روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۱۲ خرداد ۱۳۹۷

Sat. 2 Jun 2018

۱۷ رمضان ۱۴۳۹ - سال چهارم

شماره ۱۰۸۰ - ۱۶ صفحه - ۲۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

سوال ارزی بدون جواب قانونی

چالش ارزی مسافران جام جهانی روسیه

فرصت امروز: هفته گذشته بود که بانک مرکزی FAN ID (بلیت مسابقات جام جهانی فوتبال) را به رسمیت شناخت و اعلام کرد مسافرانی که برای تماشای...

۴

یادداشت

رتبه‌بندی شرکت‌ها ضرورتی ملی

محمود اولیائی

رئیس هیأت‌مدیره انجمن مشاوران مدیریت ایران

مشاوران مدیریت بر این عقیده‌اند که مشکلات کنونی فضای کسب‌وکار کشور اگرچه به‌شدت از نوع و سطح روابط بین‌الملل ایران با سایر کشورها اثر می‌پذیرد، اما بخش مهمی از چالش‌های موجود در این فضا ناشی از عوامل تأثیرگذار در درون کشور است که متأسفانه طی سال‌های متمادی با بی‌توجهی مسئولان روبه‌رو بوده و اکنون به عارضه‌های جدی در محیط کسب‌وکار تبدیل شده‌اند. عدم شفافیت در فضای اقتصادی، بالأخص در تعاملات بنگاه‌ها با نهادهای حاکمیتی در چارچوب برنامه‌های حمایتی از جمله معضلاتی است که منابع در دسترس ما را بالأخص در سال‌های اخیر به هدر داده و شرایط فساد و رانت را در سطح وسیعی برای سودجویان مهیا کرده است.

ادامه در همین صفحه

رئیس سازمان بورس در دیدار با اعضای هیأت‌مدیره انجمن خبرنگاران و نویسندگان بازار سرمایه مطرح کرد

اهمیت نقش رسانه در بهبود شرایط بازار سرمایه

۵

تحریم‌های اقتصادی چگونه بی‌اثر می‌شوند؟

مقاوم‌سازی اقتصاد در شرایط تازه

زمزمه تحریم‌های تازه علیه کشورمان از ماه‌ها پیش شنیده می‌شد؛ از همان روزهایی که دونالد ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا بنای خروج از توافق برجام را گذاشت. هرچند مسئولان دولتی اعلام می‌کنند که برنامه‌ریزی برای مواجهه با شرایط تازه از شش ماه پیش از اعلام زمان‌بندی آمریکا را در دستور کار قرار داده‌اند، اما با این حال برخی بازارها از جمله بازار ارز نتوانست در مقابل تهدیدها آنطور که باید مدیریت شود...

۳

دامنه جنگ تعرفه‌ای آمریکا به اروپا، کانادا و مکزیک رسید

جبهه‌های جدید در جنگ تجاری

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- اپل چگونه اپل شد؛ متفاوت بیندیش!
- چگونه برترین استعدادها را به شرکت جذب کنیم
- فروش بازی اعداد نیست؛ بازی احتمالات است
- معجزه برترین تبلیغات تمام دوران‌ها
- ندایی برای گلوله‌های توپ
- پیاده‌سازی دیجیتال برندینگ موفق

ارزش بازار مایکروسافت با عبور از ۷۵۰ میلیارد دلار آلفابت را پشت سر گذاشت

۸ تا ۱۶

فراز و فرود طرح «ساماندهی بازار خودرو» به روایت مرکز پژوهش‌های مجلس

۵ دلیل افزایش قیمت خودروهای وارداتی

صنعت خودروی ایران سعی کرده است تا بهترین استفاده‌ها را از برجام ببرد؛ توافق‌نامه‌هایی هم دراین باره با خودروسازان خارجی امضا شد. اما صنعت خودروی ایران، از مشکلاتی درونی رنج می‌برد و کیفیت و ایمنی همیشه حلقه گمشده این صنعت بوده است. ولی «طرح ساماندهی بازار خودرو» قرار است این صنعت را نجات دهد.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارشی به بررسی طرح «ساماندهی بازار خودرو» پرداخته و نتیجه گرفته است که پنج شوک اصلی که در دو سال اخیر در ایجاد سونامی افزایش قیمت خودروهای وارداتی دخیل بوده‌اند عبارتند از توقف ثبت سفارش برای نمایندگی‌های غیررسمی (گری مارکت‌ها) در تاریخ ۱۲ دی‌ماه سال ۹۵، توقف ثبت سفارش خودرو در تیرماه سال ۱۳۹۶، ابلاغ دستورالعمل اسقاط خودروهای فرسوده در مردادماه ۱۳۹۶، ابلاغ دستورالعمل جدید واردات خودرو در تاریخ ۹ دی‌ماه سال ۹۶ و نوسان نرخ ارز. بر اساس این گزارش، رویکرد کلان طرح مذکور، رقابتی کردن بازار خودرو و به تبع آن افزایش کیفیت و به‌خصوص ایمنی در محصولات صنایع خودروسازی کشور در افق ۱۴۰۴ ه. ش با روش تدریجی و کاهش پلکانی کاهش تعرفه‌هاست. در عین حال، موضوع واردات خودروهای سواری همواره دارای حساسیت‌های خاص و ویژه‌ای بوده است. برخی کارشناسان، واردات این کالا را به عنوان واردات کالای لوکس و غیرضروری تلقی کرده و آن را عاملی مخرب برای تولید داخلی و خروج ارز قلمداد می‌کنند و برخی دیگر به این موضوع به عنوان عاملی برای ایجاد رقابت در بازار خودرو و افزایش کیفیت تولید داخل نگاه می‌کنند و آن را یک ضرورت برای پاسخ‌دهی به تقاضای داخلی می‌دانند. به همین دلیل اختلاف‌نظرهایی درخصوص میزان نرخ حقوق ورودی این کالا و اعمال محدودیت‌های مقداری و توقف ثبت سفارش ورود این کالا همواره وجود داشته است. طبق این گزارش، نامناسب بودن خدمات پس از فروش خودروهای داخلی، عدم رضایتمندی مصرف‌کنندگان به دلیل عدم رعایت حقوق مصرف‌کنندگان داخلی، افزایش قیمت‌های مکرر در طول یک سال، تحمیل هزینه‌های اضافی ناشی از هزینه‌های غیرمرتبط با تولید توسط برخی مدیران صنعت خودروسازی به مردم، وجود نقص فنی و کیفیت پایین در تولید، تأخیر در تحویل به موقع خودرو، بالا بودن تعداد قطعات معیوب، مصرف غیراستاندارد سوخت، پایین بودن ایمنی (هیچ‌کدام از خودروهای تولید داخل با قیمت زیر ۵۰میلیون تومان، دارای امنیت بالایی نیستند (بالاتر از سه ستاره ایمنی))، بالا بودن قیمت در مقایسه با خودروهای مشابه خارجی، عدم پاسخگویی به نیاز بازار و عدم تحول در تکنولوژی تولید به دلیل استفاده از فناوری قدیمی، کنترل نامناسب کیفیت در مراحل مختلف تولید، رقابت انحصاری در بازار به علت تعرفه بالای خودروهای وارداتی، کم بودن دوره گارانتی و... باعث شده واردات خودرو به عنوان بازاری در کنار بازار تولید خودروهای داخلی شکل گیرد.

چه مشکلاتی خودرو را گران کرد؟

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، پنج شوک اصلی شامل توقف ثبت سفارش برای نمایندگی‌های غیررسمی (گری مارکت‌ها) در تاریخ ۱۳۹۵/۱۰/۱۲، توقف ثبت سفارش خودرو در تیرماه سال ۱۳۹۶ ابلاغ دستورالعمل اسقاط خودروهای فرسوده در مردادماه ۱۳۹۶، ابلاغ دستورالعمل جدید واردات خودرو در تاریخ ۱۳۹۶/۱۰/۹ و نوسان نرخ ارز همگی شوک‌هایی بودند که طی دوسال اخیر در ایجاد سونامی افزایش قیمت خودروهای وارداتی دخیل بودند. همچنین این گزارش ادامه می‌دهد: «ازسوی دیگر حمایت تعرفه‌ای بلندمدت از صنعت خودروسازی به بروز مشکلاتی در رقابت‌پذیری، افزایش قیمت محصولات بدون کیفیت در مقایسه با محصولات خارجی، افزایش تلفات جاده‌ای منجر به مرگ به دلیل ایمنی پایین برخی محصولات داخلی و... منجر شده است.»

رتبه‌بندی شرکت‌ها، ضرورتی ملی

ادامه از همین صفحه

در محیط‌های کسب‌وکار قربانی اصلی بنگاه‌ها و سازمان‌هایی هستند که سعی دارند با فعالیت سالم و شفاف در مسیر توسعه خود و کشور گام بردارند و بی‌شک منافع اصلی عاید آن دسته از سودجویان خواهد شد که در پوشش فعال اقتصادی به دنبال ایجاد روابط ناسالم و جذب منابع موجود برای اهداف و منافع شخصی خود هستند.

یکی از راه‌های ایجاد تمایز بین این دسته از سودجویان و کارآفرینان واقعی در تمام حوزه‌های کسب‌وکار تکیه بر ارزیابی و رتبه‌بندی‌های حرفه‌ای توسط مراکز معتبر، مستقل و ملی است.

چنانچه بتوان مراکز قابل‌اتکا، مستقل و دانش‌بنیان را برای ارزیابی و تعیین رتبه بنگاه‌های اقتصادی یا سازمان‌های مردم‌نهاد و حتی دستگاه‌های خدمت‌دهنده در نظام حاکمیتی ایجاد نمود آنگاه می‌توان حداقل به اخذ نتایج چشمگیر در دو حوزه زیر اطمینان پیدا کرد.

۱- شناسایی و معرفی کارآفرینان واقعی و سازمان‌های مردم‌نهادی که در مسیر توسعه کشور گام برمی‌دارند از سازمان‌هایی که در پوشش و ظاهری موجه به دنبال سودجوئی و اخلال در نظم اقتصادی کشور هستند. قطعا در این شرایط منابع حمایتی به‌صورت مشخص و شفاف به سازمان‌هایی اختصاص پیدا خواهد کرد که در مسیر واقعی توسعه پایدار فعالیت می‌کنند و جلوی رانت و فساد و هدر رفتن منابع کشور گرفته خواهد شد.

۲- رتبه‌بندی فعالان اقتصادی و ارائه تصویر دقیقی از توانمندی سازمان‌های مورد ارزیابی در هر حوزه.

این اقدام موجب می‌شود ذی‌نفعان این سازمان‌ها تعاملات خود را بر پایه توانمندی‌های آنها که در رتبه اخذ شده مستتر است منطبق کنند. از سوی دیگر سازمان‌هایی که رتبه پایین‌تری اخذ کرده‌اند انگیزه لازم را برای توسعه و اخذ رتبه‌های بالاتر برای جذب مزایای مرتبط پیدا کرده و به‌این‌ترتیب رتبه‌بندی در میان‌مدت به‌عنوان بستری برای رشد سازمان‌ها عمل خواهد کرد.

مرکز رتبه‌بندی اتاق ایران می‌تواند از طریق اهرم کردن تخصص و مهارت متخصصان کشور در این حوزه، نقشی ارزنده در مسیر شفاف‌سازی فضای کسب‌وکار ایفا کرده و با حمایت از کارآفرینان واقعی و معرفی آنها به جامعه بستری قابل‌اطمینان را برای حمایت از آنها در مسیر رشد در سطوح مختلف فراهم و درنهایت دست کارآفرین نماها را از اقتصاد پرتلاطم کشور کوتاه کند.

تسهیلات ویژه برای کارفرمایان خوش حساب

بخشودگی جرائم بیمه‌ای

حمایت از کالای ایرانی و بهبود فضای کسب وکار

برای کسب اطلاعات بیشتر، به شعب تامین اجتماعی در سراسر کشور و یا سایت www.tamin.ir مراجعه نمائید.

سازمان تامین اجتماعی

اداره کل روابط عمومی

حمایت از کار و کارگر ایرانی

م.الف ۷۰۶

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

انرژی

توتال در دوراهی ماندن یا رفتن

طلسم ۱۳ ساله می‌شکند؟

شـمارش معکـوس ایـن بـار از شـصت آغاز می‌شود؛ آیا توتال در ایران ماندنی است. داستان تنهـا به بود و نبود یک شـرکت نفتـی در ایران بازنمی‌گردد، این بار پای دو کشور در میان است تا سرنوشـت حضور یا عدم حضـور توتال در فاز ۱۱ پارس جنوبی روشن شود. البته این اولین بار نیسـت که گرهی محکم بر کلاف روابط ایران و توتال جا خوش کرده اسـت، اولین بار هم نیست کـه توتال قصد حضور در فاز یازده پارس جنوبی را می‌کند.

به گـزارش خبرآنلایـن، سـال ۱۳۸۴ بود که توتال با مشـارکت پتروناس مالـزی قرارداد بیع متقابلی را برای توسـعه این فاز به امضا رساند اما آنچه باید رخ می‌داد، نداد.

مبلغ این قرارداد اجرا نشده، حدود یک میلیارد و ۲۶۰ میلیـون دلار حداقـل و یـک میلیارد و ۴۰۰میلیون دلار حداکثر بود.

دومیـن قـرارداد اما نـه بر اسـاس الگوی بیع متقابل کـه بر مبنای الگوی جدیـد قراردادهای نفتـی، مصوب دولـت یازدهم با توتـال به امضا رسید.

سـیدمهدی حسـینی، رئیس کمیته بازنگری قراردادهای نفتی درباره چرایی اجرا نشـدن این قرارداد گفته اسـت: از سـال ۱۳۸۴ به بعد بازار جهانی نفت با تغییراتی جدی روبه‌رو شد. قیمت نفت ناگهان بالا رفت و قطعاً این شرکت‌ها انتظار اصلاح قرارداد را داشـتند که می‌شـد این کار را کرد. اگر مبلغ قرارداد اصلاح شـده بود امروز ۱۲ سـال از توسـعه این میدان گذشته بود و سال‌ها بود که تولید آغاز شده بود.

ایـن بار اما بـود و نبود توتال بیش از سـالیان پیـش به سیاسـت گره خورده اسـت. اگر توتال اولین شرکتی بود که پس از تصویب الگوی جدید قراردادهای نفتی و امضای برجام راهی ایران شد و قرارداد امضا کرد تا بیست سال بماند، حالا نیز اولین شرکتی است که درگیر اما و اگرهای ماندن در ایران، پس از خروج آمریکا از برجام است.

توتال می‌ماند؟

بیژن زنگنـه این روزهـا بارها و بارهـا درباره توتـال سـخن گفته اسـت، محـور بسـیاری از سـوالات خبرنگاران از وی نیز تعیین‌تکلیف این شـرکت فرانسوی اسـت که تیرماه سال گذشته امضای مدیرعاملش بر قرارداد توسـعه فاز یازده پارس جنوبی حک شـد. زنگنه گفته است: توتال هم‌اکنون مشـغول مذاکره بـا دولت آمریکا برای ماندن در طرح توسعه فاز ۱۱ پارس جنوبی است، این شـرکت ۶۰ روز فرصت دارد با دولت آمریکا مذاکره کند. دولت فرانسـه نیـز در این ۶۰ روز می‌تواند بـا دولت آمریکا برای مانـدن توتال در ایران مذاکراتی انجام دهد.

پیش‌تـر اما وزیـر دارایـی فرانسـه گفته بود کشورش در حال بررسی این موضوع است که آیا اتحادیه اروپا می‌تواند زیان شـرکت‌های اروپایی که بابت فعالیت در ایران از سـوی آمریکا جریمه می‌شوند را جبران کند.

جایگزین کیست؟

بر اسـاس اعلام زنگنه امکان جایگزینی توتال فرانسـه در فاز ۱۱ پارس جنوبی با شرکت چینی CNPC وجود دارد. وزیـر نفت توضیح می‌دهد بـرای خروج توتـال از قـرارداد جریمه‌ای وجود نـدارد اما مبلغی که توتال تاکنون در این قرارداد هزینه کرده است تا زمان اجرای کار، بازپرداخت نمی‌شود.

شرکت چینی CNPC نیز که غول انرژی چین خوانده می‌شـود پیش‌تر اعلام آمادگی کرده بود در صورتی که توتال بـه علت تحریم‌های آمریکا مجبور به ترک ایران شـود، سهام این شرکت در پروژه گاز پارس جنوبی را خریداری کند.

با ایـن وجود محمـد مشـکین‌فام در توضیح حضور یا عدم حضور توتال برای ادامه روند کاری فـاز ۱۱ پارس جنوبی گفت: با توجه به شـرایط حضور یا نبود این شرکت در ادامه قرارداد توسعه فاز ۱۱ پارس جنوبی پیش‌بینی شده و ادامه روند کاری کاملاً مشخص است، اما اگر توتال نتواند به روند کاری خود ادامه دهد، ابتدا شـرکت چینی و اگر چین نیز به میدان نیامد شرکت پتروپارس ادامه‌دهنده فرآیند توسعه خواهند بود.

فاز یازده اما برای چین نامی ناشـناخته نیسـت، چراکه سهم شرکت CNPCچین از قرارداد منعقد شـده در تیرماه سال گذشـته ۳۰درصد بود. سهم توتال و پتروپـارس دیگر حاضران نیز به ترتیب به ۵۰.۱ درصد و ۱۹.۹ درصد می‌رسید. از سوی دیگر معاون اکتشـاف و تولید توتال می‌گوید: اگر دولت آمریـکا تعلیق تحریم‌ها را تمدیـد نکند، ما تلاش خواهیـم کرد که برای فـاز ۱۱ پارس جنوبی یک معافیت ویژه دریافت کنیم.

حـرف و حدیث‌هـا بـر سـر ماندن یـا رفتن توتـال ادامـه دارد، اما آنچه در ایـن میان بیش از رایزنی‌هـای سیاسـی اهمیـت می‌یابد تکلیف فاز یازده میدان مشـترکی است که میان قطر و ایران جا خوش کـرده و عنوان بزرگترین میدان گازی جهان را داراسـت. آیا طلسم توسعه در فاز یازده پارس جنوبی پس از سـیزده سـال خواهد شکست؟ این سوالی است که بسیاری با حضور یا بی‌حضور توتال در این میدان مشترک، به دنبال پاسخ آن هستند.

دامنه جنگ تعرفه‌ای آمریکا به اروپا، کانادا و مکزیک رسید

جبهه‌های جدید در جنگ تجاری

فرصـت امـروز: سـرانجام تعرفه‌هـای گمرکـی آمریـکا روی فـولاد و آلومینیـوم اروپا نیـز اعمال شـد و سـاعت ۲۴ پنجشـنبه به وقت واشـنگتن، وزیر بازرگانـی آمریکا از اعمال تعرفـه روی واردات فلـزات از اروپـا، کانـادا و مکزیـک خبر داد. بـه گـزارش اسـپوتنیک، ویلبـور راس، وزیـر بازرگانـی آمریکا گفت تعرفه‌های واردات آلومینیوم و فولاد از ساعت ۲۴ پنجشـنبه به وقت واشـنگتن اجرایی می‌شـود. ایـن تصمیم آمریکا باعث شده است تا اروپا، کانـادا و مکزیک واکنش تندی به این ماجرا نشان دهند.

اگرچـه در اسـفندماه سـال گذشـته کـه دونالـد ترامـپ، رئیس‌جمهور آمریکا، تعرفه‌های ۱۰درصـدی بـر واردات فولاد و تعرفه‌هـای ۲۵درصـدی بـر واردات آلومینیـوم از چیـن را اعمـال کرد، اتحادیـه اروپا، مکزیـک و کانادا آن زمان برای مدتی از این تعرفه‌ها مسـتثنی شـدند؛ امـا اعتبار ایـن گفته سـرانجام به پایان رسید و حالا به نظر می‌رسـد که طرف‌های درگیـر ایـن جنـگ تعرفه‌ای افزایـش یافتـه و جبهه‌هـای جدیدی گشوده شده است.

واکنش تند اروپایی‌ها

بعد از اعـلام تصمیم ترامپ، اتحادیـه اروپـا بـه افزایـش تعرفه‌های گمرکی آمریکا روی آلومینیوم و فولاد، هشـدار داد. آنهـا می‌گویند اروپا تدابیر لازم را برای مقابله با سیاسـت‌های واشنگتن در نظر می‌گیرد.

«سـسـیلیا مالم‌اسـتروم» کمیسـر تجارت اتحادیـه اروپا در واکنش به تعرفه‌های آمریکا روی فـولاد و آلومینیوم، گفته اتحادیه اروپـا نیز تدابیر لازم را برای مقابل با آمریکا و حفاظت از بـازار ایـن اتحادیـه، در نظر می‌گیرد.

به گزارش اسـپوتنیک، «ژان کلود یانکر»، رئیس شورای اروپا هم تصمیـم آمریکا برای اعمال تعرفه‌ها علیه اروپـا را غیرقابل قبـول خوانـده و متعهد شـد اتحادیه اروپا نیز طی ساعت‌های آتـی تعرفه‌هـای تلافی‌جویانه خود را اعلام می‌کند.

امانوئـل مکـرون، رئیس‌جمهـوری فرانسـه در تماس تلفنی با همتای آمریکایی خود، تصمیم کاخ سـفید برای افزایـش تعرفه واردات فلزات را «غیرقانونی» خواند و از تدارک پاسخی تلافی‌جویانه «به شیوه قاطع و مناسـب» خبـر داد. به گـزارش خبرگـزاری فرانسـه، مکرون گفت کـه از دیدگاه او، این اقدام «اشـتباه» بوده است و با دامن زدن بـه «ملی‌گرایی اقتصـادی» در نهایـت همه را متضرر می‌کند.

بـه گفتـه مکـرون، تصمیم جدیـد دولـت آمریـکا بـه هر صـورت اشـتباه اسـت؛ چراکه بـرای رسـیدگی بـه عـدم توازن‌هـای فعلـی در عرصـه بین‌المللی، بدترین شیوه یعنی ملی‌گرایی اقتصادی را برگزیده است. او معتقد است ملی‌گرایی هـم یعنـی جنگ؛ ایـن همان اتفاقی اسـت کـه در دهه ۳۰ رخ داد.

سـال ۱۹۳۰ همـان زمانـی اسـت که کنگـره آمریـکا در اوج رکـود بـزرگ اقتصـادی، تعرفه‌هـای وارداتی سـنگینی را اعمال کـرده بود؛ اقدامی که به عقیده اقتصاددانـان، اوضاع اقتصـادی این کشـور را حتی وخامت بیشتری بخشید.

به دنبال اعلام تصمیم ترامپ، کانـادا، مکزیک و کشـورهای عضـو اتحادیـه اروپـا هـم از طرح‌هایـی مقابله‌جویانـه خبر داده و بـه سـمت یـک جنگ جهانی تجاری حرکت کرده‌اند.

پاسخ کانادا

نخسـت‌وزیر کانـادا هـم در واکنشـی تند به تصمیم دولت آمریـکا بـرای اعمـال افزایش تعرفـه فـولاد و آلومینیم گفته حساب دوستی و شراکت ۱۵۰ سـاله مـردم کانـادا و آمریکا جداسـت و خلل‌ناپذیر اما آنچه اکنون دولت ایالات‌متحده انجام می‌دهـد کامـلاً غیرقابل قبول است.

جاسـتین ترودو، ساعتی پس از علنی شدن تصمیم کاخ‌سفید بـرای اعمـال تعرفه‌های جدید علیـه کشـورهایی کـه به‌طور کلاسـیک «متحد اسـتراتژیک واشـنگتن» محسوب می‌شوند، به ایـن تصمیم واکنش نشـان داد و گفـت: «اجازه دهید رک بگویـم. میـان مـا و آمریکا ۲ میلیارد دلار مازاد تجاری وجود دارد کـه بـا هیچ محاسـبه‌ای نمی‌توانیـم آن را تهدید کانادا برای امنیت ملی آمریکا ارزیابی کنیم.»

نخسـت‌وزیر کانـادا گفـت: «واضح اسـت که ایـن تعرفه‌ها کامـلاً غیرقابل‌قبولنـد. کانـادا در ۱۵۰ سـال گذشـته متحد همیشـگی آمریـکا بـوده. مـا چـه در دو جنـگ جهانی، چه در جنـگ کـره و چـه پس از یازدهم سپتامبر در کنار آمریکا ایستاده‌ایم. از سواحل نرماندی تا افغانسـتان. دوستی میان دو کشـور هیچ گاه کم‌رنگ نشده و بلکه عمیق‌تر شـده به‌طوری که دولت کانـادا اکنون بیش از گذشته باور دارد که ارزش‌های مشـترک مـا و اشـتراک جغرافی‌مـان دسـت آخـر بـر حمایت‌گرایـی ملی‌گرایانه فائق خواهد آمد.»

ترودو در پایان اظهارات خود هم وعـده داده که دولت کانادا با تمـام قوا از صنایع و کارگران این کشـور در برابـر تعرفه‌های جدید آمریـکا دفاع کند. دولت کانـادا اعلام کـرده در اقدامی متقابـل برای بیش از ۶ میلیارد و ۵۰۰ میلیـون دلار از واردات محصـولات آمریکایـی به این کشور تعرفه وضع خواهد کرد.

اولین اقدام مکزیک

مکزیک نیز تعرفه‌های جدید برای کالاهای آمریکایی معرفی می‌کنـد؛ دولـت مکزیـک در واکنش بـه تعرفه‌های گمرکی آمریـکا روی آلومینیوم و فولاد اعـلام کـرد تعرفه‌هـای جدید بـرای کالاهای ایـالات متحده وضع خواهد کرد.

باوجـود گمانه‌زنـی رسـانه‌های بین‌المللی درباره اینکه آمریـکا در نهایت اروپا و همسـایه‌های خـود را از تعرفه‌های آلومینیوم و فولاد معاف می‌کنـد، اما در نهایت چنین نشـد و بعـد از تهدید اتحادیه اروپا، مکزیک از اقدام عملی خود خبر داد.

هیجدهـم اسـفندماه سـال ۱۳۹۶ بـود کـه ترامـپ تعرفه فـولاد و آلومینیـوم را رسـماً افزایـش داد. رئیس‌جمهـوری آمریکا در آن تاریخ سند مربوط به افزایـش تعرفه گمرکی برای واردات فـولاد و آلومینیـوم را امضا کرد. به گزارش خبرگزاری فرانسـه، طبق مقـررات جدید، واردات فـولاد و آلومینیـوم از سراسر جهان به آمریکا مشمول عـوارض گمرکـی معـادل ۲۵ درصد بـرای فولاد و ۱۰ درصد بـرای آلومینیوم خواهد شـد. هدف ایـن مقـررات دفـاع از تولیدات داخلی این محصولات عنوان شده است.

آمریکا بیشـتر نیازهای خود بـه آهـن و آلومینیـوم را وارد می‌کند. بیشـتر این محصولات از کانـادا، برزیل و مکزیک وارد می‌شود. روسیه، ترکیه و آلمان در رده‌های بعدی کشـورهایی هسـتند که به آمریـکا فولاد و آلومینیوم صادر می‌کنند.

زمانی‌کـه دولـت ترامـپ تصمیم خـود در این‌باره اعلام کـرد، واکنش منفی بسـیاری از کشـورهای جهـان از جمله کانادا، اتحادیـه اروپا و چین را برانگیخت. ایـن اعتراض‌ها بعداً منجـر به تعدیل حوزه شـمول ایـن قانـون شـده و کانـادا و مکزیک فعلاً مسـتثنی شـدند، اما این مسـئله سـه ماه بیشتر دوام نیـاورد. دونالـد ترامپ در دوران مبـارزات انتخاباتی خود وعـده داده بـود کـه در تـراز تجاری آمریکا با سـایر کشورها تغییر ایجاد خواهد کرد و دست بـه بازسـازی صنایع فـولاد و آلومینیوم می‌زند.

اما قبلا بسیاری از تحلیل‌گران و فعـالان بازار فـولاد جهان در گفت‌وگو بـا رویترز گفته بودند که تأثیرات مصوبه جدید دولت آمریـکا بـرای وضـع تعرفه بر واردات فولاد، به حدی است که در نگاه اول تصور می‌شود جدی نخواهد بود.

آمریکا در سال ۲۰۱۷ حدود ۳۶ میلیـون تن فـولاد از دیگر کشـورها وارد کرد کـه در این میان کشـورهای کانادا، برزیل و کـره جنوبـی بزرگ‌تریـن صادرکننـدگان فولاد به آمریکا بودنـد. بـر اسـاس آمارهـای رویتـرز، حجـم واردات فـولاد آمریکا در سال گذشته میلادی تنهـا ۸درصد از حجـم تجارت جهانی ایـن محصـول (حدود ۴۷۳ میلیون تن) برآورد شـده است.

درحالی‌کـه انتظـار مـی‌رود تعرفه‌هـای جدیـد بـه کاهش چشمگیر فولاد وارداتی در بازار آمریکا منجر شود، تحلیل‌گران مؤسسـه وود مکنزی معتقدند واردات فـولاد آمریـکا حداکثر ۱۸ میلیون تـن کاهش خواهد یافت و ایـن رقم که کمتر از ۴ درصد از حجـم تجارت جهانی فولاد را تشـکیل می‌دهد، تأثیر چندانـی بـر بـازار جهانی آن نخواهد داشـت. به نظر می‌رسد امـروز تولیدکننـدگان بـزرگ فولاد در جهـان بیش از آن‌که نگران تصمیـم تعرفه‌ای ترامپ باشـند، از ایـن می‌ترسـند که مبـادا فولادسـازان چینـی در صـورت افـت بـازار داخلی به فکـر افزایش صـادرات افتاده و موجبـات سـقوط قیمت‌هـا را فراهم آورند.

گزارش ۲

فرصت طلبی عربستان از تحریم نفتی ایران

آیا تحریم‌های نفت ایران به پایان فریز نفتی منجر می‌شود؟

در شـرایطی کـه در دوسـال گذشـته کشـورهای عضو اوپک و حتـی غیـر اوپکی بـر توافق محدودیـت فـروش نفـت و در نظر گرفتن سـهم فـروش برای هر کشـور به توافق رسیده بودند و طرحی ویـژه را با عنوان «فریز نفتی» بـه اجرا گذاشـته بودند به نظر می‌رسـد این طرح رو به پایان باشد. خروج آمریکا از برجام و احتمـال اعمـال تحریم های نفتی ایران، فرصت سوءاسـتفاده تعدادی از کشورهای عضو اوپک و غیـر اوپکی را به وجـود آورده اسـت تا در صـورت بازگشـت تحریم‌های نفتی علیه کشورمان و کاهش فـروش نفت ایـران از این ظرفیت برای افزایش تولید و صادرات نفت کشورشان استفاده کنند و کاهش نفت ایران در بازار را جبـران کنند؛ اتفاقی که باعث شکسته شدن طرح فریز نفتی هم خواهد شد و عملاً جلوی افزایش قیمت نفـت در صـورت اعمال تحریم‌های نفتی علیه ایران را هم در بازارهای جهانی می‌گیرد.

باتوجـه بـه ایـن تحـولات بیـژن زنگنه، وزیر نفـت ایران در نامـه‌ای بـه سـهیل محمد المزروعی، وزیر انرژی و صنعت امارات و رئیـس دوره‌ای اوپک، با اشـاره به «ماده ۲» اساسنامه اوپـک که به حمایـت از منافع هر یک یا همه کشورهای عضو تأکید دارد، خواسـتار گنجاندن دسـتور کار جداگانـه‌ای در کنفرانـس آتـی اوپـک تحت عنـوان «حمایت اجلاس وزرای اوپـک از اعضایـی کـه تحـت تحریم‌های غیرقانونی، یکجانبه و فرامرزی قرار می‌گیرند» شده است. اما در شرایطی وزیر نفت کشـورمان ایـن درخواسـت را از رئیـس دوره‌ای اوپک مطرح کرده اسـت که کشور امارات و عربسـتان به عنـوان دو بازیگر مهم اوپک از کشـورهای حامی آمریکا علیه کشورمان محسوب می‌شـوند و پیـش از این وزیر انـرژی امارات (رئیـس دوره‌ای اوپک) گفته بـود موضوع تأثیر خروج آمریکا از برجام بر عرضه نفت ایران موضوع اصلی نشست ماه آینده اوپک نخواهد بود.

وزیر نفـت ایـران در این نامه خود با اشـاره به تحمیل تحریم یکجانبـه و غیرقانونـی آمریـکا علیه ایران کـه ناقض توافق‌های بین‌المللی اسـت، گفت: چنانچه در نتیجه اعمـال این تحریم‌ها، سـهم جمهوری اسلامی ایران از بازار نفت کاهش یابد، پس از رفع محدودیت‌های غیرقانونی اعمال شـده، ایـران در اسـرع وقت به سطح تولید عادی خود بازخواهد گشت و هیچ‌گونه محدودیتی را در این خصوص نخواهد پذیرفت. زنگنه همچنین با بیان اینکه هیچ کشوری سخنگوی اوپک نیست، نوشت: تصمیم‌های این سازمان تنها بـا اجماع همـه اعضای آن صورت می‌گیرد.

اشـاره زنگنه در پایـان نامه خـود به اظهار نظرهایی اسـت که در روزهای گذشـته برخی اعضا اوپـک و غیر اوپک درباره جایگزینی سهم ایران در تولید نفت داشـته‌اند. مقامات انرژی عربسـتان در روزهای گذشـته اعـلام کرده‌اند کـه در صورت تحریـم نفـت ایـران و کاهش صادرات ایران، نفت جایگزین و مورد نیاز بازار را تأمین خواهند کـرد؛ اقدامی کـه همین حالا در مقابـل کاهش صادرات نفت ونزوئـلا (به دلیـل تحریم‌های آمریکا) هـم انجـام می‌دهند. همچنین عربستان به دنبال آن اسـت که در این مسیر روسیه را نیـز با خود همراه کند. هفته گذشـته الکسـاندر نواک، وزیر انرژی روسیه گفت که وی قصد دارد در جریـان دیـدار با خالد الفالـح، وزیر انرژی عربسـتان در یک نشسـت اقتصـادی در سـن‌پترزبورگ کـه اواخـر ماه جـاری میلادی برگـزار خواهد شـد، در مورد خروج آمریکا از توافق هسـته‌ای ایران گفت‌وگو کند.

اقتصاد کلان

دور جدید واگذاری‌ها

۱۸ بنگاه دولتی به مزایده گذاشته می‌شوند

دور جدید واگذاری‌های سازمان خصوصی‌سازی اواخر ماه جاری انجام می‌شود و ۱۸ بنگاه از طریق مزایده عرضه می‌شوند. به گزارش ایسنا، دور جدیدی از واگذاری‌های سازمان خصوصی‌سـازی در تاریخ ۲۸ خردادماه جاری انجام می‌شـود. در این روز ۱۸ بنگاه توسـط سـازمان خصوصی‌سـازی به مزایده گذاشـته می‌شود. همچنین قسـمتی از سهام یک شرکت از طریق بورس و قسمتی از سهام یک شـرکت از طریق فرابورس عرضه می‌شود. از جمله این بنگاه‌ها می‌توان به سـیلوی اهواز به ارزش تقریبی ۳۹ میلیارد تومان، سـیلوی بهبهـان به ارزش تقریبـی ۲۱ میلیـارد و ۹۰۰ میلیون تومان، سـیلوی شوشتر به ارزش تقریبی ۹ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان، سیلوی روباز شوشتر به ارزش تقریبی ۳۹ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان، سیلوی قدیم کرمان به ارزش تقریبی ۲۶ میلیـارد و ۹۰۱ میلیون تومان، سـیلوی ارزویه بافت به ارزش تقریبی ۱۸ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان، سیلوی قدیم خرم‌آباد به ارزش تقریبی هشـت میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان، سـیلوی قدیم ازنـا به ارزش تقریبی ۱۶ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان، سـیلوی قدیم بجنورد به ارزش تقریبی سه میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان، سیلوی بیجار به ارزش تقریبی ۳۱ میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان، انبار مکانیزه همدان به ارزش تقریبی ۱۷ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان، سـیلوی قدیم سقز به ارزش تقریبی ۱۶ میلیـارد و ۱۰۹ میلیون تومان، سـیلوی قدیم همدان بـه ارزش تقریبی ۱۳ میلیـارد و ۴۰۰ میلیون تومان و انبار مکانیزه نهاوند به ارزش تقریبی ۱۱ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان اشاره کرد.

همچنین دو بنگاه عمران و مسکن‌سازی ایران به ارزش تقریبی ۳۷ میلیارد تومان و فرآوری مواد پروتئینی اهواز به ارزش تقریبی یک میلیارد و دویست میلیون تومان دیگر بنگاه‌هایی هستند که واگذار خواهند شد. تمام قیمت‌هایی که گفته شـده قیمت پایه برای مزایده هستند. علاوه بر اینها قرار بر این اسـت که ۱۷.۳۴ از شـرکت بیمه البرز و ۱۱.۴۴ درصد بیمه اتکایی امیـن در تاریخ ۲۸ خردادماه سـال ۱۳۹۷ از طریق عرضه در بورس به بخش‌خصوصی واگذار شـود. در اطلاعیه عرضه سـهام بیمه البرز درباره شرایط واگذاری این سهم آمده است که خریدار می‌تواند یکجـا نقد یا نقد و اقسـاط مبلغ سـهام را پرداخت کند، در حالـت نقد و اقسـاطی ۳۰ درصد مبلغ باید به صورت نقدی و مابقی به صورت اقساطی طبق شرایط اعلام شده پرداخت شـود. تعداد سـهام قابل عرضه بیمه البرز ۶۹۳ میلیـون و ۶۶۶ هزار و ۷۷۷ سـهم اسـت که قیمت پایه آن ۱۰۸ تومـان و ۹ ریال می‌شـود. قیمت پایه معادل با قیمت بسته شـدن روز قبل از عرضه به اضافه ۲۰ درصد به شـرط آنکه از ۱۰۸ تومان و ۹ ریال کمتر نباشد. بیمه اتکایی امین نیز برای بار دیگر قرار اسـت در روز دوشنبه ۲۸ خردادماه سـال ۱۳۹۷ در فرابورس عرضه شود. تعداد سـهام قابل عرضه این شرکت ۲۸۵ میلیون و ۹۹۶ هزار و ۸۷۲ سـهم اسـت که معادل ۱۱.۴۴ درصد از کل سهام می‌شود. فروشنده این سهم سـازمان خصوصی‌سازی به وکالت از شرکت سرمایه‌گذاری‌های خارجی است. قیمت پایه هر سـهم معادل قیمت بسته شدن روز قبل از عرضه به اضافه ۲۰درصد به شرط آنکه مبلغ آن از ۱۲۵ تومان و ۴ ریال کمتر نباشد. این سهم در بازار دوم فرابورس ایران عرضه خواهد شـد. شرایط تسـویه قیمت معامله به این صورت است که خریدار ۱۵درصد را به صورت نقدی و بقیه اقساط را حداکثر در شش سال پرداخت می‌کند. همچنین خریدار حداکثر ۲۰ روز کاری فرصت دارد که مبلغ نقدی را به سـازمان خصوصی‌سازی بپردازد. به جز این بنگاه‌ها دو بنگاه دیگر با نام‌های کشتارگاه صنعتی ایلام و کشتارگاه صنعتی اقلید فارس توسـط سازمان خصوصی‌سازی و به وکالت از مالک در ۲۸ خردادماه به مزایده گذاشته می‌شود. خریدار بایـد ۵ درصد از قیمت معامله را نقدی بپردازد و مابقی را در مدت ۱۰ سال پرداخت کند.

آخرین وضعیت تورم تولید

بنگاه‌های تولیدی با چه ظرفیتی کار می‌کنند؟

گزارش‌هـا حاکی از آن اسـت که اثـر افزایش قابل توجه و روند رو به رشد نرخ تورم تولیدکننده روی نرخ تورم مصرف‌کننده، بسـتگی به ظرفیت تولید و میزان موجـودی انبـار دارد. به گـزارش خبرآنلاین، آن طور که مرکز پژوهش‌های مجلس گـزارش داده، نرخ تورم تولیدکننده یکی از حسگرهای تورم یا پیشران نرخ تورم شـاخص بهای کالای مصرف‌کننده است، به‌طوری که افزایش نرخ تورم تولیدکننـده با یک یا دو وقفه زمانی منجر به افزایش نرخ تورم مصرف‌کننده می‌شود. از طرف دیگر تغییرات نرخ تورم تولیدکننده می‌تواند تا حدودی بیانگر تغییرات تقاضا نیز باشـد. افزایش تقاضا می‌تواند یکی از دلایل افزایش نرخ تورم تولیدکننده باشـد. نرخ تورم تولیدکننده در سال ۱۳۹۶ با افزایش قابل توجهی مواجه بوده، به‌طوری که نرخ تورم نقطه مهرماه ۱۳۹۶ به بالای ۱۱.۶درصد رسیده و سپس کاهش اندک داشته اسـت. نرخ رشد شـاخص قیمت تولیدکننده در سال ۱۳۹۵ روند رو به رشـدی داشـته و این روند کم‌وبیش در سـال ۱۳۹۶ نیز حفظ شده و در اسفندماه ۱۳۹۶ به بالاترین مقدار یعنی ۱۲.۸ درصد رسیده است. همچنین نرخ تورم تولیدکننده برای نخستین بار طی دوره مورد بررسـی از نرخ تورم مصرف‌کننده پیشی گرفته است. افزایش شاخص قیمت تولیدکننده در سال ۱۳۹۵ و به دنبال آن در سال ۱۳۹۶ می‌تواند ناشی از رشد اقتصادی قابل توجه و ۱۲.۵درصدی سـال ۱۳۹۵ و ۴.۶ درصدی در بهار سـال ۱۳۹۶ باشد. به نظر می‌رسد افزایش رشد اقتصادی موجب افزایش تقاضا شده و در نتیجه شاخص قیمت تولیدکننده را تحت‌تأثیر قرار داده است.

ارتباطات

آخرین خبرها از رجیستری موبایل و چند نکته

چالش‌های رجیستری در ایران

پروژه رجیستری موبایل مستلزم هماهنگی‌های وزارت ارتباطات، وزارت صنعت و معدن و تجارت (صمت)، گمرک و بسیاری از سازمان‌های دیگر است و با وجودی که برای مبارزه با قاچاق پیگیری شده اما اجرای آن به طول انجامیده است.

به گزارش ایسنا، چندین ماه از اجرای رجیستری می‌گذرد و در این مدت مسائلی از جمله انتقال مالکیت گوشی رجیسترشده، رجیستری گوشی مسافران، خرید گوشی و نحوه آگاهی از اصالت گوشی و از این قبیل موضوعات مطرح شده است. با وجود این همچنان ممکن است کاربران با مشکلاتی مواجه شوند که نیازمند پیگیری باشد.

با اجرای طرح رجیستری (ثبت شماره گوشی‌های همراه) و مشمول‌شدن تمامی برندهای گوشی از ابتدای اردیبهشت‌ماه، صرفا گوشی‌هایی که از مبادی قانونی وارد کشور شده‌اند، در شبکه اپراتوری کشور فعال خواهند شد. در اطلاعیه سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی نیز درباره اجرای آخرین مرحله طرح احراز اصالت تجهیزات دارای سیم‌کارت (رجیستری) آمده است تمامی گوشی‌هایی که پیامک مبنی بر غیرقانونی بودن گوشی دریافت کرده‌اند، ۳۱ روز مهلت استفاده داشته و پس از آن از شبکه سرویس نخواهند گرفت.

خریداران تجهیزات سیم‌کارت‌خور باید هنگام خرید، سریال دستگاه مورد نظر را به سامانه همتا اعلام و از رجیستر بودن آن اطمینان حاصل کنند؛ برای استعلام قانونی و یا غیرقانونی بودن روند واردات هر گوشی لازم است با استعلام کد ۱۵ رقمی (IMEI) که روی گوشی و همچنین با شماره‌گیری #4* مشاهده می‌شود، اصالت گوشی را بررسی و پس از اطمینان از ثبت گوشی نسبت به خرید آن اقدام کنند.

