بازار در حال گذشته بوده و در صورتی که بخواهید شخصاً به اهداف خود برسید، این احتمال وجود دارد که با کندی سرعت در انجام کارها مواجه شده و تحت این شرایط فرصت‌های شما نصب سایر شرکت‌ها خواهد شد. در همین راستا امروزه اکثر شرکت‌ها با برندهایی که اهداف مشترک با خود دارند، پیمان‌های همکاری ایجاد کرده و با هم برای رسیدن به موفقیت تلاش می‌کنند. این امر در صورتی که تمامی جنبه‌ها به خوبی ذکر شده باشد، اقدامی فوق‌العاده سودآور و مطلوب محسوب شده و نتایج فوق‌العاده‌ای را به همراه خواهد داشت که باید مورد توجه تمامی شرکت‌ها قرار گیرد.

۱۵- نوآوری را به‌عنوان ابزار عمل خود حفظ کنید

اقدامات شما باید به نحوی باشد که عنصر نوآوری در آن به خوبی حفظ شده باشد. بدون تردید انجام کاری که مشابه آن در بازار یافت می‌شود نمی‌تواند منجر به نتیجه‌ای فوق‌العاده شود. در این رابطه مطالعه توصیه‌های افراد صاحب‌نظر در این رابطه اگر چه می‌تواند ثمربخش و مفید باشد، با این حال توجه داشته باشید که این امر نیازمند اختصاص واحدی مجزا است تا تمرکز خود را بر آن قرار دهند. در واقع اگر بخواهید که در حوزه تکنولوژی فعالیت دارید، بدون تردید اصطلاحات و عبارات بسیاری وجود دارد که برای مخاطب بیگانه است. به همین خاطر ضروری است تا کارگاهی آموزشی در این رابطه ایجاد کنید. همچنین با توجه به رشد تکنولوژی بهتر است در این رابطه رسانه‌های تصویری ایجاد کنید. مقالات و کلیپ‌های متنوعی وجود داشته باشد تا افراد هر آن چیزی را که لازم دارند به راحتی بیابند. همچنین ایجاد پل ارتباطی میان مخاطب با کارشناسان نیز از دیگر اقدامات خلاقانه و موثر در این رابطه خواهد بود.

۱۴- اتحادهای استوار ایجاد کنید

بسیاری از شرکت‌ها سیاست اقدام تنها را در پیش گرفته و

منبع: www.forbes.com

نگاه

۵ نوع مختلف کسب و کار را بشناسید

کسب و کار دارای اشکال و اندازه‌های گوناگونی است؛ در این مقاله به نقل از بازه انواع کسب و کارها و دست‌کم پنج نوع مختلف کسب و کار را معرفی می‌کنیم که می‌توانید برای خود راه بیندازید.

۱- کاسب انفرادی (با مالکیت فردی)

در انگلیسی به آن Sole proprietors می‌گویند، یعنی فقط شما مالکش هستید! تعریف: موسسه انفرادی نوعی کسب و کار است که تحت تملک و اداره یک فرد حقیقی قرار دارد. موسسه انفرادی ساده‌ترین شکل کسب و کار است. موسسه انفرادی فاقد شخصیت حقوقی است. این کسب و کار هیچ‌گونه موجودیت جداگانه‌ای از مالک آن ندارد. SARS

کاسب‌های انفرادی معمولی دارای مشاغل تک‌نفره‌ای نظیر اولیه‌کنشی یا برق کاری هستند. با وجود این، این اصطلاح همچنین می‌تواند به آدم‌هایی نسبت داده شود که کسب و کارهای کوچک اینترنتی را از خانه اداره می‌کنند، موسسه انفرادی ساده‌ترین و رایج‌ترین گونه در بین انواع کسب و کارها شناخته می‌شود. کاسب انفرادی مسئول همه مسائل مربوط به کسب و کاری است که در حال انجام آن است. این فرد بدون جداسازی دارایی‌ها و بدهی‌ها، تحت نام خودش تجارت می‌کند. یعنی اینکه فرد شخصاً مسئول هر گونه بدهی است که این کسب و کار متحمل آن می‌شود.

۲- شراکت

در انگلیسی به آن Partnership می‌گویند. آیا به دنبال شریک کسب و کار هستید؟

تعریف: شراکت نوعی رابطه موجود میان دو یا چند نفر است که برای انجام یک معامله یا کسب و کار به یکدیگر ملحق می‌شوند. هر کدام از آنها در زمینه‌های پول، اموال، نیروی کار یا مهارت به این شراکت کمک می‌کنند و انتظار دارند در سودها و زیان‌های این کسب و کار مشارکت داشته باشند. IRS

شراکت معمولاً در خدمات حرفه‌ای از قبیل حسابداری، وکالت، پزشکی، دندان پزشکی و... وجود دارد که شراکت می‌تواند تخصص‌ها و مهارت‌ها را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. آنها همچنین می‌توانند حجم کار را نیز به اشتراک بگذارند و شیفت‌های کاری را سازمان‌دهی کنند تا زمان‌های مرخصی و تعطیلات از پیش مشخص شوند. شراکت از دو یا چند نفر تشکیل می‌شود و هر گونه سود، قرض و تصمیم مربوط به کسب و کار بین آنها به اشتراک گذاشته می‌شود.

۳- شرکت

تعریف: شرکت (company) یک شخصیت حقوقی است که از پیوستن چند فرد به یکدیگر تشکیل می‌شود، که ممکن است این افراد دارای شخصیت حقوقی، حقیقی، یا ترکیبی از این دو باشند و برای انجام امور صنعتی یا تجاری به یکدیگر پیوسته باشند. Wikipedia

شرکت‌ها تحت تملک سهامدارانی قرار دارند که هر یک از این سهامداران، مبلغی پول را در خزانه مرکزی قرار می‌دهند. بعدها، این مخزن سرمایه با استقراض و دیگر اشکال تأمین مالی افزایش می‌یابد. مدیران، این شرکت‌ها را از جانب سهامدارانی اداره می‌کنند که سهمی از سودها را دریافت می‌کنند. هر سهامدار معادل بخشی - سهمی - از شرکت را دریافت می‌کند که پیش‌تر به همان اندازه در خزانه قرار داده است. یک شرکت به‌عنوان یک شخصیت حقوقی تلقی می‌شود که به‌طور کلی دارای موجودیتی جداگانه از سهامداران است.