اگر گوشی خود را قبل از تاریخ‌های اعلام‌شده روشن نکرده باشید، طبق قوانین قطع سرویس خواهد شد. البته اگر مدعی روشن بودن گوشی قبل از تاریخ‌های اعلامی برای برندهای مشمول طرح هستید، می‌توانید برای پیگیری، موضوع را به مرکز تماس طرح با شماره ۰۹۶۳۶۶ و یا به آدرس ایمیل سامانه همتا اعلام کنید. همچنین جهت هرگونه سوال و حل مشکلات مربوط به طرح رجیستری می‌توانید با مرکز تماس طرح با شماره ۰۹۶۳۶۶ تماس حاصل کنید.

در صورتی که گوشی خود را از خارج از کشور خریداری کرده‌اید، یک ماه مهلت دارید در سایت گمرک اقدام به ورود اطلاعات و حقوق و عوارض گمرکی کرده، رسید آن را پرینت گرفته و در سایت سامانه همتا در بخش مسافری ثبت و به آدرس همتا ایمیل کنید. در صورت وصل‌نشدن گوشی پس از دو الی سه روز، مشکل خود را با مرکز تماس طرح ۰۹۶۳۶۶ و یا به آدرس ایمیل همتا مطرح کنید. اگر جزو مسافرانی هستید که می‌خواهید از سیم‌کارت‌های داخلی استفاده کرده و به همین منظور، حقوق و عوارض گمرکی گوشی مسافری خود را پرداخت کرده‌اید، اما گوشی همچنان قطع سرویس است، تصویر رسید خود را در سایت همتا در بخش مسافری ثبت و همچنین با شرح موضوع به آدرس ایمیل همتا ارسال کنید. همچنین اگر گوشی مستعمل خود را بنا به هر دلیلی در فروشگاه‌های خارج از کشور تعمیر یا تعویض کرده‌اید که منجر به تغییر IMEI گوشی شده است و پیامکی از سامانه همتا مبنی بر قطع سرویس دریافت کرده‌اید یا قطع سرویس شده‌اید، IMEI گوشی قبلی و IMEI گوشی جدید به همراه نام و نام‌خانوادگی، کد ملی و شماره تلفن همراهی که در گوشی استفاده می‌شود را به همراه کلیه مستندات و با شرح موضوع به آدرس ایمیل همتا بفرستید. البته وظیفه رجیسترکردن دستگاه‌های موبایلی که در فروشگاه هستند، برعهده فروشنده است. به همین دلیل خریداران باید هنگام مراجعه به فروشگاه و خرید گوشی، از فروشنده فاکتور بگیرند تا در صورت بروز مشکل به مراجع مربوط مراجعه کنند، بنابراین اگر از مغازه و یا فروشگاهی در ایران گوشی خریداری کرده و از سامانه همتا پیامکی مبنی بر غیرقانونی بودن گوشی و قطع سرویس دریافت کرده و یا قطع سرویس شده‌اید، باید گوشی را به فروشنده بازگردانید و هزینه خود را دریافت کنید. در صورت هرگونه مشکل با فروشنده نیز می‌توانید با سازمان‌های مربوطه موضوع را پیگیری کنید.

وزارت صمت؛ پاسخگوی مشکلات رجیستری

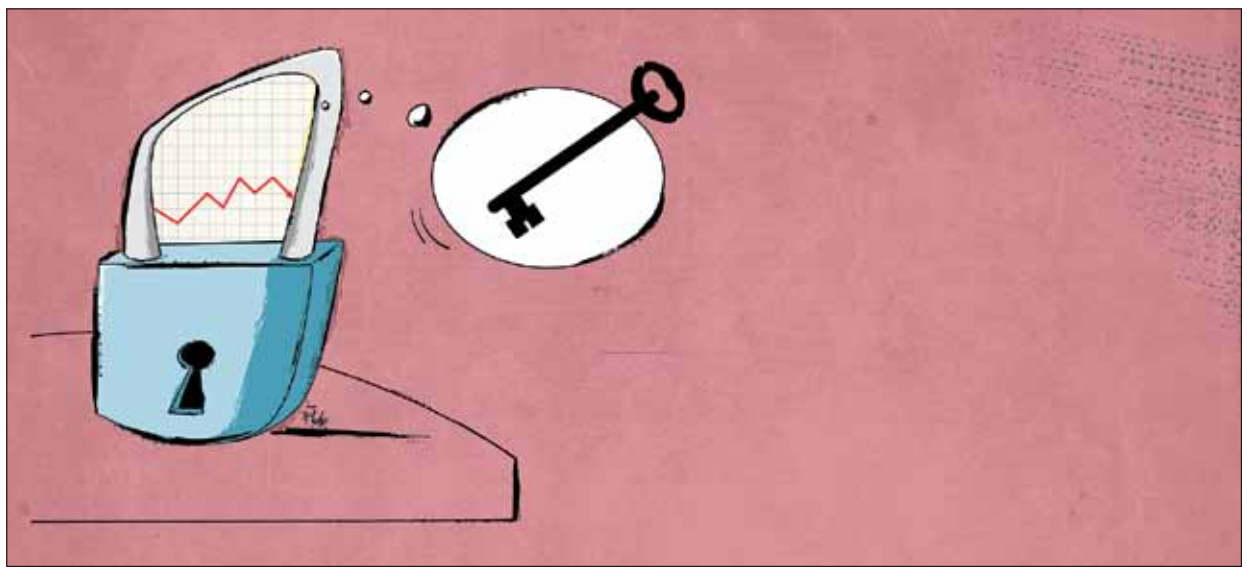
در این راستا حسین فلاح جوشقانی، رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با تأکید بر مشمولیت تمامی برندهای گوشی همراه در پروژه رجیستری گفت: پس از مشمول رجیستری‌شدن همه طرح‌ها، عموما شکایاتی سمت ما نمی‌آید. رجیستری کانتکت سنتر (مرکز امور مشتریان) دارد که شکایات از این طریق و از وزارت صمت بررسی می‌شود، چون بیشتر شکایات مرتبط به بازار است و مرتبط با بحث فنی نیست.

البته از آنجا که وزارت ارتباطات و رگولاتوری به نحوی مسئول هماهنگی‌های انجام‌شده برای تکمیل پروژه رجیستری بوده، ممکن است شکایاتی نیز به این سازمان مطرح شود و البته تمهیداتی نیز برای این موضوع در نظر گرفته شده است. جوشقانی در این باره گفت: بعضا ممکن است شکایاتی نیز سمت وزارت ارتباطات و رگولاتوری بیاید، زیرا ما مسئول هماهنگی بودیم، اما ما هم موضوع را به وزارت صمت ارجاع می‌دهیم تا در کانتکت سنتر و یا روی سامانه همتا مشکلات خود را حل کنند.

در نهایت با گذشت چندین ماه از اجرای رجیستری که در وهله اول در راستای مبارزه با قاچاق اجرایی شده است تا از درآمدهای غیرقانونی و خلاف منفعت دولت جلوگیری کند، کاربران نیز می‌توانند از این طرح بهره گرفته و از طرف مقابل در صورت بروز مشکل، به سامانه همتا مراجعه کرده و مشکل خود را حل کنند؛ در غیر این صورت شما می‌توانید مشکلاتی که با اجرای رجیستری برای‌تان ایجاد شده و حتی با مراجعه به سامانه همتا هم حل نشده است، با ایسنا در میان بگذارید.

تحریم‌های اقتصادی چگونه بی‌اثر می‌شوند؟

مقاوم‌سازی اقتصاد در شرایط تازه



زمزمه تحریم‌های تازه علیه کشورمان از ماه‌ها پیش شنیده می‌شد؛ از همان روزهایی که دونالد ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا بنای خروج از توافق برجام را گذاشت. هرچند مسئولان دولتی اعلام می‌کنند که برنامه‌ریزی برای مواجهه با شرایط تازه از شش ماه پیش از اعلام زمان‌بندی آمریکا را در دستور کار قرار داده‌اند، اما با این حال برخی بازارها از جمله بازار ارز نتوانست در مقابل تهدیدها آنطور که باید مدیریت شود.

به گزارش خبرآنلاین، هرچند اقتصاد ایران با تحریم‌ها بیگانه نیست و از سه دهه پیش با آنها خو گرفته و کنار آمده، اما هنوز تا فائق‌آمدن بر شرایط تازه فاصله دارد؛ فاصله‌هایی که به گفته کارشناسان اقتصادی می‌تواند با برنامه‌ریزی و عملیات اجرایی دقیق پر شود.

البته در رابطه با التهاب بازار ارز، از حدود یک ماه گذشته که سامانه نیما پا به عرصه تبادلات ارزی کشور گذاشته، تقاضاهای واقعی از بازار آزاد به سوی این سامانه رفته و ترمز افزایش قیمت بیشتر دلار هم در بازار سیاه تقریبا کشیده شده است، اما همچنان فعالان اقتصادی از مشکلات این سامانه ابراز نارضایتی می‌کنند.

تردیدی نیست که شرایط امروز ایران به گونه‌ای نیست که آن را در قالب موقعیتی عادی و معمولی توصیف کرد، به همین دلیل نیز اداره امور از جمله مدیریت اقتصادی کشور، نیازمند تمهیداتی ویژه است تا حداکثر بهره و حداقل ضرر متوجه مردم و کشور شود.

اقتصاد ایران از سه دهه پیش با تحریم‌های بین‌المللی مواجه بوده است، ولی تحریم‌های چند سال اخیر از چند حیث تفاوت کلی با موارد پیشین داشته‌اند؛ تحریم‌هایی که پیش از توافق برجام اجرایی شد، به دلیل آنکه ضمانت اجرای شورای امنیت سازمان ملل متحد را داشت و از سویی گستره تحریم‌ها از طرف کشورهای بیشتری اعمال می‌شد و از همه مهم‌تر اینکه مبادلات پولی و نیز نفت را هم شامل بود، شرایط سخت‌تری را رقم زد. اما در تحریم‌های جدید که پیش روی ایران قرار دارد، به نظر می‌رسد، این‌بار شرایط کمی متفاوت‌تر از گذشته خواهد بود.

جای خالی بخش‌خصوصی

بدترین اتفاقی که برای یک اقتصاد می‌تواند رخ دهد، نادیده‌گرفتن قواعد و اصول حاکم بر اقتصاد است. شرایط تازه پیش روی اقتصاد ایران هم بی‌نیاز از توجه به قواعد و اصول اقتصاد نیست. از همین رو، کارشناسان به دولت توصیه می‌کنند که پیش از هر تصمیمی برای اداره اقتصاد کشور در شرایط تازه، نظر بخش‌خصوصی را به عنوان بازوی اجرایی شرایط تازه جویا شود.

مهدی رئیس‌زاده، مشاور بانکی اتاق بازرگانی تهران می‌گوید: «باوجود بخشنامه اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهور مبنی بر مشورت با بخش‌خصوصی درباره تصمیم‌های مهم برای اقتصاد کشور، متأسفانه تصمیم دستگاه‌ها و وزارتخانه‌ها پشت درهای بسته و بدون نظرخواهی از بخش‌خصوصی اخذ می‌شود.»

به گفته او در شرایط تازه اقتصادی کشور بخش‌خصوصی می‌تواند کمک بزرگی برای دولت باشد.

این فعال اقتصادی می‌گوید: «اگر قرار باشد که مردم، حامی اقتصاد باشند، تولیدکنندگان در بخش خصوصی نیز باید با این حمایت همراه باشند، ولی این مسئله نیازمند اعتماد داشتن به بخش خصوصی است. کافی است که سیاست‌ها به صورت شفاف و روشن اعلام شود، پس از آن باید راه را برای حضور بخش خصوصی باز کرد.

اقتصاد ایران در آستانه فصل تازه

تحولات بازار ارز و افزایش قیمت به تدریج در قیمت بسیاری از کالاها و خدمات خودنمایی می‌کند. آنطور که کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند، نرخ تورم در نیمه دوم سال دو رقمی خواهد شد. هرچند در سه ماهه اول امسال تورم به بخش خوراکی‌ها هم رسیده است، اما هنوز میانگین تورم بنا بر اعلام مرکز آمار و بانک مرکزی تک رقمی است.

البته پیش‌بینی‌ها حکایت از تأثیرپذیری افزایش قیمت کالاها و خدمات در میانگین تورم دارد؛ اتفاقی که می‌تواند، شرایط اقتصادی را تحت تأثیر قرار بدهد. چه آنکه تبعات منفی تورم متعدد است، از جمله آنکه نتیجه قطعی و مهم آن، کاسته‌شدن از توان و قدرت خرید طبقات ضعیف و مزد و حقوق‌بگیر است؛ نتیجه‌ای که باید با لزوم همراهی و همگامی مردم با اقتصاد مقاومتی تطابق داشته باشد.

اگرچه اتخاذ سیاست‌های توزیع سهمیه‌ای یا سیاست‌های کنترلی در قیمت‌ها به عنوان یک راه‌حل بسیار موقتی برای جلوگیری از عوارض مذکور برای تورم است، ولی این سیاست‌ها نه‌تنها موقتی هستند، بلکه خود منشأ بروز مشکلات دیگری نیز هست که آن را به عنوان یک راه‌حل مناسب معرفی نمی‌کند.

از این رو، مهم‌ترین راه برای جلوگیری از تورم، کنترل نقدینگی از طریق کاهش هزینه‌های عمومی و دولتی است.

کار و تعاون در هفته‌ای که گذشت

شناسنامه شغلی برای ایرانیان صادر می‌شود

مهم‌ترین عناوین خبرهای حوزه کار و تعاون در هفته‌ای که گذشت، به صدور شناسنامه اشتغال، ایجاد بیش از ۵ هزار فرصت شغلی در بخش تعاون در اردیبهشت‌ماه و تصویب کلیات آیین‌نامه تبصره یک ماده ۷ قانون کار اختصاص داشت. اما مهم‌ترین خبر در این میان، صدور شناسنامه اشتغال برای ایرانیان زیر ۶۵ سال بود که معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی آن را اعلام کرد. عیسی منصوری در گفت‌وگو با ایسنا، خبر داد که کار صدور این شناسنامه‌ها به زودی آغاز می‌شود. منصوری همچنین گفته است که در این شناسنامه‌ها، همه اطلاعات مربوط به افراد زیر ۶۵سال ذکر می‌شود و این شناسنامه‌ها تنها محدود به اشتغال رسمی نیست بلکه همه افرادی که ذیل مشاغل غیررسمی تعریف می‌شوند هم شامل می‌شوند. او داشتن آمار دقیق و واقعی از شاغلان، بیکاران و میزان تخصص و مهارت‌های آنها را ضروری دانست. معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزیر کار انتقادی هم به بانک‌های کشور داشت که پرداخت تسهیلات را با تأخیر انجام می‌دهند و ابراز امیدواری کرد بانک‌ها با تسریع در فرآیند اعطای تسهیلات زمینه استفاده درست و هدفمند از این منابع را فراهم کنند.

ایجاد ۵ هزار فرصت شغلی در بخش تعاون

در هفته‌ای که گذشت مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار از ثبت ۳۱۷ شرکت تعاونی در کشور طی اردیبهشت‌ماه امسال خبر داد و میزان اشتغال‌زایی این تعاونی‌ها را ۵۲۹۷ فرصت شغلی ذکر کرد. براساس این گزارش ۶۱۹۱ نفر عضو این تعاونی‌ها هستند و بیشترین تعداد تعاونی ثبت‌شده مربوط به استان‌های فارس و هرمزگان بوده است. بیشترین میزان فرصت شغلی هم متعلق به تعاونی‌های گرایش کشاورزی با ۱۲۴۲ نفر و تعاونی‌های صنعتی با ۱۱۰۳ نفر بوده است.

کلیات آیین‌نامه تبصره یک ماده ۷ قانون کار

همچنین تصویب کلیات آیین‌نامه تبصره یک ماده ۷ قانون کار در کمیته روابط کار شورای عالی کار از دیگر رویدادهای این هفته بود.

کمیته روابط کار شورای عالی کار در آخرین نشست خود که با هدف تعیین حداکثر مدت موقت برای کارهای با جنبه غیرمستمر تشکیل داد، ضمن تصویب کلیات آیین‌نامه تبصره یک ماده ۷ قانون کار، مشاغل پشتیبانی، پروژه‌های عمرانی، کارهای ساختمانی و کارگاه‌هایی که با ماهیت غیرمستمر تشکیل می‌شوند را جزو کارهای موقت تعریف کرد.

به گفته علی خدایی ـ نماینده کارگران در شورای عالی کار در طول جلسات، تمهیداتی اندیشیده شد تا به یک راهکار مطلوب برسیم و درنهایت ملاک تعیین سقف مدت قرارداد در مشاغل غیرمستمر را سه سال در نظر گرفتیم، به این نحو که هر کار یا پروژه‌ای که به شکل موقت تعریف می‌شود کارفرما اجازه دارد در آن کار و پروژه، با نیروی کار قرارداد موقت ببندد و چنانچه بعد از سه سال آن پروژه تداوم داشت و کارفرما همچنان کارگر را به کار گرفت یا کارگر جدیدی جذب کرد، باید با نیروی کار قرارداد دائم ببندد. وی گفت: کلیات این آیین‌نامه به تصویب همه شرکای اجتماعی و نمایندگان کارگری، کارفرمایی و دولت رسیده و برای جمع‌بندی و تصمیم‌گیری نهایی به وزیر کار ارجاع شده است.

آنطور که وی گفته این آیین‌نامه برای آنکه جنبه عملیاتی به خود بگیرد باید از تصویب هیأت وزیران بگذرد؛ تبصره یک ماده ۷ قانون کار، وزارت کار را به تدوین آیین‌نامه حداکثر مدت موقت برای کارهای با ماهیت غیرمستمر مکلف کرده که این تبصره قانونی تا به حال اجرا نشده است.

در هفته‌ای که گذشت طرح کاربینی مشاغل ویژه مربیان فنی و حرفه‌ای با هدف پژوهش‌محوری آغاز شد و در گام نخست به‌طور آزمایشی در چهار استان اصفهان، آذربایجان شرقی، سمنان و خراسان رضوی به اجرا درآمد.

آنطور که معاون پژوهش، برنامه‌ریزی و سنجش مهارت سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای گفته، در راستای اجرای این طرح ۱۲۰ ساعت فرصت مطالعاتی پژوهشی در طول یک سال برای مربیان سازمان در نظر گرفته شده که با حضور مربی در محیط واقعی کار در بخش صنعت محقق می‌شود.

وی احیای جایگاه مربی در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، تجربه‌اندوزی مربیان و کیفیت‌بخشی به آموزش‌های فنی و حرفه‌ای متناسب با نیاز بازار کار صنعت را از جمله دستاوردهای اجرای طرح کاربینی مشاغل عنوان کرد.

ایجاد و تقویت روحیه پژوهش‌محوری در بین مربیان فنی وحرفه‌ای، ایجاد بستر مناسب برای آشنایی مربیان با مشاغل حوزه صنعت، استفاده از ظرفیت و توان علمی و مهارتی مربیان در راستای توسعه کمی و کیفی آموزش‌های مهارتی، توسعه تعاملات سازمان با بازار کار و ارتقای سطح علمی و مهارتی مربیان متناسب با فناوری روز بازار از دیگر اهداف اجرای این طرح به شمار می‌رود.

انرژی

آب شرب از شیرهای مردم جدا می‌شود؟

ایده طرح تفکیک «آب شرب» و «آب بهداشتی» در ایران، سابقه‌ای بیش از یک دهه دارد که البته این بحث در سال ۱۳۹۵ به‌طور جدی‌تری مورد ارزیابی قرار گرفت و برخلاف نظر نمایندگان مجلس این طرح هنوز وارد مرحله اجرایی نشده است. به گزارش ایسنا، در حال حاضر در ایران که در منطقه خشک و نیمه‌خشک جهان قرار دارد آب با هزینه‌های گزاف تولید و با هزینه‌های بسیار سنگین تصفیه و سپس در پروسه‌های پرهزینه به آب قابل شرب تبدیل می‌شود و در شبکه توزیع شهری قرار می‌گیرد و این درحالی‌است که تنها ۶درصد از آن به مصرف شرب انسانی می‌رسد و مابقی صرف مصارف بهداشتی (شست و شو)، آبیاری فضای سبز خانگی و استحمام می‌شود و در واقع بخش اعظمی از هزینه‌های تولید آب شرب در پروسه مصرف، به هدر می‌رود. طبق وعده‌های مسئولان وزات نیرو قرار شده که این طرح در دولت دوازدهم با نگاه ویژه‌تری مورد ارزیابی قرار بگیرد، اما باید در ابتدا برای اجرایی‌شدن این طرح اولویت‌بندی صورت گیرد. به عبارت بهتر می‌توان علت اجرایی‌نشدن این طرح را تاکنون لزوم رعایت استانداردهای لازم معرفی کرد که متأسفانه تاکنون به‌رغم ورود وزارت بهداشت به این حوزه نتیجه‌ای به‌دست نیامده است. البته وزارت نیرویی‌ها بر این باورند که اجرای این طرح نمی‌تواند راه چاره‌ای برای حل مشکلات باشد اما برای این کار قراردادی را با دانشگاه شهید بهشتی به ارزش ۲۵۰ میلیون تومان منعقد کردند تا تحقیقات لازم روی این طرح صورت گیرد و بر اساس گفته‌های عباس سروش معاون آب و آبفای وزیر نیرو این طرح در دو شهر آغاز شده، اما سیاست وزارت نیرو این است که با احتیاط بیشتری برای این مهم گام بردارد، چراکه باید استانداردهای محکمی برای آب بهداشتی و غیرشرب در نظر گرفته شود، بنابراین ابتدا باید استاندارد تعریف شود و اگر این مساله را بخواهیم به تمام استان‌ها تعمیم دهیم، باید به این مساله توجه کنیم که آب کیفیت حداقلی را برخوردار باشد. وی ادامه داد: البته جداکردن آب شرب از آب بهداشتی هزینه‌هایی را دربر دارد که باید به این موضوع توجه شود. به‌طور کلی باید گفت که این مساله شدنی است، به شرط اینکه ابتدا استاندارد تعیین شود، بعد از آن محاسبات مالی برای هر استان صورت گیرد و نهایتا این موضوع در استان‌ها اجرایی شود، ولی ذکر این نکته نیز ضروری است که این طرح را نمی‌توان به عنوان یک قاعده کلی برای استان‌ها اجرایی کرد و ممکن است در شهرهای کوچک انجام چنین کاری به‌صرفه نباشد. به‌رغم وعده‌وعیدهای مسئولان آبی برای اجرای این طرح هنوز هیچ نشانه‌ای از سرانجام رسیدن این طرح دیده نمی‌شود و به نظر می‌رسد که دولت سیاست جدی برای اجرای این طرح ندارد و این در شرایطی است که در بسیاری از کشورهای دنیا این طرح اجرایی شده و نتایج خوبی را نیز دربر داشته است.

وزیر نیرو:

تحریم‌ها در صنعت آب و برق تأثیر ندارد

وزیر نیرو درباره تهدیدهای آمریکا و احتمال اعمال برخی تحریم‌ها تأکید کرد: صنعت آب و برق کشور به‌طور کامل خودکفا است، بنابراین هیچ نگرانی در زمینه ارائه خدمات به مردم وجود ندارد. رضا اردکانیان در حاشیه آیین بهره‌برداری از چند طرح وزارت نیرو در رودهن شهرستان دماوند در گفت‌وگو با ایرنا، گفت: اینک در شرایطی هستیم که حتی می‌توانیم به کشورهای همسایه و بازار هدف هم خدمات ارائه دهیم. وی تأکید کرد: البته دنبال قطع ارتباط با دیگر کشورها نیستیم و از هر راه ممکن که مصالح کشور را تأمین کند، می‌توانیم با مرزهای دانش در پیوند باشیم و خدمت‌رسانی را توسعه دهیم. وزیر نیرو ادامه داد: باید تا پایان برنامه ششم توسعه ۵هزار مگاوات از ظرفیت انرژی‌های نو و پاک که بیشتر نیروهای خورشیدی و بادی است بهره‌مند شویم و در این زمینه از هر ظرفیتی استفاده خواهیم کرد.

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان کرمانشاه
(سهامی خاص)

آگهی مناقصه شماره ۸ /۹۷/ گ۵۳ (یک مرحله ای)

کد فراخوان در پایگاه ملی مناقصات: ۳,۱۶۲,۹۲۶

نوبت دوم

مناقصه گزار: شرکت گاز استان کرمانشاه

موضوع مناقصه: اجرای عملیات گازرسانی به شبکه مسیرهای بین روستایی محور بریموند شهرستان سربل ذهاب شامل: اجرای ۱۶۶۴۰ متر شبکه پلی اتیلن و ۲۵۹۶متر شبکه فلزی و یک مورد TBS۵۰۰۰فلت بصورت PC.

شرکتهای متقاضی دارای گواهی نامه صلاحیت پیمانکاری در رشته های تاسیسات و تجهیزات یا نفت و گاز می توانند درصورت داشتن ظرفیت مجاز کاری، از تاریخ درج آگهی الی ۹۷/۰۳/۱۹ ضمن واریز مبلغ ۳۰۰,۰۰۰ ریال به حساب شماره ۴۴۲۴۴ بانک تجارت شعبه شهید بهشتی (کد۱۸۰۴۰) به نشانی کرمانشاه، میدان آزادی ابتدای بلوار شهید بهشتی شرکت گاز استان کرمانشاه طبقه اول اتاق ۲۱۵ مراجعه و با ارائه تصویر گواهینامه های صلاحیت پیمانکاری و صلاحیت ایمنی پیمانکاران و نیز اعلام آمادگی کتبی فرم استعلام ارزیابی کیفی و سایر اسناد مناقصه را دریافت دارند.

آخرین مهلت بازگرداندن اسناد ساعت ۹ صبح روز دوشنبه مورخ ۹۷/۰۴/۰۴ می باشد.

تاریخ بازگشایی پیشنهادات پس از ارزیابی کیفی و مشخص شدن لیست شرکتهای دارای صلاحیت از طریق دعوتنامه کتبی به اطلاع مناقصه گران رسانیده خواهد شد.

برآورد صورت گرفته جهت انجام پروژه ۲۷,۸۹۳,۲۵۰,۹۱۵ریال می باشد.

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه ۱,۴۳۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال است که باید مطابق آیین نامه تضمین برای معاملات دولتی و سایر دستورالعملهای مرتبط با آن به همراه سایر اسناد مناقصه ارائه گردد. مناقصه گران می توانند سپرده نقدی را نیز بعنوان تضمین شرکت در مناقصه به حساب ۲۱۷۴۶۳۳۷۵۲۰۰۸ بانک ملی – شعبه مرکزی کرمانشاه به نام شرکت گاز استان کرمانشاه واریز و رسید آنرا دریافت و ارائه نمایند.

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاع بیشتر به پایگاه اطلاع رسانی الکترونیکی (WWW.NIGC-KSh.ir) مراجعه نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۷/۳/۱۰
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۷/۳/۱۲

شماره مجوز: ۹۹۶-۱۳۹۷

روابط عمومی شرکت گاز استان کرمانشاه

۸۲۸

دریچه

از سوی گمرک ایران

مصادیق پولشویی مرتبط با ارز همراه مسافر اعلام شد

برخی شاخص‌ها و مصادیق پولشویی مرتبط با ارز همراه مسافر از سوی مدیرکل دفتر مبارزه با جرایم سازمان‌یافته گمرک ایران اعلام شد. در این بخشنامه به تمامی گمرکات اجرایی آمده است: پیرو بخشنامه ۱۳ آبان ۹۶ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران موضوع اصلاحیه «دستورالعمل اجرایی‌ضوابط ناظر بر ارز/ اسناد بانکی/ اوراق بهادار بی‌نام همراه مسافر» در رابطه با اضافه نمودن ماده(۱۹) مبنی بر الزام رعایت مفاد دستورالعمل مزبور برای مبالغ کمتر از سقف مقرر ۱۰،۰۰۰ یورو و یا معادل آن به سایر ارزها به ظن پولشویی یا تأمین مالی تروریسم، بدین‌وسیله در اجرای ماده۱۹ بخشنامه مذکور شاخص‌های ذیل به عنوان راهنما جهت اعمال آن عبارتند از: افراد کثیرالسفر در هر یک از مرزهای ورودی و خروجی: این فهرست می‌تواند از طریق تعداد سفر در بازه زمانی محدود و فاقد توجیه منطقی احصا شود. افراد مشکوک به ارتباط با لیست تحریمی (با دلایل و قرائن منطقی) به شرح مندرج در بند (ر) آیین‌نامه اجرایی قانون مبارزه با تأمین مالی تروریسم. اسامی افرادی که مراجع قضایی و ضابطان قضایی از گمرک استعلام نموده و یا سوءسابقه آنها به نحوی مقتضی برای گمرک جمهوری اسلامی ایران مسجل شده باشد. اظهار ارزهای نامتعارف و غیرجهان‌روا که توجیه اقتصادی و منطقی برای ورود آنها در مرز مورد نظر وجود نداشته باشد. به عنوان نمونه اظهار ارز مربوط به کشورهای آسیای دور یا منطقه غرب آسیا در مرزهای شرقی که فاقد توجیه منطقی‌کاری و اقتصادی باشد.

در ۲ ماه نخست امسال انجام شد

توزیع ۶ میلیارد دلار ۴۲۰۰ تومانی بین صنایع

سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس، گفت: در دوماهه اول امسال، حدود ۶ میلیارد دلار ارز ۴۲۰۰ تومانی در اختیار تولیدکنندگان قرار گرفته است. به گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، سعید باستانی درخصوص تأثیرگذاری افزایش نرخ ارز بر افزایش صادرات، اظهار داشت: در صورتی که افزایش نرخ ارز کنترل‌شده باشد، بر میزان صادرات محصولات کشور تأثیر مثبت دارد، اما اگر افزایش نرخ ارز منجر به افزایش قیمت نهاده‌ها و مواد اولیه مصرفی شود تأثیر آن منفی است. سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس با بیان اینکه صنایعی که برمبنای بومی داخل شکل می‌گیرند و صادرات در آنها صورت می‌گیرد منفعت می‌برند مانند پیله و ابریشم و فرش دستبافت، گفت: افزایش قیمت ارز در برخی از اقلام کالایی که نهاده و مواد اولیه آنها صادراتی است اثرگذاری ندارد. نماینده مردم تربت‌حیدریه، مه‌ولات و زاوه با اشاره به اینکه صنایعی که مواد اولیه آنها وارداتی است و در داخل کشور نیز مصرف می‌شوند به شدت از افزایش نرخ ارز متضرر می‌شوند، ادامه داد: نمی‌توان صرفا بگوییم افزایش نرخ ارز به‌صورت مستقیم به نفع صنایع است یا خیر، در شرایطی که دولت ارز ارزان‌قیمت را به منظور تأمین نهاده‌های وارداتی در اختیار تولیدکنندگان قرار دهد افزایش قیمت‌ها بی‌تأثیر می‌شوند. باستانی با بیان اینکه در دو ماهه اول سال حدود ۶میلیارد دلار ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی در اختیار تولیدکنندگان قرار گرفته است، تصریح کرد: اینکه توزیع ارز ۴ هزار و ۲۰۰تومانی متناسب است و یا اینکه به‌موقع در اختیار صنایع قرار گرفته مشخص نیست.

سوال ارزی بدون جواب قانونی

چالش ارزی مسافران جام جهانی روسیه

فرصت امروز: هفته گذشته بود که بانک مرکزی FAN ID (بلیت مسابقات جام جهانی فوتبال) را به رسمیت شناخت و اعلام کرد مسافرانی که برای تماشای مسابقات جام جهانی به روسیه سفر می‌کنند، می‌توانند از بانک‌های عامل ۵۰۰ یورو دریافت کنند. بانک مرکزی در این بخشنامه، ترتیبات ارزی تأمین و پرداخت ارز مسافرتی برای مسافرانی را که مقصد آنها کشورهایی است که نیاز به اخذ ویزا ندارند به بانک‌های عامل ابلاغ کرد و تأکید نمود که به دارندگان FAN ID ارز مسافرتی تعلق می‌گیرد.

اما اگرچه بانک مرکزی شرایطی را فراهم آورد تا مسافران جام جهانی روسیه بتوانند با ارائه FAN ID ارز مسافرتی دریافت کنند، اما مسافران با مسائل دیگری مواجهند که هیچ جواب قانونی برای آن وجود ندارد. به گزارش ایسنا، در آستانه شروع جام جهانی ۲۰۱۸ روسیه، فوتبال‌دوستان ایرانی نیز برای سفر به این کشور و تماشای مسابقات خود را آماده می‌کنند. یکی از مسائل مهم آنها تأمین ارز مورد نیاز برای دوره اقامت در روسیه است. به هر حال در شرایط جدید ارزی که از سوی بانک مرکزی در حال اجراست، مسافران روسیه می‌توانند حداکثر ۵۰۰ یورو و یا معادل آن را دریافت کنند.

با توجه به اینکه یکی از مدارک مورد نیاز برای انجام فرآیند دریافت ارز در بانک‌ها ارائه ویزاست و روسیه از جمله کشورهایی به شمار می‌رود که برای سفر به آن نیاز به ویزا نیست، اخیرا بانک مرکزی در توافقی با وزارت امور خارجه شرایطی ایجاد کرد تا مسافران روسیه برای دیدار مسابقات جام جهانی بتوانند در کنار ارائه بلیت و سایر مدارک با ارائه «FAN ID» و یا به عبارتی مجوز صادره سفارت فدراسیون روسیه به بانک عامل ارز مورد نیاز خود را تهیه کنند.

با وجود اینکه نحوه دریافت ارز برای مسافران روسیه تسهیل شده، اما گزارش‌های دریافتی و صحبت‌هایی که این مسافران با ایسنا داشته‌اند با گله‌هایی همراه است. برخی از آنها می‌گویند ما در حدود یک سال گذشته باز هم سفر خارجی داشته‌ایم و اکنون برای سفر به روسیه نمی‌توانیم ارز را از بانک‌ها تهیه کنیم چراکه طبق قوانین ارز مسافرتی فقط یک بار در سال اختصاص پیدا کرده و از این رو ما امکان تأمین ارز نخواهیم داشت.

نکته دیگری که به آن اشاره دارند این است که اکنون برای سفر خود ارز مورد نیاز را باید چگونه تهیه کنند، آن هم در شرایطی که بانک مرکزی صرافی‌ها را ممنوع‌المعامله و اعلام کرده که خرید و فروش در بازار ارز ممنوع است. در این شرایط وقتی که بانک‌ها به ما ارز نمی‌دهند، باید نیاز خود را چگونه برآورده کنیم؟ آیا می‌توان بدون ارز از ایران خارج شد و به سفر رفت و یا اگر قرار است به بازار برویم، صرافی حاضر است بدون اینکه با ما آشنا بوده و سابقه قبلی خرید و فروش با او را داشته باشیم، به ما ارز بفروشد؟

از سوی دیگر نه‌تنها یک بار سفر در سال اکنون مشکل برخی مسافران از جمله عازمان جام جهانی است، بلکه تأمین ارز مازاد بر آنچه که بانک در اختیار آنها قرار می‌دهد، خود به یک معضل تبدیل شده است. این در حالی است که طبق مقررات جدید ارزی مسافران حداکثر ۱۰۰۰ یورو می‌توانند دریافت کنند که برای کشور هم‌مرز و مشترک‌المنافع به ۵۰۰ یورو می‌رسد. در این حالت مسافری که به هر دلیلی نیازی مازاد بر این داشته باشد، راه قانونی برای تأمین نداشته و باید به بازار آزاد که اکنون معاملات آن ممنوع و قاچاق اعلام شده برود.

اینها مسائلی است که چه مسافران عازم جام جهانی و چه سایر مسافرانی که به هر دلیلی برای بار دوم عازم سفر به خارج از کشور هستند و یا نیازی مازاد دارند مطرح می‌کنند، اما تاکنون بانک مرکزی پاسخ روشنی به این مسافران نداده است.

ثانیه‌شماری سپرده‌گذاران غیرمجازها برای دریافت طلب‌های میلیاردی

اعلام تصمیم جلسه کمیته سران سه قوا برای رسیدگی به مسائل موسسات غیرمجاز، برای پرداخت سپرده‌های تا سقف یک میلیارد تومان در موسسات اعتباری غیرمجاز منحل‌شده و از سوی دیگر عدم اعلام زمان‌بندی و شرایط پرداخت در مهلت تعیین‌شده موجب ایجاد نگرانی‌هایی در بین سپرده‌گذاران شده است.

به گزارش ایسنا، حدود دو هفته پیش بود که مسعود پزشکیان، نایب‌رئیس مجلس و یکی از اعضای کمیته سران سه قوا برای رسیدگی به مسائل موسسات غیرمجاز اعلام کرد که قرار شده تا به زودی مطالبات سپرده‌گذاران تا سقف یک‌میلیارد تومان موسسات غیراعتباری پرداخت شود؛ وی وعده داده بود که در چند روز بعد از این اعلام، تصمیم‌گیری نهایی اتخاذ شده و بتوان پرداخت وجوه را آغاز کرد.

از این رو به فاصله‌ای کوتاه از این بود که پزشکیان بار دیگر خبر داد که این سیاست نهایی شده و بانک مرکزی در هفته پیش رو شرایط را برای پرداخت وجوه اعلام می‌کند.

در حالی این زمان وعده داده شده برای اعلام اطلاعیه بانک مرکزی در مورد نحوه مراجعه سپرده‌گذاران به موسسات مالی و بانک‌ها برای دریافت سپرده‌ها و تعیین‌تکلیف آن گذشت که در زمان سپری‌شده هیچ اطلاع‌رسانی از سوی بانک مرکزی انجام نشد و هنوز هم در این باره اطلاعیه‌ای منتشر نشده است. این جریان موجب شده تا سپرده‌گذاران که با این وعده شرایط مناسبی پیدا کرده و امید به تعیین‌تکلیف وجوه خود داشتند، بار دیگر به دنبال دریافت اطلاعاتی در مورد زمان اعلامی برای تعیین‌تکلیف سپرده‌ها باشند. گزارش‌های دریافتی و اعلام‌هایی که سپرده‌گذاران به ایسنا داشته‌اند از این حکایت دارد که اگر قرار است تصمیمی برای آنها گرفته شود تا نهایی نشده اعلام نکنند و یا اگر اعلامی صورت می‌گیرد، به وعده خود عمل کنند، چراکه موضوع و شرایط آنها با توجه به زمان سپری‌شده، بسیار حساس است و هرگونه تأخیری موجب نگرانی خواهد شد. با وجود گله‌ای که سپرده‌گذاران دارند، باید یادآور شد که در مجموع اگر تصمیمی هم در جلسه سران سه قوا برای تعیین‌تکلیف سپرده‌های تا سقف یک‌میلیارد تومان اتخاذ شده، در نهایت بانک مرکزی باید نحوه و ساز و کار پرداخت وجوه و شرایط مراجعه را مشخص کند که این می‌تواند بیش از یک هفته‌ای که نایب‌رئیس مجلس به آن اشاره داشته، زمانبر باشد.

در بین موسسات، فرشتگان به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های کاسپین، وحدت، البرز ایرانیان و افضل توس و همچنین ثامن‌الحجج مورد اشاره بوده و قرار بر این است تا سپرده‌های تا سقف یک‌میلیارد آنها تعیین‌تکلیف شود. هر یک از این موسسات تا پیش از این در فرآیندی مرحله‌ای و تا سقف مشخصی وجوه سپرده‌گذاران آنها تعیین‌تکلیف و پرداخت شد. این پرداختی‌ها با توجه به شناسایی اموال و دارایی‌های موسسات و وثیقه گذاشتن نزد بانک مرکزی با اعطای خط اعتباری از سوی این بانک انجام می‌شود.

نرخنامه

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت(تومان)	نوسان
مثقال طلا	۸۵۱،۰۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۹۶،۸۴۰	▼
سکه بهار آزادی	۲،۰۸۵،۰۰۰	▼
سکه طرح جدید	۲،۱۵۵،۰۰۰	▲
نیم سکه	۱،۰۷۵،۰۰۰	▼
ربع سکه	۶۱۰،۰۰۰	
سکه گرمی	۳۷۳،۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت(تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴،۲۰۰	
یورو اروپا	۷،۵۲۳	▲
پوند انگلیس	۸،۵۸۳	▲
درهم امارات	۱،۷۴۴	▼

بیمه‌نامه

رئیس کل بیمه مرکزی خبر داد

تاسیس ۴ دفتر بیمه خارجی در ایران

رئیس کل بیمه مرکزی از تاسیس و فعالیت چهار دفتر توسط بیمه‌گران خارجی در ایران خبر داد و گفت: یک درخواست دیگر از سوی شرکت‌های خارجی نیز در دستور کار قرار دارد.

به گزارش بیمه مرکزی، عبدالناصر همتی البته تاسیس این دفاتر را به معنای فعالیت در ایران ندانست و ادامه داد: تاسیس این دفاتر به معنای فعالیت در کشور نیست، بلکه بیشتر برای آن است که بتوانند از شرکت‌های بیمه ایرانی کار بگیرند.

وی تصریح کرد: شرکت‌های بیمه اروپایی برای آنکه در ایران فعالیت کنند یا باید در ایران شعبه دایر کنند یا سهام شرکت‌های ایرانی را بخرند.

رئیس کل بیمه مرکزی خاطرنشان کرد: قبل از روی کار آمدن دونالد ترامپ در آمریکا، شرایط به خوبی در حال پیشرفت بود، اما بعد از آن روند همکاری‌ها مقداری کند شد. ما حق بیمه برای پوشش‌های اتکایی به طرف‌های اروپایی را به یورو پرداخت می‌کنیم و در زمان بروز خسارت نیز به یورو این خسارت‌ها را دریافت می‌کنیم.

همتی گفت: بیشتر ذخایر ارزی بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه نیز به یورو است؛ با این حال برای پوشش برخی از ریسک‌های موجود در صنایع نیاز به دلار و سایر ارزها داریم که این موضوع باعث می‌شود تا حق بیمه مقداری گران‌تر شود. وی با اشاره به اعطای مجوز به چند شرکت ایرانی برای پوشش اتکایی بیمه‌های زندگی اظهار داشت: ما پوشش‌های خوبی را از یکی از شرکت‌های بیمه اروپایی در زمینه بیمه‌های زندگی گرفتیم؛ این اجازه برای این داده شد تا شرکت‌های ایرانی با محصولات جدید بیمه‌گران اروپایی آشنا شده و آموزش‌های لازم را در این زمینه ببینند. رئیس شورای عالی بیمه، در عین حال بیشتر مشکلات در روابط با بیمه‌گران اروپایی را مربوط به نقل و انتقال پول دانست و افزود: حق بیمه و دریافت خسارت نیازمند انتقال پول است و هنوز سیستم بانکی نتوانسته این مشکل را برای صنعت بیمه حل کند.