۴- فرانچایز

تعریف: فرانچایز (Franchise) در ساده‌ترین شکل خود، توافق یا مجوزی است که بین دو طرف وارد می‌شود؛ فرانچایز دهنده و فرانچایزگیرنده. Which Franchise فرانچایز عبارت است از ترتیبات صدور مجوزی که از طریق آن، یک فرد یا گروه می‌تواند حق تجارت یا تولید را تحت برند مشهوری در یک موقعیت خاص خریداری کند. فرانچایز شامل استفاده از مدل کسب و کار - و نام - موفق سایر شرکت‌ها برای ایجاد یک کسب و کار دیگر است. فرانچایزگیرنده دارای این مزیت است که در عین حال که برای خودش کار می‌کند، دارای امتیاز و شهرت مربوط به گروه کسب و کار بزرگی نیز است.

۵- بدهی محدود

تعریف: بدهی محدود (limited liability) نوعی بدهی است که از مبلغ سرمایه‌گذاری‌شده در یک شراکت (partnership) یا شرکت با مسئولیت (بدهی) محدود (limited liability company) تجاوز نمی‌کند. این ویژگی بدهی محدود، یکی از بزرگ‌ترین فواید سرمایه‌گذاری در شرکت‌های سهامی عام به شمار می‌آید. Investopedia

بدهی محدود با نیت بهره‌مندی از شراکت‌های حرفه‌ای از قبیل وکالت، پزشکی، و... ایجاد می‌شود. بدهی محدود برای سهامداران شرکت و برخی شرکای محدود به صورت یک سپر محافظت‌کننده از کسب و کار عمل می‌کند. برای این قبیل افراد، حداکثر مجموع زیان‌هایی که ممکن است تحت یک سرمایه‌گذاری کسب و کاری متحمل شوند، مجموع پولی است که آنها در یک شرکت خاص سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

بدهی محدود به این افراد امکان می‌دهد در صورت بروز مشکل در کسب و کار، بدهی شخصی‌شان را محدود نگه دارند.

منبع: entrepreneurmag



مربیگری - افراد زیادی در سرتاسر جهان وجود دارند که به کمک و هدایت نیاز دارند. شما می‌توانید از طریق اینترنت به آنها کمک کنید. از آنجا که مربیگری در اینترنت به هیچ‌گونه مدرکی نیاز ندارد و قانونی در این زمینه نیست، انقلاب عظیمی در این زمینه رخ داده است. شما می‌توانید از تخصص‌تان استفاده و به دیگران کمک کنید.

اعزام ۲دستگاه ناوگان تانکر سیار شرکت آفبار گلستان به مناطق زلزله زده غرب کشور

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب روستایی استان گلستان، مهندس شکیبافر در پی وقوع زلزله در غرب کشور گفت: این شرکت نسبت به اعزام ۲ دستگاه تانکر ناوگان سیار و یک دستگاه خودروی آزمایشگاه سیار به مناطق آسیب دیده اقدام نموده است.مهندس شکیبافر رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آفبار گلستان ضمن عرض تسلیت و اظهار همدردی با هموطنان آسیب دیده اظهار داشت همکاران اعزامی از سوی این شرکت با تمام توان خود برای خدمات رسانی به مردم روستای آسیب دیده از هیچ کوششی دریغ نکرده تا در کوتاه ترین زمان ممکن بتوانند خدمات رسانی شایسته ای را انجام دهند.

دیدار مهندس شهرداری با مدیر حوزه علمیه امام خمینی (ره) گرگان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- در دیدار مدیر مخابرات منطقه گلستان با مدیر حوزه علمیه امام خمینی (ره) گرگان خدمات ارائه شده توسط مخابرات گلستان تشریح شد.در این دیدار مهندس شهرداری ضمن تاکید بر تلاش مضاعف در واگذاری خدمات به روز و نوین افزود: مخابرات منطقه گلستان آمادگی دارد خدمات متنوع و بهتری را به حوزه علمیه گرگان ارائه دهد.وی همچنین به تشریح خدمات و سروسپاهایی که هم اکنون توسط مخابرات منطقه گلستان ارائه می شود پرداخت و ادامه داد ما به دنبال ارائه خدمات مناسب با تکنولوژیهای جدید می باشیم.همچنین حجت الاسلام مزروعی مدیر حوزه علمیه گرگان نیز ضمن تشکر از خدمات مخابرات ، توسعه و تامین زیرساختهای ارتباطی را به منظور تحقیقات و پژوهش های علمی و دینی ضروری دانست و افزود مخابرات در این زمینه کمک بزرگی می باشد.

معرفی سرپرست جدید مدیریت اداری و منابع انسانی مخابرات منطقه گیلان

رشت - زینب قلیپور- جلسه معارفه سرپرست جدید اداری و منابع انسانی مخابرات منطقه گیلان با حضور مهندس آموئی مدیر منطقه، در سالن اجتماعات مخابرات برگزار گردید.مهندس آموئی با حضور در جمع کارکنان و روسای ادارات حوزه مدیریت اداری و منابع انسانی با تشریح وضعیت عملکردی مخابرات منطقه گیلان در طی ۸ ماه گذشته از اقدامات صورت گرفته ابراز رضایت کرد و نیروی انسانی را یکی از سرمایه های پایدار و مداوم مخابرات پرشمرد.وی در خصوص وضعیت مالی شرکت با اشاره به تسویه ۱۲ میلیارد تومانی اقساط بانکی گفت: مبالغ سنگینی از بانکها، تسهیلات گرفته شده بود که برای بازنشستگان هزینه شده است.مهندس آموئی افزود:خوشبختانه تاکنون در پرداخت حقوق کارکنان ،مشکل جدی نداشته ایم در حالی است که در بعضی از استان ها حقوق پرسنل را هر ۱۵ روز یکبار پرداخت می کنند یعنی امکان پرداخت حقوق بصورت یکبارچه برای آنها میسر نیست.مدیر مخابرات گیلان با اشاره به تغییرات صورت گرفته در مخابرات افزود:تغییر، عامل ارتقاء و رشد است . باید تلاش کنیم در مقابل تغییر،کمترین آسیب را ببینیم ولی بدون تغییر،ادامه حیات مقدر نیست.تغییرات مشکلات خود را دارد ،ولی مخالفت در برابر آن هیچ توجیهی ندارد.وی ارزیابی عملکرد کارکنان و مدیران را در تمام سطوح بسیار مهم ارزیابی کرد و اظهار داشت:ارزیابی بهترین شاخص عملکرد است و در این مسیر می توان نیروهای جوان را استعدادیابی کرد و با آموزش صحیح و اصولی ، آینده شرکت را تضمین نمود.مهندس آموئی با اشاره به اولویت قرار دادن در ساماندهی حوزه های نگهداری ،توسعه، آموزش و نظام پیشنهادات افزود:مدیریت منابع انسانی باید به تمام امور شرکت حاکمیت داشته باشد.مهندس آموئی ادامه با معرفی مهندس توفیقی بعنوان سرپرست جدید مدیریت اداری و منابع انسانی ، ایشان را فردی متعهد ،بیگنر با پشتکار بسیار بالا و همسو معرفی کرد و اظهار امیدواری نمود.ساماندهی وضعیت نیروی انسانی در حوزه های نگهداری ، شبکه ، آموزش و برنامه ریزی به منظور اجرای صحیح نظام پیشنهادات در اولویت های کاری مدیریت جدید قرار گیرد.وی همچنین از زحمات مهندس طیبه خدادادی تقدیر و تشکر بعمل آورد.در ادامه مهندس توفیقی ضمن ابراز تشکر از اعتماد مدیریت محترم منطقه گفت:همه امور در مدیریت منابع انسانی ، بر این است که برای عموم همکاران آسایش و آرامش روانی ایجاد شود و اعتقاد دارم که منابع انسانی ،حافظ منافع کارکنان است و همکاران نیاز باید برای نیل به این هدف مهم ،همراهی و همدلی داشته باشند.

مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب شهری استان کرمانشاه خبر داد

هم اکنون آب سرپل ذهاب، قصرشیرین، تازه آباد، هرسین، دالاهو و گیلانغرب قطع است

کرمانشاه - دشتی - مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب شهری استان کرمانشاه از قطع آب در شش شهر استان به دلیل کدورت ناشی از شدت زلزله خبر داد به گزارش روابط عمومی:علیرضا تخت شاهی مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب شهری استان کرمانشاه اظهار کرد: هم اکنون آب سرپل ذهاب، قصرشیرین، تازه آباد، هرسین، دالاهو و گیلانغرب قطع است. وی ادامه داد: در تمامی شهرها به جز تازه آباد قطع آب به دلیل کدورت آب ناشی از زلزله رخ داده و ما آب کدر را از مدار خارج کردیم تا وضعیت آن بهتر شود. مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب شهری استان کرمانشاه دلیل قطع آب شهر تازه آباد را نیز قطع برق دانست. تخت شاهی عنوان کرد: به محض رفع کدورت، آب دوباره وارد شبکه خواهد شد و مشکلی برای تامین آب مردم نداریم. وی خاطر نشان کرد: در صورت آرام شدن پس از لزه ها، کدورت آب به زودی مرتفع می شود و آب این چند شهر وصل خواهد شد. مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان تصریح کرد: در این مدت آبرسانی سیار با تانکر برای مردم انجام می شود و از استان های همجوار نیز برای تامین تانکرهای بیشتر درخواست کمک کردیم. تخت شاهی یادآوری کرد: علاوه بر آبرسانی سیار، توزیع آب معدنی بسته بندی نیز بین آسیب دیدگان انجام می شود. وی خاطر نشان کرد: هنوز برآوردی از خسارت احتمالی تاسیسات آب و فاضلاب استان نداریم.

رییس دانشگاه علوم پزشکی قزوین:

وجود ۲۸۴ واحد صنایع غذایی در استان قزوین، نشانگر جایگاه خاص این استان در تولید مواد غذایی است

قزوین - خبرنگار فرصت امروز - دکتر منوچهر مهرازم رییس دانشگاه علوم پزشکی قزوین که در جمع مسئولان فنی واحدهای تولیدی مواد غذایی در استان قزوین، سخن می گفت، ضمن تبریک روز جهانی غذا و تقدیر از فعالیت ها در زمینه تولید مواد غذایی سالم اظهار کرد: در استان قزوین ۲۸۴ واحد درگیر در تولید تهیه و تولید مواد غذایی هستند که از این تعداد، ۲۲۲ واحد بطور مستقیم در صنایع مولد غذایی فعالیت می کنند و این موضوع نشانگر جایگاه خاص این استان در تولید مواد غذایی است. دکتر مهرازم در بخش دیگر از صحبت های خود با اشاره به عادات غذایی نادرست مردم گفت: شرایط زندگی امروز، عادات غذایی ما را مورد تاثیر قرار داده است و در حالی که بدن ما به چیزی دیگر نیاز دارد، در اینده و فرهنگ، ما را به سمت دیگری برده است. متولی سلامت استان قزوین برای این تغییر عادت، یک مثال عینی را ذکر کرد و اضافه داد: بدن ما در ۲۴ ساعت به سه تا پنج گرم نمک نیاز دارد، در حالی که سرانه مصرف نمک در استان قزوین، بین ۱۰ تا ۱۲ گرم است و این مصرف زیاد باعث شده است تا آمار بیماری های قلبی - عروقی و فشار خون بالا برود. دکتر مهرازم که متخصص اطفال است، خطر غذاهای شور برای کودکان را یادآور شد و افزود: ما با خوردن غذاهای شور مثل چیپس، پنک و مصرف بی رویه خیارشور، در حقیقت بیماری های قلبی - عروقی، سرطان ها و فشار خون را به آنان هدیه می دهیم. رییس دانشگاه علوم پزشکی قزوین، مصرف زیاد شکر را یکی دیگر از عوامل بیماری ها در کشور و همچنین استان قزوین دانست و گفت: سرانه مصرف شکر در کشور ۳۰ کیلوگرم است که در برابر سرانه جهانی پنج کیلوگرم، شش برابر بیشتر مصرف می کنیم و نتیجه آن شیوع بیماری دیابت در سن ۴۰ سالگی است. آمار دیگری که دکتر مهرازم با تأکید و تأسّف، به بیان آن پرداخت، مصرف ۱۷ کیلوگرمی روغن در برابر مصرف ۱۲٫۵ کیلوگرمی جهانی آن بود و این مصرف زیاد را ناشی از فرهنگ نادرست غذای چرب، دانست و عنوان کرد: ما غذای لذیذ را غذایی می دانیم که روی آن روغن حرکت کند و پُر باشد.