آگهی مناقصه عمومی

شهرداری کرج

شهرداری کرج در نظر دارد با توجه به بودجه مصوب شورای اسلامی شهر پروژه مندرج در جدول ذیل را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

ردیف	شرح عملیات	مبلغ اعتبار به ریال	مبلغ سپرده به ریال	رتبه	میزان غیرنقدی
۱	اجرای عملیات مرمت و لکه گیری آسفالت سطح منطقه ۴	۳/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰	داشتن حداقل رتبه ۵ راه و ترابری	٪۱۰۰

۱- سپرده شرکت در مناقصه به یکی از روشهای ذیل ارائه گردد. ضمانت نامه بانکی معادل مبلغ فوق که به مدت ۹۰ روز اعتبار داشته و قابل تمدید باشد و یا واریز فیش نقدی به مبلغ فوق به حساب ۷۰۰۷۸۶۹۴۸۶۲۳ بانک شهر. ۲- برندگان نفر اول و دوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد. ۳- شهرداری کرج در رد یا قبول هر یک از پیشنهادها مختار است. ۴- مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال بابت هزینه خرید اسناد به حساب ۷۰۰۷۸۵۳۱۳۷۹۵ نزد بانک شهر شهرداری واریز و رسید آنرا ارائه نمایند. ۵- متقاضیان می توانند از تاریخ انتشار آگهی جهت خرید اسناد مناقصه به اداره امور قراردادها و پیمانها واقع در میدان توحید- بلوار بلال شهرداری کرج طبقه هفتم مراجعه نمایند. ۶- در هر صورت مدارک مندرج در اسناد مناقصه ملاک فروش اسناد و متعاقباً عقد قرارداد خواهد بود. ۷- توضیح اینکه به غیر از سپرده شرکت در مناقصه کلیه اسناد و مدارک مربوط به پیمانکاران شرکت در مناقصه نزد شهرداری باقی می ماند. ۸- لازم به ذکر است هنگام خرید اسناد داشتن رتبه مربوطه و ارائه تاییدیه صلاحیت در سایت oldpmn.mporg.ir و یا sajar.mporg.ir ، معرفی نامه ممهور به مهر و امضای مدیرعامل، روزنامه آخرین آگهی تغییرات اعضای شرکت، کد اقتصادی و گواهینامه صلاحیت ایمنی معتبر الزامی میباشد.۹- شرکت کنندگان در مناقصه می بایست کلیه فرمها و اطلاعات مورد درخواست شهرداری را تکمیل و به همراه سایر اسناد مناقصه در پاکت مربوطه قرار دهند. ۱۰-سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است.۱۱- پیشنهادات می بایست در پاکتهای مجزا (الف-ب-ج) لاک و ممهور به مهر شرکت شده و پس از الصاق هولوگرام بر روی پاکت ب و ج تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۹۷/۳/۲۷ به آدرس کرج-میدان توحید – بلوار بلال دبیرخانه شهرداری کرج تحویل داده شود. ۱۲-پیشنهادات رسیده در مورخ ۹۷/۳/۲۸ در کمیسیون عالی معاملات شهرداری کرج(دفتر شهردار) راس ساعت ۱۳/۳۰ مطرح و پس از بررسی و کنترل برنده مناقصه اعلام خواهد شد.

در ضمن هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه میباشد.

* جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۳۵۸۹۲۴۱۸-۳۵۸۹۲۴۴۳-۰۲۶ تماس و یا به سایت www.karaj.ir مراجعه نمائید.

اداره امور قراردادها و پیمانها - شهرداری کرج

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۱۰۱ات/۹۷/ش

نوبت دوم

شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز

۱- موضوع مناقصه: خرید کالا (تجهیزات) و ماشین آلات آماده در خصوص تصفیه خانه فاضلاب شهرک صنعتی اشتهارد

۲- محل اجرا: استان البرز –شهرستان اشتهارد، شهرک صنعتی اشتهارد

۳- رتبه و رشته پیمانکاری: دارای کارت بازرگانی یا پروانه بهره برداری تولید کالاهای مرتبط یا پروانه کسب فروشگاه کالاهای مرتبط

۴-آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه و ارزیابی کیفی:
ساعت: ۱۹:۰۰ روز شنبه مورخ ۹۷/۰۳/۱۹

۵-آخرین مهلت تحویل اسناد ارزیابی کیفی و مناقصه (پاکات الف،ب و ج):
ساعت: ۱۴:۰۰ روز شنبه مورخ ۹۷/۰۴/۰۲

۶-زمان بازگشایی پاکات (الف،ب و ج):
ساعت: ۱۵:۰۰ روز شنبه مورخ ۹۷/۰۴/۰۲

۷-مدت زمان و مبلغ برآورد اولیه اجرای پروژه : ۲ ماه و ۴۴،۸۱۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال

۸-منبع تأمین بودجه: اوراق اسناد خزانه (با سررسید یکساله و دو ساله)

۹- مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : ۲،۲۴۰،۵۰۰،۰۰۰ ریال .

۱۰-هزینه خرید اسناد ۵۰۰،۰۰۰ ریال واریز به شماره حساب ۲۱۷۵۶۸۶۰۱۲۰۰۲ (شبا: IR۶۵۰۱۷۰۰۰۰۰۰۲۱۷۵۶۸۶۰۱۲۰۰۲) به نام رابط تمرکز درآمد شعبه کرج ۲۶۲۱ (پرداخت از طریق سامانه صورت پذیرد)

۱۱- آدرس دریافت اسناد: اسناد صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت قابل دریافت می باشد. (www.setadiran.ir)

لازم به ذکر است جهت تحویل اسناد، تمامی پاکات (الف ، ب و ج) می بایست در سایت مذکور بارگزاری گردد.

-پاکت الف حاوی اصل ضمانتنامه می بایست علاوه بر بارگزاری، بصورت فیزیکی تا ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۹۷/۰۴/۰۲ به دبیرخانه شرکت تحویل داده شود.

تلفن تماس شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز:۷- ۳۴۶۴۵۸۰۲-۰۲۶

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۷/۳/۱۰
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۷/۳/۱۲

۸۵۹

شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز

دریچه

معاون عملیات سمات خبر داد

صدور ۲۰۰ هزار کد سهامدار جدید در بازار سرمایه

معاون عملیات شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه (سمات) از صدور ۲۰۰ هزار کد جدید سهامداری در بازار سرمایه در دومین ماه امسال خبر داد. فریبا اخوان به پایگاه خبری بازار سرمایه گفت: شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در ماه گذشته بیش از ۲۰۰ هزار کد سهامداری جدید صادر کرد تا تعداد کدهای سهامداری بازار سرمایه به رقم ۱۰ میلیون و ۲۳۴ هزار کد برسد. وی از صدور ۳۲ کد سهامدار خارجی در اردیبهشت ماه امسال خبر داد و اظهار داشت: ۱۲ سهامدار حقیقی از کشورهای اسپانیا، لهستان، اردن، هند، کویت، عراق (۲ نفر)، افغانستان (۴ نفر) و یک ایرانی مقیم سوییس ماه گذشته با پشت سر گذاشتن مراحل قانونی، کد معاملاتی فعالیت خود را در بازار سرمایه ایران دریافت کردند. معاون عملیات شرکت سپرده‌گذاری مرکزی ادامه داد: ۲۰ سرمایه‌گذار حقوقی خارجی نیز ماه گذشته کد سهامداری خود را از این شرکت دریافت کردند.

اخوان درباره آمار اوراق حق تقدم تسهیلات مسکن گفت: حدود ۷۰۰۰ نفر در ماه گذشته با خرید ۳۹۷ هزار اوراق تسهیلات حق مسکن وارد فرآیند دریافت این تسهیلات شدند. وی در خصوص سهامداران فعال بازار سرمایه در اردیبهشت ماه ۹۷ افزود: تعداد ۲۰۴ هزار کد حداقل یک تا ۱۰ معامله (خرید یا فروش)، بیش از ۲۲ هزار کد بین ۱۱ تا ۲۰ معامله و بیش از ۲۹ هزار کد بیش از ۲۰ معامله را در ماه گذشته انجام دادند. نخستین کد سهامدار خارجی بازار سرمایه ایران را آبان ماه سال ۷۳ یک شرکت آلمانی دریافت کرد و تاکنون ۱۰۸۳ کد سهامدار خارجی در این بازار صادر شده است.

لغو مجوز کارگزاری‌های کوچک از بورس

یک نماینده مجلس از تصمیم شورای عالی بورس در خصوص لغو مجوز کارگزاری‌های دارای سرمایه کمتر از ۱۵ میلیارد تومان، تا پایان مرداد خبر داد.

به گزارش تسنیم، محمد حسن‌نژاد گفت: شورای عالی بورس تصمیم گرفته مرداد مجوز کارگزاری‌های دارای سرمایه کمتر از ۱۵میلیارد تومان را لغو کند. این کار با هدف افزایش سرمایه کارگزاری‌ها در دستور کار شورا قرار گرفته که منطقی است. این نماینده مجلس ادامه داد: در شرایطی صنعت و حجم معاملات بازار سهام بزرگ شده که احتمال اشتباهات بزرگ نیز افزایش می‌یابد. بنابراین درست نیست کارگزاران بورس با اعتبارات کوچک، گردش مالی بزرگی را ایجاد کنند.

وی اضافه کرد: وقتی کارگزاری با یک میلیارد سرمایه، ماهانه ۱۰۰ میلیارد گردش مالی ایجاد می‌کند، این نگرانی وجود دارد که در صورت اشتباه چه پشتوانه‌ای برای جبران خواهد داشت؟ انتظار می‌رود کارگزاری‌ها سرمایه را افزایش دهند تا مشکلی برای آنها پیش نیاید.

رئیس سازمان بورس در دیدار با اعضای هیأت‌مدیره انجمن خبرنگاران و نویسندگان بازار سرمایه مطرح کرد

اهمیت نقش رسانه در بهبود شرایط بازار سرمایه

فرصت امروز: رسانه‌ها در بهبود شرایط بازار سرمایه تا چه اندازه نقش دارند؟ این پرسشی بود که رئیس سازمان بورس کوشید تا در دیدار با اعضای هیأت‌مدیره انجمن خبرنگاران و نویسندگان بازار سرمایه به آن پاسخ دهد. شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار در این دیدار با تأکید بر اهمیت نقش رسانه‌ها در توسعه اقتصادی و همچنین ابزار صیانت از حقوق سرمایه‌گذاران گفت: رسانه‌ها می‌توانند در همه حوزه‌ها از جمله اقتصاد و همچنین بازار سرمایه سطح تحلیل مخاطبان را ارتقا دهند.

محمدی با بیان اینکه انجمن‌های صنفی از جمله تشکل خبرنگاران بازار سرمایه ظرفیت گسترده‌ای برای آموزش و فرهنگ‌سازی در اختیار دارند، ادامه داد: سازمان بورس از همه فرصت‌های پیش روی مسیر آموزش و فرهنگ‌سازی بهره‌برداری می‌کند و در این زمینه هیچ محدودیتی وجود ندارد.

او با بیان اینکه فرهنگ‌سازی و آموزش دغدغه اصلی سازمان بورس است، ابراز امیدواری کرد جامعه از طریق رسانه به دانش تخصصی بازار سرمایه مجهز شود.

به گزارش سنا، دبیر شورای عالی بورس ادامه داد: اگر پایه داد و ستد در بازار سرمایه بر اساس تحلیل‌های عقلانی، علمی و منطقی باشد بی‌شک این بازار سودآور خواهد بود و از منابع مردم صیانت می‌شود.

رئیس سازمان بورس تأکید کرد: آنچه امروز باید مورد توجه ارکان بازار سرمایه باشد فرهنگ‌سازی داد و ستد بر اساس تحلیل تخصصی است و این امر با تکیه بر رسانه‌های جمعی محقق می‌شود. خرید و فروش در بازار سرمایه باید بر اساس تحلیل صورت گیرد و مسئولیت فرهنگ‌سازی آن بر دوش رسانه‌ها است.

سخنگوی سازمان بورس با بیان اینکه رسانه‌ها با انتشار اخبار صحیح در واقع اعتماد تولید می‌کنند، گفت: تولید اعتماد، یک سرمایه اجتماعی گرانبها برای بازار سرمایه است.

محمدی با تأکید بر اینکه سازمان بورس و اوراق بهادار از تعامل هرچه بیشتر رسانه‌ها با ارکان بازار سرمایه استقبال می‌کند و با ذکر این نکته که در دنیای امروز حتی بازی‌های رایانه‌ای نیز نقش رسانه بازی می‌کنند، گفت: توسعه اقتصادی کشور و رشد بازار سرمایه با تلاش رسانه‌ها تسهیل می‌شود.

برنامه‌ریزی برای توسعه فضای رسانه‌ای بازار سرمایه

همچنین در این نشست یاسر فلاح، مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان بورس و اوراق بهادار تولد انجمن صنفی خبرنگاران بازار سرمایه را یکی از رویدادهای مهم و مثبت دو سال اخیر بازار سرمایه دانست و ابراز امیدواری کرد اهداف این تشکل رسانه‌ای به صورت کامل محقق شود.

مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان بورس و اوراق بهادار به تأثیر دو سویه این انجمن اشاره کرد و گفت: انجمن صنفی از یک سو رشد و توسعه حوزه تخصصی را رقم می‌زند و از سوی دیگر جایگاه خبرنگاران و رسانه‌ها را ارتقا می‌دهد.

یاسر فلاح با تأکید بر اینکه سازمان بورس و اوراق بهادار با تمام توان از رسانه‌های فعال در بازار سرمایه حمایت می‌کند، گفت: امروز بازار سرمایه بیش از هر زمان دیگری به رسانه‌های تأثیرگذار نیاز دارد و توسعه رسانه‌های فعال حوزه بورس دغدغه بازار سرمایه است.

مدیرعامل شرکت اطلاع‌رسانی و خدمات بورس گفت: گسترش فعالیت رسانه‌ها در بازار سرمایه ضریب نفوذ این بازار در میان آحاد جامعه را افزایش می‌دهد. مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان بورس از برنامه‌های این سازمان برای توسعه فضای رسانه‌ای بازار سرمایه خبر داد و عنوان کرد: برگزاری کارگاه‌های آموزشی با محور بازار سرمایه برای خبرنگاران اقتصادی از جمله برنامه‌های آتی روابط عمومی سازمان بورس است.

در پایان یاسر فلاح افزود: شرکت اطلاع‌رسانی و خدمات بورس و روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان بورس و اوراق بهادار از هیچ امکانی برای توسعه و حمایت رسانه‌های فعال بازار سرمایه دریغ نمی‌کند. محمدی همچنین ابراز امیدواری کرد با کمک رسانه‌ها شاهد ارتقای سواد مالی و بسط مفاهیم بازار سرمایه در جامعه باشیم.

نگاه

با چه تاکتیکی رونق به بازار بورس بازمی‌گردد؟

یک عضو کمیسیون اقتصادی مجلس گفت افت‌های شاخص بورس در هفته اخیر معمولاً کمتر از ۳۰۰ واحد بوده، بنابراین نمی‌توان خیلی به این میزان کاهش‌های عدد شاخص توجه کرد، البته اتخاذ تدابیر برای رونق بازار بورس یک اصل بدیهی است. قرجه طیار در گفت‌وگو با خانه ملت درباره وضعیت شاخص بورس ادامه داد: باید پذیرفت شاخص بورس بازار علاوه بر اینکه متاثر از عوامل اقتصادی است تحت تأثیر اخبار سیاسی نیز قرار می‌گیرد. عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی افزود: سودآوری شرکت‌های بورسی نقش مهمی در رونق بازار سرمایه دارد، بنابراین باید پذیرفت در شرایطی که بازار خرید و فروش دلار و سکه با رونق روبه‌رو شده به‌طور طبیعی انگیزه برای سوق نقدینگی به سوی بازارهای مولد یا بازار سرمایه کاهش می‌یابد. نماینده مردم گنبدکاووس در مجلس دهم شورای اسلامی ادامه داد: خروج آمریکا از برجام نیز در مدت اخیر در افت شاخص بورس مؤثر بوده اما تأثیرات مذکور به نوعی مقطعی است. عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی یادآور شد: در هر صورت باید با ساز و کارهای اقتصادی شرایط تقویت شاخص بورس را فراهم کرد، در این راستا باید مانع از فعالیت‌های سوداگرانه در بازار بورس کشور شد و از طرفی باید زمینه جذب نقدینگی‌های خرد در بازار فراهم شود.

بورس تهران در آستانه نخستین عرضه اولیه سال ۱۳۹۷

بازیگران بازار سرمایه اوایل هفته بعد شاهد عرضه یک شرکت جدید در بورس تهران خواهند بود؛ هر کد حقیقی و حقوقی در این عرضه می‌تواند حداکثر ۵۰۰۰ سهم با کف قیمت ۶۲۰ تومان و سقف قیمت ۶۵۰ تومان را خریداری کند. به گزارش ایسنا، شرکت بورس تهران اعلام کرده در سال ۱۳۹۷، بخشی از سهام ۱۲ شرکت در بورس عرضه می‌شود اما در حال حاضر با گذشت حدود دو ماه و نیم از سال ۱۳۹۷ هیچ شرکتی عرضه اولیه نشده است. اواخر سال ۱۳۹۶ بود که بورس تهران اعلام کرد قسمتی از سهم شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش با نماد «سپ» وارد بورس می‌شود اما در آن زمان به علت آنچه مشکلاتی در گزارش‌دهی این شرکت عنوان شد، از عرضه اولیه این شرکت جلوگیری به‌عمل آمد.

آگهی مناقصه عمومی

شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری (سهامی خاص)

شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری درنظردارد مناقصه های عمومی ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت انجام دهد.کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد و بازگشایی پاکتها از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

۱. نام و نشانی مناقصه گزار: **شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری** به آدرس شهرکرد – بلوار شریعتی – تقاطع خیابان فردوسی.

۲. موضوع مناقصه :

شماره مناقصه	نوع مناقصه	موضوع مناقصه	مبلغ تضمین (ریال)	آخرین مهلت تحویل پاکات	تاریخ، زمان و مکان گشایش پیشنهادها
۹۷۱۵	دو مرحله ای عمومی	خرید انواع ترانسفورماتورهای روغنی کم تلفات	۱,۴۳۰,۰۰۰,۰۰۰	پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۹۷/۴/۹	۱۰ صبح روز یکشنبه مورخ ۹۷/۴/۱۰
۹۷۱۶	دو مرحله ای عمومی	خرید کنتورهای تکفاز و سه فاز	۱,۵۱۰,۰۰۰,۰۰۰		

۳. زمان، مهلت، مبلغ و محل دریافت اسناد : متقاضیان می توانند پس از تاریخ انتشار آگهی لغایت پایان وقت اداری روز دو شنبه مورخ ۲۸ / ۳ / ۱۳۹۷ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت نسبت به ثبت نام و دریافت اسناد مناقصه اقدام نمایند .

۴. مدت اعتبار پیشنهادها: اعتبار پیشنهادها از زمان افتتاح پاکتها سه ماه و قابل تمدید تا سه ماه دیگر می باشد.

۵. نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : مبلغ تضمین شرکت در مناقصه بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر و یا واریز وجه نقد و ... به حساب بانکی شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری می باشد.

۶. سایر شرایط:

* به پیشنهادات فاقد امضا، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضای مدت مقرر در فراخوان واصل شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
* به پیشنهادات فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثرداده نخواهدشد.
* هزینه چاپ آگهی در روزنامه (دردو نوبت) به عهده برندگان مناقصه می باشد.
* کارفرما در رد یا قبول هر یک یا کلیه پیشنهادها مختار است .
* سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مناقصه مندرج است .

تلفن تماس : ۰۳۸۳۲۲۲۶۲۷۷ اداره تدارکات

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال وبختیاری

مناقصه دو مرحله ای شماره ۶/گ/۹۷

نوبت دوم

شرکت مخابرات ایران
سهامی عام (شماره ثبت ۳۲۵۰۸۱)
منطقه گلستان

مخابرات منطقه گلستان در نظر دارد انجام عملیات ذیل را به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید.

ردیف	شرح خدمات	برآورد(ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)
۱	طرح قرارداد تامین و اجرای طرح توسعه روستای حیدرکلاته مرکز الفجر مینودشت	هزینه تامین ملزومات: ۱/۴۱۵/۸۳۶/۶۰۰ اجرا:۵۹۰/۷۶۱/۵۰۰ریال	۷٪ ضمانتنامه : تامین:۱۴۱/۵۸۳/۶۶۰ ریال اجرا:۵۹/۰۷۶/۱۵۰ ریال

از کلیه متقاضیان واجد شرایط لازم دعوت بعمل می آید جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد مناقصه به مدت ۱۴ روز از تاریخ ۹۷/۳/۶ تا تاریخ ۹۷/۳/۱۹ سایت اینترنتی www.tcgolestan.ir مراجعه نمایند. تلفن تماس ۰۱۷-۳۲۲۳۰۰۰۷ (کاویان)

زمان، محل تحویل و بازگشایی پاکات: پایان وقت اداری مورخه ۹۷/۴/۲ بوده که می بایست به دبیرخانه مخابرات منطقه گلستان به آدرس: گلستان گرگان خیابان شهید بهشتی دبیرخانه شهید صلبی تحویل گردد. ضمنا زمان بازگشایی پاکات در تاریخ ۹۷/۴/۳ می باشد.

به کلیه پیشنهادات فاقد امضا و یا مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعداز انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

سپرده شرکت در مناقصه بصورت وجه نقد، به حساب شماره ۱۶۹۳۹۳۹۳۹۶ بانک ملت و به شماره شناسه واریزی ۳۸۰۰۰۸۰۶۵۲۱۴۳ و یا ضمانتنامه بانکی معتبر می باشد.

هزینه آگهی مناقصه به عهده شرکت برنده (یا برندگان) مناقصه می باشد.

-به کلیه پیشنهادات فاقد امضا و یا مشروط و مخدوش ترتیب اثر داده نخواهد شد.

-در صورت عدم رعایت موارد فوق الذکر از بازگشایی پاکات صرف نظر و پیمانکار از دور مناقصات خارج می گردد.

-ارسال آخرین تغییرات آگهی روزنامه اساسنامه شرکت در اسناد مناقصه الزامی می باشد.

مخابرات منطقه گلستان در رد یک یا کلیه پیشنهادات واصله برابر مقررات مختار است.

روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان

شناسه آگهی : ۱۷۹۴۹۴

۷۵۹

اخبار

ممنوعیت صادرات دام زنده شاه‌کلید تنظیم بازار گوشت

ممنوعیت صادرات دام زنده در روزهای اخیر، تأثیر بسزایی در مدیریت عرضه و تقاضا و جلوگیری از روند افزایش قیمت گوشت گوسفندی در بازار داشته است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، بازار گوشت قرمز از دو ماه پیش با نوساناتی همراه شد و تا چند روز مانده به آغاز ماه رمضان به اوج خود رسید، در این میان هر یک از مسئولان دلایل مختلفی همچون صادرات دام زنده، دلال‌بازی و واسطه‌گری را عامل اصلی این گرانی مطرح کردند.

البته ناگفته نماند که بازار گوشت قرمز در سال گذشته در مقاطعی با افزایش قیمت روبه‌رو شد؛ افزایشی که مورد تأیید هیچ‌یک از مسئولان ذی‌ربط نبود، اما عملا در بازار با قیمت‌های بالاتر از سقف تعیین‌شده عرضه می‌شد. باتوجه به آنکه نوسان قیمت گوشت قرمز دهک‌های پایین جامعه را برای خرید این محصول پروتئینی در ماه رمضان با مشکلات متعددی مواجه می‌کند؛ معاونت امور دام وزارت جهاد کشاورزی، صادرات دام زنده را به منظور مدیریت عرضه و تقاضا و جلوگیری از روند افزایش قیمت گوشت قرمز به ویژه گوشت گوسفندی ممنوع اعلام کرد.

بررسی قیمت در بازار نشان می‌دهد که همزمان با ممنوعیت صادرات دام زنده تا حدودی قیمت گوشت گوسفندی در بازار افت کرده است، به‌طوری‌که هم‌اکنون هر کیلو شقه گوسفندی بدون دنبه با نرخ ۵۳ تا ۵۴ هزار، ران گوسفندی ۵۸ هزار، ماهیچه گوسفندی ۶۱ تا ۶۲ هزار، راسته گوسفندی ۵۰ هزار و سردست گوسفندی ۴۹ هزار تومان در بازار عرضه می‌شود. حال برای اطلاع از آخرین وضعیت بازار گوشت گوسفندی و تأثیر ممنوعیت صادرات دام زنده با مسئولان ذی‌ربط گفت‌وگوهایی داشته‌ایم که به این شرح است:

منصور پوریان، رئیس شورای تأمین‌کنندگان دام زنده، درباره آخرین بازار گوشت گوسفندی اظهار کرد: با توجه به افزایش تولید گوشت قرمز در این ایام نسبت به مدت مشابه سال قبل، بهانه‌ای برای سودجویی قصابان بر نوسان قیمت‌ها وجود ندارد.

وی از واردات روزانه ۱۰۰ تن گوشت در بازار خبر داد و گفت: به‌رغم نوسان نرخ ارز، نرخ گوشت وارداتی تغییری در بازار نداشته است. این مقام مسئول نرخ هر کیلو دام زنده را ۱۶ هزار و ۵۰۰ تا ۲۰ هزار تومان اعلام کرد و گفت: با توجه به واردات انبوه گوشت، هیچ‌گونه مشکلی در تأمین داخل نداریم. رئیس شورای تأمین‌کنندگان دام زنده نرخ هر کیلو لاشه بره سبک داخلی را ۴۰ هزار و لاشه بره سنگین ۳۸ هزار تومان اعلام کرد. پوریان درباره تأثیر ممنوعیت صادرات دام زنده بر کنترل بازار گوشت گوسفندی تصریح کرد: با توجه به آنکه صادرات دام زنده به صورت مشروط در ازای واردات انجام می‌شد، بنابراین این موضوع هیچ تأثیری بر افزایش قیمت گوشت در بازار ندارد و در ماه‌های اخیر قیمت گوشت تنها به سبب سودجویی عوامل واسطه و دلال در بازار با نوساناتی روبه‌رو شده است.

کاهش تنش بازار گوشت با ممنوعیت صادرات دام زنده

امینی، یکی از فعالان عرصه گوشت، درباره آخرین وضعیت بازار گوشت گوسفندی گفت: هم‌اکنون هر کیلو شقه گوسفندی بدون دنبه با نرخ ۵۴ هزار و ران گوسفندی ۷۰ هزار تومان در قصابی‌ها عرضه می‌شود. وی صادرات و کمبود دام در میادین را دلیل اصلی گرانی گوشت در روزهای اخیر در بازار اعلام کرد و افزود: با توجه به ممنوعیت صادرات دام زنده، تا حدودی از تنش قیمت گوشت در بازار کاسته شده است.

بازار گوشت گوسفندی در رکود به سر می‌برد

حسن شکوهی، رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی شهرستان ری از رکود حاکم بر بازار گوشت گوسفندی خبر داد و گفت: با توجه به ممنوعیت صادرات دام زنده، بازار گوشت قرمز در رکود به سر می‌برد. وی نرخ هر کیلو شقه گوسفندی بدون دنبه را ۴۹ تا ۵۰ هزار تومان در بازار اعلام کرد.

شکوهی قیمت گوشت در بازار را پیش‌بینی کرد و افزود: با استمرار ممنوعیت صادرات دام زنده، قیمت گوشت گوسفندی مجدد در بازار کاهش خواهد یافت، اما به‌طور دقیق نمی‌توان میزان آن را اعلام کرد. رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی شهرستان ری در پایان تصریح کرد: براساس شنیده‌ها، هم‌اکنون تنها دام زنده به‌طور غیرقانونی از کشور خارج می‌شود و صادرات رسمی آن تا اطلاع ثانوی ممنوع اعلام شده است.

واردات جو از روسیه ۱۴۷درصد افزایش یافت

در بازه زمانی جولای تا مارس ۱۸-۲۰۱۷ میزان خرید جوی ایران از روسیه ۱۴۷درصد نسبت به کل سال مالی ۲۰۱۶-۱۷ رشد داشت و رکورد بیشترین میزان خرید از روسیه را شکست. به گزارش تسنیم به نقل از پایگاه خبری بلک سی گرین، آمارهای موسسه یو کی آر آگرو کنسالت نشان می‌دهد میزان واردات جوی ایران از روسیه در فصل جاری به دلیل افزایش مصرف داخلی به شدت افزایش یافته است. در بازه زمانی جولای تا مارس ۱۸-۲۰۱۷ میزان خرید جوی ایران از روسیه ۱۴۷درصد نسبت به کل سال مالی ۱۷-۲۰۱۶ رشد داشت و رکورد بیشترین میزان خرید از روسیه را شکست. به صورت سنتی قزاقستان بزرگ‌ترین تأمین‌کننده جوی مورد نیاز ایران است، اما با توجه به رشد سریع مصرف جو در ایران، این کشور از طریق افزایش خرید جو از دیگر کشورهای ساحل دریای سیاه در حال تأمین نیاز روزافزون خود است. در همین بازه زمانی، واردات جوی ایران از قزاقستان به ۱.۰۷میلیون تن رسید.

وارادات هنر دست ایرانیان از خارج!

هنوز ۳۷۰ نوع صنایع دستی کشور روی طاقچه صنعت خاک می‌خورد

صنایع دستی، یکی از فرصت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه موجود در کشور به شمار می‌رود که با برنامه‌ریزی مناسب و قاعده‌مند، می‌توان آن را به عرصه‌ای برای اشتغال‌زایی و توسعه هرچه بیشتر اقتصادی کشور مبدل کرد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به عنوان نقشه‌راه جامع و استراتژیک کشور برای نائل‌شدن به توسعه اقتصادی، ضرورتی است که باید مورد توجه تمامی دستگاه‌های ذی‌ربط و آحاد جامعه قرار گیرد.

یکی از مولفه‌های اساسی در حصول و تأمین اهداف از پیش تعیین شده در این خصوص به استفاده حداکثری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های بومی و داخلی معطوف می‌شود.

در این میان، صنایع دستی یکی از عرصه‌های فراخ و توانمند برای پیگیری این امر به شمار می‌رود؛ حوزه‌ای که در کنار ابعاد فرهنگی و هنری آن، از مزیت‌های اقتصادی بسیاری برخوردار است.

برخورداری از تاریخ و تمدنی چندین هزار ساله و تنوع قومی و طایفه‌ای از ویژگی‌های کم‌نظیر ایران‌زمین به شمار می‌رود که کمتر کشوری از آن برخوردار است و بالطبع برخورداری از این ظرفیت از شاخصه‌هایی است که جذابیت و توانمندی صنایع دستی ایران را صد چندان می‌کند.

در طول سالیان گذشته به کرات به موضوع فاصله‌گرفتن از اقتصاد نفتی و تلاش برای توسعه فعالیت‌های اقتصادی غیرنفتی تأکید شده، اما متأسفانه در مقام عمل، اقدامات کافی برای تحقق و حصول این امر، اجرایی نشده است که اگر غیر از این بود امروز فروش نفت، رکن اصلی درآمدزایی کشور محسوب نمی‌شد.

یکی از حوزه‌هایی که توجه و تمرکز به آن، توانایی ایران را در فاصله گرفتن از اقتصاد نفتی تقویت می‌کند به همین عرصه (صنایع دستی) بازمی‌گردد.

به‌واقع اهمیت این حوزه به میزانی است که رهبری معظم انقلاب در ابلاغ سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه در بند ۵۱ مشخصا به حمایت از صنایع دستی تأکید موکد فرموده‌اند.

توسعه فرصت‌های شغلی، با تکیه بر برنامه‌ریزی هدفمند در صنایع دستی

بدون تردید، یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های فعلی در حوزه اقتصادی و اجتماعی به معضل بیکاری معطوف می‌شود و بخش قابل توجهی از انرژی و بودجه کشور در راستای رفع این معضل صرف می‌شود که متأسفانه خروجی و نتایج حاصل شده از آن نیز آنچنان که باید مطلوب و شایسته به نظر نمی‌رسد.

در این میان، صنایع دستی از ظرفیت‌هایی به شمار می‌رود که در صورت برخورداری از برنامه‌ریزی مدون و اصولی در دو سطح خرد و کلان و حمایت هرچه بیشتر دستگاه‌های ذی‌ربط، بستری مناسب برای توسعه فرصت‌های شغلی به شمار می‌رود.

چه بسیار جوانانی که می‌توانند با آموزش صحیح و اصولی، در این عرصه مشغول به فعالیت شوند که البته در سایه چنین مشاغلی از درآمد مکفی و قابل توجهی نیز برخوردار شوند، اما حصول این امر مستلزم سیاست‌گذاری‌های صحیح و البته اجرای جدی و هدفمند آن است.

مشاغلی که با حداقل سرمایه و با دستان توانمند هنرمندان فعال در این حوزه، محصولات ارزنده‌ای را روانه بازار خواهند کرد و می‌توان با اتخاذ تدابیر هوشمندانه از این فرصت ویژه، در راستای تحقق شعار سال نیز به توفیقات بسیار نائل شد.

بنابر اعداد و ارقام موجود بیش از ۳۷۰ نوع صنایع دستی در کشور وجود دارد که در هر یک از رسته‌های موجود، می‌توان به فراخور علایق و سلایق دوستداران این صنعت، به جذب و پرورش جویندگان کار و علاقه‌مندان به فرهنگ و هنر بومی، محلی و منطقه‌ای این کشور مبادرت ورزید.

با همه این اوصاف، عرصه مذکور نیز با مشکلات و نارسایی‌هایی مواجه است که بدون رفع و حل و فصل شدن آن، امکان بهره‌برداری حداکثری از صنعت مذکور، میسر نخواهد شد؛ نارسایی‌هایی که عرصه را برای پیشرفت و توسعه بومی این صنعت سخت و دشوار ساخته است.

نیم‌نگاهی بر مشکلات و موانع پیش روی صنایع دستی در کشور

چندی پیش، شهاب طلایی، عضو هیأت علمی سیاست پژوهشی حکمت در تشریح معضلات و مشکلات پیش روی این صنعت تصریح کرد: یکی از نارسایی‌های جدی موجود در این حوزه معطوف به این واقعیت تلخ می‌شود که متأسفانه فعالان این عرصه، به نیاز مخاطب و جامعه هدف این محصول توجه نمی‌کنند و بخش اعظم تولیدات خود را بر مبنا و اساس ذوق و سلیقه شخصی خویش تولید و عرضه می‌کنند و به تعبیری می‌توان گفت مطالعات در عرصه بازاریابی و بازارشناسی این حوزه آنچنان که باید حرفه‌ای و دقیق نیست.

وی معتقد است، همین نارسایی‌ها روی حوزه صادراتی صنایع دستی نیز تأثیرگذار بوده و به نوعی باعث شده نتوانیم محصولات تولیدی مرتبط با این حوزه فعالیتی را به نحو شایسته و مطلوبی صادر کنیم.

طلایی افزود: فقدان نوآوری کافی و لازم و عدم احساس نیاز به ابزارهای روز، باعث شده بخش اعظم فعالان این حوزه با اتکا به سیستم‌های صنعتی قدیمی به فعالیت در بخش‌های مرتبط با صنایع دستی مبادرت ورزند و همین موارد، توسعه صنایع دستی در کشور را با مشکلاتی مواجه کرده است.

جریمه و مالیات در انتظار صادرکنندگان متخلف

معاون سازمان توسعه تجارت ایران از تعیین چهار شیوه برای بازگشت ارز حاصل از صادرات توسط بخش‌خصوصی خبر داد و گفت: صادرکنندگانی که نخواهند به روش‌های تعیین‌شده ارز حاصل از صادرات را به چرخه اقتصادی کشور بازگردانند، مشمول مالیات و جریمه شده و متخلف محسوب می‌شوند.

محمدرضا مودودی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: طبق مصوبه ابلاغ‌شده در زمینه بازگشت ارز حاصل از صادرات باید گفت که در این زمینه دو بخش‌خصوصی و دولتی به صورت مجزا در نظر گرفته شده‌اند.

وی گفت: در مورد شرکت‌های دولتی، شبه‌دولتی، شرکت‌های وابسته به نهادهای عمومی غیردولتی و شرکت‌هایی که تحت مدیریت دولت هستند و حداقل ۸۰درصد کل صادرات را در اختیار دارند، به این صورت است که این شرکت‌ها مکلفند ارز حاصل از صادرات خود را به دو شیوه مورد مصرف قرار دهند.

معاون سازمان توسعه تجارت گفت: بر این اساس این شرکت‌ها، ملزم شده‌اند ارز صادراتی خود را برای تأمین مواد مورد نیاز خود استفاده کنند یا اینکه آن را از طریق سامانه نیما به نظام بانکی و ارزی کشور وارد کنند، اما مجاز به واگذاری پروانه صادراتی خود به غیر نیستند.

مودودی در ارتباط با بخش‌خصوصی نیز گفت: اما در مورد بخش‌خصوصی می‌توان گفت که این بخش اقتصادی که شاید بیش از ۲۰درصد صادرات غیرنفتی را در اختیار نداشته باشد، به چهار شیوه می‌توانند ارز حاصل از صادرات را به کشور بازگردانند.

معاون سازمان توسعه تجارت ایران در توضیح این مطلب افزود: صادرکنندگان بخش‌خصوصی باید ارز خود را با قیمت ۴۲۰۰ تومان مصوب از طریق بانک‌ها یا صرافی‌های مجاز به نظام بانکی کشور بازگردانند یا اینکه اگر بدهی ارزی به دولت دارند، آن را از این طریق تسویه کنند یا معادل میزان صادرات مندرج در پروانه صادراتی‌شان، واردات داشته باشند و یا کد اظهارنامه صادراتی خود را در اختیار یک واردکننده غیر قرار دهند تا از این طریق ارز حاصل از صادرات برای واردات صرف و ثبت سامانه شود.

واردات کالاهای لوکس با ارز صادراتی به‌صرفه نیست

مودودی در پاسخ به این سوال که آیا با این شیوه بی‌نظمی در بحث واردات و صادرات کشور ایجاد نمی‌شود و واردات کالاهای غیرضروری صورت نمی‌گیرد؟ گفت: باتوجه به روندی که برای واردات تعیین شده از طریق تعرفه‌گذاری و سایر محدودیت‌های قانونی و مقرراتی که بر واردات اعمال شده است، مدیریت واردات صورت می‌گیرد و ارز صادراتی توجیهی برای واردات اقلام غیرضروری و لوکس نخواهد داشت. به عنوان مثال کالاهایی که در کشور نیاز کمتری به آنها وجود دارد و غالبا لوکس هستند و برای واردات تعرفه ۵۵درصدی و عوارض گمرکی بالا دارند، طبیعی است که در چنین شرایطی برای صادرکنندگان ورود به این عرصه‌ها صرفه اقتصادی و جذابیتی نخواهد داشت.

معاون سازمان توسعه تجارت ادامه داد: در هر صورت معمولا صادرکنندگان ما واردکننده نیستند. اما زمانی که در سامانه نیما اظهارنامه خود را بارگذاری می‌کنند، بخشی از واردکنندگان علاقه‌مند به احصای دلار، با آنها لینک خواهند شد و از ظرفیت صادراتی آنها به نفع واردات بهره می‌برند و از طریق پروانه صادراتی آنها واردات خود را انجام می‌دهند که با این شیوه، مشکلی برای واردکننده و صادرکننده ایجاد نخواهد شد، چراکه فرآیند تجاری ما و تراز تجاری کشور گویای آن است که معمولا بیش از واردات در کشور صادرات صورت می‌گیرد و واردکنندگان به‌طور طبیعی نیاز به آن دارند که ارز خود را از یک منشأ رسمی و مشخص تأمین کنند.

سیاست جدید ارزی برای جلوگیری از سوءاستفاده سفته‌بازان است

وی در پاسخ به این سوال که با این وجود در نهایت مشکل صادرکنندگان پابرجا باقی مانده و آنها ملزم می‌شوند ارز حاصل از صادرات خود را به قیمت ۴۲۰۰ تومانی در اختیار دولت قرار دهند، درحالی‌که نرخ ارز در بازار غیررسمی کشور حدود ۶۲۰۰ تومان و حتی بالاتر برآورد می‌شود؟ توضیح داد: وضعیت ارزی جدید برای جلوگیری از سوءاستفاده سفته‌بازان ارزی شکل گرفته و هدف از سامانه فقط شفاف‌سازی تجارت است. به هر حال از سوی دولت یک نرخ رسمی برای دلار اعلام شده و براساس آنچه از سوی بانک مرکزی نرخ منطقی دلار بوده، قیمت‌گذاری صورت گرفته است.

ضرر در انتظار صادرکنندگانی که دلارشان را از مجاری تعریف‌شده وارد کشور نکنند

مودودی ادامه داد: آمار دو ماهه هم نشان می‌دهد که به همان اندازه که از کشور صادرات صورت می‌گیرد، واردات هم داریم و اگر روند در نظر گرفته‌شده به‌طور درست اجرا شود، ارز حاصل از صادرات برای تأمین مواد اولیه و واردات کافی خواهد بود. اکنون صادرکنندگان باید به این نکته توجه داشته باشند که در صورت عدم ورود ارز آنها از مجاری تعریف‌شده، تأمین مواد اولیه با ارز آزاد و غیررسمی انجام خواهد شد و همین مسئله موجب می‌شود قیمت تمام‌شده برای صادرکنندگان بالا رود و در نهایت باز آنها هستند که از این وضعیت متضرر می‌شوند، به همین دلیل باید نوعی همگرایی و همراهی بین دولت و بخش‌خصوصی شکل بگیرد.

اخبار

تعرفه سنگ‌آهن باید به جیب معدن بازگردد

شیب نزولی صادرات سنگ‌آهن در چند سال گذشته

عضو کمیسیون معادن اتاق بازرگانی اصفهان گفت: در صورتی‌که تعرفه سنگ‌آهن در خزانه دولتی ذخیره شود، نه‌تنها نفعی برای بازار معدن کشور ندارد، بلکه موجب افول معادن می‌شود. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، اکنون عمده تولیدکنندگان سنگ‌آهن ترجیح می‌دهند مواد اولیه واحدهای تولید فولاد در داخل کشور را تأمین کنند و با توجه به قیمت‌های جهانی این محصول، معدن‌داران تمایل چندانی به صادرات ندارند. در عین حال به‌دلیل بهره‌گیری واحدهای فولادی کشور از روش قوس الکتریکی، سنگ‌آهن به‌طور مستقیم برای این واحدها قابل استفاده نیست و تنها کارخانه ذوب‌آهن اصفهان به روش کوره بلند محصول شمش تولید می‌کند که نیاز به سنگ‌آهن دارد که آن هم تاکنون تأمین شده است، بنابراین برخی معادن، محصول سنگ‌آهن مازاد دارند و یا به دلیل عیار پایین برای مصرف داخل مناسب نیست و تنها راه آن صادرات این محصول است. در سال‌های گذشته، واحدهای بزرگ معدنی از جمله چادرملو اقدام به تکمیل زنجیره تولید کرده‌اند و تولیدات خود را از مرحله استخراج سنگ‌آهن تا فرآوری به‌طور کامل انجام می‌دهند، اما برای توسعه واحدهای صنعتی خود نیاز به منابع مالی دارند که بخش از آن می‌تواند از طریق صادرات مازاد محصول سنگ‌آهن تأمین شود. همچنین بسیاری از معادن کوچک سنگ‌آهن کشور محصولی با عیار پایین دارند که مصرف داخلی ندارد و باید به صادرات بیندیشند، اما با وضع تعرفه ۱۵درصدی قطعا صادرات مقرون به صرفه نخواهد بود که در این صورت هم تکمیل طرح‌های توسعه به تعویق می‌افتد و هم موجب تعطیلی بسیاری از معادن می‌شود. از سوی دیگر بسیاری از فعالان معدنی معتقدند؛ واریزی تعرفه سنگ‌آهن به خزانه دولتی نه‌تنها موجب پیشرفت صنایع معدنی نمی‌شود بلکه در بلندمدت آسیب‌های جدی به معادن سنگ‌آهن کشور وارد خواهد آورد. در همین راستا با دو تن از فعالان خصوصی بخش معدن به گفت‌وگو پرداخته‌ایم؛

تعرفه سنگ‌آهن، باید به جیب معدن بازگردد

شهریار شعبانی، عضو کمیسیون معادن اتاق بازرگانی اصفهان اظهار کرد: تعرفه و عوارض به هر نوعی برای صادرات سنگ‌آهن می‌تواند به نوعی مثمرثمر باشد، اما با توجه به اینکه ما زیرساخت‌های لازم را برای این کار نداریم، قطعا به ضرر بخش‌خصوصی خواهد بود. وی افزود: امروز زمزمه‌هایی در این حوزه به گوش می‌رسد و نگرانی بخش‌خصوصی بیش از پیش شده، زیرا در سال‌های گذشته عوارض سنگ‌آهن به خزانه دولتی ریخته شده و هیچ منفعتی برای بخش‌خصوصی معدن نداشته است. شعبانی تأکید کرد: باید بگذاریم بازار مسیر خود را پیدا کند و اکنون اگر تعرفه‌ها دریافت شده و در خزانه دولتی ذخیره شود، نه‌تنها نفعی برای بازار معدن کشور نخواهد داشت بلکه موجب افول معادن کشور خواهد شد. عضو کمیسیون معادن اتاق بازرگانی اصفهان گفت: اگر این پول‌ها در بخش معدن هزینه شود موجب رشد فولادی‌ها و معدنی‌ها شده و در کنار آن به رونق اقتصادی کمک خواهد کرد.