رئیس اتاق اصناف اراک:

تعامل پلیس و اصناف در ایجاد امنیت بیشتر در جامعه موثر است

اراک- مینو رستمی - تعامل پلیس و اصناف در ایجاد امنیت بیشتر در جامعه موثر است رئیس اتاق اصناف مرکز استان مرکزی با اشاره به اینکه اصناف استان تعامل خوبی را با نیروهای نظامی و انتظامی دارند، افزود: تعامل پلیس و اصناف در ایجاد امنیت بیشتر در جامعه موثر است. جمشید زند رئیس اتاق اصناف مرکز استان مرکزی گفت: نیروی انتظامی به عنوان نهادی آگاه و بیدار تلاش دارد تا در عرصه های مختلف، نظم و امنیت عمومی را در جامعه حکم فرما کند تا میزان رضایتمندی مردم را افزایش دهد. زند اظهار کرد: در همین راستا نیروی انتظامی با اقتدار در مقابل اخلاص گران نظم و امنیت در جامعه ایستاده است تا مرغان آور امنیت برای مردم باشد. وی با اشاره به اینکه امنیت، سلامت و شادابی را در بین آحاد مردم جامعه افزایش می دهد بیان کرد: باید قدر دان نیروی انتظامی باشیم که در کنار سایر نهادهای نظامی و امنیتی امنیت بی نظیری را در کشور برقرار کرده است. رئیس اتاق اصناف مرکز استان مرکزی با اشاره به اینکه اصناف استان تعامل خوبی را با نیروهای نظامی و انتظامی دارند افزود: تعامل پلیس و اصناف در ایجاد امنیت بیشتر در جامعه موثر است لذا بسیاری از واحدهای صنعتی با کار گیری هشدارهای پلیسی نقش بسیار مهمی را در ارتقای امنیت ایفا می کنند. زند مردمی بودن و داشتن معنویت را وجه تمایز نیروهای نظامی ایران با سایر کشورها عنوان کرد و گفت: پشتیبانی اصناف و مردم از نیروهای نظامی در ایران بی نظیر است به طوری که در هیچ جای دنیا نظیر آن وجود ندارد. وی با اشاره به اظهارات احقرانه رئیس جمهور آمریکا علیه سپاه پاسداران اظهار کرد: بخشی از این اظهارات به نادانی و احمقی تازمب برمی گردد چرا که سپاه و بسیج از بنطن جامعه و مایه افتخار ملی هستند و همه مردم کشور پشتیبان آنها هستند. زند ادامه داد: سپاه با اقتدار تمام علاوه بر تامین امنیت داخلی، امنیت را کیلومترها دورتر از مرزهای کشور تامین کرده است. در پایان رئیس اتاق اصناف مرکز استان مرکزی با اهداء لوح سپاس از خدمات سردار کیومرث عزیزی فرمانده نیروی انتظامی استان مرکزی تقدیر کرد.

سهل آبادی در دیدار با سفیر هند در ایران :

ارتباطات اتاق های بازرگانی اصفهان و هند در بخش های صنعتی و گردشگری تقویت می شود



واحد صنعتی و ۱۵۰ هزار واحد صنفی نشان از جایگاه اثر گذار این استان در اقتصاد کشور دارد و می تواند نقش موثری در توسعه روابط اقتصادی بین ایران و هند ایفا کند. وی با اشاره به اقامت چندین هندی

اصفهان - قاسم اسد - رییس اتاق بازرگانی اصفهان گفت: اتاق های بازرگانی اصفهان و هند می توانند با توسعه تجارت و تبادل کالا و خدمات بر روابط سیاسی و فرهنگی دو کشور تاثیر بسزایی داشته باشند . سید عبدالوهاب سهل آبادی در دیدار با سوراب کومار سفیر هند در تالار تشریفات اتاق بازرگانی اصفهان خواستار همکاری نزدیک اتاق بازرگانی هند با اتاق بازرگانی اصفهان شد و گفت:اتاق های بازرگانی مسفران صلح و دوستی بین کشورهایند و می توانند با تبادل کالا و خدمات بین دو کشور صلح و دوستی ایجاد کنند. وی افزود: اتاق بازرگانی اصفهان آماده است اطلاعات بنگاه های اقتصادی استان را با هدف توسعه روابط اقتصادی با بنگاه های اقتصادی هندوستان در اختیار سفارت هند در ایران قرار دهد تا زمینه برقراری ارتباطات تجاری فراهم شود. سهل آبادی در بخشی از سخنان خود اصفهان را صنعتی ترین استان ایران پرشمرد و گفت:فعالیت ۸ هزار

پیام تسلیت دکتر جلالی در پی درگذشت جمعی از هموطنان در حادثه زلزله کرمانشاه



عزیزمان در استان کرمانشاه بر اثر زلزله موجب تأثر و تألم خاطر فراوان گردیدیم. اینجانب درگذشت ناگوار و

رییس مرکز پژوهش های مجلس درگذشت جمعی از هموطنان در حادثه زلزله کرمانشاه را تسلیت گفت. به گزارش روابط عمومی مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی، دکتر کاظم جلالی طی پیامی درگذشت جمعی از هموطنان در حادثه زلزله استان کرمانشاه را تسلیت گفت. متن پیام رییس مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی به شرح زیر است؛
انالله و انا الیه راجعون
خبر ناگوار فقدان و مصدومیت جمعی از هموطنان

مدیریت مصرف توزیع برق آذربایجان غربی :

طرح بهسامان در مدارس آذربایجان غربی آغاز شد



در سال آینده افزایش خواهد داشت. اشراف پور ادعان کرد: در قالب طرح بهسامان فعالیت های آموزشی همچون توزیع کتب، بروشور، پوستر، فیلم و سخنرانی، فعالیت های فرهنگی همچون مسابقه،

ارومیه - خبرنگار فرصت امروز- به گزارش خبرنگار فرصت امروز در آئین آغاز یکار این طرح که با حضور کارکنان اداره کل آموزش و پرورش استان در محل سالن اندیشه اداره کل آموزش و پرورش استان برگزار شد، نادر اشراف پور مدیر دفتر مدیریت مصرف توزیع برق آذربایجان غربی گفت: بر اساس تقاضا نامه صورت گرفته مابین آموزش و پرورش و شرکت توزیع نیروی برق استان، طرح بهسامان با مدیریت مصرف انرژی در مدارس استان اجرا می شود. وی گفت: با آغاز سال تحصیلی جدید این طرح در ۲۲ مدرسه استان آغاز شده است و هر دو ماه یکبار برای پای های تحصیلی مختلف اجرا خواهد شد. اشراف پور ادامه داد: اعتبار اختصاص یافته برای طرح بهسامان از سوی این شرکت در سال جاری ۵۰۰ میلیون ریال می باشد که

اندوهناک این عزیزان را به ملت بزرگ ایران اسلامی به ویژه مردم شریف استان کرمانشاه و خانواده های داغدار ایشان تسلیت عرض می نمایم و از درگاه ایزدمنان برای درگذشتگان این حادثه رحمت و غفران واسعه الهی و برای بازماندگان صبری عظیم و اجری جزیل و برای آسیب دیدگان، صحت و سلامت کامل را خواستارم. امید است تا مسئولان مربوطه به تسریع با یاری رساندن به آسیب دیدگان و برآورد خسارات وارد شده در جهت رفع آلام و دردهای خانواده های داغدار و خسارت دیده، تلاش و همتی مضاعف نمایند.

بازدید معاون مهندسی و توسعه امور زیربنایی سازمان بنادر و دریانوردی از بندر بوشهر



کرد: بندر بوشهر دومین بندر کانتینری کشور می باشد که با تکمیل پایانه کانتینری مجتمع بندری نگین، میزان تخلیه و بارگیری کانتینر در بندر بوشهر به ۲ برابر افزایش می یابد. محمدرضا الهی ضمن اشاره

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز - مهندس محمد رضا الهی، عضو هیات عامل و معاون مهندسی و توسعه امور زیربنایی سازمان بنادر و دریانوردی به همراه هیاتی، از بندر بوشهر بازدید کرد. به گزارش روابط عمومی، مهندس الهی یار با حضور در مجتمع بندری نگین در خصوص طرح بندر بوشهر گفت: بندر بوشهر یکی از قدیمی ترین و مهم ترین بندر در عرصه تجارت دریایی و بارگیری کالا در کشور بشمار میروند. وی افزود: در راستای توسعه خدمات بندری در بوشهر، طرح بندری در مجتمع نگین اجرایی شده که با تکمیل آن تحول مهمی در این عرصه ایجاد خواهد شد. معاون مهندسی و توسعه امور زیربنایی سازمان بنادر و دریانوردی عنوان

مقاله نویسی، نقاشی، شعر نویسی، بازدید از نمایشگاه و طراحی و فعالیت های تحقیقاتی اجرا خواهد شد. مدیر دفتر مدیریت مصرف توزیع برق آذربایجان غربی افزود: دانش آموزان، مربیان و اولیاء آنها در مصرف بهینه و جلوگیری از اسراف انرژی نقش مهمی دارند. وی اقتصاد مقاومتی در صنعت برق را داشتن روحیه قناعت و پرهیز از اسراف قلمداد کرد و افزود: بر اساس مصوبه دولت باید دستگاه های دولتی و عمومی ۱۰ درصد از مصرف انرژی خود را کاهش دهند و ۲۰ درصد از انرژی مورد نیاز خود را از طریق انرژی های تجدید پذیر همچون انرژی خورشیدی تامین نمایند. اشراف پور اظهار امیدواری نمود با اجرای طرح بهسامان و آموزش دانش آموزان و ایجاد فرهنگ درست مصرف از منابع ملی، از انرژی به نحو شایسته و منطقی استفاده شود.

تاکید مدیران عامل برق منطقه ای خوزستان و توزیع برق اهواز بر یکسان سازی ولتاژ شبکه فشار متوسط برق اهواز

اهواز - شبنم جفانود - جلسه هماهنگی شرکت برق منطقه ای خوزستان با مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان با شرکت توزیع نیروی برق اهواز برای بررسی نحوه یکسان سازی ولتاژ شبکه فشار متوسط برق شهر اهواز با حضور مدیران عامل و معاونان فنی این شرکت ها برگزار شد. مجید دشت بزرگ مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان در این جلسه گفت: با توجه به پیک بار برق شهر اهواز و چگالی بالای بار در واحد سطح و رتبه دوم آن بین سایر کلاشهرهای کشور، لزوم تقویت شبکه برق، بهبود شاخص های برق رسانی و ایجاد زیرساخت های لازم طی پنج سال آینده و یکسان سازی سطح ولتاژ شبکه فشار متوسط برق اهواز ارائه شد و در خصوص سطح ولتاژ پست های برق ۱۳۲ کیلوولت کمربندی اهواز، پست های فوق توزیع در حال احداث راه، کوکبی و فلسطین نیز بحث و تبادل نظر گردید. لازم به توضیح است، در حال

حاضر شبکه فشار متوسط شهر اهواز با دو سطح ولتاژ ۱۱ و ۲۳ کیلوولت تغذیه می شود و طی اسفاهای گذشته مطابق سیاست های اتخاذ شده و با توجه به مزایای نسبی ولتاژ ۲۳ کیلوولت در قیاس با سطح ۱۱ کیلوولت از جمله قابلیت انتقال توان بیشتر، تلفات کمتر و، شبکه ۲۳ کیلوولت در سطح استان توسعه یافته است. با این وجود بافت قدیمی شهرهایی که قبلاً توسط شبکه ۱۱ کیلوولت تغذیه شده اند کامکان تغییر نیافته و ضروری است ضمن نوسازی شبکه اینگونه مناطق با ارتقاء ولتاژ آن، علاوه بر افزایش ظرفیت انتقال توان خطوط، قابلیت ماتور و انتقال بار بین پست های برق فوق توزیع در شرایط عادی و اضطراری افزایش یافته و هزینه های تعمیر و نگهداری شبکه نیز کاهش یابد.