علیرضا سیاسی‌راد، دبیر انجمن سنگ‌آهن ایران گفت: بازار داخلی به دلیل فعال‌شدن تعدادی از طرح‌های کنسانتره و گندله، شاهد شکل‌گیری تقاضاهای جدیدی بوده و هرچند هنوز مکانیزم قیمت‌گذاری مشخصی شکل نگرفته است، اما شاهد فعالیت مداوم بورس کالا در حوزه سنگ‌آهن هستیم. سیاسی‌راد تصریح کرد: از آنجایی که معادن، شرکت‌ها و کارخانجات فعال در این حوزه دولتی بودند و مدت کوتاهی است که روند خصوصی‌شدن شتاب گرفته، ضوابط مشخصی در این حوزه شکل نگرفته است. دبیر انجمن سنگ‌آهن بیان کرد: پیشنهاد انجمن، استفاده از بورس کالاست تا قیمت‌ها شفاف شده و بتوانیم از ظرفیت‌های بورس در جهت تقویت تولیدکنندگان فولاد و سنگ‌آهن بهره ببریم. سیاسی‌راد اضافه کرد: بعد از بحران افت قیمت در سال ۱۹۹۴، یک گرایش عمومی طبیعی از سمت فعالان سنگ‌آهن به وجود آمد و آنها به سمت سرمایه‌گذاری در تولید مراحل بالاتر همچون کنسانتره و گندله حرکت کردند که در نتیجه در حوزه تأمین سنگ‌آهن، دچار مشکل شدیم.

واردات رسمی ایران از ترکیه ۱۰درصد کاهش یافت

واردات رسمی ایران از ترکیه در چهار ماهه نخست ۲۰۱۸ با افت ۱۰.۳درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۹۴۵ میلیون دلار رسید.

به گزارش تسنیم، آمارهای منتشرشده توسط اداره آمار ترکیه نشان می‌دهد مبادلات تجاری ایران با این کشور در چهار ماهه نخست سال جاری میلادی رشد ۲درصدی داشته است. مبادلات تجاری ایران و ترکیه در چهار ماهه نخست سال جاری میلادی ۳.۶۲۵ میلیارد دلار اعلام شده است. این رقم در چهار ماهه نخست سال قبل ۳.۵۵میلیارد دلار بوده است. براساس این گزارش صادرات ترکیه به ایران در ماه‌های ژانویه تا آوریل ۲۰۱۸ با کاهش ۱۰.۳درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل مواجه شده و به ۹۴۵ میلیون دلار رسیده است. ترکیه در ماه‌های ژانویه تا آوریل سال قبل ۱.۰۵میلیارد دلار کالا به ایران صادر کرده بود. واردات ترکیه از ایران در چهار ماهه نخست امسال رشد ۷درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل داشته است. ترکیه در ماه‌های ژانویه تا آوریل سال قبل ۲.۵ میلیارد دلار کالا از ایران وارد کرده بود که این رقم در مدت مشابه امسال به ۲.۶۸ میلیارد دلار افزایش یافته است.

اخبار

بازار ایران برای برندهای خارجی مهم است

بسته شدن سامانه ثبت سفارش هوشمندی دولت بود

چنانچه روند مذاکرات توسط دولت با سرعت بیشتری پیش می‌رفت امروز شاهد حضور برندهای بیشتری در حوزه خودروسازی کشور و واردات به شرط تولید می‌بودیم.

محمد مرتضایی، کارشناس بازار خودرو در گفت‌وگو با پرشین خودرو، با بیان این مطلب گفت: پس از برجام شرکت‌های خارجی، ایران را به عنوان بزرگ‌ترین پتانسیل سرمایه‌گذاری در حوزه خودرو انتخاب کردند و بسیاری از ایشان که در ۴۰ سال گذشته حتی حاضر به مذاکره با ایران نبودند این انگیزه را پیدا کردند که پای میز مذاکره با ما بنشینند.

وی ادامه داد: ایران به عنوان بزرگ‌ترین بازار خودرو در خاورمیانه و حتی حوزه GCC شناخته می‌شود و این مهم را برندهای مطرح خودرویی به نیکی دانسته و درک کرده‌اند.

مرتضایی تأکید کرد: در حوزه خودروهای سبک برخی کشورهای منطقه توانایی رقابت با ما را دارند، اما در حوزه خودروهای سنگین کل کشورهای خاورمیانه در یک سو و ایران در سوی دیگر قرار می‌گیرد. به همین دلیل ما دارای یک ظرفیت بسیار بزرگ برای تولید و سرمایه‌گذاری شرکت‌های بزرگ هستیم.

وی با اشاره به این مطلب که روند مذاکرات خودرویی در پسابرجام بسیار کند پیش رفت، گفت: با تمام کندی مذاکرات، بسیاری از قراردادهای ما اجرایی شد اما برخی تفاهم‌های بزرگ به یک باره ناکام ماند که از آن جمله می‌توان به قراردادهای فولکس و بنز اشاره کرد که تا ورود سرمایه نیز پیش رفتند اما به یک باره همه چیز متوقف شد!

این کارشناس بازار خودرو افزود: البته بروز برخی شایعات در خصوص برجام در ناکام ماندن برخی تفاهمات و قراردادها مؤثر بود و البته این حرف و حدیث‌ها امروز به واقعیت تبدیل شده و گویی شرکای خارجی قبل از ما از این رخداد با خبر بودند.

این فعال حوزه خودرو در خصوص کارهایی که دولت در این زمان می‌تواند برای خنثی کردن تأثیر خروج آمریکا از برجام انجام دهد، گفت: هوشمندی دولت از همان سال گذشته در مورد برجام مشخص شد. شک نکنید که بسته شدن سامانه ثبت سفارش خودرو، هوشمندی دولت برای مواجهه با چنین روزی بود.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: دولتی‌ها می‌دانستند خروج آمریکا از برجام بالاخره اتفاق می‌افتد و از این رو با توجه به حجم بسیار زیاد خروج ارز از کشور توسط واردکنندگان خودرو این سامانه را بستند تا هم از خروج ارز و هم از امنیت ملی کشور محافظت کنند.

تعطیلی ۵۰ واحد قطعه‌سازی خودرو

اگر قیمت قطعات تولیدی بین ۳۰ تا ۳۵ درصد افزایش نیابد پیش‌بینی می‌کنیم ظرف یک ماه آینده ۲۰۰ واحد قطعه‌سازی دیگر تعطیل شوند.

دبیر انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی گفت: به دلیل رشد شدید قیمت مواد اولیه و دیگر هزینه‌های تولید، ۵۰ واحد قطعه‌سازی در هفته‌های اخیر تعطیل شده‌اند.

آرش محبی‌نژاد در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: در چند ماه اخیر قیمت مواد اولیه صنعت قطعه‌سازی به‌طور میانگین ۴۰ درصد افزایش داشته است. همچنین هزینه‌های حمل و نقل، حقوق و دستمزد و نرخ ارز نیز با افزایش همراه بوده است.

وی با بیان اینکه به همین دلیل در حال حاضر تمام واحدهای قطعه‌سازی فعال با زیان به فعالیت خود ادامه می‌دهند، خاطرنشان کرد: اگر قیمت قطعات تولیدی بین ۳۰ تا ۳۵ درصد افزایش نیابد پیش‌بینی می‌کنیم ظرف یک ماه آینده ۲۰۰ واحد قطعه‌سازی دیگر تعطیل شوند.

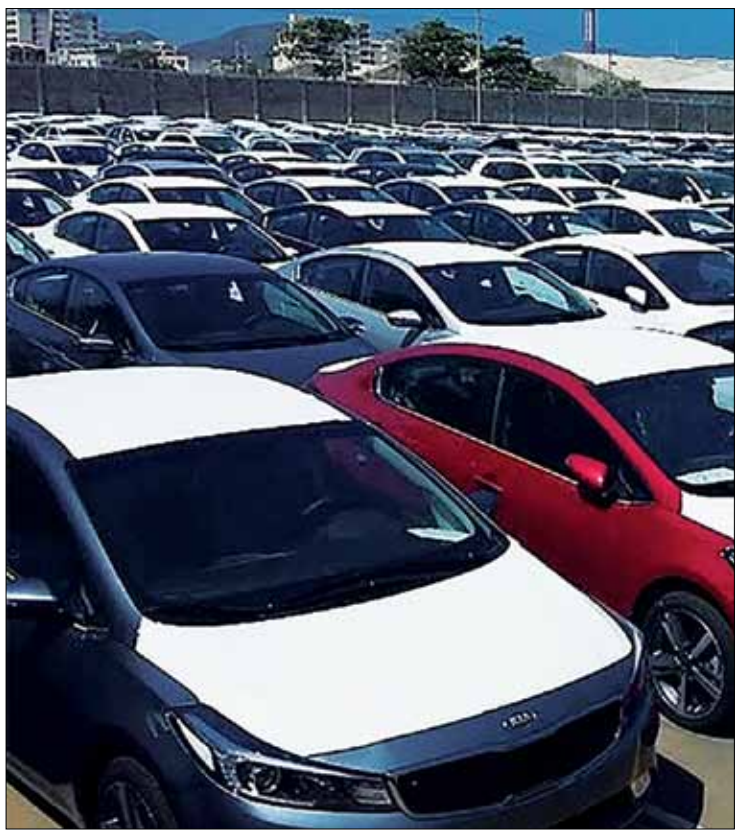
دبیر انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی ادامه داد: مشکل در حال حاضر این است که خودروسازان به این دلیل که دولت مانع از افزایش قیمت خودروها شده از افزایش قیمت قطعات دریافتی از قطعه‌سازان خودداری می‌کنند؛ درحالی‌که مشکلات بین صنعت خودرو که یک صنعت دولتی است و دولت، باید بین خودشان حل شود و نباید به بخش‌خصوصی منتقل شود.

وی افزود: ۹۰ درصد تولیدکنندگان مواد اولیه صنعت خودرو و قطعه شامل تولیدکنندگان مس، آلومینیوم، فولاد و پتروشیمی، دولتی هستند و همه این واحدها نیز در هفته‌های اخیر افزایش قیمت داشته‌اند، اما قطعه‌سازان که مصرف‌کننده همین مواد اولیه هستند، به سد خودروسازان برخورده‌اند و با درخواست افزایش قیمت آنها موافقت نمی‌شود. در این شرایط این پرسش مطرح است که اگر افزایش قیمت بد است چرا از افزایش قیمت مواد اولیه دولتی این صنعت جلوگیری نشده است؟

محبی‌نژاد با بیان اینکه اگر خودروسازان به دلیل ممانعت از افزایش قیمت خودروها قادر به افزایش قیمت قطعات دریافتی نیستند زیان آن نباید متوجه قطعه‌سازان شود، تصریح کرد: قطعه‌سازان بنگاه‌های اقتصادی متعلق به بخش‌خصوصی هستند و طبیعتا تا مدت محدودی قادر به ادامه فعالیت با زیان هستند و با ادامه وضعیت فعلی همه ورشکست خواهند شد.

وی اظهار کرد: دود ورشکستگی و تعطیلی واحدهای قطعه‌سازی در نهایت به چشم مردم و مصرف‌کنندگان خودرو خواهد رفت زیرا در آن صورت شاهد کاهش تیراژ و کیفیت خودروهای تولیدی همزمان با افزایش شدید قیمت‌ها در بازار خواهیم بود.

تحریم‌های احتمالی چقدر در قیمت خودرو تأثیر دارد؟



افزایش قیمت کالاها و خدمات این روزها به گونه‌ای روند صعودی به خود گرفته که گویی مسابقه‌ای در میان است. این امر در صنایع تولیدی اما شدت بیشتری پیش گرفته شده تا جایی که با هر نوسان قیمتی در نرخ ارز، بلافاصله افزایش قیمت‌ها اعمال می‌شود. حال اگر شرایط تحریمی جدید از سوی آمریکا برای ایران رقم بخورد، این پرسش مطرح است که دولت چگونه در این شرایط، قیمت‌ها را کنترل خواهد کرد؟

به گزارش پدال نیوز، از ابتدای امسال و با افزایش نرخ ارز تا اواسط اردیبهشت‌ماه که آمریکا بر سر موضعش همچون خروج از برجام تأکید کرد؛ صنایع، تولیدات و خدمات در کشور با فراز و فرود قیمتی مواجه شدند. در این میان برخی تولیدکنندگان به واسطه افزایش نرخ ارز و خرید دو برابری مواد اولیه افزایش دو برابری قیمت را تجربه کردند و برخی دیگر نیز توان ادامه فعالیت را نداشتند و کم‌کم از تولید خداحافظی کردند.

در همین بین تولیدکنندگان قطعات خودرو و خودروسازان نیز عقب نماندند و هر یک متحمل افزایش هزینه‌هایی شدند که در نهایت مشتریان تاوان اصلی آن را دادند و این روند نیز همچنان ادامه دارد. حال هر چه می‌گذرد نه‌تنها شرایط بهتر نمی‌شود، بلکه فشارهای اقتصادی بر صنایع تولیدی به‌ویژه صنعتی استراتژیک همچون قطعه‌سازی و خودروسازی بیشتر می‌شود، چراکه در تحریم‌های پیشین، صنعت خودروسازی در رده‌های نهم و دهم قرار داشت و اکنون اولویت تحریم‌های آمریکایی قرار گرفته است.

حال این پرسش مطرح است که با اعمال فشار دور جدید تحریم‌ها برای ایران، دولت به عنوان نماینده خودروسازان و دارای دو خودروساز داخلی، باید چگونه فشارهای ناشی از تحریم‌ها را از صنعت خودروسازی دور کند و در نهایت دولت چگونه می‌تواند قیمت‌ها را در زمان تحریم‌ها کنترل کند؟ آیا اصلاً قیمت‌ها کنترل شدنی هستند یا صنعت خودروسازی باید همچنان سوار بر موج نرخ ارز و نوسانات ناشی از آن حرکت کند؟ همچنین این پرسش مطرح است که به‌طور کلی نقش دولت در تسهیل شرایط تولید برای صنایع سودآور همچون خودروسازی چیست؟

مرتضی عمادزاده- عضو هیأت علمی سازمان مدیریت صنعتی- در این زمینه به خودروکار می‌گوید: «تا زمانی‌که کالایی با نیازهای روزمره و ارتزاق مردم در ارتباط نباشد، ورود دولت به قیمت‌گذاری و تنظیم بازار مناسب دیده نمی‌شود.»

او می‌افزاید: «وقتی که در صنایع، کالایی به عنوان کالای استراتژیک نباشد، اساساً نباید دولت هم نقشی در تنظیم بازار و قیمت آن ایفا کند. از این رو باید بازار را به دست نیروهای عرضه و تقاضا بسپارد، که این نیروها خود قیمت‌ها را معین کنند و بتواند آنچنان موجب تقویت خودروسازان شوند که نه‌تنها از تحریم‌ها مشکلی را متحمل نشوند، بلکه صادرات آنها نیز بهبود یابد.»

عضو هیأت علمی سازمان مدیریت صنعتی تأکید می‌کند: «قیمت‌گذاری و تعیین قیمت در بازار خودرو نیز باید همانند سایر کالاها به خود بازار واگذار شود.»

به گفته عمادزاده، مگر دولت برای تعیین قیمت لوازم خانگی وارد عمل می‌شود که برای خودرو این کار را انجام دهد؟

او ادامه می‌دهد: «به نظر می‌رسد یکی از اقداماتی که باعث افزایش این دست مشکلات می‌شود، دولتی بودن صنعت خودروسازی ایران است که باید برای مهار این مشکلات، قیمت‌گذاری به دست بازار سپرده شود، چرا که بازار قیمت خودرو را معین می‌کند و کالاهایی که قوت غالب مردم نیست و عنوان کالای استراتژیک ندارد، نباید با دخالت دولت نیز همراه شود.»

چالش‌های پیش پای کنترل قیمت‌ها چیست؟

عبداله بابایی – کارشناس صنعت خودرو نیز درباره چگونگی کنترل قیمت‌ها از سوی دولت در شرایط تحریمی می‌گوید: «به‌طور طبیعی هر محصولی برگرفته از مواد اولیه تولید می‌شود که ۷۵ درصد آن کالا مواد اولیه و مابقی هزینه‌های سربار و منابع انسانی را در بر می‌گیرد. لذا اگر حواس‌مان به ۷۵ درصد تأمین مواد اولیه نباشد، قطعاً تولیدکنندگان دچار چالش می‌شوند و در مقابل قیمت تمام شده محصول بالا می‌رود. از این رو تنها دو راه پیش پای تولید کننده باقی می‌ماند، اینکه یا با قیمت تمام شده بالا تولید خود را ادامه دهد و یا چالش‌های پیش رو همچون ضرر و زیان‌ها را متحمل شود.»

او با بیان اینکه عمدتا تأمین کنندگان صنعت خودروسازی دو منبع تأمین مالی دارند، اظهار می‌کند: «دو منبع تأمین مالی صنعت خودرو یکی پتروشیمی و دیگری بورس کالا است. به‌طور کلی کالا و محصولاتی که در بورس کالا عرضه می‌شود، همانند دوره مشابه سال گذشته نخواهد بود و قطعاً با وجود مشکلات پیش رو، عرضه کمتر خواهد شد. از این رو با کاهش عرضه و در مقابل افزایش تقاضا، تولیدکننده واقعی به مواد اولیه مورد نیازش دست نمی‌یابد و در نهایت یک افزایش هزینه نیز در اینجا رخ می‌دهد، چرا که تولیدکننده مجبور به خرید مواد و تولید محصولش است.

بابایی می‌افزاید: «باید در شرایط تحریمی، دولت، بورس کالا و سایر بازارهای تحت تأثیر مواد اولیه مراقب و کنترل‌کننده عرضه کنندگان باشند، چراکه اگر نیاز واقعی بازار تأمین نشود، روز به روز به افزایش قیمت مواد و محصولات دامن زده می‌شود.»

طی دو ماه گذشته، ساماندهی بازار خودرو از سوی مجلس و قیمت‌گذاری خودروهای زیر ۴۵ میلیون تومانی از سوی شورای رقابت در صف انتظار است تا شاید بتوانند بازار خودرو را تاحدی متعادل کنند. اما به گفته کارشناسان و صاحب‌نظران بازار خودرو، اگر دولت دستش را از نظارت مستقیم بر قیمت‌گذاری خودرو کوتاه‌تر کند و فرصتی برای تعیین قیمت خودرو به بازار دهد، شاید حال و روز قیمت‌گذاری خودرو و رقابت واقعی‌تر در بازار رقم خورد.

فاز دوم توقف خط تولید، بیخ گوش خودروسازان

پس از توقف خط تولید ۲۳ مدل خودرو در فاز اول اجرای استانداردهای ۸۵گانه خودرویی، کمتر از یک ماه تا اجرای فاز دوم این طرح باقی مانده و در تیر امسال مشخص خواهد شد چه تعداد خودروی دیگر با توقف خط تولید روبه‌رو می‌شوند.

به گزارش ایسنا، اسفندماه سال ۱۳۹۵ بود که سازمان ملی استاندارد ایران از افزایش تعداد استانداردهای خودرویی از ۵۵ به ۸۵ مورد خبر داد و اعلام کرد که براساس تفاهم‌نامه‌ای بین این سازمان و وزارت صنعت، معدن و تجارت ارتقای این استانداردها از نظر تعداد و کیفیت مطرح شده است؛ موضوعی که بر اساس مصوبه شورای سیاست‌گذاری خودرو با حضور وزیر وقت صنعت، معدن و تجارت، رئیس سازمان ملی استاندارد، خودروسازان و قطعه‌سازان در دستور کار قرار گرفت.

براساس زمان‌بندی صورت گرفته باید تا ابتدای دی‌ماه سال گذشته ۶۱ مورد استاندارد خودرویی اجرایی می‌شد و پس از آن تا ابتدای تیرماه سال ۱۳۹۷ دو مورد به ۶۱ استاندارد قبلی اضافه شده و در نهایت با اضافه شدن ۲۲ مورد استاندارد خودرویی دیگر تا دی ماه سال ۱۳۹۷، تعداد استانداردهای اجباری خودروهای سواری به ۸۵ مورد افزایش می‌یافت.

بنابراین اگر خودرویی نمی‌توانست تا ابتدای دی‌ماه پارسال ۶۱ مورد استاندارد تعیین شده را رعایت کند، در اولین مرحله از اجرای مصوبه مربوطه با توقف خط تولید روبه‌رو می‌شد، این در حالی است که دو مورد استاندارد خودرویی دیگر به این ۶۱ مورد از ابتدای تیر ماه سال آینده اضافه می‌شود و اگر خودرویی نتواند این دو مورد را رعایت کند با توقف خط تولید در تیرماه سال جاری روبه‌رو می‌شود.

گفتنی است در فاز اول اجرای استانداردهای ۸۵گانه خودرویی، در ابتدای دی ماه سال گذشته، ۲۳ مدل خودرو با توقف خط تولید روبه‌رو شدند و برای اجرای فاز دوم این طرح کمتر از یک ماه فرصت باقی است.

پیش از این نیره پیروزبخت-رئیس سازمان ملی استاندارد ایران- در پاسخ به اینکه چه تعداد خودرو در فازهای دوم و سوم اجرای طرح استانداردهای ۸۵ گانه خودرویی که به ترتیب در تیرماه و دی‌ماه سال ۱۳۹۷ اجرایی می‌شود، با توقف خط تولید مواجه می‌شوند، اظهار کرده بود که در فاز اول اجرای استانداردهای ۸۵گانه خودرویی ۲۳ مدل خودرو با توقف خط تولید روبه‌رو شدند و به ترتیب در فازهای دوم و سوم اجرا که در تیرماه و دی‌ماه سال ۱۳۹۷ اجرایی می‌شود، مجددا برخی مدل‌های خودرویی خط تولیدشان متوقف خواهد شد.

وی با بیان اینکه ما پیش‌بینی خود را انجام داده‌ایم، اما فعلاً قصد نداریم نام و تعداد این خودروها را اعلام کنیم، خاطرنشان کرده بود که بر اساس پیش‌بینی صورت گرفته در فاز دوم رعایت استانداردهای ۸۵گانه خودرو که تیرماه سال ۱۳۹۷ اجرا می‌شود دو مدل خودروی دیگر با توقف خط تولید روبه‌رو شوند.

پیروزبخت با بیان اینکه در مورد فاز سوم این طرح که دی‌ماه خواهد بود، قصد اعلام پیش‌بینی از تعداد خودروهایی که با توقف خط تولید روبه‌رو می‌شوند را نداریم، تأکید کرده بود که این مسئله شائبه‌برانگیز است و ابهاماتی را ایجاد خواهد کرد؛ بنابراین نه نام این خودروها و نه تعداد آنها را اعلام نمی‌کنیم و در نهایت هم امیدوار هستیم که خودروها بتوانند استانداردهای لحاظ شده را رعایت کنند و خط تولید هیچ خودرویی متوقف نشود.

حال باید دید درحالی‌که کمتر از یک ماه تا اجرای فاز دوم اجرای طرح استانداردهای ۸۵ گانه خودرویی باقی مانده است، در نهایت چه تعداد خودروی دیگر موفق نخواهند شد ۶۳ استاندارد اعلامی را رعایت کنند و با توقف خط تولید روبه‌رو می‌شوند؟

ترامپ واردات خودروهای آلمانی را ممنوع می‌کند

ترامپ آوریل (فروردین) گذشته در گفت‌وگو با مکرون بر حفظ سیاست تجاری‌اش تأکید کرد و گفت به دنبال توقف تردد «مرسدس بنز» در نیویورک است. دولت ترامپ تحقیقاتی را آغاز کرده که هدف از آن بررسی میزان آسیب واردات خودرو به این صنعت در آمریکا است.

دونالد ترامپ، رئیس‌جمهوری آمریکا که فشار بر متحدان اروپایی‌اش را با تهدید به اعمال افزایش تعرفه واردات فولاد و آلومینیوم تشدید کرده است، این بار قصد دارد با بیرون کردن خودروسازان آلمانی از کشورش، فشارها بر اروپا را مضاعف کند.

خبرگزاری رویترز پنجشنبه با استناد به گزارش مجله آلمانی زبان ویرتشافتسووخه (Wirtschaftswoche) با اعلام این خبر افزود: خودروسازان آلمانی ۹۰ درصد از بازار خودروی آمریکا را در اختیار دارند. این مجله به نقل از برخی دیپلمات‌ها آمریکایی و اروپایی که نام‌شان فاش نشده است، افزود: ترامپ آوریل (فروردین) گذشته در گفت‌وگو با مکرون بر حفظ سیاست تجاری‌اش تأکید کرد و گفت به دنبال توقف تردد «مرسدس بنز» در نیویورک است.

دولت ترامپ تحقیقاتی را آغاز کرده که هدف از آن بررسی میزان آسیب واردات خودرو به این صنعت در آمریکا است. در بین کشورهای اتحادیه اروپا، آلمان بزرگ‌ترین صادرکننده خودرو به آمریکا است. آمریکا نیز از بزرگ‌ترین صاحبان صنایع تولید خودرو در جهان به شمار می‌رود. بر اساس آمار انجمن تولیدکنندگان خودروی اروپا (ACEA) واردات خودروهای سواری اتحادیه اروپا از آمریکا سال گذشته ۶٫۲ میلیارد یورو (۷٫۳ میلیارد دلار) بود. این اتحادیه ۳۷ میلیارد یورو به آمریکا صادرات داشته است. آمار انجمن صنعتی VDAآلمان، نیز نشان می‌دهد که خودروسازان آلمانی سال گذشته، ۸۰۴ هزار خودرو در کارخانه‌های آمریکا مونتاژ کرده‌اند. این کشور ۶۵۷ هزار خودروی دیگری به آمریکای شمالی صادر کرده است.

با تصمیم ترامپ درباره تعرفه‌های واردات فلزاتی همچون آلومینیوم و فولاد از اتحادیه اروپا؛ اقدامی که آلمان هشدار داده که این کار می‌تواند به یک جنگ تجاری مخرب منجر شود.

تحقیقات آمریکا درباره واردات وسایل نقلیه از اروپا خشم برلین را برانگیخته است. این تحقیقات ممکن است به اعمال تعرفه ۲۵ درصد علیه واردات خودرو از اروپا منجر شود. ترامپ مارس گذشته به بهانه حفظ امنیت ملی تعرفه مشابهی را علیه واردات فلزات اعمال کرد.

اخبار

نرخ‌های جدید کرایه تاکسی تهران از ۱۲ خرداد اعمال می‌شود

مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهر تهران گفت نرخ کرایه تاکسی سال ۹۷ با ۱۲٫۵ درصد افزایش در خطوط مختلف شهر تهران از ۱۲ خرداد (امروز) اعمال می‌شود.

به گزارش ایرنا، علیرضا قنادان با بیان اینکه حدود ۸۰ هزار برچسب نرخ جدید کرایه چاپ و بین رانندگان توزیع شده، افزود: این برچسب‌ها باید روی شیشه جلو تاکسی‌ها نصب و مبنای جدید پرداخت کرایه‌ها در سال جاری است.

قنادان ادامه داد: مبنای پرداخت کرایه تاکسی در خطوط مختلف شهر تهران نرخ اعلام شده در برچسب‌های نصب شده بر روی تابلوهای خطوط و شیشه جلو تاکسی‌ها است.

به گفته وی، اعمال نرخ‌های جدید کرایه تاکسی در خطوطی که سامانه پرداخت الکترونیکی و موبایلی در آنها راه‌اندازی شده است از طریق سامانه مرکزی انجام خواهد شد.

مدیرعامل سازمان تاکسیرانی تهران با بیان اینکه مصوبه نرخ کرایه تاکسی امسال بر پایه مدل اقتصادی تاکسیرانی و محاسبات قیمت تمام شده سفر بوده، گفت: اعمال این نرخ‌ها برای شهروندان و تاکسیرانان به عدالت نزدیک‌تر است.

وی افزود: شهروندان تهرانی برای اطلاع از نرخ‌های سال ۹۷ علاوه بر برچسب‌های کرایه در تاکسی‌ها، تابلوهای خطوط و سامانه‌های پرداخت الکترونیکی می‌توانند به سایت سازمان تاکسیرانی به نشانی taxi. tehran. ir نیز مراجعه کنند.

به گفته مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهر تهران سامانه شکایات شهرداری تهران ۱۸۸۸ آماده رسیدگی به هرگونه مشکل شهروندان تهرانی در خصوص اجرای کرایه‌های جدید خواهد بود.

تعداد تاکسی‌های شهر تهران حدود ۸۰ هزار خودرو برآورد می‌شود.

دلیل تمایل مردم به خودروهای خارجی چیست؟

نایب‌رئیس کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی اظهار داشت چنانچه کالایی با کیفیت ایده‌آل تولید شود کشور از واردات آن کالا بی‌نیاز می‌شود، این امر در مورد خودرو نیز صادق است.

به گزارش پدال نیوز، هدایت‌الله خادمی افزود: با وجود اینکه در حوزه خودرو چند سالی است موضوعاتی مانند خودروی ملی، پلتفرم ملی و موتور ملی مطرح شده و مورد حمایت قرار گرفته است اما متأسفانه این حمایت‌ها نتیجه‌ای جز تغییر جزئی در کیفیت و ایمنی خودروها نداشته است، چنانچه نتایج حاصله نتوانسته است رضایت مردم را جلب کند و همچنان مردم به خودروهای خارجی تمایل دارند.

نماینده مردم ایذه و باغملک در مجلس شورای اسلامی در رابطه با تأثیر خروج آمریکا از برجام بر رونق بازار خودروهای چینی گفت: قطعاً با توجه به بزرگی و گستردگی بازاریابی چینی‌ها همچنین قیمت مناسب خودروهای چینی، پس از خروج آمریکا از برجام بازار برای حضور خودروهای چینی مهیاتر خواهد شد و این خودروها سهم بیشتری از بازار خودروی کشور را به خود اختصاص خواهند داد.

وی با بیان مزایا و معایب کاهش تعرفه خودروهای وارداتی گفت: از یک سو کاهش تعرفه خودروهای وارداتی به معنی پاسخ مثبت به ورود خودروهای خارجی و کاهش اشتغال در کشور است؛ از سوی دیگر سالهاست که خودروسازان از فرصت‌هایی که در اختیار آنها قرار داشت استفاده نکردند و نتوانستند خودروی با کیفیت و ایمنی را در اختیار مردم قرار دهند، در نتیجه باید خلاء موجود در بازار خودرو را با واردات خودروهای با کیفیت پر کرد.

خادمی در ادامه افزود: در شرایط فعلی این سؤال مطرح می‌شود که چرا مردم باید تاوان کم‌کاری یا ناتوانی خودروسازان داخلی را بپردازند؛ در نتیجه باید اجازه ورود خودروهای با کیفیت‌تر به کشور وجود داشته باشد.

افتتاح سه کارخانه جدید فولکس‌واگن برای تولید خودروهای شاسی‌بلند و برقی در چین

گروه خودروسازی فولکس‌واگن با همکاری شریک چینی‌اش گروه فاو، سه کارخانه خودروسازی در چین افتتاح خواهد کرد. به گزارش «عصر خودرو» به نقل از بلومبرگ، این اقدام در راستای تلاش‌های فولکس‌واگن برای تسلط بر بزرگ‌ترین بازار خودروی جهان صورت می‌گیرد. بر اساس بیانیه‌ای که فولکس‌واگن در این رابطه منتشر کرده است، کارخانه‌های جدید بر تولید خودروهای شاسی‌بلند و خودروهای برقی متمرکز خواهند شد.

یکی از این سه کارخانه به تازگی با معرفی خودروی جدید بورا گشایش یافته است. کارخانه بعدی در ماه ژوئن در فوشان افتتاح خواهد شد و پیش‌بینی می‌شود سومین کارخانه فعالیت خود را در ماه آگوست آغاز خواهد کرد. فولکس‌واگن و شرکای چینی‌اش بناست بیش از ۱۷ میلیارد دلار برای توسعه فناوری‌های خودروهای برقی و خودران و نیز ترویج شیوه‌های جدید حمل‌ونقل در چین سرمایه‌گذاری کنند. در چهار ماه نخست سال‌جاری میلادی، میزان فروش محصولات فولکس‌واگن در چین بیش از ۱۳درصد افزایش یافت و به یک میلیون و ۳۴۰ هزار دستگاه رسید.

نیکوکاران از کارآفرینی در ۱۱ روستای کشور حمایت می‌کنند

مدیرعامل جامعه نیکوکاری ابرار گفت خیرین عضو این جامعه نیکوکاری از ایجاد اشتغال و کارآفرینی در ۱۱ روستای کشور در سه استان کردستان، خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان حمایت می‌کنند.

به گزارش ایرنا، علی‌اصغر خامنوی خیابانی شامگاه پنجشنبه در جشن اعطای بورس تحصیلی به دانش‌آموزان و دانشجویان مستعد استان کردستان اظهار داشت: این حمایت‌ها در قالب طرح توسعه پایدار روستایی جامعه خیرین ابرار انجام می‌شود. وی افزود: این جامعه در این طرح با دولت همکاری دارد و تسهیلات مورد نیاز برای اجرای طرح‌های اشتغال‌زایی و کارآفرینی در این روستاها نیز از سوی صندوق کارآفرینی امید تأمین و پرداخت خواهد شد.

نگاه

خرید شرکت‌های فناوری‌محور و مواردی که باید مدنظر قرار بگیرند

خرید شرکت‌های فناوری محور در سال‌های اخیر رشد زیادی داشته است. شرکت‌های بزرگ برای عقب نماندن از مسیر فناوری به دنبال این خریدها هستند.

شرکت‌های بزرگ در صنایع مختلف اعم از خرده‌فروشی، هوافضا و خدمات مالی در حال جذب استعدادها و فناوری‌های جدید هستند تا ظرفیت‌های فناوری خود را افزایش داده و در مسیر تحولات آن قرار بگیرند. نکته مهم برای این شرکت‌ها این است که در جذب شرکت‌ها و استعدادهای دنیای فناوری، باید وسواس زیادی به خرج بدهند؛ چرا که علاوه بر ناآشنا بودن آنها با این دنیای جدید، جوّ ایجاد شده برای تبدیل شدن به شرکت فناوری می‌تواند مخرب باشد.

آمارها نشان می‌دهد شرکت‌های بزرگ در حال تکرار اشتباهات سال‌های ابتدایی قرن بیست‌ویک هستند. در آن سال‌ها، ترس از دست دادن فرصت ورود به دنیای فناوری باعث می‌شد که شرکت‌های سنتی قابلیت‌های استارتاپ‌ها را بیشتر از مقدار واقعی ببینند و بیش از اندازه روی آنها سرمایه‌گذاری کنند. در سال ۲۰۰۰، شرکت‌های سنتی حدود ۷۰۷ شرکت کامپیوتری و الکترونیکی را خریداری کردند که اغلب آنها با قیمت‌های نجومی خریداری شدند. در دهه بعدی، تعداد شرکت‌های فناوری‌محور خریداری شده در هر سال به‌طور میانگین ۲۶۲ عدد بوده است. آمارها نشان می‌دهد از سال ۲۰۱۵ بار دیگر روند خرید شرکت‌ها مسیری صعودی داشته است. این آمارها افزایش چهار برابری را در سال‌های اخیر نشان می‌دهد که تعداد شرکت‌های خریداری شده در طول یک سال را به بیش از ۱۰۰۰ عدد می‌رساند. نکته دیگر این که شرکت‌های فعال در دنیای فناوری، به‌طور میانگین ۲۵۰ شرکت را سالانه خریداری کرده‌اند و از سال ۲۰۱۱ نیز این آمار به ۳۵۰ شرکت فناوری‌محور در سال رسیده است. این آمارها نشان می‌دهد ۷۰ درصد از خرید شرکت‌های فناوری محور، توسط بازیگران خارج از این بازار انجام شده است. صرف‌نظر از تب ایجاد شده برای خرید شرکت‌های فناوری، سؤالی که باید از سمت خریداران مطرح شود این است که آیا فاکتورهای مورد نظر برای خرید شرکت جدید توسط آنها، با فاکتورهای دقیق غول‌های فناوری در این مورد یکسان است؟ به بیان دیگر آیا آنها توانایی شناخت ارزش واقعی این شرکت‌های جدید را دارند؟ در بسیاری از مواقع پاسخ این سؤال منفی است.

موضوعات مختلفی باعث ایجاد این تب خرید در سال‌های اخیر شده‌اند. اولین و مهم‌ترین دلیل این خریدها این است که شرکت‌های سنتی تمایل دارند تا به فناوری‌های مکمل یا مزاحم برای کسب‌وکارشان دسترسی داشته باشند. دلیل بعدی جذب استعدادهایی است که به احتمال زیاد نمی‌توانند به‌طور مستقیم استخدام کنند. این استعدادها عموما به عنوان کاتالیزورهایی برای تحول دیجیتال شرکت استفاده می‌شوند. در نهایت نیز دسترسی به بازار مشتریان بیشتر شرکت‌های فناوری، دلیل قانع‌کننده برای خرید آنها است.

اما با وجود حساس و مهم بودن فاکتورهای گفته شده، شرکت‌های سنتی در رسیدن به اهداف خود در خرید شرکت‌های فناوری‌محور شکست می‌خورند. بخشی از این شکست به خاطر ارزش دادن بیش از اندازه و پرداخت قیمت‌های ناعادلانه در خرید این شرکت‌ها است. راه‌حل این بحران، استفاده ار استراتژی‌های هوشمندانه‌تر در خرید استارتاپ‌های فناوری است. طرز تفکر جدیدی باید وارد این شرکت‌ها شود که از تکرارپذیر بودن فناوری و همچنین استعدادهای موجود در آن اطلاع داشته باشد.

شرکت‌های سنتی بزرگ باید در خرید استارتاپ‌ها سؤالاتی شبیه به غول‌های فناوری بپرسند. این شرکت‌ها در قدم اول هزینه پیاده‌سازی استراتژی‌های مشابه را بررسی می‌کنند. آنها ابتدا در استعدادهای داخلی به دنبال فرصت‌هایی برای ساخت فناوری مورد نظر در داخل شرکت می‌گردند. در مورد مشتریان نیز هزینه دستیابی به مشتریان جدید و زمان مورد نیاز برای آن بررسی می‌شود. در نهایت ارزش خرید شرکت جدید نسبت به وجود راه‌های جایگزین و هزینه و زمان پیاده‌سازی آنها مشخص می‌شود. نکته مهم این که در عموم این بررسی‌ها، ارزش فناوری ارائه شده توسط شرکت جدید بسیار ناچیز است. به‌عنوان مثال در بررسی انجام شده توسط وب‌سایت Thenextweb، هزینه توسعه فناوری اصلی شرکت‌های بزرگ دنیای فناوری همچون فیس‌بوک، توییتر، واتساپ و اوبر، چیزی بین ۵۰ هزار تا ۱.۵ میلیون دلار تخمین زده شد. این تخمین توسط مدیران شرکت‌های توسعه فناوری‌های وب و موبایل، انکوباتورها، آژانس‌های استارتاپی و آزمایشگاه‌ها محاسبه شد. این هزینه بسیار پایین‌تر از خرید شرکت‌هایی با این ابعاد است. توجه به آمارهای بالا نشان می‌دهد ارزش واقعی یک شرکت فناوری، مدل کسب‌وکاری است که پیرامون فناوری آن شکل گرفته و تکنولوژی به تنهایی ارزش زیادی نخواهد داشت. غول‌های فناوری در خرید استارتاپ‌های این حوزه، برای فناوری موجود هزینه پرداخت نمی‌کنند، آنها برای مدل کسب‌وکار قوی با قابلیت مقیاس‌پذیری و حضور در بازارهای جدید، پول پرداخت می‌کنند.

به‌عنوان مثال اوبر شرکتی بزرگ است که سرویس‌های فناوری مختلف را برای بهبود خدمات خود خریداری می‌کند. اما نکته‌ای که این شرکت را جلوتر از رقبا قرار داده، فناوری نیست. مدل کسب و کار اوبر باعث شده تا ارزش افزوده‌ای به هر دوطرف راننده و مشتری ارائه شود. اوبر در مقایسه با رقبای خود، سفرهای ارزان‌تر و سریع‌تری را به مشتریان ارائه می‌دهد، چراکه این شرکت، شبکه بزرگتری از رانندگان دارد. در نتیجه این خدمات سریع و ارزان، درخواست مشتری از این شرکت افزایش یافته و در زنجیره‌ای به هم پیوسته، تعداد رانندگان نیز افزایش می‌یابد. یکی دیگر از دلایل خرید توسط غول‌های فناوری، پایگاه‌های مشتری و تأثیرات شبکه‌ای موجود در استارتاپ‌ها است. شرکت‌های بزرگ دنیای فناوری برای این بخش هزینه‌هایی بسیار بیشتر از درآمد کنونی استارتاپ‌ها پرداخت می‌کنند، چرا که عموما تشکیل این پایگاه‌های قوی برای آنها هزینه و هدررفت زمانی زیادی خواهد داشت. به‌عنوان مثالی در این مورد، به خرید اینستاگرام و واتساپ توسط فیس‌بوک توجه کنید. این شرکت اینستاگرام را در سال ۲۰۱۲ به قیمت یک میلیارد و واتساپ را دو سال بعد به قیمت ۱۹ میلیارد دلار خریداری کرد. در زمان انجام این معاملات، کارشناسان بسیاری از این قیمت‌ها متعجب شدند چراکه فیس‌بوک به‌راحتی می‌توانست اپلیکیشن‌های اختصاصی و مشابه خود را در این بخش‌ها توسعه دهد. به‌علاوه این شرکت، استعدادهای باانگیزه زیادی در این زمینه داشت. آنچه موجب پرداخت این هزینه‌ها شد، پایگاه مشتری موجود در این سرویس‌ها بود که در اکوسیستمی با تأثیر شبکه‌ای قوی حضور داشتند. هزینه‌ای که فیس‌بوک برای این شرکت‌ها پرداخت کرد، وابسته به ارزش هر کاربر آنها و همچنین پتانسیل رشد شبکه کاربری بود. نکته جالب این که اینستاگرام در زمان فروش به فیس‌بوک هیچ درآمدی نداشت.

یکی دیگر از دلایل خرید استارتاپ‌ها، شبکه توزیع آنهاست که ساخت آن برای شرکت‌های بزرگ هزینه زیادی می‌طلبد. مایکروسافت در سال ۲۰۱۶ قیمت سرسام‌آور ۲۶ میلیارد دلار را برای شرکت متضرر لینکدین پیشنهاد داد. توجه به همین کانال‌های توزیع جدید، دلیل این خرید بود. آنها متوجه بازاری جدید از مشتریان شدند که شرکت خودشان تاکنون به آن نپرداخته بود. این خرید دسترسی به یک شبکه حرفه‌ای از ۴۵۰ میلیون کاربر را به کسب‌وکار مایکروسافت در بخش ابری داد. امروزه لینکدین به‌عنوان جواهر باارزش مایکروسافت شناخته می‌شود که یک میلیارد دلار از درآمد سه‌ماهه این غول فناوری را شامل شده و رشد کسب‌وکار ابری آن را دورقمی کرده است.

وقتی رقابت برای خرید شرکت‌های فناوری و تلاش برای کسب سریع (و میان‌بری) اعتبار دیجیتال افزایش یابد، قیمت الماس‌های واقعی این رقابت افزایش سرسام‌آور خواهد داشت. در نتیجه شرکت‌های سنتی اولین پیشنهاد قابل خرید را قبول می‌کنند. به احتمال زیاد این خرید، با نیاز خریدار هماهنگ نبوده و ارزش افزوده زیادی برای آنها نخواهد داشت. نکته مهم این که خریداران بازار فناوری باید به چیزی بیش از فناوری شرکت و استعدادهای موجود در آن نگاه کنند. همانطور که گفته شد، باارزش‌ترین دارایی، مدل کسب‌وکار است. مدل کسب‌وکار نشان می‌دهد که یک خرید، ارزش افزوده داشته یا تنها به یک بحران (مانند سال ۲۰۰۰) تبدیل خواهد شد.