با حضور معاون بهداشتی و مدیر روابط عمومی و امور بین الملل دانشگاه علوم پزشکی مازندران برگزار شد نشست اعضای دبیر خانه امور بین الملل کلان منطقه یک کشور در ساختمان مرکزی وزارت بهداشت



بهداشتی، درمانی بین ایران و کشورهای مجاور ، تشکیل کارگروه بین الملل با مشارکت معاونتهای وزارت بهداشت و درمان ، تدوین

ساری - دهقان - با حضور مدیر روابط عمومی و امور بین الملل دانشگاه علوم پزشکی مازندران، نشست اعضای دبیر خانه امور بین الملل کلان منطقه یک کشور در ساختمان مرکزی وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی در تهران برگزار شد. در این جلسه که با حضور معاون قائم مقام وزیر بهداشت در حوزه امور بین الملل وزارت ، معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران و مدیر روابط عمومی و امور بین الملل دانشگاه علوم پزشکی مازندران برگزار شد فعالیت های این دبیر خانه بررسی و برنامه های آینده طرح ریزی شد. در این جلسه با تاکید بر اهمیت تقویت روابط بین المللی در حوزه آموزشی و تبادل اطلاعات و امکانات و ارائه خدمات دو جانبه

دیپلماسی سلامت و برنامه ریزی برای برگزاری نشست دانشگاه های کلان قطب به تصویب رسید. همچنین توسعه خدمات سربایی گردشگران سلامت به عنوان یکی دیگر از فعالیت های این دبیر خانه مصوب شد . بر اساس این مصوبه سطح همکاری های دو کشور جهت ارائه خدمات بیمارستانی سربایی به گردشگرانی که با هدف تفریح و درمان بیماری و دریافت خدمات درمانی به بیمارستانهای طرف قرارداد در این طرح مراجعه می کنند ارزیابی و تایید می شود. تهیه بولت معرفی ظرفیتهای همکاری با کشورهای هدف و پذیرش هیات های بازدید کننده از کشورهای هدف از مصوبات این دبیر خانه بود که در راستای افزایش همکاری در حوزه روابط بین الملل می باشد.

مدیر عامل آبفای هرمزگان :

تبصره ۳ مندرج در قبوض آب برای توسعه طرح های فاضلاب و شبکه آبرسانی است

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز - مدیر عامل آبفای هرمزگان با اشاره به برخی حواشی ایجاد شده در خصوص آیتم های مندرج در قبوض آب، اظهار داشت: با توجه به هزینه های کلان ایجاد و بهره برداری از تاسیسات مربوط به توزیع آب شهری، جمع آوری، انتقال و تصفیه فاضلاب شهرها، تبصره های قانونی ذکر شده در قبوض آب، صرف توسعه و ساماندهی شبکه آب و فاضلاب شهرها و ایجاد زیرساخت های لازم جهت تامین و توزیع آب می شود. امین قصبی در توضیح تبصره ۳ گنجانده شد در

قبض های آب مشترکین، گفت: این تبصره، قانون جدیدی نبوده و از سال ۷۷ بر اساس مصوبه مجلس شورای اسلامی اجرا شده است اما با اجرایی طرح هدفمندی یارانه ها در سال ۸۹، این تبصره از قبوض آب حذف و مجدداً در سال ۹۵ بر اساس مصوبه ابلاغی وزیر نیرو، به قبوض آب اضافه شد. وی با تاکید بر اینکه، تبصره ۳ در چارچوب قانون بوده است، اظهار کرد: این تبصره بر اساس مصارف مشترک در طبقات مشترک، برای توسعه طرح های فاضلاب و بازسازی شبکه های آب شهری و تاسیسات

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

چهارشنبه | ۲۴ آبان ۱۳۹۶ | شماره ۹۳۱ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع: نشر گستر امروز

آدرس: میرزای شیرازی - 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 حرفه‌ای روزنامه:

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز بر اساس رهنمودی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۳۲ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

نوشدارو

بازارهای نوظهور و تکرار مدل‌های کسب‌وکار

تجربه فعالیت در میان خلأهای نهادی، غول‌های نوظهور را در جایگاهی قرار می‌دهد که می‌توانند در سایر بازارهای نوظهور با موانع ساختاری مشابه فعالیت کنند. درست مانند شرکت‌های چندملیتی برآمده از بازارهای توسعه‌یافته که مدل‌های کسب‌وکار خود را در بخش‌هایی از بازارهای نوظهور تکرار می‌کنند که بیشترین شباهت را به بازار داخلی‌شان دارد. به گزارش هورموند، غول‌های نوظهور برای گسترش خود می‌توانند مدل‌هایی را که در بازارهای داخلی خود پیاده کرده‌اند به بازارهای جدید بسط دهند. شرکت‌هایی که اساس مدل کسب‌وکار آنها، دانش منحصربه‌فرد دربرهه مشتری است، می‌توانند به بخش‌های مشابه در سایر کشورهای دارای بازار نوظهور گسترش یابند.

بسیاری از شرکت‌های برآمده از بازارهای نوظهور منابع لازم برای ارائه یک محصول به بازار یا اجرای ابتکارات عملیاتی در بازارهای توسعه‌یافته را در اختیار ندارند. باین‌وجود، تجربه تأمین نیازهای مصرف‌کنندگان بازارهای نوظهور، مخصوصاً با قیمت‌های پایین، مزیتی برای آن دسته از شرکت‌های برآمده از بازارهای نوظهور است که با شرکت‌های چندملیتی بالغ در بازارهای در حال توسعه رقابت می‌کنند.

همچنین، شرکت‌های برآمده از بازارهای نوظهور که مدل‌های کسب‌وکارشان بر بازارهای عوامل تولید بومی و منحصربه‌فرد متکی است، می‌توانند مدل‌های‌شان را در سایر بازارهای نوظهوری که دارای عناصری مشابه با بازار داخلی‌شان هستند نیز تکرار کنند. برای مثال، بسیاری از شرکت‌های فناوری اطلاعات هندی که در ابتدای کار به دنبال مشتریانی در بازارهای توسعه‌یافته بودند، در ادامه کار، مراکز توسعه نرم‌افزار را در سایر بازارهای نوظهور مانند چین و تعدادی از کشورهای اروپای شرقی ایجاد کردند.