منبع HBR

نخستین «شبه‌پارک علم، فناوری و مهارت» در پایتخت ساخته می‌شود

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری و رئیس سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور توافق کردند یک شبه‌پارک علم، فناوری و مهارت به‌طور آزمایشی در استان تهران راه‌اندازی شود.

به گزارش سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور، معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در این نشست گفت: آموزش‌ها باید با رویکرد آماده‌سازی محیط کسب و کار برای اشتغال جوانان با کمک شرکت‌های نوپا (استارتاپ‌ها) و توسعه بخش‌خصوصی ارائه شوند. «سورنا ستاری» افزود: باید زمینه تسهیل ورود بخش‌خصوصی برای نیازسنجی آموزشی و اجرای برنامه‌های مرتبط فراهم شود. به گزارش ایرنا، وی گفت: الگوی ارائه آموزش‌های مهارتی در کشورهای پیشرفته، اجرای این برنامه‌ها در جوار بنگاه‌های اقتصادی، صنایع و محیط واقعی کار براساس نیاز واقعی بازار کار صنعت است.

به گزارش ایرنا، پارک علم و فناوری، نهادی اجتماعی و جایگاهی برای توسعه نوآوری‌های دانش‌محور از طریق کمک به تشکیل و تقویت بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط و بخشی از راهبرد اندیشمندانه و هماهنگ برای توسعه ملی محسوب می‌شود.

پارک‌های علم و فناوری جریان دانش و فناوری را میان دانشگاه‌ها، موسسه‌های تحقیق و توسعه، شرکت‌های خصوصی و بازار به حرکت انداخته و مدیریت می‌کند و به عنوان ابزار جلب شرکت‌های مبتنی بر فناوری در سطوح بین‌المللی شناخته می‌شود.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری گفت: نظام اطلاعاتی نیازهای اشتغال و آموزش در ایران وجود ندارد و برای رفع نیازهای بازار کار برنامه‌ریزی آموزشی درستی نشده است.

وی ادامه داد: با همکاری سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور و معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری می‌توان در عرصه کسب و کار به یک الگوی حمایتی دست یافت. ستاری نقش بخش‌خصوصی در آینده صنعت را کلیدی توصیف کرد.

رئیس سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور نیز در این نشست بر اهمیت گنجاندن آموزش‌های مهارتی در آموزش‌های دانشگاهی تأکید کرد. «سلیمان پاک‌سرشت» گفت: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور به عنوان خانواده سیاستگذاری علمی و مهارتی کشور محسوب می‌شوند.

نوید آینده خوب در حوزه کسب و کار با گسترش فناوری نانو در کشور

کارشناس حوزه آب و پساب ستاد فناوری نانو با اشاره به محصولات و شرکت‌هایی که در حوزه نانو فعال شده‌اند، گفت حوزه کسب‌وکار نانو هر روز در حال گسترش است و این موضوع آینده خوبی را نوید می‌دهد. به گزارش آنا، مهندس علی زبردستی، کارشناس حوزه آب و پساب ستاد فناوری نانو، درباره توسعه این فناوری تصریح کرد: «اولویت نخست در این حوزه تربیت نیروی انسانی است که این اتفاق به خوبی رخ داده است. برای اینکه بتوانیم در صنعتی ورود کنیم، فناوری آن را داشته باشیم و در دنیا نیز حرفی برای گفتن داشته باشیم، قاعدتا باید نیروی انسانی را به عنوان پایه اولیه مورد توجه قرار دهیم، بنابراین توجه ویژه در دهه گذشته درباره تربیت نیروی انسانی بود».

وی اضافه کرد: «به لحاظ تعداد و کیفیت مقالات، ایران جایگاه قابل قبولی دارد و خیلی فراتر از برنامه‌ریزی است که قبلا انجام داده‌ایم و این به دلیل همکاری خوب بین وزارت علوم، دانشگاه‌ها و ستاد نانو است که نهایتا خروجی آن کسب موفقیت در عرصه پژوهش و تحقیق بود». کارشناس حوزه آب و پساب ستاد فناوری نانو درباره تشکیل ستادی درباره نانو گفت: «دلیل اصلی این موضوع بین‌رشته‌ای بودن فناوری نانو است. احساس می‌شد چون این فناوری جدید است، باید مورد توجه قرار گیرد. این رشته از پزشکی، نانوالکترونیک تا کشاورزی را تحت پوشش قرار می‌دهد و برنامه‌ریزی بر این شد اگر پیگیری این فناوری به صورت ستادی باشد می‌تواند خیلی موفق‌تر باشد زیرا نیاز است با بخش‌های مختلف کشور ارتباط داشته باشد و خوشبختانه امروز به اهداف برنامه‌ریزی‌شده در حوزه فناوری نانو رسیده‌ایم.» وی اشاره کرد: «در حال حاضر در ستاد فناوری نانو با توجه به تعداد بالای نیروی انسانی که در کشور در این حوزه شکل گرفته است، بیش از ۱۰ حوزه صنعتی را به صورت تخصصی در بخش نانو در حال پیگیری هستیم و برای آنها محصول ارائه می‌دهیم و حتی صادرات نیز اتفاق افتاده است. در حوزه کشاورزی، ساختمان، خودرو، نفت، پتروشیمی، آب و محیط‌زیست به صورت هدفمند از فناوری نانو استفاده می‌کنند که تحقیقات آن در مراکز رشد فناوری و پردیس‌های دانشگاه‌ها به صورت تخصصی و هدفمند پیش می‌رود.»

ارزش بازار مایکروسافت با عبور از ۷۵۰ میلیارد دلار آلفابت را پشت سر گذاشت

ارزش بازار مایکروسافت با عبور از مرز ۷۵۰ میلیارد دلار که ریشه در افزایش ارزش سهام این کمپانی دارد، از بازار آلفابت یا همان کمپانی مادر گوگل عبور کرد.

به گزارش زومیت، ارزش بازار مایکروسافت از روز گذشته به ۷۵۳ میلیارد دلار رسیده و از این‌رو ردموندی‌ها موفق شده‌اند تا در رده‌بندی با ارزش‌ترین کمپانی‌ها، از آلفابت عبور کنند. آخرین آمارهای ارائه‌شده نشان از این دارد که ارزش بازار آلفابت ۷۳۸ میلیارد دلار بوده و از این‌رو رتبه سوم باارزش‌ترین کمپانی‌ها را به مایکروسافت واگذار کرده است.

اپل همچنان نام خود را به عنوان باارزش‌ترین کمپانی جهان در رده یک قرار داده است. کوپرتینویی‌ها با ارزش بازار بیش از ۹۰۰ میلیارد دلاری در مسیر دست‌یافتن به ارزش بازار یک‌تریلیون دلاری هستند و در این مسیر با آمازون رقابت می‌کنند که هم‌اکنون در رتبه دوم قرار دارد. اپل و آمازون به ترتیب با ارزش بازار ۹۲۳ و ۷۸۲میلیارد دلاری رقابتی سخت برای رسیدن به عنوان اولین کمپانی تریلیون دلاری جهان دارند.

گوگل و مایکروسافت در سال‌های گذشته نیز همواره با تغییراتی که در ارزش سهام خود دیده‌اند، شاهد بالا و پایین‌شدن جایگاه از نظر ارزش بازار بوده‌اند. گوگل در سال ۲۰۱۵ میلادی با تغییراتی که در ساختار کمپانی ایجاد شد، به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های کمپانی آلفابت به فعالیت خود ادامه می‌دهد.

علاوه بر رده‌بندی باارزش‌ترین کمپانی‌های جهان، دو کمپانی آمازون و آلفابت یا به بیان بهتر گوگل در زمینه‌های مختلفی با یکدیگر رقابت می‌کنند که از جمله آنها باید به هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و دستیارهای هوشمند صوتی و البته رایانش ابری اشاره کرد.

بخش‌خصوصی خواستار اجرای قانون فضای کسب و کار است

عضو هیأت رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع و کشاورزی ایران گفت: یکی از خواسته‌های اصلی بخش‌خصوصی اجرای قانون مستمر کسب و کار توسط دولت است. به گزارش ایرنا، حسین پیرموذن روز پنجشنبه در حاشیه اولین گردهمایی فعالان صنعت پخش استان اردبیل در گفت‌وگو با خبرنگاران افزود: یکی از افتخارات اتاق ایران پیشنهاد اجرای قانون مستمر کسب و کار به دولت در سال ۹۱ با هدف نظام‌مند شدن تشکل‌ها بود که متأسفانه تاکنون این قانون اجرا نشده است.

وی اظهار داشت: براساس این قانون دولت مکلف بود تا در روند ایجاد تشکل‌های صنوف مختلف نقش مثبت و تأثیرگذاری را در حمایت از بخش‌خصوصی و اتاق بازرگانی داشته باشد.

یادداشت

چگونه استارتاپ «اوبر» صنعت تاکسی‌رانی را به چالش کشید؟

مترجم: طاهره منیری شریف
کارشناس ارشدMBA

اگر در شهرهای بزرگ یا هر جای دیگر زندگی می‌کنید به احتمال زیاد از محبوبیت روزافزون «اوبر» مطلع هستید؛ شرکتی که خدمات مسافربری از طریق گوشی‌های تلفن همراه هوشمند را ارائه می‌دهد. این شرکت در سان‌فرانسیسکو توسط «تراویس کالانیک» و «گرت کمپ» تأسیس شد. آنها ضمن ابداع نرم‌افزاری کاربردی، در سال ۲۰۱۰ سایت‌شان را راه‌اندازی و رانندگانی را در سان‌فرانسیسکو استخدام کردند. از آن به بعد اوبر در ۲۵۰ شهر جهان گسترش یافت. تنها مشکلی که وجود داشت چالش‌های قانونی و نظارتی بود. رانندگان تاکسی‌های قدیمی در برابر شیوه جدید حمل مسافر از خود مقاومت نشان می‌دادند. تعدادی از افراد هم در چندین شهر از این نوآوری تقلید کردند. هرچند مشکلات نظارتی قابل توجه هستند ولی این شیوه نوآورانه در سفارش تاکسی، صنعت تاکسی‌رانی قدیمی را به چالش و مبارزه واداشت.

با اینکه احتمالا هزینه تاکسی معمولی ارزان‌تر به‌نظر می‌رسد، ولی مزیت رقابتی بزرگ اوبر «پیشنهادات» آن است نه «قیمت». اپلیکیشن این شرکت قابلیت‌های ساده‌ای دارد که می‌تواند سه منفعت را برای مشتری فراهم کند:

۱ – سهولت استفاده

– فرآیند سفارش را ساده می‌کند (سفارش تاکسی بدون سر و صدا، بدون تماس و بدون جست‌وجو)

– کاهش عدم قطعیت نسبت به دریافت تاکسی در زمان و مکان مشخص (دیگر نگران نیستیم که چه زمانی و چه نوع ماشینی برای سفرهای ما ارائه خواهد شد)

– تسهیل فرآیند پرداخت

– مشاهده و تعیین قیمت دقیق سفر از ابتدای فرآیند سفارش

۲ – مفید بودن

– امکان ردیابی مسیر سفر تاکسی و امنیت و آرامش بیشتر

– کیفیت بهتر از طریق امتیازدهی به راننده و مسافر در هر سفر

– فراگیر بودن اپلیکیشن (این برنامه در اکثر شهرهای بزرگ جهان قابل استفاده است)

– صرفه‌جویی در زمان

– رسیدهای الکترونیکی خودکار

– انتخاب سرویس‌ها (ماشین‌های استاندارد و لوکس)

۳ – هنر

– در مقایسه با تاکسی‌های قدیمی می‌توان به هنرمندانه بودن این روش پی برد.

در واقع شرکت اوبر مالک هیچ خودرویی نیست. سیستمی بسیار ساده است که تنها نقش واسطه را ایفا می‌کند. این شرکت با بهره‌گیری از تکنولوژی، راننده‌ها را به مسافران متصل می‌سازد، سپس از هر تراکنش بخشی را به‌عنوان حق‌الزحمه برمی‌دارد.

درحال حاضر اوبر کسب و کاری با عملکرد بسیار موفق است. هرچند در ابتدا با پول کمی کارش را آغاز کرد ولی در سال ۲۰۱۵ ارزش این شرکت به ۷۰ بیلیون دلار رسید. اما اوبر چطور توانست در مراحل ابتدایی راه‌اندازی کسب و کارش رشد کند؟

این شرکت در سال‌های اولیه عملاً هیچ پولی صرف بازاریابی نکرد، در عوض به تبلیغات دهان به دهان متکی بود. مردم خدمات این شرکت را به گوش هم‌دیگر می‌رساندند. تبلیغات دهان به دهان یکی از جنبه‌های رشد اوبر بود. این شرکت نه‌تنها سهم بازار را از آن خود کرد، بلکه اندازه بازارش را نیز روز به روز افزایش داد.

اوبر مدل درآمدی مستقیم و ساده‌ای دارد. این شرکت از هر تراکنش مبلغ عادلانه‌ای را به‌عنوان حق‌الزحمه برمی‌دارد. مشتریان راضی به نظر می‌رسند و دیگران را هم به استفاده از این برنامه تشویق می‌کنند. بنابراین نیازی به بازاریابی و تبلیغات گسترده نیست. قبل از اینکه دامنه خدمات اوبر تا صدها شهر دیگر گسترش یابد، این شرکت به تنهایی توانست در سان‌فرانسیسکو به کسب و کاری چندمیلیون دلاری تبدیل شود.

شاید از خود بپرسید چرا اوبر با این سرمایه نقدی که داشت، روی رشد هرچه بیشترش سرمایه‌گذاری نکرد؟ آیا ایده اولیه اوبر برای تضمین موفقیتش کافی نبود؟ پاسخ این است که موفقیت را نمی‌توان قطعاً تضمین کرد.

رهبران این شرکت با سه تهدید مهم مواجه بودند:

تهدید اول: خدمات اوبر به‌راحتی و با هزینه کم قابل کپی‌برداری است

در واقع صدها بار در کشورهای مختلف دنیا و با سرمایه‌گذاری کمتر از یک میلیون دلار نسخه‌ای از آن کپی‌برداری شده است. برای اینکه اوبر در بلندمدت بتواند عملکرد موفقیت‌آمیزی داشته باشد، باید بتواند با رشدی چشمگیر رقبایش را کنار بزند.

تهدید دوم: رقبا مشتریان باارزش را از چنگ اوبر درمی‌آوردند

رقبا، مشتریان باارزش را از چنگ اوبر درمی‌آوردند و در کنار تنزل دادن ویژگی‌های خدماتی این شرکت، خدمات خودشان را ارتقا می‌دادند (با استفاده از اپراتور بزرگ‌تر در شهرهای خاص). در این موارد، اپراتورهای بزرگ نسبت به اپراتورهای کوچک‌تر (مثل اوبر) زمان انتظار کمتری را فراهم می‌کردند. اگر خیلی کوچک‌تر از رهبر بازار باشیم خطرناک است، زیرا این بازارها به مرور زمان یکپارچه می‌شوند و یک یا دو رقیب اصلی را ایجاد می‌کنند.

تهدید سوم: اوبر کسب و کاری محلی و شهر به شهر است

در اصل کسب و کار اوبر محلی و شهر به شهر است. این شرکت مجبور شد هم‌زمان در صدها شهر جهان آغاز به‌کار کند تا افسار رقابت را به‌دست گیرد. این راه‌اندازی سریع مزیت دیگری را نیز در اختیار شرکت قرار داد. از آنجایی که اوبر در شهرهای زیادی حضور داشت مشتریانش سریع‌تر متوجه شدند که استفاده از اپلیکیشنی واحد در هر جای جهان چه مزیتی دارد. از این رو شرایط موفقیت و رقابت برای رقیبان اوبر سخت‌تر شد.

منبع: entrepreneur/modirinfo

«ویندفری» معرفی شد

سرمایش بدون باد مزاحم

شرکت سامسونگ الکترونیکس روز سه‌شنبه ۸خرداد در مراسمی جدیدترین سیستم کولرهای گازی خود را در حضور جمعی از اصحاب رسانه معرفی کرد. این سری از کولرهای گازی پیش از این در نمایشگاه موسترا کانوگوی (MCE) ایتالیا معرفی شده بودند. کولرهای گازی ویندفری (Wind Free) سامسونگ جایگاه این شرکت را در مقام یکی از پیشتازان صنایع سرمایش و گرمایش، تهویه و هواساز موسوم به HVAC تثبیت می‌کند. در مراسم معرفی این محصول که با حضور مدیران بخش تهویه مطبوع سامسونگ ایران و خبرنگاران رسانه‌ها در فروشگاه سام رضا در بازار امین‌حضور تهران برگزار شد، شرکت‌کنندگان از نزدیک با قابلیت‌ها و توانایی‌های مدل‌های مجهز به فناوری ویندفری آشنا شدند. شایان شمس، سرپرست بخش تهویه مطبوع سامسونگ در مورد جدیدترین مدل کولرهای گازی این شرکت گفت: «سری جدید محصولات سامسونگ به فناوری سرمایش بدون باد یا ویندفری مجهز شده است؛ تحولی که می‌تواند یکی از مهم‌ترین مشکلات کولرهای گازی یعنی وزش مداوم باد سرد در خانه را حل کند. در واقع خنک‌کنندگی بدون باد نقطه عطفی است که صنعت سرمایش و گرمایش خانگی را برای همیشه تغییر خواهد داد.» فناوری ویندفری یکی از برجسته‌ترین نوآوری‌های انجام‌شده در حوزه تهویه هوا است. دستگاه‌های مجهز به این فناوری ابتدا دمای محیط را با استفاده از حالت سرمایش سریع (Fast Cooling) به دمای موردنظر شما می‌رساند. سپس فناوری ویندفری فعال شده و بدون ایجاد باد مستقیم و تنها از طریق خروج آرام هوای سرد از منافذ ریز روی دستگاه، دمای محیط در همان حد ایده‌آل نگه داشته می‌شود.

این روش خنک‌سازی محیط باعث می‌شود بدن دیگر در تماس دائمی با باد سرد خروجی از کولر قرار نگیرد. از طرف دیگر خروج هوای خنک از ۲۱هزار منفذ روی بدنه کولر موجب می‌شود تمامی نقاط خانه حتی گوشه‌های اتاق‌ها به یک اندازه و متناسب با دلخواه اعضای خانه خنک شوند.

دانیار کاظم‌پور، مدیر محصول در بخش کولرهای گازی سامسونگ در ایران از چهار ویژگی سرمایش بدون بدون باد، کمپرسور هشت قطبی (فناوری انحصاری سامسونگ)، فیلتر عریض برای تصفیه کامل هوا و امکان کنترل پیشرفته دستگاه حتی از بیرون خانه به عنوان مهم‌ترین قابلیت‌های کولرهای گازی ویندفری یاد کرد.

ویندوز ۱۰ سرانجام ویندوز ۷ را پشت سر گذاشت

سرانجام چندین سال پس از انتشار ویندوز ۱۰، این نسخه از سیستم‌عامل مایکروسافت توانست از لحاظ سهم بازار از سیستم‌عامل محبوب ویندوز ۷ پیشی بگیرد و به سیستم‌عامل غالب بازار تبدیل شود.

براساس گزارش Due Trusted 2018 Access ویندوز ۱۰ توانسته است سهم ۲۷درصدی سال قبل خود را به ۴۸درصد در سال ۲۰۱۸ برساند و این گواهی بر این است که آخرین سیستم‌عامل آنها به آرامی در حال تصاحب سهم سیستم‌عامل‌های قدیمی این کمپانی است.

به عنوان مثال سیستم‌عامل بسیار موفق ویندوز ۷ از سهم ۶۵درصدی سال قبل خود به سهم ۴۴درصدی در سال ۲۰۱۸ رسیده است که نشانه روزهای سراشیبی این سیستم‌عامل است. قرار است مایکروسافت پشتیبانی خودش از این سیستم‌عامل را در ژانویه سال ۲۰۲۰ به پایان برساند.

گزارش اشاره‌شده نشان می‌دهد کمپانی‌های فعال در زمینه‌های کامپیوتر و الکترونیک، عمده‌فروشی‌ها و سیستم‌های توزیع و همچنین سازمان‌های غیرانتفاعی به سرعت کسب و کار خود را به ویندوز۱۰ منتقل کرده‌اند و این در حالی است که کمپانی‌های فعال در عرصه‌های بیمه، حمل و نقل و ذخیره‌سازی و همچنین سلامتی پایین‌ترین نرخ انتقال به این سیستم‌عامل را داشته‌اند.

با اینکه مایکروسافت در حال افزایش‌دادن سهم خود در بازار تجاری است، اما در مجموع با کاهش ۳درصدی سهم این کمپانی، سال خوبی را پشت سر نمی‌گذارد و اپل توانسته این میزان را برای خود تصاحب کند. سهم کلی مایکروسافت به نسبت سال قبل از ۶۸ به ۶۵درصد و سهم اپل از ۲۷درصد به ۳۰درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده است. اپل همچنین در دنیای موبایل با افزایش ۲درصدی، توانسته سهم خودش در سیستم‌عامل‌های این پلتفرم را به ۱۲درصد برساند.

نکته آخر در این گزارش این است که دستگاه‌هایی که سیستم‌عامل‌های اپل (IOS و macOS) را اجرا می‌کنند، به‌روزترین سیستم‌عامل‌های نرم‌افزاری را دارند و این در حالی است که همانند همیشه اندروید در این رتبه‌بندی در آخرین جایگاه قرار می‌گیرد. در جایگاه دوم هم سیستم‌هاملChromeOS گوگل قرار دارد. البته باید به این نکته توجه کنیم که این رتبه‌بندی شامل سیستم‌عامل ویندوز نمی‌شود.

کارگاه برندینگ

پیاده‌سازی دیجیتال برندینگ موفق

شفافیت محیط دیجیتال به‌گونه‌ای است که همه‌چیز را بلافاصله در معرض دید قرار می‌دهد. وقتی ۹ نفر از ۱۰ نفر مصرف‌کننده می‌گویند که شرکت‌ها باید از مسائل اجتماعی سازگار با کسب‌وکارشان حمایت کنند، پس قطعا اقدام قدرتمندی است. وقتی مصرف‌کنندگان می‌توانند ببینند که این شرکت‌ها آیا واقعا آنچه را که می‌گویند انجام می‌دهند یا نه و این‌که می‌توانند با این کیف پول‌شان به این اقدامات شرکت‌ها رأی بدهند، قدرت این اقدام بیشتر نیز می‌شود.

سازمان به‌وقت بررسی مسیر مشتری تا رسیدن به برند و تعیین نقاط بهینه سرمایه‌گذاری، باید حواسش به این شفافیت باشد. مصرف‌کنندگان مشتاق تعامل با برندهای مورد اعتمادشان هستند و این مسئله موجب می‌شود تجربه‌های خودشان را در اختیار برند بگذارند و این اعتماد را در طول زمان تقویت کنند. هیچ سحر و جادویی در کار نیست که بتواند بگوید برند دقیقا کجای این دنیای دیجیتال باید بازی خود را شروع کند و موفق شود. بااین‌حال اگر تمام فعالیت‌های برندینگ شما با برند سازگار باشند، اگر موشکافی شوند و از تمایز معنادار برند پشتیبانی کنند، در ادامه به مواردی اشاره خواهیم کرد که باید در پیاده‌سازی دیجیتال برندینگ موفق مدنظر قرار داده شود:

۱ - حضور در هرجایی که مشتریان به دنبال اطلاعات می‌گردند؛ به اجتماعات آنلاین بپیوندید و با استفاده از دیگر منابع اطلاعاتی آنلاین، به افرادی گوش بدهید که بر کسانی که می‌خواهید جذب‌شان کنید، تأثیر می‌گذارند. هر برند قدرتمندی مبلغان خود را دارد. ببینید این افراد کجاها پرسه می‌زنند و برند شما چه‌کاری می‌تواند بکند تا آنها را به نمایندگان فعال خود تبدیل کند. از تمامی ابزارهایی که در اختیار دارید استفاده کنید تا مشتریان‌تان را به‌خوبی بشناسید. تعیین کنید که کجاها به دنبال اطلاعات می‌گردند، چگونه خرید انجام می‌دهند، آیا برای کسب اطلاعات بیشتر برمی‌گردند یا نه و چرا.

هدف شما این است که ببینید در کدام نقطه‌های ارتباطی می‌توانید بیشترین تأثیر را بر رفتار مشتری بگذارید. برخی از این نقاط تماس تأثیر فوق‌العاده بیشتری نسبت به بقیه دارند و می‌توانند مردم را وادار به همان فکری بکنند که شما می‌خواهید. تعیین کنید که در کدام نقاط می‌توانید بیشترین میزان ارزش را به مشتری برسانید و درعین‌حال، به ارزش برند خود نیز اضافه کنید.

۲ - چیزهای جدید را بیازمایید؛ نگذارید ایده‌های سنتی مانند جلسه‌های سالانه، برنامه‌ریزی رسانه شما را عقب بیندازند. بزرگ‌ترین برندها همچون پراکتراند گمبل و جنرال موتورز از سعی و خطاهای خود درس گرفته‌اند. آژانس ارتباطات مارکتینگ publicis.com عضوی از خانواده com زیربرند کاملا جدیدی ایجاد کرده تا فقط تبلیغات آنلاین جنرال موتور را با استفاده از معیارهای مختلف مشتری آزمایش کند. آنها کم می‌کنند، اضافه می‌کنند، می‌چسبانند و ویرایش می‌کنند تا اینکه به تبلیغی برسند که بیشترین میزان بازگشت سرمایه‌ای (ROI) را حاصل کند. محیط امروزی همان محیط برنامه‌ریزی رسانه زمان پدران‌مان نیست.

۳ - مدیر برند منصوب کنید؛ شاید خیلی دل‌تان بخواهد دموکراتیک باشید، اما فرآیند برندینگ نمی‌تواند چنین باشد. کسی باید باشد تا تصمیم نهایی را بگیرد که آیا یک اقدام برندینگ با برند هماهنگ است یا نه و آیا وعده برند را محقق می‌کند یا نه. اگر مقامی از درون شرکت تضمین نکند که تمام کانال‌های ارتباطی با یکدیگر هماهنگ عمل می‌کنند، وعده برند با احتمال بالایی از دست خواهد رفت.

۴ - مسئولیت اجتماعی را به کار ببندید؛ اینترنت فضایی شفاف پدید آورده است و مصرف‌کنندگان می‌توانند هر اتفاقی را که حول برندتان می‌افتد، ببینند. بگذارید اقدامات خوب شما نقاط ارتباطی روی مسیر مشتری باشند. از کارهای خوبی که می‌کنید و از هسته اخلاقی برندتان بهره ببرید تا بتوانید تمایز معنادار برند را تقویت کنید.

۵ - برای برنده شدن بازی کنید؛ به هر آنچه انجام می‌دهید، نگاهی تازه داشته باشید. وقتی برگرکینگ به ایده جوجه دلقک رسید، از همه خلاقیت‌های خود استفاده کرد تا مطمئن شود بچه‌ها آن را به یکدیگر پیشنهاد می‌دهند و تبلیغات شفاهی دلخواهش ایجاد شود. وقتی زیراکس خواست تصویر خود را از یک دستگاه کپی سیاه‌سفید قدیمی تغییر دهد، کمپینی راه‌اندازی کرد که شامل تبلیغ‌های قابل کلیک در وب‌سایت فایننشیال تایمز بود و می‌شد با موبایل هم آنها را مشاهده کرد. با این کار سهم بازارش را ۵.۶ افزایش داد.

۶ - رفتار مصرف‌کننده را تغییر بدهید؛ مانند همان کاری که داجیو با رویدادهای معروفش انجام داد، هدف شما هم صرفا اطلاع‌رسانی یا سرگرم کردن نیست، بلکه درگیر کردن مردم است. وقتی یک برند بتواند مصرف‌کننده را به تعامل فعال با محصول یا خدمت خود ترغیب کند، تمایز معنادارش بیشتر به چشم می‌آید و درک می‌شود. بهترین شیوه استفاده از ابزارهای دیجیتال را تعیین کنید تا بدون نیاز به افزایش بودجه بتوانید ردپای برند را پررنگ و صدایش را تقویت کنید.

منبع: hormond

از نایک، کوکاکولا و فولکس واگن گرفته تا گوگل و اپل

معجزه برترین تبلیغات تمام دوران‌ها (۴)

به‌قلم: لیندسی کولُویچ
ترجمه: علی آل‌علی

۱۱- De Beer: الماسی برای همیشه

در سال ۱۹۹۹ رسانه Ad Age (رسانه ویژه تحلیل امور تبلیغاتی) کمپین «الماسی برای همیشه» برند De Beers را به‌عنوان ماندگارترین شعار قرن ۲۰ معرفی کرد. داستان اصلی این کمپین تاکید روی اهمیت حلقه ازدواج دارای الماس بود. براین اساس پیام اصلی روی ناکاملی ازدواج بدون استفاده از الماس De Beers قرار داشت. شرکت با ارائه این تبلیغ به‌طور کلی صنعت الماس را دگرگون کرد. در واقع آنها الماس را بدل به کالایی لوکس و در عین حال ضروری کردند. بی‌تردید تا پیش از این هم الماس به‌عنوان محصولی لوکس شناخته می‌شد، اما ضرورت استفاده از آن را تیم تبلیغاتی De Beers در ذهن مخاطب حک کرد.

بنا به گزارش نیویورک تایمز برنامه اصلی آژانس تبلیغاتی ان. دابلیو. آیِر ایجاد شرایطی خاص به‌گونه‌ای که هر فرد بدون الماس ازدواج این مراسم را ناقص تلقی کند بود. در واقع در اینجا الماس نقش کامل‌کننده را بازی می‌کند.

درس کاربردی: باتوجه به اینکه الماس‌های برند De Beers به‌طور معمول در سطح قیمت پایینی قرار دارند، فعالیت تبلیغاتی آنها موفق به افزودن الماس‌های ارزاش شرکت به فهرست کالاهای لوکس شد. گاهی اوقات در تبلیغات باید کالاهای ارزان را برای مشتری لوکس و خاص جلوه داد.

۱۲- Old Spices: مرد شما چنین بویی می‌تواند بدهد

بخش نخست کمپین «مرد شما چنین بویی می‌تواند بدهد» توسط آژانس Wieden+Kennedy طراحی و در فوریه ۲۰۱۰ به نمایش درآمد. این کمپین به یکباره نگاه‌های زیادی را به خود جلب کرد. در حقیقت میزان علاقه مخاطب به این کمپین حتی فراتر از حد انتظار خوشبین‌ترین مدیران شرکت بود.

ویدئوی تبلیغاتی این کمپین به هنگام نگارش این مقاله بالغ بر ۵۱ میلیون بازدید داشته است. مدتی بعد از نمایش نسخه اولیه، برند Old Spices در ژوئن ۲۰۱۰ نسخه دوم را به نمایش گذاشت. در نسخه دوم نیز از همان بازیگر قبلی یعنی اشعیا مصطفی استفاده شده بود. به‌زودی مصطفی بدل به «مرد Old Spices» شد. این شعار را آژانس Wieden+Kennedy به این بازیگر داد. همچنین به هنگام پخش این کلیپ در شبکه‌های اجتماعی اشعیا به کامنت‌های کاربران با کلیپ‌های کوتاه و اختصاصی پاسخ می‌داد.

در تقریبا دو روز Old Spices بیش از ۱۸۶ کلیپ کوتاه با حضور اشعیا مصطفی ضبط کرد. همچنین بسیاری از ویدئوهای اختصاصی نیز برای کاربران تهیه شد. براساس گزارش Inc این کلیپ‌ها نزدیک به ۱۱ میلیون بار دیده شدند. به علاوه برند Old Spices نیز موفق به کسب ۲۹ هزار فالوور در فیس‌بوک و ۵۸ هزار فالوور در توییتر شد.

جیسن باگلی، مدیر بخش خلاقیت Wieden+Kennedy، در مصاحبه با Inc این‌گونه اظهارنظر کرده است: «ما تبلیغات تلویزیونی بسیار کوچکی را تهیه و برای هرکدام از مخاطب‌ها فرستادیم. به این ترتیب هر مخاطب یک ویدئو اختصاصی داشت. ما این کار را به سرعت و در ابعاد بسیار بالا انجام دادیم. نکته اینجاست که هیچکس فکر نمی‌کرد کامنتی گذاشته و سپس پاسخی از سوی شرکت دریافت کند. آن هم در قالب ویدئویی اختصاصی با حضور اشعیا مصطفی.»

درس کاربردی: اگر از ایده‌ای که شما و مشریان‌تان را برای مدت نسبتا طولانی سرگرم می‌کند، آگاه هستید، آن را به سرعت عملی کنید. در واقع شما باید پیام خود را در قالب شیوه‌ای سرگرم‌کننده به آنها منتقل کنید. در این میان نیز راهکارهای تعاملی بهترین مورد به حساب می‌آیند.

۱۳. وندیز: بیف کجاست؟

آیا کافی است که در بیان موفقیت این کمپین تنها به نمایش همبرگری بزرگ و پیرزن‌های خنده‌دار اکتفا کنیم؟ نه؟ من نیز این‌گونه فکر نمی‌کنم.

برند وندیز در این تبلیغ شجاعت مثال زدنی را به نمایش گذاشت. در واقع کمپین آنها رقبای‌شان را هدف قرار داده بود. برهمین اساس عبارت «بیف کجاست؟» به کمبود گوشت گاو در همبرگرهای رقبای شرکت اشاره داشت. به‌زودی این عبارت بدل به پرکاربردترین جمله در میان بسیاری از افراد شد. در واقع دیگر کارایی آن صرفا به همبرگر محدود نمی‌شد، بلکه افراد برای اشاره به هر کمبودی آن را در قالب این عبارت بیان می‌کردند.

بی‌شک نمی‌توان مطمئن بود که چه زمانی یک عبارت به شهرت بالایی می‌رسد (یا برعکس). با این حال وینديز هوشمندانه از عبارت مشهورش محافظت کرد. به این ترتیب این عبارت مشهور تنها یک سال در دنیای تبلیغات مورد استفاده قرار گرفت. اگرچه هنوز هم بسیاری از مردم از آن استفاده می‌کنند.

درس کاربردی: مراقب پیروزی و شکست‌های کمپین‌تان باشید. این نکته که شما المانی تاثیرگذار را یافته‌اید به معنای تاکید بیش از حد روی آن نیست. در این زمینه باید اصول اساسی شرکت‌مان را دنبال کنیم. براین اساس در آینده نیز امکان استفاده بهینه از فرصت‌های پیش‌رو وجود خواهد داشت. در غیراین صورت از شانس کشف ایده‌های تازه محروم خواهید شد. به علاوه ایده فعلی‌تان هم به مرور زمان بر اثر استفاده بیش از اندازه تاثیرگذاری‌اش را از دست می‌دهد.

۱۴- Procter & Gamble: متشکرم مامان

من همین ابتدا اعلام می‌کنم که در پایان این بخش از مقاله به شما یک دقیقه برای پاک کردن اشک‌های‌تان فرصت خواهم داد.

جداً هیچکس از یک برند فعال در زمینه کالاهای خانگی و محصولات نظافتی انتظار تبلیغی چنین احساسی را ندارد. با این حال اخیرا این شرکت تبلیغاتی تحسین‌برانگیز را برای مخاطبانش به نمایش درآورده است. شاید بیجا نباشد که فعالیت تبلیغاتی Procter & Gamble را سرآغاز تغییری عمده در تبلیغات صنعت محصولات خانگی به شمار آوریم.

دلیل اصلی شهرت بالای تبلیغات Procter & Gamble تمرکز روی داستان‌های پشت‌پرده قهرمان‌های المپیک است. داستان‌هایی در مورد مادران حمایت‌گری که فرزندان‌شان را به سوی افتخارآفرینی و جلب نگاه سراسر دنیا هدایت کرده‌اند. مطمئنا این مادرها مجبور به انجام حجم زیادی از کارهای خانه نظیر شستن ظرف‌ها و لباس‌ها بودند. در بسیاری از مواقع نیز آنها از محصولات Procter & Gamble استفاده می‌کردند.

درس کاربردی: مخاطب خود را به گریه اندازید (شوخی می‌کنم). فصل یا زمان نمایش تبلیغ شما اهمیت بالایی دارد. با این حال حتی اگر مانند Procter & Gamble تبلیغ‌تان را در زمان برگزاری مسابقات المپیک نیز به نمایش در می‌آورید، از وجود المان‌های جذاب در آن مطمئن شوید. تنها در این صوت مخاطب پیام شما را دریافت کرده و از آن تاثیر خواهد پذیرفت.

بی‌تردید بازاریابی احساسی و مبتنی بر نوستالژی شیوه‌ای نیرومند در راستای جلب‌نظر مردم برای خرید محصولات‌مان است. برهمین اساس اگر داستانی بزرگ و حیرت‌انگیز پشت برندتان است، آن را برای مخاطب به نمایش درآورید.

منبع: hubspot

تبلیغات خلاق

مدرسه تبلیغات

واقعیت تبلیغات (۳۵)

ندایی برای گلوله‌های توپ

به قلم راسر ریوز

در قرن شانزدهم، مرد جوانی به نام گالیلئو گالیله دو گلوله توپ را از بالای برج کج پیزا رها کرد. این دو توپ پس از برخورد با زمین، سرنوشت انسان را تا آخرین لحظه ثبت تاریخ تغییر دادند. آنها یک طرز فکر را نابود کردند و دنیا هرگز مثل قبل نخواهد بود.

آزمایش بسیار ساده است. انسان ۲۰۰۰ سال تصور می‌کرد که یک شی سنگین سریع‌تر از یک شی سبک سقوط می‌کند. اگر وزن شیء دو برابر باشد، دو برابر سریع‌تر سقوط خواهد کرد.

منبع؟ دانشمند بزرگ ارسطو! اولین بار او این جمله را بر زبان آورد و بشر بیش از ۲۰ قرن، درست مثل آزمایش کرم‌ها، با چنین تصوری زندگی می‌کرد. پرتاب این دو توپ به دست گالیله اتفاق بسیار عجیبی بود. این دو توپ سبک و سنگین در پیش چشمان متعجب حاضرین، با سرعت یکسانی با زمین برخورد کردند.

این اتفاق، آغازی بر پایان تمدن غیرعلمی ارسطویی بود و وندل جانسون چنین نظری دارد:

«آزمایش گالیله، نمایش سقوط وزنه نبود. این روشی جدید برای حل مشکلات است که در آن به جای استفاده از قدرت سن و اعتبار، از قدرت مشاهدات و آزمایش استفاده می‌شود.»

اکنون حدود سه قرن از آن روز تاریخی می‌گذرد. سه قرن زمان زیادی نیست، ولی در طول این مدت کل ساختار تمدن تغییر کرده است.

محققان آزمایش‌های خود را با این هدف انجام می‌دهند: در صورت انجام این کار چه اتفاقی رخ خواهد داد؟ فلسفه جدید «چی و چه زمانی» بسیار جالب است. ناگهان بسیاری از حقایق به صورت افسانه و دانش و تجربه به صورت سفسطه ظاهر شدند. نظرات شخصی صرفا به عنوان «نظرات شخصی» دیده می‌شدند. دانشمندان بسیاری پس از گالیله، با چشمانی حیرت زده و متعجب به نتیجه آزمایشات خود نگاه کرده‌اند و تنها یک جمله در ذهن‌شان نقش بسته است: «هیچ چیز آن‌طور که به نظر می‌رسد نیست!»

اکنون زمان پرتاب گلوله‌های تبلیغات فرارسیده است. اکنون باید راهی برای افزایش تأثیر تبلیغات پیدا کنیم، تبلیغات را به جایگاهی مناسب در اقتصاد برسانیم و تمام افسانه‌ها و داستان‌های خیالی را نیز از بین ببریم. بخش بزرگی از جنگ دنیای برده و دنیای آزاد در حوزه اقتصادی انجام می‌شود، حوزه‌ای که انسان به واسطه آن به زندگی بهتری دست پیدا خواهد کرد و تبلیغات صدای رقابت است، صدای کسب آزاد در دنیایی آزاد.

تبلیغات به افسانه و نظر نیازی ندارند. باید حقایق و اصول را جمع‌آوری کنیم.

در واقع مشکل گسترده‌تر از اقتصاد است. از زمان دشمنی هابیل و قابیل، مشکل اصلی تمام برادران دنیا، ناتوانی در صحبت و برقراری ارتباط است و اصول پنهان در تبلیغات، در حقیقت اصول ارتباطات است.

متأسفانه همچنان جوایز این حوزه بر اساس نظرات، فرضیات و جذابیت اهدا می‌شود. ما همچنان هر سال ۱۲میلیارد دلار بر روی افکار خیالی و غیرواقعی سرمایه‌گذاری می‌کنیم. افراد کمی جرات پرتاب توپ‌ها را خواهند داشت. تبلیغ به عنوان یک هنر آغاز شد، و بسیاری از فعالان این حوزه به دلیل علاقه به چنین جملاتی همچنان به این اصول هنری پایبند هستند: «این کار درست است، چون ما «احساس» می‌کنیم که درست است.»

چند فصل قبل به داستانی اشاره داشتیم که در آن نمایندگان بیست و پنج شرکت برتر کشور بدترین تبلیغ تلویزیون را انتخاب کردند و مشاهده کردید که چطور دو تبلیغ به شدت موفق به عنوان بدترین تبلیغات معرفی شدند. من ساعت‌ها با یکی از اعضای این هیأت صحبت کردم. من از سر کنجکاوی جداول نیلسن، نمودارهای نفوذ، اطلاعات بازار و چند حقیقت جالب را به او نشان دادم. او کاملا موافق بود، ولی بعد من به واژه «قوانین تبلیغات» اشاره کردم.

او سری تکان داد و گفت: «قوانین! قوانین هنر را نابود می‌کنند! تبلیغات یک هنر است!»

اکثر آژانس‌ها و فعالان حوزه تبلیغات با این نظر موافق هستند. آنها به هیچ عنوان در مورد اصول یا قوانین تبلیغات صحبت نمی‌کنند. به نظر آنها اصول و قوانین، خلاقیت را محدود خواهد کرد.

این دیدگاه یک ذهن علمی و منطقی نیست. دانشمندان و محققان تنها پدیده‌های قابل اندازه گیری، محاسبه و مشاهده را باور خواهند کرد. به همین دلیل اکثر دانشمندان به روح اعتقادی ندارند. آنها به دنبال حقایق هستند و از اصول برای پرورش ذهن و تخیلات خود بهره می‌برند.

دانشمندان به این ترتیب دنیا را بازسازی می‌کنند.

با این حال، اکثر فعالان حوزه اقتصادی همچنان به روح اعتقاد دارند. به صدای طبل جادوگران گوش می‌دهند، طلسم می‌خوانند و در معجون‌های خود از پای قورباغه و چشم سوسمار استفاده می‌کنند. آنها باید روزی، مثل جراحانی که در ارتش به آرایشگری نیز مشغول‌اند، حرفه و کار خود را به صورت جدی بررسی کنند. اولین کالبدشناس واقعی جایی در این تجارت به انتظار نشسته است. شخصی مثل وسالیوس که محل اتصال تاندون‌ها را پیدا کرد، یا هاروی که به بررسی نحوه گردش خون در بدن پرداخت.

سپس و در آن مرحله، تبلیغات در مسیر تبدیل به یک حرفه قرار خواهد گرفت.

منبع: کتاب reality in advertising

کارگاه فروش

فروش بازی اعداد نیست؛ بازی احتمالات است

مترجم: گوهر محمدپور

به‌تازگی همکاری من با افراد شگفت‌انگیزی در انجمن مطبوعات نیویورک به پایان رسیده است. بله، مردم هنوز روزنامه می‌خوانند، درواقع بسیاری از مردم این کار را انجام می‌دهند. فیس‌بوک منبع اخبار برای همهٔ افراد نیست!

زمانی‌که با گروهی کار می‌کنم، اغلب ایده‌های مختلفی درمورد فروش از شرکت‌کنندگان می‌شنوم. یک‌بار، شرکت‌کننده‌ای عنوان کرد مربی فروشی به او گفته است فروش در واقع بازی اعداد است و فروش موفقیت‌آمیز متکی به داشتن مشتری‌های بیشتر است. اگر برای فروش با مشتریان بیشتر در تماس باشید، درصد فروش‌تان نیز بالا خواهد رفت. من کاملا با این ایده مخالف بودم. فروش بازی اعداد نیست، بلکه بازی احتمالات است.

هر فردی یک مشتری احتمالی نیست!

می‌توانم با یک سؤال ساده به‌سادگی حدس بزنم چه‌زمان فردی حرفه‌ای در حوزه فروش، چنین ادعایی را – حرفی که آن مربی فروش می‌زند- بازگو می‌کند.

وقتی از متخصص فروشی می‌خواهم به من بگوید که مشتری ایده‌آلش کیست، باید توصیف خاصی از نوع مشتریانی که با آنها تماس می‌گیرد و احتمالا از آنها خریداری می‌کند ارائه بدهد. این اطلاعات ممکن است شامل آمار جمعیتی باشد؛ اطلاعاتی مربوط به مشتریان احتمالی که می‌تواند شامل درآمد شرکت، تعداد کارکنان، سابقه در کسب‌وکار، محل شرکت، اندازه ساختمان یا سایر اطلاعات باشد.

توضیحات آنها همچنین باید شامل اطلاعات روان‌شناختی شود؛ یعنی طرزفکر مردم. هنگامی‌که می‌دانید مشتری چگونه فکر می‌کند و قصد خرید دارد یا خیر، می‌توانید به‌طور مؤثرتر کار فروش را انجام دهید. داده‌های روان‌شناختی می‌تواند شامل اطلاعاتی باشد مانند اینکه آیا مشتری شما ریسک‌پذیر است یا خیر؛ آیا به سلامتی‌اش اهمیت می‌دهد و یا متقاضی وضعیت است یا خیر. می‌توانید فروش خوبی به مشتریان ریسک‌گریز داشته باشید اگر بتوانید خوب ارتباط برقرار کنید و درک آنها را از خطر کاهش دهید؛ در غیر این صورت، فقط اوضاع را بدتر خواهید کرد.

من می‌دانم زمانی‌که از یک فروشنده می‌پرسند مشتریان ایده‌آل شما چگونه افرادی هستند، پاسخی منطقی ندارند و به‌جای ارائه داده‌های جمعیت‌شناختی و روان‌شناختی خاصی، لبخندی می‌زنند و می‌گویند «هرکس می‌تواند یک مشتری احتمالی برای من باشد!» فروشندگان بودجه و زمان نامحدودی ندارند که برای فروش به هر فردی صرف کنند. زمانی‌که متوجه شدید هر فرد یک مشتری احتمالی نیست، به این مسئله نیز پی خواهید برد که فروش بازی اعداد نیست.

هدر دادن زمان برای فروش مضر است

درمورد زمانی‌که صرف تلاش برای فروش به مشتریان احتمالی می‌شود - مشتریانی که هرگز از شما خرید نخواهند کرد- بیشتر فکر کنید. ابتدا ممکن است وقت خود را صرف قرار ملاقات گذاشتن از طریق تلفن کنید. بسیار خوش‌بینانه که درنظر بگیریم خیلی با صدای پیغام‌گیر مواجه نمی‌شوید و در اولین تلاش خود به مشتری احتمالی‌تان دسترسی پیدا می‌کنید. درحالی‌که من فکر نمی‌کنم این‌گونه باشد و شما باید تمام زمانی را که برای تماس گرفتن و سفر به محل مشتری احتمالی، فروش به‌صورت رودررو، ایجاد پیشنهاد درصورت نیاز و یا جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز مخصوص به مشتری احتمالی صرف کرده‌اید درنظر بگیرید. حال اگر فروشی به آن مشتری احتمالی نداشته باشید، همه زمان شما به هدر می‌رود.

هنگامی‌که تصور می‌کنید هر فرد یک مشتری احتمالی است، مقادیر زیادی از زمان فروش را به هدر می‌دهید، زیرا شما زمان باارزش خود را صرف مشتری‌ای می‌کنید که هیچ‌گاه محصولی از شما نمی‌خرد.

مشتری‌یابی صحیح چگونه است

به‌جای تلاش برای فروش به تعداد بالا، فروشندگان موفق زمان خود را صرف شناسایی افرادی می‌کنند که به احتمال زیاد از آنها خریداری خواهند کرد. آنها تمرکز منابع فروش خود را برای یافتن مشتریان احتمالی می‌گذارند که بیشتر شبیه به مشتریان واقعی هستند و در گذشته موفق به فروش به آنها شده‌اند.

این بدان معنی نیست که آنها هرگز با مشتریان احتمالی که کم‌تر ایده‌آل به‌نظر می‌آیند، تماس نمی‌گیرند؛ اما باید برای آنها بیش از مشتریان ایده‌آل برای فروش زمان صرف شود و احتمال خرید کم‌تری نیز دارند. این مشتری‌یابان موفق، به‌سادگی و با تمرکز شروع به کار می‌کنند و به احتمال زیاد در مقایسه با افرادی که تمرکز ندارند و تصور می‌کنند همه افراد از آنها خرید خواهند کرد، فروش بیشتری خواهند داشت.

این شما هستید که انتخاب می‌کنید چه باوری دربارهٔ فروش داشته باشید. آیا هر فردی می‌تواند یک مشتری احتمالی باشد؟ اگر این‌گونه است پس شما باید منابع زیادی داشته باشید. من ترجیح می‌دهم فروشنده‌ای کم‌کار باشم و حداقل فعالیت را انجام دهم و بزرگ‌ترین پاداش را دریافت کنم. به‌همین دلیل است که معتقدم فروش بازی اعداد نیست، بلکه بازی احتمالات است.

منبع: allbusiness

تبعیض نژادی و جنسیتی را در خدمات مشتری شرکت شناسایی کنید

تبعیض نژادی و جنسیتی در بخش‌های خدمات مشتریان می‌تواند به اعتبار کلی شرکت صدمه بزند. عموم این پدیده‌ها از دید مدیران پنهان است.

در آوریل سال ۲۰۱۷، شرکت هواپیمایی یونایتد ایرلاینز به خاطر رفتار نامناسب با یک مسافر آسیایی مورد انتقاد و خشم افکار عمومی قرار گرفت. تقریبا یک سال بعد، حادثه‌ای مشابه برای استارباکس رخ داد و دو مشتری سیاه‌پوست مورد رفتار ناشایست کارمندان این شرکت قرار گرفتند. این حوادث به سرعت ضبط شدند و با گسترش در شبکه‌های اجتماعی، خسارت‌های زیادی به شرکت‌های درگیر وارد کردند.

اگرچه حوادث گفته شده مواردی اغراق‌آمیز هستند، اما به‌عنوان نمادهایی از روندی عادی در شرکت‌ها قابل بررسی خواهند بود. تحقیقات مجله کسب‌وکار هاروارد نشان می‌دهد که مشتریان اقلیت عموما خدمات مشتری ضعیف‌تری دریافت می‌کنند، اما این موارد به‌صورتی نیست که توسط ناظران یا مدیران قابل مشاهده باشد.

اچ‌بی‌آر برای مطالعه رفتار کارمندان در این بخش، به ۶هزار هتل در ایالات متحده آمریکا، ایمیل‌هایی برای درخواست رزرو ارسال کرده است. این ایمیل‌ها از آدرس‌هایی فرستاده شده که در نام آنها، اشاره‌ای کلی به جنسیت و نژاد فرستنده شده است. نتایج آماری نشان داد که کارمندان هتل‌ها در پاسخ به افراد غیر سفیدپوست، رفتاری مشابه با دیگران ندارند. به بیان دیگر رنگین‌پوستان در مقایسه با سفیدپوستان خدمات مشتری ضعیف‌تری دریافت می‌کنند.

این یافته‌ها، مدیران را با دو سؤال در مورد کارمندان روبه‌رو می‌کند. سؤال اول اینکه آیا آنها کارمندان را برای ارتباط بهتر با مشتریان استخدام می‌کنند؟ در اکثر مواقع پاسخ مثبت است. سؤال دوم اینکه آیا از نحوه برخورد عادلانه آنها با مشتریان اطلاع دارند؟ پاسخ این سؤال عموما منفی است. دلیل این پاسخ منفی، دشواری مطالعه و مشاهده رفتارهای کارمندان بخش ارتباط با مشتری است. به بیان دیگر این خدمات مشتریان در عموم اوقات غیرقابل لمس، منحصر به‌فرد و غیرقابل اندازه‌گیری هستند.

استارباکس در پاسخ به اتفاق پیش آمده به مدت یک روز تمامی فروشگاه‌های خود را تعطیل کرد تا آموزش‌هایی در زمینه عدالت نژادی به کارمندانش ارائه کند. اگرچه این حرکت یک اقدام رو به جلو تلقی می‌شود، اما قطعا شرکت‌ها باید اقداماتی عمیق‌تر در این زمینه انجام دهند. این اقدامات شامل نظارت‌ها و حسابرسی‌های منظم و تغییرات ساختاری می‌شود.

بازرسی‌های داخلی راهی برای کشف اتفاقات در جریان در خط مقدم شرکت شما هستند. با این اقدام می‌توانید نقاط بحرانی ارتباط با مشتری را شناسایی کنید. انجام یک بازرسی عادی کاری آسان برای مدیران است، اما فراتر رفتن در این اقدام و بررسی عمیق‌تر روابط نیاز به شناخت کامل صنعت، نقاط حساسی مشتریان و برنامه‌ریزی استراتژیک قوی دارد.

به‌عنوان مثال اگر شما یک فروشگاه سنتی هستید، می‌توانید با استفاده از ماموران مخفی در قالب مشتری، برخورد فروشندگان خود را بررسی کنید. اگر یک فروشگاه آنلاین هستید که از طریق ایمیل و تیکت با مشتریان ارتباط برقرار می‌کنید، ارسال ایمیل ناشناس با آدرس‌ها و مشخصات متنوع روشی نسبتا مناسب است. در ادامه به راهکاری چند مرحله‌ای می‌پردازیم که به‌طور کلی در آزمایش نحوه خدمت‌رسانی تیم ارتباط با مشتری مفید خواهد بود. این شناسایی، علاوه بر کیفیت، عادلانه بودن خدمات ارائه شده به همه نژادها و جنسیت‌ها را شامل می‌شود.

شناسایی راه‌های ارتباط با مشتری

شرکت‌ها کانال‌های متنوعی برای ارتباط با مشتری‌ها دارند. تماس، ایمیل، تیکت پشتیبانی و چت آنلاین، برخی از این کانال‌ها هستند. در قدم اول باید تمامی این کانال‌ها شناسایی شده و وارد پروسه مطالعه شوند. انواع مختلف ارتباطات در این کانال‌ها برقرار می‌شوند که هر کدام نیاز به بررسی جداگانه دارند. به‌عنوان مثال لحن صدای کارمندان در تماس تلفنی موردی است که در پاسخگویی مکتوب وجود ندارد و تنها در این بخش باید بررسی شود. این بررسی اولیه، تمامی نقاط مخفی بخش خدمات را مشخص می‌کند و اولویت اول برای بررسی را نیز به شما نشان می‌دهد.

شناسایی انواع گروه‌بندی‌های مشتریان

پس از شناسایی راه‌های ارتباطی، نوبت به شناسایی مشتریان اصلی و اقلیت‌ها می‌رسد. بی‌عدالتی در خدمت‌رسانی به مشتریان نه‌تنها شامل اقلیت‌های جنسیتی، نژادی و مذهبی می‌شود، بلکه مشتریان اقلیت را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. برای شناسایی و رفع این مشکل ابتدا جامعه اصلی مشتریان خود را شناسایی کنید. در مرحله بعدی دید خود را بازتر کنید و مشتریان غیرمعمول برای کسب‌وکار خود را پیدا کنید.

به‌عنوان مثال شما فروشگاهی در زمینه موسیقی دارید. قطعا تمامی کارشناسان یک خانم مسن را خارج از دسته‌بندی مشتریان اصلی شما قرار می‌دهند. سؤال اصلی این است که کارمندان و فروشندگان شما در صورت مواجهه با چنین مشتری چه رفتاری با او خواهند داشت؟ آیا خدماتی مشابه با یک مشتری سفیدپوست جوان ارائه می‌دهند؟ در نتیجه انتخاب گروه‌های مقایسه‌ای در این زمینه به شما کمک می‌کند که رفتار کارمندان را در قبال افراد مختلف ارزیابی کنید.

مشخص کردن موضوعات مورد بررسی

در قدم بعدی باید فاکتورهای آزمایش خود را مشخص کنید. یکی از چالش‌های اصلی بررسی کیفیت خدمات مشتریان، غیرقابل اندازه‌گیری بودن آنها است. برای حل این چالش باید فاکتورهای ثابتی را برای بررسی خود انتخاب کنید. به‌عنوان مثال در بررسی HBR آنها به‌دنبال جملات خاص، سؤالات و نوع احوالپرسی کارمندان بودند.

یک بررسی عالی روی رفتارهای کلیدی که مدیران از کارمندان توقع دارند، تمرکز می‌کند. به‌عنوان مثال در بررسی‌های حضوری می‌توان زبان بدن کارمندان را مطالعه کرد، در پاسخ‌های مکتوب، پایان متن و عبارات محترمانه مهم هستند و در تماس‌های صوتی نیز می‌توان لحن کارمندان یا زمان اختصاص داده شده برای هر مشتری را مورد بررسی قرار داد. فراموش نکنید که فاکتور مورد بررسی، باید همان رفتاری باشد که از کارمندان در قبال مشتریان انتظار دارید.

حذف فاکتورهای گمراه‌کننده

یک بررسی عالی، با این اطمینان برگزار می‌شود که هر دو طرف ناظران و کارمندان از عواملی که به نتیجه آن خدشه وارد می‌کنند، مبرا هستند. در تعریف ساده، کارمندان شما نباید متوجه دلیل بررسی شوند یا به‌طور کلی نباید بدانند که مورد آزمایش قرار می‌گیرند. در طرف دیگر، در انتخاب ناظران باید این نکته را در نظر داشته باشید که نتیجه بررسی تأثیری برای آنها نداشته باشد. این اقدام با انتخاب ناظران از بخش‌های دیگر قابل انجام است. اقدام بهتر، استفاده از ناظران خارج از شرکت است.

پس از انجام بررسی‌های اولیه، نوبت به اقدام اصلی و تغییر روندهای جاری در بخش خدمات مشتریان می‌رسد. باید تغییرات را بر اساس نقاط ضعف اصلی برنامه‌ریزی کنید. حتی اگر نتیجه بررسی‌ها، ترکیبی از رفتارها برای مشتریان متنوع را نشان می‌دهد، بهتر است که یک برنامه آموزشی رفع تبعیض برای کارمندان داشته باشید. در حالات دیگر که مشکلات اساسی در روابط مشاهده می‌شود، باید به فکر تغییرات استراتژیک در سازمان باشید. راهکار چهارمرحله‌ای زیر برای ایجاد این تغییرات پیشنهاد می‌شود:

۱- تدوین پروتکل پیش‌گیرانه

در قدم اول قوانینی را برای جلوگیری از وقوع تبعیض در خدمات مشتریان وضع و ابلاغ کنید. استانداردسازی روند خدمات مشتریان و وضع قوانین برای اجرای استانداردها، تا حد زیادی از تبعیض جلوگیری می‌کند. برای اجرای این مرحله باید روش‌های ارائه محصول به مشتریان و ارائه خدمات را مشخص کنید و سپس از کارمندان مربوطه، گزارش‌هایی از ارائه خدمات برابر به همه مشتریان درخواست کنید.

۲- اختصاص کانال‌های ارائه بازخورد

پس از تدوین استانداردها، بروز مشکلات کاملا طبیعی است. برای اجرای این بخش باید کانال‌هایی اختصاص دهید که کارمندان این مشکلات را اعلام کنند. کارمندان باید بتوانند با تیم مسئول طراحی و ابلاغ استانداردها ارتباط برقرار و به بهبود آن کمک کنند. ایجاد گروه در شبکه‌های اجتماعی نیز راه‌حلی مناسب برای تبادل نظر در مورد استانداردها است. فراموش نکنید که نیازهای مشتریان همواره در حال تغییر و تحول است. انجمن‌های اطلاع‌رسانی در مورد این تغییرات و نیازهای مشتریان، به شناخت بهتر چالش‌ها و تغییر استانداردها بر اساس آنها کمک می‌کند.

۳- تمرکز روی خدمات عادلانه

عموم شرکت‌ها از ارائه خدمات عالی به مشتریان احساس غرور می‌کنند. اما این طرز تفکر می‌تواند کارمندان خط مقدم را به ارائه خدمات انتخابی (به برخی مشتریان) تشویق کند، چراکه ارائه کردن همیشگی خدمات عالی طاقت‌فرسا بوده و از طرفی، تفسیر آن نیز در کارمندان مختلف، متفاوت است. برای حل این مشکل پیشنهاد می‌شود که ارائه خدمات منصفانه و عادلانه به جای خدمات عالی به کارمندان ابلاغ شود. افزایش آگاهی در مورد ارزش خدمات عادلانه، موجب تغییر رفتار کارمندان خواهد شد.

۴- ایجاد تنوع در کارمندان

با استخدام کارمندان در گروه‌های جنسیتی، نژادی و سنی متنوع، می‌توان تجربه کاربری آنها را متنوع ساخت. علاوه بر آن، جابه‌جایی کارمندان در بخش‌های مختلف خدمات مشتری نیز در این مسیر مفید خواهد بود. علاوه بر آن داشتن کارمندان از گروه‌های مختلف، این اعتماد را در مخاطبان شما ایجاد می‌کند که خدماتی عادلانه ارائه خواهید کرد.

مرحله بعدی پس از اجرای تغییرات، بررسی و آزمایش نتایج آنها است. یک آزمایش مجدد روی رفتارهای کارمندان داشته باشید و لزوم اجرای تغییرات بعدی را بررسی کنید. نکته مهم این که یک بررسی داخلی به تنهایی نمی‌تواند تأییدی بر روند کاری شما باشد. در نتیجه اجرای مداوم آزمایشات برای شناخت و برطرف کردن تبعیض‌ها در بخش خدمات مشتری ضروری است.

منبع: HBR

بازاریابی خلاق

ایستگاه بازاریابی

چطور بر اعتراضات زمان‌محور مشتری در فروش فائق آییم

خیلی غیر طبیعی و دور از انتظار نیست که از یک مشتری بالقوه بشنویم که: «باید در موردش فکر کنم.» یا «اجازه بدید در موردش فکر کنم و دوباره با شما تماس بگیرم» آن هم دقیقا در زمانی‌که شما آماده بستن و نهایی کردن قرارداد فروش خودتان هستید.

اینهایی نمونه‌هایی کلاسیک از به تأخیر انداختن خرید یا اعتراضات زمان محور مشتری است.

در این مواقع اغلب دو مسئله در حال اتفاق افتادن است، یا مشتری بالقوه شما پیشنهاد مورد نظر را برای خرید مد نظر دارد و می‌خواهد قبل از خرید کارهایی را انجام دهد یا اینکه اصلا قصد خرید نداشته و با این کار تنها قصد رها شدن از دست شما را دارد.

در حالت دوم مطمئنا موفق به فروش به این فرد نخواهید شد، هر چند اگر چند ماه شانس خود را مجددا امتحان کنید، احتمال موفقیت بیشتری خواهید داشت. در واقع اگر مشتری علاقه‌ای به خرید از شما یا محصول و پیشنهاد شما نداشته باشد، پیگیری خرید کردن وی فقط تلف کردن وقت است. بنابراین اولین قدم در سر و کار داشتن و کنار آمدن با اعتراضی با محوریت زمان پیدا کردن این مهم است که آیا مشتری بالقوه شما اصلا قصد خرید کردن از شما را دارد یا خیر؟

کشف مسئله. . .

برای کشف حقیقت، به اطلاعات بیشتری نیاز دارید. معمولا، بهترین راه و روش برای پیدا کردن حقیقت طرح مستقیم یک پرسش از خود شخص خریدار است. مثلا می‌توانید چیزی شبیه به این سؤال را مطرح کنید: «میشه قدری برام توضیح بدی که چی مانع از خرید کردن شماست؟»

در این مرحله مشتری ممکن است قبول کند که مثلا باید تأییدی برای این خرید از رئیس یا سرپرست خود بگیرد یا اینکه می‌خواهد پیشنهادهای برخی از دیگر رقبای شما را با هم مقایسه کند.

اگر هیچ جزییات مشخصی از دلیل عدم خرید کردن خودش ارائه نکرد، پس

می‌توانید به این موضوع شک کنید که شاید اصلا علاقه‌ای به این خرید یا خرید از شما نداشته باشد.

راه‌حل فروش. . .

مشتری بالقوه ممکن است احساس کند که برای این خرید نیاز به اطلاعات بیشتری دارد. در این حالت ممکن است بتوانید با در اختیار قرار دادن اطلاعات و حقایقی که وی نیاز دارد به یکباره جریان کار را تغییر دهید.

به عنوان مثال، مشتری بالقوه شما ممکن است از این شیوه به عنوان روشی برای به‌دست آوردن فرصتی جهت مرور کردن نظرات خریداران دیگر از محصولات شما استفاده کرده باشد و ببینید که آیا مثلا در بین مشتریان خود دارای اعتبار قابل قبولی هستید یا خیر.

اگر بتوانید تا این مرحله با وی پیش بروید، شاید مثلا بتوانید با ارائه چند نمونه گواهی تصدیق یا نظرات مکتوب مشتریان برتر خود وی را قانع کنید که خرید مورد نظر نهایی شود یا حتی در حضور خود به یکی از مشتریان اخیر خود زنگ بزنید و فرصتی را برای وی فراهم کنید که از تجربه آن مشتری به‌طور مستقیم از خودش بشنود.

راه‌حل جایگزین. . .

اگر نتوانستید جزییات بیشتری را به‌دست آورید، سعی کنید یک ضرب الاجل زمانی را برای وی در نظر بگیرید. مثلا، می‌توانید این موضوع را مطرح کنید که «خوب، اجازه دهید در هفته آتی با هم صحبت کنیم و ببینیم می‌توانیم با هم موضوع رو پیش ببریم یا خیر. من خودم با شما تماس می‌گیرم – سه‌شنبه حدود ساعت ۱۱ با محل کار شما تماس بگیرم، مشکلی نیست؟»

اگر مشتری از هماهنگ کردن و قطعی کردن یک زمان برای صحبت بیشتر در آینده با شما خودداری کرد، به احتمال زیاد قصد جدی برای پیش بردن این خرید را ندارد و شاید خیلی راحت باید نام وی را در لیست سرنخ‌های غیر فعال خود قرار دهید. اما اگر برای تعیین یک زمان دیگر موافقت کرد، می‌توانید که هنوز احتمال موفقیت فروش شما زیاد است. همچنین می‌توانید از دیگر مشتریان یا افرادی نزدیک خود که این مشتری بالقوه شما را می‌شناسند، به دنبال کسب اطلاعات باشید. این موضوع می‌تواند مثلا صحبت کردن با منشی وی (قبلا در مطالبی گفته بودیم که باید ارتباط خوبی با این افراد که همانند دروازه‌های اطلاعاتی شما هستند، داشته باشید) یا بررسی کردن شبکه ارتباطی خودتان به منظور یافتن شخصی که با وی آشنایی یا ارتباط نزدیکی دارد.

نبایدها. . .

یکی از روش‌هایی که اصولا هیچ اثربخشی در این گونه موارد ندارد، اصرار بر در جریان نگاه داشتن چرخه فروش و پیگیری‌های مجدد و مجدد است. اعتراض و عدم علاقه به خرید با محوریت موضوعات زمانی، در واقع راه و روش مشتری بالقوه برای گرفتن زمانی از شما جهت پرداختن به موضوع خرید و به سرانجام رساندن آن از راه و شیوه خودش است. شاید به قول معروف تمایل دارد دوره خواب روی مسئله را طی کند یا قبل از اینکه حس بهتری نسبت به نهایی کردن قرارداد داشته باشد، نیازمند کسب اطلاعات بیشتری است.

اگر وی را به اتخاذ یک تصمیم سوق بدهید، در واقع شانسی را از وی گرفته‌اید که حس او را نسبت به شما بد می‌کند یا حتی او را از شما عصبانی می‌کند.

و البته اینکه، اگر تصمیمی مبنی بر عدم خرید از شما گرفته باشد، با این کار تنها وی را در عدم خرید و کار کردن با خودتان مصمم‌تر می‌کنید.

منبع: ibazaryabi

کلید

چگونه برترین استعدادها را به شرکت جذب کنیم

جذب استعدادهای برتر برای هر کسب‌وکاری یک نیاز حیاتی است. برخی از این نیروهای کاری به‌عنوان قهرمانان شرکت شناخته می‌شوند.

شرکت‌ها در کسب‌وکارهای مختلف علاوه بر تیم‌های سختکوش و متعهد، به افرادی نیاز دارند که از استعداد بالا و توانایی حرفه‌ای در حوزه‌ای خاص بهره‌مند باشند. به‌عنوان مثال شرکتی که در زمینه خدمات ابری فعالیت می‌کند، نیازمند توسعه‌دهنده‌ای آشنا به این فضا با تجربه‌ای قابل توجه و همچنین توانایی پیاده‌سازی سیستم‌های ابری است. به همین ترتیب شرکت فعال در زمینه بازرگانی، نیازمند یک مدیر فروش باتجربه و حرفه‌ای است.

شرکت‌ها از روش‌های گوناگون برای جذب این استعدادها استفاده می‌کنند و بعضا موفق یا ناموفق هستند. قطعا آگهی‌های استخدامی راه مناسبی برای این چالش نیستند، چراکه متخصصین حرفه‌ای عموما مشغول به کار بوده و توجهی به آگهی‌ها نخواهند داشت. اولین راه‌حلی که در این حالت به ذهن مدیران نیروی انسانی می‌رسد، تهیه لیستی از متخصصین صنعت و اولویت‌بندی استخدامی آنها است.

قدم بعدی ارسال دعوتنامه به شیوه‌های مختلف و دعوت به جلسه مصاحبه است. در این مرحله مسئول استخدام باید موارد متعددی را مدنظر قرار دهد تا از فرصت ایجاد شده برای مصاحبه، بهترین بهره را ببرد. در ادامه این مقاله، فاکتورهایی را که در جذب و استخدام استعدادهای برتر تأثیر دارند بررسی می‌کنیم.

شفافیت

افراد حرفه‌ای نیاز به توضیحی شفاف و کامل از شرکت، اهداف پیش رو و چشم‌اندازهای کوتاه و بلندمدت آن دارند. علاوه بر توضیح شفاف در دعوتنامه و در حین مصاحبه، باید به کوتاه بودن آن نیز توجه کنید. این افراد زمان زیادی برای صرف کردن روی پیشنهاد شما ندارند و مختصر و مفید بودن توضیحات، کمک بزرگی به جلب توجه آنها می‌کند.

حفظ ارزش شرکت

این فاکتور خصوصا برای استارتاپ‌هایی که به دنبال استعدادهای برتر هستند، مفید خواهد بود. این حقیقت که شما در مراحل اولیه توسعه هستید، نباید صلاحیت استارتاپ برای جذب بهترین افراد را زیر سؤال ببرد. در نظر داشته باشید که بسیاری از این افراد به دنبال کسب‌وکارهایی با سرعت رشد بالا هستند.

خلاقیت در جذب نیرو

در مراحل جذب نیرو تنها به یک یا چند راه برای برقراری ارتباط اکتفا نکنید. به‌عنوان مثال علاوه بر ایمیل به رویدادهای کسب‌وکار و شبکه‌سازی دقت کنید. برخی افراد متخصص حضوری جدی در این رویدادها دارند و می‌توان از فرصت شبکه‌سازی برای معرفی شرکت به آنها استفاده کرد. علاوه بر آن در انتخاب لیست خود نیز دقت کنید. شاید فردی با تجربه پایین‌تر، اما با تمایل به یادگیری و پیشرفت سریع، برای شرکت شما مفیدتر باشد.

توجه به ارزش‌ها

داشتن رزومه و تجربه عالی، شرط کافی برای استخدام در شرکت شما نیست. برخی اوقات استعدادهای برتر روش فکری و مسیر پیشرفتی متفاوت با شما دارند. در سؤال‌های استخدامی علاوه بر تخصص فرد باید نظر او در مورد ماموریت و اهداف شرکت را نیز مورد بررسی قرار دهید. نکته‌ای ساده برای فهم همراه بودن فرد مورد نظر با شما، دقت به استفاده از کلمه «ما» به جای «من» در پاسخ‌ها است. این رفتار نشان می‌دهد که کاندید شما به همکاری و پیشرفت پروژه پیش رو علاقه‌مند است.

تعهد طولانی مدت

در رزومه فرد به دنبال زمان سپری شده در هر شغل باشید. این زمان‌ها نشان می‌دهد که کاندیدای مورد نظر به شغل‌های قبلی تعهد داشته و تنها برای تنوع، شرکت‌های مختلف را امتحان نکرده است. می‌توانید به جزییات پروژه‌ها و تعداد موارد اتمام یافته هم دقت کنید تا تعهد به انجام کارها را متوجه شوید.

نکات گفته شده تنها بخش‌های اولیه شناخت کاندیداهای استخدام هستند. حقیقت این است که در دنیای کنونی تجارت و با رقابت شدید میان شرکت‌ها، استخدام کردن بسیار دشوار و چالشی خواهد بود. به‌هر حال برای ساختن کسب‌وکاری بزرگ و موفق، تمرکز روی این بخش حیاتی است.

منبع: forbes/zoomit

اپل چگونه اپل شد؛ متفاوت بیندیش!

فعالیت جدی اپل از اولین کامپیوتر (که فقط یک مادربورد بدون مانیتور یا صفحه کلید بود) شروع شده و نهایتا به iWatch، ختم می‌شود این یک نگاه کلی به سیر پیشرفت طی شده توسط اپل است، اما در درون این موفقیت‌ها رازهای زیادی نهفته که می‌خواهیم با بررسی آنها راه موفقیت خود را هموارتر کنیم.

یک زندگی رویایی پشت ریسک است!

داستان از آنجایی آغاز شد که استیو ووزنیاک و استیو جابز تصمیم گرفتند که با الهام از وسیله بازی Atari و پرینترهای HP برای اولین بار کامپیوتر اپل را بسازند. آنها سرمایه لازم برای این کار را از طریق فروش ماشین فولکس واگن جابز به قیمت ۱۵۰۰دلار و ماشین حساب ووزنیاک به قیمت ۵۲۰دلار به‌دست آوردند.

پشت هر موفقیتی یک حامی تمام قد ایستاده!

اپل که توسط استیو جابز و استیو ووزنیاک تأسیس شده است، در کسب‌وکار کامپیوترهای کیت با اپل I شروع به کار کرد. این تولید اولیه، هرچند به عنوان یک کالای محبوب شناخته می‌شود، عمدتا به خاطر کمک به سرمایه‌گذاری کافی برای ساخت اپل II که در سال ۱۹۷۷ انجام شد شناخته می‌شود، همان سال که اپل به‌طور رسمی شروع به کار کرد. Wozniak در ابتدا هر دو این کامپیوترها را ساخت و جابز بازاریابی را مدیریت کرد.

به رغم اینکه بخش اعظم درآمد شرکت از بخش سخت‌افزار به‌دست می‌آمد، اپل II تا اواسط دهه ۱۹۸۰ به عنوان یک محصول منبع درآمد اصلی شرکت به حساب می‌آمد. اپل تلاش کرد به روز رسانی‌هایی در تولیدات خود مانند اپل III و اپل لیزا صورت دهد، اما این محصولات برای تجاری‌سازی شانسی نداشتند. البته اپل II هنوز فروش داشت، اما دهه ۱۹۸۰ میلادی آغاز یک بحران اقتصادی برای شرکت تازه کار اپل بود.

برگشت به رقابت با ابداعی جدید

انتشار سال ۱۹۸۴ مکینتاش یک جهش رو به جلو برای اپل بود، اما در سال‌های بین انتشار اپل II و مکینتاش، ای بی‌ام گوی سبقت را از رقیب تازه کار خود ربود. درآمد ناامیدکننده از مکینتاش و تصمیمات اشتباه جمعی و همین‌طور مشاجره‌های داخلی برای رهبری اپل منجر به برکناری استیو جابز در کنار انتخاب جان اسکالی به عنوان ریاست اپل شد.

ناامید شدن یا ادامه دادن به تلاش، سخت‌ترین تصمیم زندگی

جابز بعد از برکناری اپل را برای کار بر روی شرکت NeXT ترک کرد او در یک تصمیم تاریخی شرکت انیمیشن‌سازی Pixar را تأسیس کرد.

تحت رهبری Sculley، اپل مجددا شروع به رشد کرد. اسکالی تا سال ۱۹۹۳ مدیرعامل اپل بود. در آن سال‌ها، اپل از رشد فوق‌العاده‌ای برخوردار بود و این رشد را مدیون محصولات جدیدی از جمله پرینترهای لیزری، - M cintosh Portable، PowerBooks، نیوتن و. . . بود. محصولات اپل همچنان به‌طور تضمینی به‌فروش می‌رسند، بنابراین حاشیه‌ها برای اپل سودمند بودند و منجر به درآمد مالی قابل توجهی برای اپل شدند. با این حال، در طول همان دوره، رایانه‌های ارزان با سیستم عامل ویندوز، بازار بسیار بزرگ‌تری از افرادی که کامپیوترهای خانگی را دوست داشتند، اما نمی‌توانستند از مک استفاده کنند، در اختیار گرفت. اما با این‌حال به نظر می‌رسد با وجود درآمد بسیار زیاد اپل در حال خاموش شدن است.

No Jobs ,No success

دو مدیر اجرایی اپل، مایکل اسپیندلر و گیل آملیو، به نوبه خود نتوانستند در جریان گسترش بی‌رحمانه کلون‌های ای‌بی‌ام که در حال اجرا روی مایکروسافت بودند، توفیقی کسب کنند. سیستم عامل مایکروسافت، ویندوز، تبدیل به یک استاندارد برای استفاده در صنعت شد و سیستم عامل اپل دیگر آن کارایی سابق را نداشت. آملیو برای بهبود مسائل مربوط به سیستم عامل شرکت، کمپانی NEXT را خرید. کمپانی که توسط هیچ یک از آن دو اداره نمی‌شد، بلکه بنیانگذار سابق اپل یعنی استیو جابز اداره‌اش می‌کرد.

شانس دوم مدیرعامل

از ابتدای تولید مکینتاش، اپل بازتابی یا واکنشی به مدیریت استیو جابز بوده است. در مکینتاش، اپل در تلاش برای ایجاد یک ماشین بود که محاسبات ساده و لذت‌بخش را برای کاربر انجام می‌داد. جابز به‌طور خاص به دنبال ایجاد یک تجربه کاربری بود که همه را متقاعد به خریداری یک مک می‌کرد. جابز معتقد بود که یک محصول واقعا انقلابی نمی‌تواند به نیازها و خواسته‌های مشتری بستگی داشته باشد، زیرا مشتری نمی‌تواند کیفیت محصول را تا زمانی‌که آن را نگه می‌دارد، درک کند. متأسفانه او در سال ۱۹۸۵، ۱۲ سال جلوتر از زمان خود بود - دقیقا ۱۲ سال جلوتر.

ایمان به آنچه اعتقاد داریم

هنگامی که جابز آملیو را سرنگون کرد و بار دیگر در سال ۱۹۹۷ سلطنت اپل را برعهده گرفت، سخت‌افزار تولیدی این شرکت به نمودی به تمام معنا از اعتقادات وی در زمینه دیجیتال تبدیل گشت. او iMac را با یک کمپین بازاریابی قوی با شعار «متفاوت فکرکن»راه‌اندازی کرد. به دلیل اینکه جابز اغلب با صرف هزینه و وقت برای بازاریابی اعتبار قائل می‌شد، اپل همواره در بازاریابی و نام تجاری عالی بوده است. تفاوت واقعی بین iMac و تمام محصولات قبل از آن، زیبایی و طراحی بود.

این بار این محصول تولیدی یک برج و یک مانیتور نصب شده مانند هر کامپیوتر دیگر در بازار نبود. iMac تقریبا شبیه یک کلاه مسابقه‌ای بود که در سرعت عکس گرفته شده. در سال ۱۹۹۸، iMac زیباترین دستگاه در بازار بود. این کامپیوتری بود که هیچ کس نمی‌دانست که آن را می‌خواهد تا زمانی‌که آن را می‌دیدند. این محصول ظریف بود و به لطف ارتقای سیستم عامل، کاربرپسند بود.

معرفی iEcosystem (سیستمی شامل تمام زیبایی‌ها)

این سیستم شامل آی پاد، ای فون، مک بوک ایر و اپل بود. آی پاد رسما قاتل رده پخش کننده‌های MP۳ شد، همین طور آای فون اساسا راه‌اندازی و سپس در بازار گوشی‌های هوشمند به گوشی غالب بازار تبدیل شد و iPad به نوعی میلیون‌ها نفر را متقاعد کرد این دستگاه را خریداری کنند.

کیفیت بالا، زیبایی و سادگی ۳ راز اصلی موفقیت اپل

همه این دستگاه‌ها به عنوان محصولاتی با کیفیت بهتر - و قطعا کیفیتی بهتر در طراحی - در مقایسه با محصولات رقابتی در نظر گرفته شدند. جابز در طراحی بی‌رحم بود و کل فرهنگ اپل را هنر طراحی معرفی کرد. موفقیتی که او توانست برای اپل در دومین دوره خود به ارمغان آورد، سهولت استفاده است. استفاده از چرخ در آی پاد یا بهره برداری لمس کردن آیکون در iPad، این متدهای جدید کنترلی بخشی از سادگی است که باعث می‌شود اپل بسیار جذاب باشد.

بازار همیشه خبرساز اپل

در حال حاضر هر محصول به روز شده و جدیدی از اپل توسط رسانه‌ها و عموم مردم پیش‌بینی شده است، به علاوه طرفدارانی که این شرکت از ابتدا در اختیار داشت.

مهم‌تر از همه، تمام این محصولات، اپل را به یک مدل کسب‌وکار جدید برای ایجاد یک اکوسیستم سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و محتوا تبدیل کرد. اپل آیتونز را به عنوان یک برنامه ساده برای کاربران برای انتقال فایل‌های MP۳ به iPodها ایجاد نکرده بود کاربرد آیتونز فراتر از اینها بود، همانطور که در مورد بسیاری از موارد دیگر سازندگان نیز صادق بود. این شرکت به مفهوم و تعریف واقعی یک آلبوم حمله کرد و آنها را به ترانه‌هایی تبدیل کرد که به صورت جداگانه در قیمت کل آلبوم فروخته می‌شد (مثالی درمورد نحوه عملکرد اپل) همین روند با نرم‌افزار صورت گرفت. این بار بسیاری از توابع رایج رایانه‌ای می‌توانند روی دستگاه‌های تلفن همراه اپل با استفاده از برنامه‌های کم حجم شده اجرا شوند.

استادیوم را بساز و قوانین بازی را خودت تنظیم کن

این برند به عنوان اولین عامل بزرگ در بسیاری از این بازارها، استادیوم را ساخت و قوانین بازی را تنظیم کرد. هنگامی که برای کتاب‌ها، فیلم‌ها، برنامه‌ها یا موسیقی در یک دستگاه اپل پول پرداخت می‌کنید، اپل یک قطعه به شما می‌دهد. البته، این کسب‌وکار درآمد زیادی از طریق تولید یک ipod و یک iphone در اختیار شما نمی‌گذارد، درحالی‌که این سازوکار خیلی وسیع‌تر از این حرف‌هاست و مسائل بسیاری در درآمد سرشار اپل مؤثر است.

خاص بودن در کنار زیبایی و سادگی

گفته بالا این مفهوم را به ما می‌رساند که در واقع شما یک محتوا را از اپل خریداری می‌کنید و زمانی‌که برای چند سال از محتوای i-device خود استفاده می‌کنید با توجه به جذابیتی که این محتوا دارد مردم زیادی را متمرکز بر خرید دوباره و دوباره اپل می‌کند. بنابراین هزینه بخش محتوای اکوسیستم در کوتاه مدت و درازمدت برای Apple پرداخت می‌شود. هنگامی که شما به دلیل طراحی یا سادگی به اپل رو می‌آورید، خاص بودن همراه با محتوای شماست که شما را یار وفادار و همیشگی اپل می‌گرداند.

احتمالا شما فرد خوش شانسی هستید که این مقاله را مطالعه می‌کنید و دلیلش - و دلیل موفقیت اپل - این است که، اپل دستگاه زیبایی را در اختیار شما می‌گذارد که شما هنگام استفاده از آن احساس لذت‌بخشی را تجربه می‌کنید. به همین دلیل است که این شرکت دارای چنین برند قدرتمند و ارزش سهام بسیار بالایی است. در کنار بازاریابی که نقش کمک‌کننده را داراست و از طرفی رسانه‌ها و جنون خرید طرفداران این برند که هرگز اثر و تبلیغ منفی را برای آن به همراه نداشته است، آنچه موفقیت اپل را تضمین کرده کیفیت محصولات آن است و علاوه بر این iEcosystem که باعث می‌شود امکان این را داشته باشید که بسیار راحت‌تر چیزی جدید را امتحان کنید و شما داستانی از موفقیت را به‌طور کامل برای همیشه ادامه می‌دهید.

منبع: ucan

رهبری

۹ کاری که مدیران باید در زمان افت عملکرد کارمندان خود انجام دهند

مترجم: گوهر محمدپور

حتی بهترین کارکنان دوره‌های زمانی را تجربه می‌کنند که در آنها نمی‌توانند به بهترین نحو ایفای نقش کنند. این موقع بهترین زمان برای مداخله است. بهتر است آنها را ارزیابی و مشاهده کنید آیا این مسئله نشانهٔ یک روند نزولی است یا این‌که درواقع اختلالی در یک سابقهٔ کار متعادل است؟ برای پیدا کردن جواب این سؤال، ما از کارآفرینان سؤال زیر را پرسیدیم: کارکنان ممکن است دوره‌های افت داشته باشند؛ یعنی زمانی‌که با حداکثر توان خود کار نمی‌کنند. برای تعیین اینکه آیا آنها درواقع یک‌روز غیر عادی دارند یا مسئله‌ای جدی‌تر درحال رخ دادن است، مهم‌ترین ویژگی‌هایی که شما درنظر می‌گیرید کدام‌اند؟

۱- بررسی کنید چه زمان کارمندتان بی‌توجه می‌شود

فقدان شور و شوق، واضح‌ترین نشانهٔ افت است. این امر به‌ویژه درمورد کارمندی که زود در محل‌کار حاضر می‌شده، ایده‌های خلاقانه ارائه می‌داده و از حد عادی بیشتر کار می‌کرده است، صدق می‌کند. هنگامی‌که کیفیت کار شروع به افت می‌کند، کارمندان دیر سرکار حاضر می‌شوند و ساعت را در انتظار زمان رفتن نگاه می‌کنند. در چنین شرایطی شما باید دقت بیشتری به خرج دهید. اگر به فرد هیچ چالش جدیدی پیشنهاد یا مسئولیت‌های تازه‌ای داده نشود، به احتمال زیاد کارمند افت خواهد کرد. هر مسئله‌ای که هست، با آن کنار بیایید. در مورد آنچه اتفاق می‌افتد صحبت کنید و به یک راه‌حل برسید.

۲- مرتبا پیگیری کنید

مدیران باید مراودات نزدیک کافی با تیم خود داشته باشند تا امکان برقراری ارتباط باز فراهم شود. گپ زدن با کارمند و متمرکز کردن این تعامل روی یک مشکل خاص (به‌خصوص موقعیتی که اخیرا از دست رفته است) شیوهٔ خوبی است. آنها را تشویق کنید تا به‌صورت آزادانه دربارهٔ آنچه انجام می‌دهند و اینکه چه کمکی از دست شما برمی‌آید، صحبت کنند. پیگیری مرتب تا زمانی‌که هر دو طرف احساس کنند اوضاع به حالت عادی برگشته است، باید ادامه پیدا کند.