معرفی استارت‌آپ

طراحی تبلیغات آنلاین

نام استارت‌آپ: بنر دیزاین

وب سایت: Banner-Design.ir

سال تأسیس: ۱۳۹۲

موضوع: طراحی گرافیک و تبلیغات آنلاین

توضیح بیشتر:

سامانه طراحی بنر تبلیغاتی (بنر دیزاین) با بررسی سطح کیفی و نیاز در موضوع گرافیک و تبلیغات اینترنتی فعالیت حرفه‌ای خود را در سال ۱۳۹۱ آغاز کرد و در آغاز فعالیت خود با ارائه طرح‌های زیبا و استاندارد توانست طی مدت بسیار کوتاهی نظر بسیاری از برندهای مطرح کشور را جلب و به لیست مشتریان خود اضافه کند. از جمله ویژگی‌های گرافیک حرفه‌ای، قیمت‌های بسیار پایین، تحویل سریع و به موقع و ارتباط قوی با مشتریان است که توانسته تیم بنر دیزاین را به‌عنوان یکی از بهترین‌های این حوزه تبدیل کند. کیفیت نمونه کارها و جلب اعتماد شرکت‌های بزرگ کشور نشان از حرفه‌ای بودن تیم بنر دیزاین دارد.



تصویر امروز



علی قناعت | فرصت امروز

برای مطالعه ۸۲۴ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: برای دومین بار استارت‌آپ ما با شکست روبه‌رو شد. بار اول در زمینه بسته‌بندی میوه و سبزی وارد شدیم و یک سال قبل هم در زمینه اشیاء گمشده استارت‌آپی را راه انداختیم، اما استقبال نشد. چرا هر دو بار با شکست روبه‌رو شدیم؟

علت شکست استارت‌آپ

پاسخ کارشناس: این روزها راه‌اندازی کسب‌وکارهای اینترنتی سرعت بیشتری گرفته و هر روز ما با تعداد زیادی از این کسب‌وکارهای به اصطلاح استارت‌آپی روبه‌رو هستیم. با توجه به نوا بودن این کسب‌وکارها مشکلات آنها نیز به دلیل نبود تجربه کافی، زیاد است. شاید نتوانیم به‌طور دقیق شکست شما را آنالیز کنیم، اما با توجه به اینکه شما طی چند سال اخیر دو تجربه شکست را پشت سر گذاشتید می‌توانیم به چند نکته اشاره کنیم: یکی از دلایل شکست می‌تواند عدم شناخت دقیق بازار

باشد. آیا شما بازار میوه و اشیاء گمشده را می‌شناختید و آیا با مطالعه بازار به سمت این نوع از فعالیت رفتید؟ دوم اینکه آیا شما برای فعالیت خود بیزنس مدل داشتید و می‌دانستید منابع درآمدی شما چگونه تأمین می‌شود؟ سومین نکته شما چه حجمی از بازار را خواستار بودید. آیا به فکر بازار تهران بودید، اما کار را در سطح ملی شروع کردید یا بر عکس. چون هر کدام از این نوع تقاضاها فواید و عوارض خود را دارد. چهارمین نکته آیا تیم شما با فرهنگ کار تیمی آشنا بودید و آیا شما در طراحی و اجرا با یکدیگر توافق حتمی

و قطعی داشتید یا با تعارضات آشکار روبه‌رو می‌شدید؟ پنجمین نکته اینکه آیا روی ایده خود به خوبی کار کردید و از زوایای مختلف آن را مورد بررسی قرار دادید؟ آیا استارت‌آپ‌های شما دارای استراتژی سازمانی و اهداف تعیین شده مکتوب بود؟ ششمین نکته آیا منابع مالی لازم را برای فعالیت در اختیار داشتید؟ هر کدام از این موارد می‌تواند عامل شکست استارت‌آپ شما باشد یا شاید عوامل دیگری مؤثر بودند. شما با یک مشاور متخصص مشورت کنید تا با آنالیز دقیق به علت یا علت‌های شکست شما پی ببرد؟

مدرسه مدیریت

علائمی که نشان می‌دهند برای قبول پست مدیریت آماده نیستید

تصدی سمت جدید را دارید، باید بدانید که جاه‌طلبی مانع موفقیت در مدیریت می‌شود. ۴- آیا تصور می‌کنید به محض اینکه مدیر شوید، باید برخی از کارمندان را توبیخ کنید؟ در این صورت الان زمان مناسبی برای قبول جایگاه مدیریت توسط شما نیست، زیرا ترفیع شما ممکن است منجر به تسویه حساب‌های فردی در سازمان شود. ۵- اگر برای فخر فروشنی سمت شغلی خود به دیگران، قصد قبول پیشنهاد مدیریت را دارید، نباید آن را بپذیرید. ۶- در صورتی که اظهارنظر در موارد مرتبط با کسب‌وکار سازمان برای‌تان سخت است، پس جایگاه پیشنهادی برای‌تان مناسب نیست، زیرا در آینده نیز نمی‌توانید در مورد امور مهم سازمان‌تان اظهار نظر کنید. ۷- شاید تصور کنید سایر کارمندان تنبل هستند و می‌خواهند از فعالیت‌های‌شان شانه خالی کنند، در

این حالت نیز پذیرفتن سمت مدیریت از جانب شما، تصمیم درستی نیست، زیرا ممکن است از جانب‌شان این گونه برداشت شود که آنها را دست کم گرفته‌اید. ۸- در صورتی که به افراد گروه کاری که در آن فعالیت می‌کنید، اعتماد ندارید یا نمی‌توانید با آنها ارتباط برقرار و مشکلات را با هم حل کنید، به سوی پست مدیریت قدم بردارید. ۹- آیا تصور می‌کنید که مدیران ارشد سازمان بی‌کفایت و بی‌نزاکت هستند؟ در این صورت سمت مدیریت را قبول نکنید، زیرا ممکن است در حین فعالیت در پست جدید، با مدیران ارشد روبه‌رو شوید و احترام دو طرفه بین‌تان از بین برود. ۱۰- اگر تصور می‌کنید که سمت مدیریت آتی ساده است، مطمئن باشید که از کار فعلی‌تان ساده‌تر نخواهد بود. در صورت ساده‌انگاری پست پیشنهادی، باید از پذیرش آن خودداری کنید.

منبع: Forbes

تخته سیاه

دلنوشته‌های یک کارآفرین (۶۶)
باور و قوانین کسب‌وکار

پارسا امیری



قوانین کسب‌وکار در ایران در مقایسه با کشورهای پیشرفته کمی دست و پا گیر است و هر کس به راحتی نمی‌تواند در مدت کوتاهی کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کند.

در رسانه‌ها هم در باره این قوانین دست و پا گیر هر روز صحبت می‌شود و تو هم حتما ذهن‌ت پر از حرف‌های آدم‌هایی می‌شود که مدام به تو می‌گویند راه‌اندازی کسب‌وکار در ایران کار دشواری است.

در نگاه اول همه حرف‌ها درست است و اگر طبق قانون و قاعده جهانی هم نگاه کنیم رتبه ایران بسیار اسفناک است، اما من می‌خواهم از زاویه دیگری به این ماجرا نگاه کنم. من می‌دانم که راه‌اندازی کسب‌وکار در یک کشور پیشرفته اروپایی به مراتب راحت‌تر و آسان‌تر از ایران است و تو باید رنج زیادی متحمل بشوی تا کسب‌وکار‌ت را راه بیندازی، اما می‌خواهم از باورت بگویم که تو چه قدر به راه‌اندازی کسب‌وکار‌ت باور داری. اگر باورت درونی است طبیعی است که این مراحل سخت را نیز را می‌گذرانی و همچنان که دهها و صدها کارآفرینی که طی چند دهه اخیر کسب‌وکار خود را با همین قوانین دست و پا گیر راه انداختند و امروز صاحب کارخانه‌های بزرگ هستند تو هم می‌توانی؛ اما اگر به کسب‌وکار‌ت باور نداشته باشی نخستین جمله کارمند اداره ثبت یا سازمان مربوطه تو را از ادامه کار باز می‌دارد.

آنچه موجب راه‌اندازی و کسب درآمد و موفقیت می‌شود باور توست و اگر باور تو عمیق و درونی باشد قانون‌های دست و پا گیر و مزاحم نمی‌تواند تو را از اجرای اهداف بازدارد. چرا که تو آرمان‌هایی در سر داری که برای رسیدن به این آرمان‌ها باید قله‌های زیادی را فتح کنی، بنابراین اگر در ابتدا با یک یا دو چاله ناهموار روبه‌رو شدی نگران و ناامید نمی‌شوی.

من امیدوارم که هر چه زودتر قوانین دست و پاگیر حذف یا اصلاح شود، اما بر این باورم که این قوانین کسب‌وکار نمی‌تواند مانعی جدی برای رسیدن به هدف کسی باشد که از دل و جان به موفقیت خود در کسب‌وکار باور دارد.

مطالعه زندگی کارآفرینان ایرانی طی این ۲۰، ۳۰ سالی سال کاملاً تو را با واقعیت‌ها آشنا می‌کند که چگونه با همه ناهمواری‌ها و توفان‌ها سرخم نکردند و یک تنه در برابر این ناهمواری‌ها روزگار ایستادند تا مردان و زنان موفق در کسب‌وکار شوند.

خانم فاطمه دانشور یکی از زنان موفق و کارآفرین ایرانی است که امروز چندین هلدینگ مواد معدنی دارد. می‌گوید: سال ۸۱ و ۸۲ بود که اوج بدهکاری من بود. حول و حوش ۳۰ میلیون تومان بدهکار بودم و این بدهکاری را تا سال ۸۳ با خودم کشیده بودم. وقتی از سفر حج برگشتم، از لحاظ قلبی اعتماد به نفس خوبی پیدا کردم و رفتم پیش کسی که از او می‌ترسیدم. شما آدمی را که در دوران گرفتاری روز و شب به شما زنگ می‌زند دوست ندارید ببینید، اما من با حالت اطمینان خاصی خطرش را پذیرفتم و پیش او رفتم. ممکن بود یک مامور بیابود و همانجا مرا به زندان ببرد. رفتم با ایشان صحبت کردم.

مشکل بدهکاری من سه سال طول کشیده بود و شاید خیلی‌ها وقتی در این شرایط قرار بگیرند دست به تخلف بزنند، اما من به خدا توکل و صبر کردم. صبوری، سعه صدر و امیدوار بودن و تحت هیچ شرایطی تخلف نکردن نتیجه تربیت است.

وقتی دعا می‌کنید، خلوصی لازم دارد که خداوند به آن دعای شما پاسخ بدهد. خلاصه آنکه وقتی از سفر برگشتم، نزد کسی رفتم که بیشترین طلبکاری را از من داشت و خیلی اذیتم کرده بود. برای ایشان شرایطم را توضیح دادم و گفتم الان خیلی محکم‌تر شدم، تلاش می‌کنم و پول شما را تهیه می‌کنم. خیلی عجیب بود که لاشه چکم را به من برگرداند و گفت برو یک سال دیگر بیا پولت را پرداخت کن. بعد از من پرسید الان می‌خواهی چکار کنی؟ گفتم می‌روم فکر می‌کنم. شاید همان کار قبلی‌ام را مجدداً شروع کنم و شاید هم بخواهم یک کار جدید را شروع کنم. گفت دفتر داری؟ گفتم نه. گفت بیا یکی از دفاتر را که من می‌له و آماده دارم بردار. من رفتم یکی از شیک‌ترین دفاترش را برداشتم و کلیدش را به من داد. یعنی وقتی از دفترشان بیرون می‌آمدم، لاشه چکم را داشتم با یک سال فرصت به اضافه کلید دفتری که می‌له بود و حتی نیاز نبود که من یک مداد بخرم. یک سال هم مهلت داشتم که در آن دفتر کار کنم و سر یک سال اجاره‌اش و بدهکاری‌اش را یک جا پرداخت کنم.

تو اگر به کسب‌وکار‌ت باور قلبی داشته باشی خدا کمک می‌کند تا قوانین دست و پاگیر کسب‌وکار را از میان برداری و به موفقیت برسی.