۳- حل مسائل در جلسات دونفره

راه‌حلی آنی برای فهمیدن اینکه چه مشکلی برای یکی از اعضای تیم به‌وجود آمده، وجود ندارد. به یاد داشته باشید که آنها انسان هستند و شرایط، انگیزه‌ها و چالش‌های‌شان به‌طور مداوم درحال دگرگون شدن است. با-توجه به تجربهٔ خودم، متوجه شده‌ام که بهترین راه باخبر شدن از شرایط تیم، برگزاری جلسات دونفره است. این ابزار به من اجازه می‌دهد همواره از وضعیت هر فرد و نیازهایش باخبر باشم.

۴- برای بهتر کردن فضای اعتماد، چالش‌ها را موردبحث قرار دهید

همهٔ ما مبارزه می‌کنیم. در شیوه‌ای که من اجرا می‌کنم، اگر اتفاقی جدی درحال وقوع باشد، خودم به‌عنوان الگو عمل می‌کنم. من مبارزاتم و اینکه چگونه جوابگوی کارکنانم هستم را ابراز می‌کنم. بسیاری از مدیران این رویکرد را انتخاب نمی‌کنند، اما من معتقدم که داشتن محل کاری صادقانه مهم است. یک‌روز غیرعادی به این معنی نیست که شما درحال رکود هستید، اما هر دوره رکود با یک روز غیرعادی شروع می‌شود. اگر به آنها حقیقت را بگویید، می‌توانند این صمیمیت را با شما احساس کنند و آنها نیز حقیقت را بیان کنند.

۵- کارمندان خود را به‌صرف قهوه دعوت کنید

فوق‌العاده مهم است که به‌سرعت سر گفت‌وگو را با کارمندی که مثل معمول کار نمی‌کند، باز کنید. بهترین راه این است که آنها را برای نوشیدن قهوه به بیرون ببرید و با یکدیگر روراست و صادق باشید. از آنها بپرسید که اوضاع چگونه پیش می‌رود و برای کمک یا حمایت از آنها چه‌کاری می‌توانید انجام دهید. کارمندان ارزش این اهمیت قائل شدن را می‌دانند.

۶- زمینهٔ ارتباطات باز را ایجاد کنید

درحالی‌که ممکن است نشانه‌هایی از عدم‌تمرکز و مشارکت در یک کارمند وجود داشته باشد، نیازی نیست که کارفرما از حقه‌ای استفاده کند تا مجددا به بالاترین عملکرد و کارآمدی او دست پیدا کند. داشتن محیطی از ارتباطات باز می‌تواند مؤثرترین ابزار برای تعیین هرگونه مشکلی باشد که شاید کارمند شما با آن مواجه شده است. اگر توانستید چنین محیطی را برای کارمندان‌تان ایجاد کنید، کار دیگری که باید انجام دهید این است که سؤال بپرسید و به علت این روز غیرعادی پی ببرید.

۷- به‌دنبال ناکامی‌های مکرر و نشانه‌های دیگر باشید

اگر از دست دادن فرصت و فرجه انجام کارها به عادت تبدیل شده است، میزان کار کارمندان از حد معمول کمتر یا به‌طور کلی عملکرد آنها ضعیف است، باید گامی بردارید و دست به اقدام بزنید. هر وضعیتی که بیش از دو هفته به‌طول بینجامد، می‌تواند نگران‌کننده باشد و بهتر است آن را مطرح کنید. سپس از آنها بخواهید تا هفته آینده آن را حل کنند. اگر کارمندان این‌کار را انجام ندهند، می‌توان نتیجه گرفت شما دچار مشکل شده‌اید.

۸- درصورت شک و تردید، سؤال بپرسید

من متوجه شده‌ام که تنها با پرسیدن می‌توان فهمید که آیا کارمند دچار مشکل شده است یا خیر. این‌کار همچنین به ارتباطات میان شما و کارمندتان کمک می‌کند و نشان می‌دهد که واقعا به او اهمیت می‌دهید.

۹- به احساس درونی خود اطمینان داشته باشید و حس همدردی‌تان را انتقال دهید

من کارمندانم را می‌شناسم. اساسا یادداشت‌هایی درباره آنها می‌نویسم و رفتارشان را در هفته جاری یا بیشتر بررسی می‌کنم. سپس کارمندم را به کناری می‌کشم و یا او را به دفترم دعوت می‌کنم. از آنجایی‌که ممکن است در آن لحظه به مشکلات شخصی بپردازید، باید محیط را به‌گونه‌ای آماده کنید که حریم خصوصی و عزت‌نفس شخص حفظ شود.

منبع: allbusiness

۲۰ دلیل اصلی شکست استارتاپ‌ها

دنیای امروز دنیای استارتاپ‌هاست. کسب‌وکارهای نوپا هر روز در گوشه‌ای از جهان شکل می‌گیرند و محصولات و خدمات‌شان را به بازار عرضه می‌کنند. اما واقعا چند درصد از این استارتاپ‌ها می‌توانند از مرحله اولیه گذر کنند و در بازار رقابتی امروز به فعالیت خود ادامه بدهند؟

واقعیت این است که تعداد استارتاپ‌هایی که در مسیر خود با شکست مواجه می‌شوند بسیار زیاد است. براساس آمار، ۵۰درصد استارتاپ‌ها در پنج سال اول و ۷۰درصد آنها در ۱۰ سال اول فعالیت خود شکست خواهند خورد. مطالعات دیگری میزان شکست استارتاپ‌ها را تا ۹۰درصد و مطالعه دیگری تا ۷۵درصد اعلام کرده‌اند. ظاهرا تعداد واقعی چیزی بین این دو مقدار است. اما دلایل اصلی شکست استارتاپ‌ها چیست و چرا این آمار تا این اندازه بالاست؟

بسیاری از افرادی که کسب‌وکار جدیدی راه‌اندازی می‌کنند، در ابتدای کار انرژی و سرمایه دارند و هرگز به این فکر نمی‌کنند که اول راه هستند و ممکن است موانع زیادی در مسیر پیش‌رو وجود داشته باشد. شکست درواقع نوعی فرصت برای یادگیری است، اما می‌توان با استراتژی درست و با استفاده از روش‌های کارآمد از پیامدهای شکست جبران‌ناپذیر جلوگیری کرد. در این مطلب، ابتدا به بررسی دلایل اصلی شکست استارتاپ‌ها براساس مطالعات و آمار واقعی خواهیم پرداخت و سپس برای هر یک راهکاری پیشنهادی ارائه می‌کنیم.

۱. بی‌نیازی بازار

به‌جرات می‌توان گفت این مشکل بزرگ‌ترین و اصلی‌ترین دلیل شکست استارتاپ‌هاست. براساس آمار اعلام‌شده از CB Insights، بسیاری از استارتاپ‌ها (۴۲درصد) به این دلیل با شکست مواجه می‌شوند که محصول یا خدماتی ارائه می‌کنند که بازار به آنها نیاز ندارد. بسیاری از افراد برای مشکل راه‌حلی پیدا و براساس آن کسب‌وکاری را راه‌اندازی می‌کنند، اما پس از مدت کوتاهی متوجه می‌شوند که محصول یا خدمات‌شان به‌درد کسی نمی‌خورد. توجه به نیاز بازار قبل از راه‌اندازی یک استارتاپ از اهمیت زیادی برخوردار است. اگر ایده‌ای برای راه‌اندازی یک استارتاپ دارید، ابتدا درمورد بازار آن تحقیق کنید. با اطرافیان و مردم درباره این استارتاپ صحبت کنید. شاید این موضوع که دغدغه شماست، برای دیگران اصلا مسئله مهمی نباشد. شاید حتی محصولات یا خدمات بهتر و باکیفیت‌تری برای رفع این نیاز در بازار وجود داشته باشد. این احتمال هم وجود دارد که هنوز بازار آمادگی پذیرش این محصول را نداشته باشد.

۲. مشکلات مالی

آمار نشان می‌دهد ۲۹درصد از استارتاپ‌ها به‌دلیل مشکلات مالی و اتمام نقدینگی‌شان با شکست روبه‌رو می‌شوند. بسیاری از کسب‌وکارهای نوپا اطلاعات و تجربه کافی درباره مدیریت مسائل مالی، قوانین مالیاتی و نظایر آنها ندارند و حتی اگر با سرمایه کافی شروع به کار کرده باشند، هیچ تضمینی وجود ندارد که بتوانند هزینه‌های کسب‌وکارشان را تأمین کنند. از سوی دیگر، ازآنجاکه بیشتر استارتاپ‌ها از پس دستمزد مشاوران مالی و حسابداران برنمی‌آیند، خودشان دست‌به‌کار می‌شوند و بنابراین تمام توجه و تمرکزشان را روی حل این مشکلات می‌گذارند، اما به‌دلیل بی‌تجربگی، درنهایت از انجام کارهای اصلی استارتاپ‌شان مانند بررسی مدل کسب‌وکار، مدیریت تیم و نظایر آنها باز می‌مانند.

از همان ابتدای راه‌اندازی استارتاپ باید به فکر مدیریت مالی و استفاده بهینه از نقدینگی‌تان باشید. در غیر این‌صورت مجبور خواهید شد برای رفع مشکلات مالی دارایی‌های شرکت‌تان را بفروشید و بنابراین به‌زودی کسب‌وکارتان منحل خواهد شد. اگر بودجه کافی برای استخدام مشاور مالی ندارید، می‌توانید از برون‌سپاری حسابداری بهره گیرید و امور مالی استارتاپ‌تان را به شرکت‌هایی که خدمات حسابداری، مشاوره مالی و مشاوره مالیاتی را با هزینه کمتر ارائه می‌دهند بسپارید. اگر خیال‌تان از بابت مسائل مالی راحت باشد بهتر می‌توانید به امور اصلی کسب‌وکارتان رسیدگی کنید. از مشکلات مالیاتی در ایران نیز غافل نشوید، چراکه ناآگاهی از قوانین ریزودرشت کسب‌وکار و قوانین مالیاتی همواره یکی از پررنگ‌ترین دلایل ازدست رفتن سرمایه و زمین خوردن استارتاپ‌ها بوده است.

در همین راستا برای شکست این غول بزرگ می‌توانید از مؤسسه خدمات مالی تدبیر حساب نیز بهره گیرید.

۳. انتخاب نادرست اعضای تیم

درصد۲۳ از استارتاپ‌ها به‌دلیل انتخاب نادرست اعضای تیم‌شان با شکست مواجه می‌شوند. برای موفقیت هر استارتاپ وجود تیمی هماهنگ که اعضای آن مهارت‌های مختلفی داشته باشند ضروری است. اعضای تیم باید به‌درستی انتخاب شوند و همه در راستای هدف اصلی تلاش کنند. درصورتی‌که استارتاپ با بیش از یک بنیان‌گذار راه‌اندازی شده است، این هماهنگی و هم‌فکری باید بین آنها نیز وجود داشته باشد. زیرا بسیاری از استارتاپ‌ها به‌دلیل ناهماهنگی و وجود نظرات متضاد بین بنیان‌گذاران با شکست مواجه شده‌اند.

۴. ناتوانی در برابر رقیبان

درصد۱۹ از استارتاپ‌ها به‌دلیل نداشتن شناخت کافی از رقیبان و ناتوانی در رقابت با آنها شکست می‌خورند. این استارتاپ‌ها تصور می‌کنند محصولات یا خدمات آنها منحصربه‌فرد است و مشابه آنها در بازار وجود ندارد. درحالی‌که امروزه به‌سختی می‌توان محصول یا خدماتی را یافت که حتی یک رقیب در بازار نداشته باشد. بنابراین این تفکر را از خودتان دور کنید که شما تنها کسی هستید که این محصول یا خدمات را ارائه کرده‌اید؛ حتی اگر اولین باشید آخرین نخواهید بود. از وجود رقیبان ناراحت نباشید و آنها را نادیده نگیرید. درعوض سعی کنید محصولات و خدمات باکیفیت‌تری نسبت‌به آنها ارائه بدهید. نکته مهم دیگر این است که تصور نکنید رقیبان شما فقط استارتاپ‌ها هستند، گاهی ممکن است یک شرکت یا کسب‌وکار بزرگ و معتبر در برابر شما قرار گرفته باشد.

۵. نداشتن تجربه کافی در قیمت‌گذاری

براساس آمار، حدود ۱۸درصد از استارتاپ‌ها به این دلیل که از روش‌های صحیح قیمت‌گذاری روی محصول یا خدمات‌شان آگاهی ندارند با شکست مواجه می‌شوند. آنها تصور می‌کنند تغییر قیمت‌ها در بازار همواره به‌صورت خطی پیشرفت می‌کند. نوسانات قیمت در بازار امری کاملا طبیعی است، اما اگر ندانید چگونه باید محصول‌تان را قیمت‌گذاری کنید باید در کسب‌وکارتان را تخته کنید. بهترین روش این است که ابتدا محصول یا خدمات‌تان را با قیمتی اولیه و متناسب با هزینه‌های آن به بازار عرضه کنید. سپس منتظر بمانید تا ببینید چه اتفاقی خواهد افتاد. برخی افراد تصور می‌کنند اگر محصول یا خدمات‌شان با استقبال روبه‌رو شده است، باید قیمت آن را افزایش دهند و بالعکس، اگر کسی طالب محصول یا خدمات‌شان نیست باید قیمت آن را پایین بیاورند. این کاملا نادرست است. به این فکر کنید که اگر محصول‌تان را با قیمت متوسط (نه‌چندان گران و نه‌چندان ارزان) به بازار عرضه کنید، هزینه‌های شرکت تأمین خواهد شد یا خیر. متأسفانه بسیاری از استارتاپ‌ها قادر به برقراری این تعادل نیستند. برای قیمت‌گذاری صحیح، ابتدا باید مشتریان، محصول و بازار آن را به‌خوبی بشناسید و نیز به قیمت محصولات یا خدمات رقیبان نیز توجه کافی داشته باشید.

۶. محصول بی‌کیفیت

گاهی‌اوقات از ایده‌ای بسیار ناب، استارتاپی فوق‌العاده شکل می‌گیرد، اما محصول ارائه‌شده آن‌قدر بی‌کیفیت است که به شکست استارتاپ می‌انجامد. براساس آمار، ۱۷درصد از استارتاپ‌ها به‌دلیل کوتاهی بنیان‌گذاران‌شان درباره کیفیت محصول با شکست مواجه می‌شوند. این افراد اصلا نمی‌دانند چه می‌کنند و احتمالا قبل از ورود به حوزه فعالیت‌شان به‌اندازه کافی با آن آشنایی ندارند. بهتر است قبل از نهایی کردن محصول و عرضه اولیه آن به بازار از کیفیت آن اطمینان یابید تا به وجهه برندتان خدشه‌ای وارد نشود.

۷. توجه نداشتن به مدل کسب‌وکار

هیچ کسب‌وکاری بدون طرح و برنامه قادر به ادامه فعالیت نخواهد بود. درواقع، ۱۷درصد از استارتاپ‌ها به‌دلیل نداشتن مدل کسب‌وکار تعطیل می‌شوند. مدل کسب‌وکار حتما باید قبل از راه‌اندازی استارتاپ تعیین شود. با داشتن طرح و برنامه‌ریزی می‌توانید بر اهداف کسب‌وکارتان تمرکز کنید. برای برنامه‌ریزی به‌اندازه کافی زمان بگذارید و شواهد عینی را بررسی کنید تا ببینید مدل کسب‌وکارتان اجرایی هست یا فقط در حد تئوری باقی می‌ماند.

مدل کسب‌وکار به شما اطلاعاتی راجع‌به زمینه فعالیت و اهداف‌تان، تحلیل مخاطبان هدف و حتی جریان نقدی کسب‌وکارتان ارائه می‌دهد. از ابزاری به‌نام بوم کسب‌وکار استفاده کنید تا درک بهتری از مدل کسب‌وکار خود پیدا کنید. پس از برنامه‌ریزی می‌توانید کسب‌وکارتان را توسعه دهید.

۸. بازاریابی ضعیف

برخی از استارتاپ‌ها براساس ایده‌ای ناب شکل می‌گیرند و محصول/خدمات‌شان هم بسیار باکیفیت است، اما به‌دلیل نداشتن مشتری با شکست مواجه می‌شوند؛ دلیلش این است که کسی از محصول خوب آنها اطلاع ندارد. در این بین حتی ممکن است افراد زیادی هم از محصولات یا خدمات ارائه‌شده آگاه شوند، اما اگر آنها جزو مشتریان هدف آن شرکت نباشند، فرآیند بازاریابی اثربخشی لازم را نخواهد داشت. آمار نشان می‌دهد ۱۴درصد استارتاپ‌ها به‌دلیل بازاریابی ضعیف به موفقیت نمی‌رسند. بازاریابی را به‌هیچ‌وجه نادیده نگیرید، حتی وقتی بهترین‌ها را ارائه می‌کنید.

۹. بی‌توجهی به بازخوردهای مشتریان

یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت استارتاپ‌ها از شروع یک ایده تا تولید محصول و بررسی آن، اهمیت دادن به بازخوردهای کاربران و مشتریان است. ۱۴درصد استارتاپ‌ها به این دلیل شکست می‌خورند که بنیان‌گذاران آنها دیدگاه‌های مشتریان را بررسی نمی‌کنند و بنابراین از نقاط قوت و ضعف‌شان آگاه نمی‌شوند. گاهی‌اوقات یک ضعف کوچک از نظر مشتری درنهایت به نابودی استارتاپ منجر می‌شود. در این میان برخی استارتاپ‌ها هم هستند که با توجه به بازخورد مشتریان‌شان و تغییرات ضروری و سریع در محصول توانسته‌اند علاوه بر جلب رضایت مشتریان فعلی بازار خود را توسعه دهند.

۱۰. ارائه محصول در زمان نامناسب

برخی از استارتاپ‌ها زودتر از پیشرفت تکنولوژی موردنیازشان راه‌اندازی می‌شوند و ازآنجاکه بازاری برای آنها وجود ندارد با شکست مواجه خواهند شد. دسته دیگر آن‌قدر دیر شروع به کار می‌کنند که یا بازار اشباع می‌شود یا تکنولوژی پیشرفته‌تری جای آن را می‌گیرد. بنابراین راه‌اندازی استارتاپ در زمان مناسب بسیار اهمیت دارد. براساس آمار، ۱۳درصد از استارتاپ‌ها فقط به‌دلیل راه‌اندازی در زمان نامناسب از دور خارج شده‌اند.

۱۱. از دست دادن تمرکز

یکی دیگر از دلایل شکست استارتاپ‌ها که حدود ۱۳درصد از آنها را در برمی‌گیرد، ازدست دادن تمرکز است. راه‌اندازی یک استارتاپ علاوه بر زمان، تلاش و پول به تمرکز کافی بر اهداف اصلی کسب‌وکار نیاز دارد. بسیاری از استارتاپ‌ها به‌دلیل کاهش تمرکز بنیان‌گذاران و پراکندگی پروژه‌ها، از مسیر اصلی هدف‌شان منحرف می‌شوند.

در این بین برخی استارتاپ‌ها می‌توانند بخش‌هایی از کسب‌وکار را که به شکل‌گیری هسته اصلی آن مربوط نیست، برون‌سپاری کنند. شرکت‌های کوچک و متوسط در سرتاسر جهان و بسته‌به نوع کسب‌وکارشان مواردی نظیر بازاریابی محتوایی و مدیریت بلاگ، مدیریت سایت، مدیریت موجودی، مدیریت مالی و... را به شرکت‌های باتجربه می‌سپارند و با خیال راحت به چالش‌های کسب‌وکار جدیدشان رسیدگی می‌کنند.

۱۲. ناهماهنگی تیم با سرمایه‌گذاران

بسیاری از بنیان‌گذاران استارتاپ‌ها پس از مطرح‌کردن ایده‌شان و گردآوری تیمی مناسب، شروع به کار می‌کنند و همه‌چیز به‌نظر عالی پیش می‌رود، اما پس از مدت کوتاهی استارتاپ شکست می‌خورد. یکی از دلایل این شکست که ۱۳درصد از استارتاپ‌ها را درگیر می‌کند، ناهماهنگی و اختلافات بین بنیان‌گذاران، سرمایه‌گذاران و اعضای تیم است که قبل از شروع کار وجود نداشت. تیم استارتاپی و سرمایه‌گذار باید بکوشند تا زبان واحدی برای هماهنگی‌ها و پیگیری‌ها تعریف کنند و سرمایه‌گذار هم به‌نوعی توجیه شود که در محیط‌های استارتاپی ممکن است سودآوری کمی از برنامه عقب بیفتد. تهیه گزارش‌های مالی به‌شکل درست می‌تواند به‌صورت مستمر سرمایه‌گذار را در جریان وضعیت قرار دهد.

۱۳. تغییر ندادن مسیر نادرست

گاهی بنیان‌گذاران پس از تولید و بررسی محصول مشاهده می‌کنند که این محصول خوب نیست و یا بازار مناسبی برای آن وجود ندارد. اگر در این شرایط تغییر مسیر با درایت کافی انجام شود می‌تواند استارتاپ را نجات دهد، اما در ۱۰درصد موارد ممکن است یکی از دلایل فوق باعث شکست شود.

۱۴. کاهش اشتیاق بنیان‌گذاران

بسیاری از استارتاپ‌ها در ابتدای کار با اشتیاق راه‌اندازی می‌شوند، اما پس از مدتی علاقه بنیان‌گذاران برای ادامه کار فروکش می‌کند. براساس آمار، ۹درصد از استارتاپ‌ها به‌دلیل بی‌علاقگی بنیان‌گذاران به حوزه فعالیت‌شان یا شناخت ناکافی از آن، شکست می‌خورند. با درگیری کردن سرمایه‌گذار تا حدی معقول و در جریان قرار دادن او در کسب موفقیت‌های کوچک و بزرگ انگیزه او را حفظ کنید.

۱۵. راه‌اندازی استارتاپ در موقعیت جغرافیایی نامناسب

مکان راه‌اندازی استارتاپ یکی از عوامل مهم موفقیت آن است؛ به‌طوری‌که آمار نشان می‌دهد ۹درصد استارتاپ‌ها به‌دلیل نامتناسب بین مفهوم استارتاپ و مکان راه‌اندازی آن دچار مشکل می‌شوند. علاوه‌براین، استارتاپ‌هایی که با تیم‌های دورکار راه‌اندازی می‌شوند، باید راه‌های ارتباطی مؤثر با آنها برقرار کنند. در غیر این‌صورت، فقدان کار تیمی و بی‌برنامگی منجربه شکست استارتاپ خواهد شد. ابزارهای جدید برگزاری جلسات، برنامه‌ریزی، زمان‌بندی و مدیریت آنلاین پروژه‌ها را امتحان کنید و به بهترین‌نحو در کسب‌وکارتان به‌کار گیرید.

۱۶. بی‌علاقگی سرمایه‌گذار

پیش‌از این، درباره مشکلات مالی که سر راه استارتاپ‌ها قرار دارد صحبت کردیم. به‌جز تمام‌شدن نقدینگی، بی‌علاقه سرمایه‌گذاران و ناتوانی بنیان‌گذاران در جذب آنها نیز از دلایل مهم شکست ۸درصد از استارتاپ‌ها به‌شمار می‌رود.

۱۷. مسائل حقوقی و قانونی

گاهی استارتاپی براساس ایده‌ای ساده شکل می‌گیرد، اما پس از مدتی با مسائل قانونی بسیار پیچیده مواجه می‌شود. مشکلات قانونی در مسیر کسب‌وکارهای نوپا که تجربه چندانی هم ندارند موانع زیادی ایجاد می‌کنند که در ۸درصد موارد، آنها را از ادامه فعالیت بازمی‌دارند. مشکلات قانونی از ثبت شرکت، برند و محصول گرفته تا مشکلات مالیاتی، خط قرمزهای اجتماعی، محیط‌زیست و غیره را شامل می‌شوند. تمامی موارد را زیربه‌ریز بررسی کنید و کوچک‌ترین نکات را از قلم نیندازید، چون دیر یا زود دردسرش گریبان‌گیرتان می‌شود.

۱۸. نداشتن شبکه ارتباطی و مشاور

آمار نشان می‌دهد یکی از دلایلی که به‌موجب آن ۸درصد استارتاپ‌ها شکست می‌خورند، این است که بنیان‌گذاران‌شان از شبکه‌های ارتباطی خودشان با سرمایه‌گذاران درست استفاده نمی‌کنند و تمایل ندارند از آنها کمک بخواهند. بهتر است سرمایه‌گذاران را از ابتدا در جریان امور قرار دهید، زیرا آنها می‌توانند به شما کمک کنند. اگر سرمایه‌گذارتان نمی‌تواند در این زمینه کمکی کند، از مشاوران و توسعه‌دهندگان کسب‌وکارها کمک بگیرید.

۱۹. خستگی

معمولاً شروع کسب‌وکاری جدید با انرژی زیادی همراه است؛ به‌طوری‌که بنیان‌گذاران نمی‌توانند بین کار و زندگی‌شان تعادل برقرار کنند و به‌همین‌دلیل خسته می‌شوند. این موضوع یکی از دلایل مهم شکست ۸درصد از استارتاپ‌هاست. به‌موقع دست از کار بکشید و پس از استراحت، تلاش‌های‌تان را از سر بگیرید. راه‌اندازی کسب‌وکار به‌اندازه کافی ذهن شما را درگیر می‌کند و زمان‌تان را می‌گیرد. برخی از مسئولیت‌های‌تان را به اعضای تیم مطمئنی که گرد آورده‌اید یا تیم‌های مورد اطمینان بیرونی بسپارید.

۲۰. تغییر ندادن مسیر در مواقع ضروری

بسیاری از بنیان‌گذاران با اینکه می‌دانند به بن‌بست رسیده‌اند، حاضر به تغییر مسیر یا استراتژی نیستند. چسبیدن به یک ایده بد یا یک بازار بد، نه‌تنها موجب اتلاف منابع و پول می‌شود، بلکه به‌دلیل پیشرفت نکردن کار سبب ناامیدی کارکنان می‌شود. ۷درصد از استارتاپ‌ها به‌دلیل این اشتباه بزرگ با شکست مواجه می‌شوند. اگر مسیرتان اشتباه بوده، غرورتان را کنار بگذارید و لجبازی نکنید؛ شاید با تغییر مسیر فرصت‌های خیلی بهتری نصیب‌تان شود

چگونه برای شبکه‌های اجتماعی شرکت خود اساسنامه بنویسیم؟

داشتن یک اساسنامه برای شبکه‌های اجتماعی به شما کمک می‌کند تا مطمئن شوید کارمندان‌تان به خوبی در تمامی کانال‌ها فعال هستند و همچنین این اساسنامه می‌تواند از بروز مشکلات امنیتی یا قانونی نیز جلوگیری کند.

گاهی اوقات یکی از کارمندان شما ممکن است ناخودآگاه با پست مطلبی توهین‌آمیز در شبکه‌های اجتماعی، وجهه کسب‌وکار شما را زیر سوال ببرد یا حتی مدیر شبکه‌های اجتماعی سازمان نیز ممکن است به دلیل ناآشنا بودن با محدودیت‌ها و ضوابط سازمان، پست‌های نامناسبی را در حساب‌های کاربری رسمی شرکت منتشر کند. با داشتن یک اساسنامه و آشنا کردن تمام کارمندان با آن، می‌توان از بروز مشکلاتی اینچنینی جلوگیری کرد.

با توجه به اهمیت داشتن اساسنامه سازمانی برای شبکه‌های اجتماعی، در این مقاله نحوه ایجاد چنین اساسنامه‌ای را با شما به اشتراک خواهیم گذاشت. پیشنهاد می‌کنیم که این مطلب را تا پایان مطالعه کنید.

اساسنامه شبکه‌های اجتماعی چیست؟

اما پیش از آنکه به سراغ نحوه ایجاد اساسنامه شبکه‌های اجتماعی برویم، باید دقیقا بدانیم که منظور ما از اساسنامه چیست. اساسنامه شبکه‌های اجتماعی به‌وضوح مشخص می‌کند که یک سازمان و افراد شاغل در آن باید چگونه در فضای آنلاین حضور داشته باشند. داشتن اساسنامه باعث حفاظت از شهرت برند می‌شود و کارمندان را تشویق می‌کند تا با میل خود پیام‌های سازمان را به اشتراک بگذارند.

اساسنامه شبکه‌های اجتماعی باید راهنما باشد و نه یک عنصر محدودکننده. شبکه‌های اجتماعی مدام در حال تغییر هستند و اساسنامه شبکه‌های اجتماعی شما نیز باید همراه با این تغییرات، دستخوش تغییر شود. از طرف دیگر، لازم نیست که یک اساسنامه بلند و بالا بنویسید. گاهی فقط مشخص کردن برخی نکات و راهنمایی‌ها کفایت می‌کند.

مزیت‌های داشتن اساسنامه شبکه‌های اجتماعی

حتی اگر سازمان شما برای مدتی طولانی است که در شبکه‌های اجتماعی حضور دارد، هنوز برای نوشتن اساسنامه دیر نشده است. اگر هنوز در شبکه‌های اجتماعی حضور ندارید که چه بهتر. می‌توانید قبل از فعالیت در این شبکه‌ها، اقدام به نوشتن اساسنامه شبکه‌های اجتماعی کنید. داشتن اساسنامه شبکه‌های اجتماعی مزیت‌هایی برای سازمان دارد. ازجمله:

۱- دفاع از سازمان در برابر خطرهای قانونی و امنیتی

شبکه‌های اجتماعی روی مواردی مانند کپی‌رایت و حفظ حریم خصوصی بسیار حساس هستند، اما داشتن یک اساسنامه قدرتمند شبکه‌های اجتماعی کمک می‌کند تا شرکت شما از خطرات قانونی و امنیتی مصون بماند. این اساسنامه، خطرات بالقوه و دستورالعمل‌های لازم برای مصون ماندن از آنها را مشخص می‌کند. در اساسنامه شبکه‌های اجتماعی سازمان باید مشخص شود که یک کارمند در صورت در معرض خطر قرار دادن وجهه شرکت یا مورد هجوم قرار گرفتن از طرف بدافزارها باید چه‌کاری انجام دهد.

۲- تشویق کارمندان برای به اشتراک‌گذاری پیام شرکت

آیا کارمندان‌تان کار کردن برای شرکت شما را دوست دارند؟ اگر آنها می‌خواهند که این عشق خود را به اشتراک بگذارند، باید ابزارهای لازم را به گونه‌ای در اختیار آنها قرار دهید که نگرانی در مورد نقض سیاست‌های سازمان نداشته باشند.

با دستورالعمل‌های شفاف، شرکت‌ها می‌توانند به کارمندان خود در ترویج برند کمک کنند. از اساسنامه شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک ابزار وکیل مدافع‌سازی از کارمندان استفاده کنید. بهترین راهکارها برای اشتراک‌گذاری محتوای شرکت در رسانه‌ها، نحوه کامنت نوشتن و زمان‌هایی که شخص نباید وارد تعامل با سایر کاربران شود را مشخص کنید.

۳- ایجاد پیوستگی میان کانال‌ها

اگر کارمندان‌تان در شبکه‌های اجتماعی با افراد وارد گفت‌وگو و تعامل می‌شوند، باید مطمئن شوید که آنها استانداردهای برند و لحنی که شما برای گفت‌وگو با کاربران استفاده می‌کنید را می‌دانند. می‌توانید برای تعامل بهتر و دوستانه‌تر با کاربران در شبکه‌های اجتماعی، یک هشتگ برای هر یک از کارمندان‌تان در نظر بگیرید تا افراد راحت‌تر بتوانند آنها را پیدا کرده و با آنها تعامل برقرار کنند. برای مثال: #دارت‌الهام‌یاوری

نکته دیگری که در اساسنامه شبکه‌های اجتماعی باید مشخص شود، نحوه انتخاب و استفاده از تصاویر، ویدئوها و سایر محتواهای گرافیکی است. اگر کسب‌وکار شما می‌خواهد از تصاویری در شبکه‌های اجتماعی استفاده کند که با برند هم‌راستا هستند، این مورد باید در اساسنامه شبکه‌های اجتماعی ذکر شود.

چه مواردی باید در اساسنامه شبکه‌های اجتماعی آورده شود؟

اساسنامه شبکه‌های اجتماعی شرکت خود را به دو بخش تقسیم کنید:

- اساسنامه شبکه‌های اجتماعی برای حساب‌های کاربری رسمی شرکت
- اساسنامه شبکه‌های اجتماعی برای کارمندان

هرچند که این دو مورد در برخی موارد با یکدیگر تلاقی دارند، اما در برخی از جنبه‌ها برای هر کدام از آنها باید جزییاتی تعیین شود. جداسازی این دو مورد کمک می‌کند تا اساسنامه شفاف و آسان باشد. مواردی که باید در یک اساسنامه شبکه‌های اجتماعی آورده شود، عبارتند از:

۱- قوانین و مقررات

در این بخش باید انتظارات شرکت از رفتارهای کارمندان در شبکه‌های اجتماعی آورده شود. برای مثال، برخی از شرکت‌ها از کارمندان خود می‌خواهند که در موقع پست کردن مطلبی در مورد سازمان از قسم‌خوردن یا ایجاد مطالب بحث‌برانگیز خودداری کنند.

در نوشتن این بخش می‌توانید از دستورالعمل‌های زیر استفاده کنید

- دستورالعمل‌های برند: چگونه در مورد شرکت یا محصولات صحبت کنیم.
- اخلاق و تعامل: مشخص کنید که کارمندان باید چگونه به سوالات یا منشن‌های کاربران پاسخ دهند (مثبت یا منفی).
- محرمانگی: مشخص کنید که چه اطلاعاتی از شرکت را نباید در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشت.
- عواقب: کارکنان و مدیران را از عواقب سوءاستفاده از شبکه‌های اجتماعی آگاه کنید.
- شبکه‌های اجتماعی برای استفاده شخصی: مشخص کنید که چه زمان و چگونه کارمندان باید از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند و موارد منع‌شده برای آنها کدام است.

۲- نقش‌ها و مسئولیت‌ها

داشتن نقشه از پیش تعیین‌شده برای پاسخگویی به واکنش‌های رسانه‌های اجتماعی و مشخص‌کردن افراد مسئول آن، کلید پاسخگویی موثر در یک بحران است. در این بخش باید مشخص کنید که چه کسی یا کسانی مسئولیت مدیریت فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی را برعهده دارند. برای این کار، دو ستون بسازید و در ستون اول مسئولیت‌ها را مشخص کنید و در ستون دوم نام شخصی را که این مسئولیت به او سپرده شده است بنویسید.

نقش‌ها و مسئولیت‌های شبکه‌های اجتماعی می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- تأیید پیام‌ها
- پاسخگویی در بحران
- خدمات مشتری
- تعامل اجتماعی
- نگرانی‌های امنیتی و قانونی
- آموزش کارکنان
- نظارت بر شبکه‌های اجتماعی

۳- خطرات قانونی بالقوه

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند خطرات قانونی بسیار زیادی را به همراه داشته باشد و فعالیت تیم‌های بزرگ روی این شبکه‌ها، خطرات را دوچندان می‌کند. در نتیجه اساسنامه شبکه‌های اجتماعی باید دستورالعمل‌های شفافی برای مدیریت‌کردن نقاط بالقوه خطر داشته باشد. این خطرات قانونی از هر کشور به کشور دیگر متفاوت است.

- منابع معتبر: مطلبی که در شبکه‌های اجتماعی نشر می‌دهید از کدام منبع گرفته شده است؟ باید به تیم خود یاد بدهید که تنها از منابع رسمی و معتبر محتواهای خود را تهیه کنند.
- رویه‌های حریم خصوصی و افشای اطلاعات: آن چیزهایی که نباید در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شود، مانند اطلاعات کارکنان.
- سلب مسئولیت کارکنان: وقتی که کارمندان می‌خواهند در مورد مطلبی که به کسب‌وکار شما مربوط است اظهارنظر کنند، باید به آنها بگویید که در ذیل کامنت خود بنویسند «این نظر شخصی من است و لزوما نظر کارفرمای من را منعکس نمی‌کند».
- نحوه برخورد با کاربران: کارمندان شما در شبکه‌های اجتماعی هرگز نباید با سایر کاربران وارد بحث‌وجدل شوند و یا به آنها فحاشی کنند، زیرا این کار علاوه بر تحت‌الشعاع قرار دادن وجهه برند، می‌تواند خطرات قانونی زیادی برای شخص در پی داشته باشد. براساس بند ۱۶ قوانین جرایم رایانه‌ای، توهین و هتک حیثیت افراد در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند از ۹۱ روز تا دو سال حبس یا جزای نقدی از ۵ تا ۴۰ میلیون ریال و یا هر دو مجازات را در پی داشته باشد.

۴- خطرات امنیتی

کاربران شبکه‌های اجتماعی همیشه در معرض بدافزارها و خطرات امنیتی قرار دارند و شرکت‌ها باید دستورالعمل‌های لازم را در مورد حفاظت‌های امنیتی به کارمندان خود بدهند. در اساسنامه شبکه‌های اجتماعی شرکت خود باید موارد زیر را به کارمندان خود گوشزد کنید:

- ایجاد پسوردهای قوی یا استفاده از ورود دو مرحله‌ای
- به‌روز نگه داشتن نرم‌افزارها و دستگاه‌ها
- اجتناب از حملات فیشینگ، اسپم، اسکم و سایر تهدیدات بدافزارها
- نحوه شناسایی یک تهدید یا حمله
- نحوه پاسخگویی به این حملات یا تهدیدات

۵- پاسخگویی

وقتی یک اشتباه عمومی رخ می‌دهد، اولین کاری که بسیاری از سازمان‌ها انجام می‌دهند این است که کارمند خاطی را معرفی می‌کنند. در یک سازمان، همه کارمندان مسئول محتواهایی هستند که در فضای آنلاین و در شبکه‌های اجتماعی شرکت منتشر می‌شود. به کارمندان خود یاد بدهید که آنها نیز در مقابل تمام اتفاقات رخ‌داده مسئول هستند و باید پاسخگو باشند. همه کارمندان باید از یکدیگر حمایت کنند.

آیا شما برای شرکت خود اساسنامه شبکه‌های اجتماعی مشخص کرده‌اید؟

منبع: daartagency

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت اسناد و املاک استان همدان
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۲۲۶۰۰۷۰۰۰۱۶۶ مورخه ۱۳۹۷/۰۲/۳۰ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهار تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای علیرضا نعمتی فرزند نادعلی بشماره شناسنامه ۱۲۶۷۲ صادره ازبهار درششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۳۹۶۰۴/۲۷ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۳۹ اصلی واقع در بهار بخش چهار همدان خریداری مع الواسطه ازمالک رسمی ورثه تاد علی – ورثه ابراهیم طورجی – محمد قره خانی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم مایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

رئیس ثبت اسناد واملاک بهار - هادی یونسی عطوف

تاریخ انتشار نوبت اول :۱۳۹۷/۳/۱۲ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۷/۳/۲۷
م الف:۱۸۵

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک اسدآباد
هیات موضوع قانون تعیین وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی.

برابررای شماره۹۷/۱۳۲مورخ ۹۷/۰۲/۰۳هیأت اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر درواحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسدآبادتصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای علی اشرف بابائی زاده فرزند گلمراد به شماره شناسنامه ۵۴۰صادره ازاسدآباد درششدانگ یک باب ساختمان به مساحت۲۲/۰۲مترمربع در قسمتی ازپلاک۱۵۸۳اصلی جهت الحاق به پلاک ۱۵۸۳/۷ اصلی واقع در اسدآباد محله اسلام آبادخریداری با واسطه ازمالک رسمی آقای محمدحسین جنتی محرزگردیده است .لذابه منظور اطلاع عموم مراتب دردو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شودودرصورتی که اشخاص نسبت به صدورسند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشندمی توانندازتاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خودرا به این اداره تسلیم وپس ازاخذرسیدظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود رابه مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکوروعدم وصول اعتراض طبق مقررات سندمالکیت صادرخواهدشد.

کامران متقی - رئیس ثبت اسناد واملاک اسدآباد

م الف :۱۵۸ نوبت چاپ اول ۱۳۹۷/۰۳/۱۲ نوبت چاپ دوم۱۳۹۷/۰۳/۲۷

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک اسدآباد
هیات موضوع قانون تعیین وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی.

برابررای شماره۹۷/۲۴۷مورخ ۹۷/۰۲/۱۹هیأت اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر درواحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسدآبادتصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای میلاد هانفی حسن پور فرزند فرهاد به شماره شناسنامه ۰صادره از اسدآباد درششدانگ یک باب ساختمان به مساحت۱۰۰/۴۷مترمربع در قسمتی ازپلاک۶۶اصلی واقع در اسدآباد خ آزادی خریداری با واسطه ازمالک رسمی آقای ابراهیم شعبانی محرزگردیده است .لذابه منظور اطلاع عموم مراتب دردو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شودودرصورتی که اشخاص نسبت به صدورسند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشندمی توانندازتاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خودرا به این اداره تسلیم وپس ازاخذرسیدظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود رابه مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکوروعدم وصول اعتراض طبق مقررات سندمالکیت صادرخواهدشد.

کامران متقی - رئیس ثبت اسناد واملاک اسدآباد

م الف :۱۵۰ نوبت چاپ اول ۱۳۹۷/۰۳/۱۲ نوبت چاپ دوم۱۳۹۷/۰۳/۲۷

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمائم

به آقای/ خانم حسن امیر تیموری فرزند لطفعلی شماره ابلاغنامه : ۹۷۱۰۱۰۱۷۲۰۱۰۰۶۵۹ شماره پرونده :۹۷۰۹۹۸۱۷۲۰۱۰۰۱۳۱ ش بایگانی : ۹۷۰۱۳۶ خواهان / آقای معرفت الله یحیی پور دادخواستی به طرفیت خوانده / آقای حسن امیر تیموری به خواسته مطالبه وجه چک مطرح که به این شعبه ارجاع و به شماره پرونده کلاسه ۹۷۰۹۹۸۱۷۲۰۱۰۰۱۳۱ به شعبه اول شورای حل اختلاف شهید قدوسی شهرستان گرگان ثبت و وقت رسیدگی آن مورخ ۱۳۹۷/۴/۲۰ و ساعت ۱۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود تا خوانده (حسن امیر تیموری) ظرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفترمراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه ثانی دادخواست و ضمائم را دریافت ودر وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر گردد.

مسئول دفتر شعبه اول شورای حل اختلاف مجتمع شهید قدوسی گرگان- سکینه فلاح زاده

آگهی اجرای حکم / ۴۹/۹۷/۵/۱۵۰

درخصوص دادخواست ستاد اجرایی فرمان امام خمینی ره بطرفیت خواندگان عبدالحسین مولانا و میرعماد صابری در پرونده کلاسه ۴۹/۹۷/۵ با توجه به مجهول المکان بودن خوانده ردیف دوم میر عماد صابری نظر به صدور دادنامه شماره ۱۰۰ مورخ ۷۰/۸/۵ جهت اجرای حکم (پرداخت یک پنجم از ارزش و قیمت سینما و یا تحویل یک پنجم از سینما در صورت عدم امکان پرداخت قیمت) در مهلت مقرر در این دادگاه حاضر شوید.
مهلت حضور: ۶ ماه پس از ابلاغ

مدیر دفتر دادگاه اصل ۴۹ استان گلستان

آگهی ابلاغ

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست وضمائم به آقای /خانم علیرضا عظیمی فرزند خواهان آقای مسعود محمدی دادخواستی به طرفیت خوانده آقای علیرضا عظیمی به خواسته مطالبه طلب مطرح که به این شعبه ارجاع وبه شماره پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۸۶۰۸۷۰۰۵۹۲شعبه ۷ حقوقی شورای حل اختلاف شهرستان کرمانشاه ثبت ووقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۷/۴/۱۶ ساعت ۹:۰۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده ودرخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می گردد تا خوانده ظرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه ثانی دادخواست وضمائم را دریافت ودر وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد .

رئیس شعبه ۷ حقوقی شورای حل اختلاف شهرستان کرمانشاه – ارسلان کرمی
استان کرمانشاه – شهرستان کرمانشاه – سی متری دوم – روبروی پارک درخشان

آگهی تحدید حدود اختصاصی

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

ازبخش ۷هروآباد خلخال:
۱۳۰۶/۱۱۶ - اصلی ،آقای افشارفیضی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه .
روز تحدید حدود: شنبه ۹۷/۴/۲

ازبخش۱۸شاهرودخلخال:
۲۱/۴۸۴ - اصلی ،آقای عزیزخلری ، ششدانگ یکقطعه باغ ؛ واقع درروستای گیلوان (خلخرگیلوان).
۲۱/۴۸۵ - اصلی ،آقای عزیزخلری ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه ؛ واقع درروستای گیلوان (خلخرگیلوان).
۲۱/۴۸۶ - اصلی ،آقای عزیزخلری ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه ؛ واقع درروستای گیلوان (خلخرگیلوان).
روز تحدید حدود:یکشنبه ۹۷/۴/۳
۲۱/۵۳۴ - اصلی ،آقای عزیزخلری ، ششدانگ یکقطعه باغ ؛ واقع درروستای گیلوان (خلخرگیلوان)
۲۱/۵۳۵ - اصلی ،آقای عزیزخلری ، ششدانگ یکقطعه باغ ؛ واقع درروستای گیلوان (خلخرگیلوان).
۲۱/۵۳۶ - اصلی ،آقای عزیزخلری ، ششدانگ یکقطعه باغ ؛ واقع درروستای گیلوان (خلخرگیلوان).
۲۱/۵۳۷ - اصلی ،آقای عزیزخلری ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی؛ واقع درروستای گیلوان (خلخرگیلوان)
روز تحدید حدود:دوشنبه ۹۷/۴/۴

لذا بدینوسیله به مالک و مجاورین آگهی می شود که در روز تعیین شده در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند واخواهی بر حدود و حقوق ارتفاقی مطابق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود بمدت ۳۰ روز پذیرفته خواهد شد و متقاضی باید کتباً اعتراض خود را به ثبت محل ارائه نماید. تاریخ انتشار یک نوبت روزشنبه ۹۷/۳/۱۲

بدیهی - رئیس ثبت خلخال

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

برابر رای شماره ۹۷/۲/۹-۱۰۰۰۰۰۰۵۳ - هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در و احد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه دو زنجان تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای کریم سلطانی فرزند ابوالفضل به شماره شناسنامه ۹۷۰ صادره از زنجان در ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۹۹/۱۰ متر مربع از پلاک ۱۲ فرعی از ۴۲۴۹ اصلی واقع در بخش دو زنجان از مالکیت مشاعی خود مالک محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند ازتاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به اداره تسلیم و پس از ا خذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم بدیهی است در صورت انقضا مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سندمالکیت متقاضی صادر خواهد شد

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۷/۳/۱۲تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۷/۳/۲۸

رئیس ثبت اسناد واملاک ابراهیم اکبری

۸۵۶

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

برابر رای شماره ۱۳۹۴۶۰۳۰۱۰۶۰۰۱۱۰۴۴ - هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در و احد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی خانم کبری شیرکوند فرزند قربانعلی به شماره شناسنامه ۲۰ صادره از در یکباب خانه به مساحت ۹۱/۸۰ متر مربع پلاک ۲۹۵ فرعی از ۱۰۰ اصلی واقع در عمرآباد دارای سند مالکیت مشاعی مبنی بر مالکیت مشاعی متقاضی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند ازتاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به اداره تسلیم و پس از ا خذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم بدیهی است در صورت انقضا مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سندمالکیت متقاضی صادر خواهد شد

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۷/۳/۱۲تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۷/۳/۲۷

م الف ۸۶ رئیس ثبت اسناد واملاک محمد رحیم پوررایئی

۶۵۵

آگهی مزایده اموال غیر منقول اسناد ذمه
آگهی مزایده اموال غیر منقول اسنادرهنی

به موجب پرونده اجرائی کلاسه های شماره ۹۵۰۰۰۳۶ سندمالکیت چهار ممیز نه هزار و نهصد و شصت و یک ده هزارم دانگ از ششدانگ عرصه و اعیان خانه مسکونی که مجموع مساحت ششدانگ ۵۶۴۴/۳۶ متر مربع می باشد به شماره پلاک ثبتی ۳۷۲ فرعی از ۵ اصلی مفروز و مجزا شده از فرعی مذکور قطعه ۳۲۵ واقع در بخش ۱۸ ثبت بهشهر با حدود و مشخصات شمالا در دو قسمت اول دیواریست به طول ۲/۷۹ دو متر و هفتاد ونه سانتی متر به خیابان دوم دیواریست به طول ۴۳/۱۲ چهل وسه متر و دوازده سانتی متر به خیابان شرقا در هفت قسمت اول دیواریست به طول ۷/۱۳ هفت متر وسیزده به قطعه سیصد و بیست و شش تفکیکی دوم فنسی است به طول ۲۵/۱۸ بیست و پنج متر و هجده سانتی متر به قطعه سیصد و بیست و شش تفکیکی سوم فنسی است به طول ۹/۰۷ نه متر و هفت سانتی متر به قطعه سیصد و سی تفکیکی چهارم فنسی است اشتراکی به طول ۱۹/۹۲ نوزده متر و نود و دو سانتی متر به قطعه سیصد و سی و یک تفکیکی پنجم فنسی است اشتراکی به طول ۱۲ دوازده متر به قطعه سیصد و سی ود و تفکیکی ششم دیواریست اشتراکی به طول ۲۳/۲۸ سی و سه متر و بیست و هشت سانتی متر به قطعه سیصد و سی وسه تفکیکی هفتم دیواریست بطول ۲۱/۴۴ بیست و یک متر و چهل وچهار سانتی متر به قطعه سیصد و سی وچهار تفکیکی جنوبا در هشت قسمت که قسمت هفتم ان شرقی قسمت پنجم ان غربی است اول دیواریست به طول ۰/۳۰سی سانتی متر به خیابان دوم دیواریست به طول ۲/۸۶ سه متر و هشتاد وشش سانتی متر به خیابان سوم دیواریست به طول ۱/۵۶ یک متر و پنجاه و شش سانتی متر به خیابان چهارم دیواریست به طول ۰/۹۵ نود و پنج سانتی متر به خیابان پنجم دیواریست به طول ۰/۱۷ هفده سانتی متر به خیابان ششم درب و دیوار بطول ۲/۴۸ سه متر و چهل و هشت سانتی متر به خیابان هفتم دیواریست به طول ۰/۳۴ سی و چهار سانتی متر به خیابان هشتم دیواریست به طول ۳۸/۱۰ سی و هشت متر و ده سانتی متر به خیابان غربا در هفت قسمت اول دیوار اشتراکی به طول ۴۱/۷۸ چهل و یک متر و هفتاد و هشت سانتی متر به قطعه سیصد و بیست و چهار تفکیکی دوم دیواریست اشتراکی به طول ۸/۰۸ هشت متر و هشت سانتی متر به قطعه سیصد وبیست و چهار تفکیکی سوم د یوار یست اشتراکی بطول ۱/۱۴ یک متر و چهارده سانتی متر به قطعه سیصد وبیست و چهار تفکیکی چهارم فنسی است به طول ۵۸/۱۸ پنجاه و هشت متر و هجده سانتی متر به کوچه پنجم فنسی است به طول ۵/۱۷ پنج متر و هفده سانتی متر به خیابان ششم فنسی است به طول ۲/۴۱ دو متر و چهل و یک سانتی متر به خیابان هفتم فنسی است به طول ۲/۸۱ دو متر وهشتاد و یک سانتی متر به خیابان به مالکیت آقای مرتضی منصوری زینی فرزند ساری خان باجز سهم ۴/۹۹۶۱ دانگ مشاع از کل سهم ۶ بعنوان مالک چهار ممیز نه هزار و نهصد وشصت و یک ده هزارم دانگ مشاع از ششدانگ عرصه و اعیان موضوع سندمالکیت اصلی به شماره چاپی ۴۸۳۱۵۲سری ج سال ۹۴ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۵۲۰۳۱۰۰۱۰۰۴۷۲۸ ثبت گردیده است برابر قرارداد بانکی شماره ۷۰۴۳۹۵۹۵۳ بابت بدهی به بانک کشاورزی بهشهر نسبت به مبلغ ۱۲۴۰۰۰۰۰۰۰ ریال همراه با جریمه روزانه به نفع بانک کشاورزی بازداشت گردید اعیانی های موجود در ملک مذکور عبارت است از یک ساختمان بسیار قدیمی با قدمتی بیش از ۳۰ سال که مساحت ان در قسمت همکف با حدود تقریبی ۲۶۰ متر مربع شامل ۶ اتاق و راه پله ایوان ها وسرویس بهداشتی در طبقه بالا اول با مساحت تقریبی به حدود ۱۴۰ متر مربع شامل سه اتاق و راه پله وایوان می باشد سازه های اعیانی فوق اجری با سقف های چوبی وطاق ضربی و پوشش شیروانی حلبی ورقهای موجدار سیمانی روی خرپا با در بهای چوبی و الومینیومی و پنجره های الومینیومی است ساختمان دیگری در قسمت جنوب غربی بعنوان انباری بمساحت تقریبی بحدود ۷۵ متر مربع با سازه سنگ و آجر وسقف ورقهای موجدار سیمانی بعنوان انباری وسایل کشاورزی و همچنین یک دستگاه سرویس بهداشتی توالت به مساحت ۵ متر مربع با سازه آجری و در قسمت جنوبی انبار ساخته شده است که قدمت انها نیز بیش از ۳۰ سال برآورد می گردد که سهم مورد بازداشت پلاک مذکور به مبلغ ۵۹۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده ملک دارای امتیاز اب برق وگاز است و قسمتی در اجاره شخصی به نام هادی جعفری و مابقی در اختیار مالک قرار دارد پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ روز ۴شنبه مورخ ۹۷/۴/۶ در اداره اجرای اسناد رسمی بهشهر واقع در اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر از طریق مزایده به فروش می رسد مزایده بهه نسبت ۴/۹۹۶۱ دانگ مشاع از ششدانگ پلاک مذکور که مجموع مساحت ششدانگ ۵۶۴۴/۳۶ متر مربع می باشد از مبلغ ۵۹۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به اب و برق گاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای انها باشد و نیز بدهی مالیاتی و عوارض شهرداری وغیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی ان معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد ازتعطیلی در همان ساعت ومکان مقرر برگزار خواهد شد تاریخ انتشار اگهی ۹۷/۲/۱۲ شنبه

م الف ۹۷/۲/۱۷۱۷ مسئول واحد اجرای اسنادرسمی بهشهر محسن جعفری

۹۲۴

اخبار

بازدید استاندارهرمزگان به همراه جمعی از مسئولان استانی از سدهای شمیل و نیان

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- اســتاندارهرمزگان به همراه جمعی از مسئولان استانی از سدهای شمیل و نیان بازدید نمودند. به گزارش روابط عمومی شــرکت آب منطقه ای هرمزگان ، درحاشیه این بازدید دکتر "فریدون همتی" اســتاندار هرمزگان ، گفت : اگر مردم ببینند آب از چه عمقی ، در چه شــرایطی و با چه مشکلاتی تامین می شــود حتما در مصرف آب صرفه جویی بیشتری کرده و مدیریت بیشتری خواهند داشت تا در وضعیت بحرانی منابع آب مشکلی از نظر کم آبی در سطح استا ن نداشته باشیم. وی در ادامه از مدیرعامل ، مدیران و کارکنان شــرکت آب منطقه ای به دلیل پشــتکار در انجام پروژ ه ها و خدمت رســانی به مردم تقدیر و تشکر نمود. هوشنگ ملایی مدیرعامل شرکت آب منطقه ای استان هرمزگان نیز در این بازدید گزارشی از اقدامات انجام شده جهت تامین آب استان را ارایه نمود. ملایی افزود : در حال حاضر سدهای شمیل و نیان و چاههای حاشیه آن تامین کننده ۷۵ درصد آب شرب شهرهای بندرعباس ، خمیر و روستای مسیر می باشد. وی درپایان با تقدیر و تشکر از دکتر همتی استاندار بابت توجه خاصی که بابت تامین آب شرب شهرهای استان دارند تقدیر و تشکر نمود. گفتنی است ، بازدید ازنوسازی خط اول آبرسانی ، گلخانه شمیل و چاههای حفر شده در حاشیه سدهای شمیل و نیان از دیگر بخش‌های این برنامه بود و کارشناسان و مدیران شرکت آب منطقه ای هرمزگان حین بازدید توضیحات لازم در خصوص پروژه‌ها تامین آب را به استاندار و هیأت همراه ایشان ارائه نمودند.

بازدید رئیس سازمان جهاد کشاورزی هرمزگان از مجتمع کشت بافت در کرج

بندرعباس- خبرنگارفرصت امروز – معاون بهبود تولیدات گیاهی ســازمان جهاد کشاورزی استان هرمزگان تصریح کرد: سرعت طرح های اصلاح باغات استان سالیانه بیش از یک هزار هکتار خواهد بود و در هرمزگان شاهد کمبود پاجوش خرما هستیم. وی افزود: تکثیر درخت خرما با استفاده از روش های جدید همچون روش کشت بافت که از طریق آن تعداد زیادی نهال قابل تولید می باشد ضروری است. مهندس حسینی خاطرنشان کرد: در این مجتمع چندین رقم درخت خرما از جمله پیارم، دیری و استعمران تکثیر می‌شود.

۱۳۱ واحد مسکونی برای خانواده‌های دارای ۲ معلول گلستانی احداث شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- مدیرکل بنیاد مسکن استان گلستان گفت: ۱۳۱ واحد مسکونی روستایی برای خانواده‌های دارای حداقل ۲ معلول در استان گلستان ساخته شده است.محمدتقی زمانی‌نژاد در جمع خبرنگاران با اشاره به حمایت بنیاد مسکن از خانواده‌های دارای چند معلول اظهار داشت: سال گذشته تفاهم نامه‌ای بین بنیادمسکن انقلاب اسلامی، سازمان بهزیستی و انجمن خیرین به امضاء رسید که براساس آن خانواده‌های دارای حداقل ۲ معلول در شهرها و روستاها صاحب مسکن می‌شوندوی افزود: تاکنون ۱۳۱ واحد مسکونی روستایی در طرح تأمین مسکن برای خانواده‌های دارای حداقل ۲ معلول احداث شد.مدیرکل بنیاد مسکن استان گلستان اظهار داشت: استان گلستان با جذب ۶۷ درصد سهمیه ابلاغی موفق به کسب رتبه دوم کشور در اجرای این طرح شده است.وی ادامه داد: تعدادی از واحدهای مسکونی برای روستائیان خریداری و بقیه نیز احداث شده است.زمانی‌نژاد با بیان اینکه بنیاد مسکن آمادگی همکاری های بیشتر با بهزیستی و انجمن خیرین در حمایت از خانواده های معلولین و نیازمندان را دارد، گفت: افراد مشمولین این طرح می‌توانند با ارائه معرفی‌نامه از سازمان بهزیستی به شعب بنیاد مسکن انقلاب اسلامی از تسهیلات برخوردار شوند.مدیرکل بنیادمسکن استان گلستان افزود: این افراد علاوه بر بهره‌مندی از تسهیلات قرض‌الحسنه ۱۸۰ و ۲۰۰ میلیون ریالی از مبلغ ۱۸۰ میلیون ریال کمک بلاعوض نیز جهت مقاوم‌سازی واحد مسکونی برخوردار خواهند شد.

در راستای فرهنگ سازی مدیریت مصرف برق برای اولین بار در مدارس ابتدایی استان قزوین همیاران انرژی انتخاب شدند

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- ســید محمد قافله باشی معاونت محترم فروش و خدمات مشترکین شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین در تکمیل خبر فوق گفت : در راستای مصرف بهینه برق با همکاری اداره آموزش و پرورش برای اولین بار در سطح استان در مدارس ابتدایی شهر آبیک از هر دبستان دو دانش آموز به عنوان همیار انرژی انتخاب و آموزش های لازم به آنها داده شد. وی خصوص وظایف این دانش آموزان افزود :این دانش آموزان از این پس به عنوان نمایندگان ما در مدارس فعالیت و با مســئول مدیریت مصرف تعامل دارند و وظایف آنها کنترل خاموشی لامپها در راهروها ،کلاسها ، سرویسهای بهداشتی بعد از اتمام زمان مدرسه می باشد . معاونت خدمات مشترکین شرکت توزیع برق قزوین در زمینه گسترش این طرح در سایر شهرهای استان قزوین افزود: در حال حاضر تعداد ۶۰ دانش آموز مقطع ابتدایی در بین ۳۰ مدرسه انتخاب شده اند و در نظراست به سایر شهرهای استان نیز تعمیم داده شود .

اعطا تندیس ستاره برتر به روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان ایلام

ایلام- هدی منصوری- روابط عمومی اداره کل راهداری وحمل و نقل جاده ای استان ایلام تندیس ستاره برتر را در ارزیابی دبیرخانه پنجمین جشنواره ستارگان روابط عمومی ارتباطات ایران را کســب کرد . پنجمین جشــنواره ستارگان روابط عمومی همزمان با "روز روابط عمومی و ارتباطات "۲۷ اردیبهشت ماه در محل سالن اجتماعات شهید مطهری دانشگاه تربیت مدرس تهران برگزار شد. در این مراسم که با حضور استاندار تهران،دبیرکل خانه روابط عمومی ایران، مدیرکل روابط عمومی سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کشور و جمعی از مسئولین اجرای،اساتید و صاحبنظران دانشگاهی برگزار شد،روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان ایلام موفق به کسب رتبه برتر واحدهای استانی و دریافت تندیس ستاره برتر از این جشواره شد.

فرماندار قدس: سند جامع اجتماعی فرهنگی برای نوسازی و بهسازی بافت فرسوده بروز رسانی شود

شهرقدس- خبرنگار فرصت امروز- علی اصغر ناصربخت در جلسه کارگروه اجتماعی و فرهنگی که در ســالن جلســات فرمانداری برگزار شد، اظهار داشت: طبق مطالعات انجام شده در سال ۸۹، پنج منطقه حاشیه نشین در شهرستان قدس شناسایی شده اند که شامل شهرک عزیزی، محمدآباد، جنوب خیابان شابوداغیان، پشت اســتادیوم شهدای شهرقدس و نقاطی از محدوده سرخ حصار می باشد. نماینده عالی دولت در شهرستان قدس عنوان کرد: حاشیه نشینی و بافت فرسوده شهری باید مورد توجه مسئولان شهرستان قرار بگیرد و سند جامع اجتماعی و فرهنگی برای نوسازی و بهسازی توسط دستگاه ها تهیه و بروز رسانی شود. ایفای مسئولیت اجتماعی همگام با اجرای طرح‌های توسعه‌ای ضرورتی اجتناب ناپذیر است و اجرای طرح مسئولیت اجتماعی مجموعه ای از سلسله اقداماتی است که با سرمایه گذاری اقتصادی ارائه می شود. او افزود: تشکیل یک موسسه حقوقی در جهت امنیت عمومی و صیانت از حقوق شهروندی می تواند بخش عمده ای از آسیب های اجتماعی را کاهش دهد. لازمه رویکرد نوسازی مردمی درون زا، پایدار و فراگیر و مشارکت محله محور، بسترسازی، نهادینه سازی، اعتمادسازی و توانمندسازی است که همه این موارد در حوزه اجتماعی و فرهنگی تعریف می شود.فرماندار قدس خاطرنشان کرد: برای نوسازی بافت های فرسوده، داشتن نگاهی انسان محور، فکری، فرهنگی و اجتماعی ضرورت دارد و این امر شرط لازم برای تحقق نوسازی کالبدی و در پی آن نوسازی شهری است.

مسئول بسیج هنرمندان شاهرود خبر داد:

اجرای مراسم تعزیه خوانی به مناسبت شهادت امام علی (ع) در شاهرود

شاهرود- حسین بابامحمدی :مسئول بسیج هنرمندان شاهرود از برگزاری مراسم تعزیه خوانی به همت کانون بسیج هنرمندان ؛دفترتعزیه اداره فرهنگ وارشاداسلامی وشهرداری شاهرود در ایام شهادت امام علی (ع) خبر داد. عباس اعتماد با اشاره به ایام شهادت مولی الموحدین امام علی (ع) به اجرای سه گروه تعزیه در این ایام در شاهرود گفت: گروه‌های تعزیه خوانی باب الحوائج، نوای کربلا و نینوا در ایام شهادت امام علی (ع) در محله اسلامی شهرک ولیعصر (عج) و باغزندان به اجرای تعزیه خوانی این امام همام می‌پردازند. وی افزود: مراسم تعزیه خوانی گروه باب الحوائج از پنجشنبه ۱۰ تا ۱۲ خرداد ماه ساعت ۲۱ پارک شهرک ولیعصر (عج) و گروه نوای کربلا از دوشنبه ۱۴ خرداد تا ۱۸ خرداد از ساعت ۱۶:۳۰ و ۱۴ و ۱۶ خرداد ساعت ۲۱ در پارک شهرک ولیعصر (عج) اجرای مراسم خواهند داشت. اعتماد خاطر نشان کرد: گروه تعزیه خوانی نینوا از جمعه ۱۸ تا ۲۱ خرداد ساعت ۲۱ در محل جمعه بازار سابق محله باغزندان شاهرود اجرای برنامه دارند. مسئول کانون بسیج هنرمندان شاهرود با اشاره به همکاری دستگاه‌ها و نهادها در اجرای این مراسم‌ها گفت: دفتر تعزیه اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی، شهرداری شاهرود و گروه‌های تعزیه و پایگاه‌های بسیج ولیعصر و حضرت ابوالفضل حوزه بسیج مساجد و محلات علی ابن ابیطالب (ع) و شورای محله اسلامی شهرک، ولی عصر (عج) در اجرای این برنامه‌ها مشارکت دارند.

انتقاد عضو کمیسیون فرهنگی مجلس از کم‌کاری دستگاه‌ها درخصوص رویداد تبریز ۲۰۱۸؛

مسئولان در معرفی شهر تبریز و تبلیغات محیطی کم‌کاری کردند

تبریز – اســد فلاح- نماینده مردم تبریز در مجلس با انتقاد از کم‌کاری دســتگاه‌ها درخصوص رویداد تبریز ۲۰۱۸، اعلام کرد: مسئولان در معرفی شهر تبریز و تبلیغات محیطی کم‌کاری کردند و بسیاری از طرح‌های مرتبط هنوز عقب مانده است. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، محمداسماعیل سعیدی در خصوص معرفی شهر تبریز به عنوان جهان‌شهر یا شهر نمونه گردشگری اسلامی (تبریز ۲۰۱۸) گفت: مدل تبریز ۲۰۱۸ یک فرصتی مناسب برای معرفی شهر تبریز به عنوان ویترین گردشگری ایران و همچنین جهان اسلام است؛ به عبارت دیگر این مدل زمینه‌ای برای گسترش گردشگری است و گره کور کمبود گردشگر خارجی را باز خواهد کرد. نماینده مردم تبریز، آذرشهر و اسکو در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: اقداماتی در این زمینه انجام شــده اما این اقدامات کافی نبوده و بسیاری از طرح‌ها هنوز عقب مانده است؛ در این زمینه باید رایزنی‌های فرهنگی صورت می‌گرفت ولی آنطور که شایسته بود، مسئولین در معرفی شهر تبریز و تبلیغات محیطی کم‌کاری کردند. این نماینده مجلس در دوره دهم تصریح کرد: باید اقدامات به طور مداوم و سریع در جهت معرفی شهر تبریز صورت بگیرد تا این شهر به عنوان پایتخت گردشگری جهان اســلام بیش از پیش به مخاطبان معرفی شود؛ در این میان نه تنها رایزنی‌های فرهنگی و دستگاه دیپلماسی بلکه تمام مسئولین متولی باید با همکاری یکدیگر برای رســیدن به تبریز ۲۰۱۸ تلاش کنند. عضو کمیسیون فرهنگی در مجلس بیان کرد: نکته دیگر اینکه باید از ظرفیت مردم و بخش خصوصی استفاده می‌شد که در این زمینه نیز کم‌کاری صورت گرفت؛ چراکه بخش خصوصی با سرمایه‌گذاری در این بخش می‌تواند از یک سو باعث اشتغال و از سوی دیگر باعث سرعت‌بخشی در کارها شود. نماینده مردم تبریز، آذرشهر و اسکو در مجلس شورای اسلامی خاطرنشان کرد: این امیدواری وجود دارد تا پایان سال ۲۰۱۸ اقداماتی سریع برای گسترش گردشگر و ورود آنها به شهر تبریز صورت بگیرد و شهر زیبای تبریز که دارای معماری‌های فوق العاده و آثار تاریخی زیبا است، مورد استقبال گردشگران خارجی و داخلی قرار بگیرد.

مدیر عامل شرکت معادن زغال سنگ البرز شرقی:

افزایش ۵۸ درصدی تولید، فرصت‌های جدیدی را پیش‌روی شرکت قرار داده است

اصفهان- قاسم اسد- شرکت معادن زغال سنگ البرز شرقی که متعلق به ذوب آهن اصفهان است ، این روز ها شرایط خوبی را سپری می کند و در سال گذشته افزایش قابل توجه تولید را تجربه نمود. مهندس شریف مدیرعامل این شرکت در گفتگو با خبرنگار ما به دستاورد های شرکت معادن زغال سنگ البرز شرقی پرداخته که در پی می آید : مهندس شــریف با بیان اینکه ایمنی اولویت نخســت ما در معادن است گفت : بعد از حادثه زمستان یورت و زمانی که بنده مدیریت این مجموعــه را پذیرفتم اهدافی را در برنامه‌کاری خود ترسیم کردم،که افزایش ایمنی در معادن اولویت نخست بوده است. وی افزود : اعتمادسازی برای تامین‌کنندگان زغال، بهینه‌ســازی کارخانه زغال شویی، استفاده از فناوری‌های جدید در معادن، توسعه همکاری با دانشگاه ها، برون سپاری در فعالیت‌ها، بررسی استفاده از روش‌های نوین مالی و افزایش سرمایه با بهره‌گیری از تهاتر «بدهی‌های شرکت» برنامه‌هایی بود که به اجرا درآمد و توانستیم ثمرات آن را که افزایش ۵۸ درصدی تولید طی سه ماهه اول ۹۶ نسبت به سه ماهه آخر سال قبل بود شاهد باشــیم و این میزان افزایش تولید موجب افزایش حقوق پرسنل گردید .

طی سال‌های گذشته بالغ بر ۵۰ درصد اشتغال استان را ایجادنمودیم

مدیر عامل شرکت معادن زغال ســنگ البرز شرقی ادامه داد: این شرکت طی سال‌های گذشته بالغ بر ۵۰ درصد اشتغال استان را به خود اختصاص داده بود و به عنوان بزرگترین واحد اشتغال استان سمنان فعالیت داشت این شرکت با ۷۰۰۰ شاغل در شهرستان‌های دامغان، شاهرود، منطقه مینودشت و آزادشهر در تمامی فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی منطقه نقش کلیدی ایفا می‌کرد . مهندس شریف با بیان اینکه ۵۰۰۰ نفر از شاغلین این شرکت در دوران دفاع مقدس، به عنوان رزمنده در جبهه حضور داشتند خاطرنشان کرد : شرکت از این تعداد ۹۴ شهید و بالغ بر ۴۰۰ جانباز و ۴ نفر آزاده تقدیم انقلاب نموده است . وی گفت: در طی سال‌های اخیر حواشی زیادی برای شرکت بوجود آمد که این مجموعه را با مشکلات بسیاری مواجه ساخت به طوری که شرکت با ضرر دهی مواجه شد. خوشبختانه با حمایت‌های همه‌جانبه مهندس صادقی مدیر عامل ذوب آهن اصفهان و عزم ایشان و اصرار به افزایش تولید و اقتصادی کردن این واحد و پس از آن با بهبود قیمت جهانی و شرایط مناسب ذوب آهن اصفهان وضعیت ما نیز مطلوب شد و در حال حاضر تنها واحدی هستیم که به اصفهان بدهکاریم در حالی که تمامی تامین کنندگان از ذوب‌آهن اصفهان طلبکار هستند که این خود نشان از حمایت اصفهان از این مجموعه بوده و ما را از خود می‌دانند . وی افزود: اقدام سازمان خصوصی‌سازی موجب شد که شرکت به دو پاره تقسیم شود که شامل بخش زمین شهرسازی (مجموعه اداری و رفاهی شرکت) و بخش معادن که ما را دچار مشکلات بسیاری کرد ولی با اقدامات موثر و ارزشمند دکتر حسینی نماینده مردم شاهرود و میامی این مشکلات حل شد و انتقال مالکیت اتفاق افتاد و شرکت الان متعلق به ذوب آهن اصفهان است و با حمایت و کمک اصفهان می‌توانیم بهتر و فعالانه‌تر عمل کنیم .

تقویت و آماده سازی پست انقلاب شرکت برق منطقه ای خوزستان

اهواز- شبنم قجاوند- در راستای آماده سازی پُست های برق جهت عبور از تابستان ۹۷ و جلوگیری از هرگونه حوادث احتمالی، دمونتاژ یک دستگاه ترانسفورماتور ۲۷ مگاولت آمپری قدیمی و مونتاژ و بهره برداری از یک دستگاه ترانسفورماتور جدید در پُست برق انقلاب آبادان به پایان رسیده و مورد بهره برداری قرار گرفت. مدیر امور بهره برداری ناحیه جنوب این شرکت گفت : عملیات دمونتاژ و جداسازی یک دستگاه ترانسفورماتور قدیمی با عمر بالای ۴۰ سال با ظرفیت ۲۷ مگاولت آمپر و عملیات مونتاژ و نصب یک دستگاه ترانسفورماتور جدید بدون اعمال کوچکترین خاموشــی به مشترکین با انتقال بار در مدت زمان کمتــر از ۴۰روز کاری انجام و مورد بهره برداری قرار گرفت رضا جعفری ادامه داد: همزمان با این اقدام، به منظور پایداری شبکه برق و بهینه ســازی تجهیزات قدیمی و فرسوده منصوبه در پُست های برق ناحیه، ضمن احداث سکوی جدید بتونی و طراحی و نصب یک دستگاه رله حفاظتی فوق جریانی جدید، کلیه مدارات فرامین واینترلاکهای ایمنی و حفاظتی و همچنین اصلاح اتصالات و جمپرهای رابط به شکل کاملا استاندارد انجام گردید. مدیر امور بهره برداری ناحیه جنوب شرکت برق منطقه ای خوزستان اضافه کرد: با انجام سلســه اقدامات فوق پایداری الکتریکی و حفاظتی پُست برق انقلاب آبادان که یکی از قدیمی ترین پُست های **GIS** برق کشورمی باشد تقویت و برای تابستان ۹۷ آماده شد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم عنوان کرد؛

سازگاری با کم آبی تنها راه عبور از شرایط بحرانی

قم- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم سازگاری با کم آبی را تنها عبور از شرایط بحرانی دانست و بر لزوم صرفه‌جویی و اصلاح الگوی مصرف تاکید کرد. به گزارش روابط عمومی شــرکت آب و فاضلاب استان قم، دکتر علی جان صادق پور با اشاره به بارندگی‌های اخیر و کاهش دمای هوا گفت: با وجود اینکه در روزهای نخست سال جاری با افزایش حدود ۱۰ درصدی مصرف آب مواجه بودیم در روزهای اخیر با خنک شدن هوا، میزان مصرف به روزهای ابتدایی سال گذشته رسیده است. وی سرانه مصرف آب را در قم حدود ۱۵۴ لیتر در شبانه‌روز اعلام کرد و اظهار داشــت: گرچه این میزان نسبت به متوسط کشوری بالا نیست اما با توجه به شرایط اقلیمی و خشکسالی‌های مستمر کشور باید به عدد ۸۰ لیتر در شبانه‌روز برسیم. رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم با اشاره به موقعیت جغرافیایی کشور و قرار گرفتن در منطقه خشک و نیمه‌خشک کره زمین تاکید کرد: کشور ما همواره با کمبود آب دست به گریبان بوده و انتظار هم نیست که آینده نیز وضعیتی بهتر از قبل داشته باشــیم و لذا باید خودمان را با واقعیت وفق دهیم. وی میانگین مصــرف روزانه آب را در قم حــدود ۳۰۰ هزار مترمکعب اعلام و خاطرنشــان کرد: گرچه این میزان مصرف در فصل سرما کاهش و در فصل گرما افزایش می‌یابد اما می‌توانیم با همکاری مردم این عــدد را به زیر ۲۰۰ هزار مترمکعب برســانیم که در این صورت می‌توانیم مشکلات ناشــی از کم آبی را پشت سر بگذاریم. دکتر صادق پور سازگاری با شرایط کم آبی را اصل اساسی در کشور کم آب ایران دانســت و با تاکید بر اینکه صرفه‌جویی و رعایت الگوی مصرف کلید عبور از بحران کم آبی است تصریح کرد: اگر مصارف آبی همچنان بدون توجه به وضعیت کمبود منابع با سخاوت ادامه داشته باشد قطعاً با مشــکل تأمین آب مواجه خواهیم شد. وی در شــرایط کم آبی جیره‌بندی را دور از ذهن ندانست و گفت: در حال حاضر بیش از ۹۰ درصد آب شــهر قم از سدکوچری تأمین می‌شود که آب شــیرین و با کیفیت بسیار مناسبی برای شرب است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم افزود: اگر مردم همکاری نکنند و مصرف آب همچنان بدون توجه به شرایط کم آبی ادامه یابد ناچار به استفاده از منابع زیرزمینی هستیم که منجر به تغییر در طعم و شوری آب خواهد شد.

در راستای اجرای طرحهای فاضلاب:

نمایندگان مردم و مدیرعامل آبفاشهری مازندران با وزیر امور اقتصاد و دارایی دیدار کردند

ساری – دهقان – به منظور دریافت تسهیلات از بانک توسعه اســلامی برای اجرای طرحهای فاضلاب در مازنــدران، تعدادی از نمایندگان مردم مازندران در مجلس شــورای اسلامی و مدیرعامل آبفاشهری استان با دکتر کرباسیان وزیر امور اقتصاد و دارایی دیدار کردند. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل شــرکت آبفاشــهری مازندران، مدیرعامل شــرکت در این دیدار، بر لزوم اجرای طرحهای فاضلاب در شهرهای ســاحلی تاکید و تصریح کرد: در این شهرها به دلیل بالا بودن ســطح آبهای زیرزمینی ، امکان نفوذ فاضلابهای خانگی و صنعتی به دریا و رودخانه ها وجود دارد که این امر مخاطرات زیســت محیطی در آینده ایجاد می نماید. مهندس ذاکری، با اشاره به پیگیری های انجام شــده در دریافت تســهیلات از بانک توسعه اســلامی برای اجرای طرحهای جمــع آوری و تصفیه فاضلاب در شهرهای قائمشهر، آمل، محمودآباد، تنکابن و رامسر گفت:این شهرها از جمله مناطق مهم گردشگری استان محسوب می شوند که همه ساله پذیرای میلیونها مسافر هستند بنابراین به منظور حفظ و ارتقای محیط زیست و ســلامت افراد جامعه، اجرای طرحهای فاضلاب در اولویت قرار گرفت. وی، ادامه داد: با پیگیری های شرکت آب وفاضلاب عملیات اجرایی طرح جمع آوری و تصفیه فاضلاب ۵ شهر مازندران با مساعدت سازمان برنامه و بودجه و وزارت امور اقتصاد و دارایی از سال ۹۰ شروع شد. مدیرعامل شرکت آبفاشهری مازندران با بیان اینکه این پروژه یکی از طرحهای وزارت نیرو برای حل مشکل فاضلاب شهرهای استان اســت، اظهار داشت: با تلاش مســوولان کشوری، استانی و نمایندگان مردم و نیز بازدید کارشناســان بانــک ، با دریافت ۲۸۴ میلیون یورو تســهیلات از بانک توسعه اسلامی موافقت شد.گفتنی است در این دیدار که شمس الله شریعت نژاد نماینده مردم تنکابن، رامسر و عباس آباد، علی اسماعیلی نماینده مردم نور و محمودآباد، عزت الله یوسفیان ملا نماینده مردم آمل، سیدعلی ادیانی و عبداله رضیان نمایندگان مردم قائم‌شهر، سوادکوه شمالی، سوادکوه، جویبار و سیمرغ در مجلس شورای اسلامی حضور داشتند، دستور پیگیری و مساعدت لازم برای اجرای طرحهای فاضلاب در شهرهای مازندران از سوی وزیر امور اقتصاد و دارایی صادر شد.

کلاس آموزشی پیشگیری از حملات سایبری و امنیت اطلاعات درشرکت گازاستان گلستان برگزار شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- با هماهنگی واحد آموزش شرکت گازاســتان گلستان کلاس آموزشی پیشگیری از حملات ســایبری و امنیت اطلاعات در محل ســالن اجتماعات شرکت برگزارگردید. به گزارش روابط عمومی شرکت گازاستان گلستان ،دراین کلاس دو روزه که باحضور اســتاد دوره مهندس عطایی با هدف ارتقاء سطح دانش وآگاهی کارکنان انجام شد درخصوص الزامات سیستم امنیت اطلاعات ، روشهای پیشگیری از حملات ســایبری و راهکارهای دفاعی برگزارشــد مطالبی بسیارمهمی پیرامون موضوع دوره مطرح شــد. در این دوره آموزشــی ، انواع جاسوسی ها ، خطرات و تهدیدات موجود درشبکه های اینترنتی، اجتماعــی و فضاهای مجازی ، انواع کلاهبــرداری ، حفاظت از رمزهای عبور حســابهای بانکی و اینترنتــی ، راهکارهای مربوط به این تهدیدات، رمز نگاری ،انواع و روشــهای حملات ســایبری و مــوارد مرتبط دیگــر در این زمینه که گاهــاً بی اهمیت ویا کــم اهمیت تلقی می گــردد مورد توجه و تاکیــد قرار گرفته و هشدارهای امنیتی نیز بازگو شد تا همکاران عزیز در ادامه بتوانند با بینشــی بهتر این موارد را مورد توجه قرار داده و تا به کســی اطمینان پیدا نکردندهیچگونه ارتباطی برقرار نکنند. شایان ذکر اســت در این کلاس همچنین تاکید شــد نظر به گسترش روز افزون سیستمهای فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه خدمات و امورات الکترونیکی بویژه درتلفنهای همراه و اســتفاده از ابزار الکترونیکــی متنوع ضــرورت دارد ضمن پیشــگیری ازحملات ســایبری ،موارد امنیتی مربوطه به دقت مورد توجه قرار گرفته تا به نحو مطلوبی از حریم خصوصی خود و خانواده محافظت شود.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| شنبه | ۱۲ خرداد ۱۳۹۷ | شماره ۱۰۸۰ | صفحه ۱۶ |

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

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

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

درنگ

تویوتا؛ با ارزش‌ترین برند خودرویی جهان در سال ۲۰۱۸

مؤسسه تحلیلگر برندز (BrandZ) که زیرمجموعه گروه Kantar Millward Brown به شمار می‌رود، اخیرا رده‌بندی ۱۰۰ برند با ارزش جهان در سال ۲۰۱۸ را منتشر کرده است. طبق انتظار امسال نیز تویوتا همانند پنج دوره قبلی عنوان باارزش‌ترین برند خودرویی جهان را به خود اختصاص داده و توانسته باز هم بالاتر از تمامی رقبا بایستد.

به گزارش دیجیاتو، این خودروساز باسابقه ژاپنی اکنون ارزشی برابر با ۲۹.۹۸۷ میلیارد دلار دارد که در مقایسه با سال قبل ۵درصد افزایش یافته است. یکی از دلایل اصلی موفقیت تویوتا را می‌توان به تقاضای بالای مشتریان نسبت به خودروهای شاسی بلند این کمپانی، نسبت داد.

آقای پیتر والش (Peter Walshe) مدیر بخش ارزیابی برندز در گروه Kantar Millward Brown با اشاره به این موضوع افزوده که اروپایی‌ها و آمریکایی‌ها علاقه زیادی به شاسی‌بلندهای ساخت تویوتا از خود نشان می‌دهند.

تاکنون تویوتا ۱۱ بار موفق به کسب این عنوان از برندز شده است. بد نیست اشاره کنیم مؤسسه مذکور ۱۳ سال است که این ارزیابی را انجام می‌دهد. تویوتا فقط در ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ نتوانسته در جایگاه باارزش‌ترین برند خودرویی از دید برندز قرار بگیرد.

در ارزیابی اخیر رتبه دوم به مرسدس بنز رسیده است. ارزش این شرکت آلمانی ۲۵.۶۸۴ میلیارد دلار برآورد شده که نشان از افزایش ۹درصدی دارد. با پیشرفتی که اشتوتگارتی‌ها تجربه کرده‌اند، توانسته‌اند از رقیب دیرینه خود یعنی بی‌ام‌و سبقت بگیرند و آن را به جایگاه سوم بفرستند.

آن‌طور که آقای والش افزوده چین، برزیل و شیلی بازارهایی هستند که نقش بسیار مثبتی در افزایش ارزش برند مرسدس بنز داشته‌اند؛ استقبال بالا از E کلاس هم نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت اشتوتگارتی‌ها ایفا کرده است.

بعد از تویوتا، مرسدس بنز و بی‌ام‌و رتبه‌های چهارم تا دهم به ترتیب به فورد، هوندا، نیسان، آئودی، تسلا، سوزوکی ماروتی و فولکس واگن رسیده‌اند. نکته جالب اینکه فولکس واگن پس از دو سال غیبت به خاطر رسوایی تقلب در اعلام میزان گازهای آلاینده خودروهای دیزلی موسوم به Dieselgate توانسته دوباره در میان ۱۰ برند با ارزش قرار بگیرد.

به‌طور کلی گوگل با ۳۰۲.۰۶۳ میلیارد دلار با ارزش‌ترین برند جهان در سال ۲۰۱۸ محسوب می‌شود. ارزش این برند در مقایسه با سال گذشته به میزان چشمگیر ۲۳درصد افزایش یافته است.

بعد از گوگل، اپل با ۳۰۲.۰۶۳ میلیارد دلار در جایگاه دوم قرار دارد. آمازون هم با رشد خیره‌کننده ۴۹درصدی و افزایش ارزش برند به ۲۰۷.۵۹۴ میلیارد دلار، در جایگاه سوم ایستاده است.

ناگفته نماند به منظور تعیین ارزش برندها به دلار، دست اندرکاران مؤسسه برندز عملکرد مالی و تجاری شرکت‌های مختلف را بررسی کرده و پس از ترکیب اطلاعات حاصله با داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه با ۳میلیون مشتری این شرکت‌ها، به یک رقم قابل استناد رسیده‌اند.

بسته‌بندی خلاق

برای مطالعه ۹۸۱ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: صاحب کسب‌و کاری در حوزه موادغذایی هستم. چگونه می‌توانم سبد محصولات خود را تکمیل کنم و در این خصوص چه تصمیماتی را باید اتخاذ کنم؟

تکمیل سبد محصولات

پاسخ کارشناس: اصل اساسی راهنمایی توسعه محصول جدید، نیازهای بازار بیرونی را با قوت کارکرد درونی ادغام می‌کند. این ادغام به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا سبد محصولی را تدوین کنند که اهداف استراتژیک بنگاه را برآورده می‌سازد. مدل‌های طبقه‌بندی سبد، اغلب برای نمایش بصری وضعیت‌های جاری و آتی محصولات شرکتی طبق جذابیت بازار و توانایی برای رقابت کردن در بازار به کار برده می‌شود. بازاریاب شرکتی باید به‌طور مرتب سبد محصول را بازبینی کند، بدیل‌های استراتژیک را برای هر یک از محصولات جاری شرکت، کسب‌وکار و چشم‌اندازها را برای مشتریان جدید تدوین کند. مفهوم سبد محصول بر بازبینی محصولات نه به‌طور انفرادی بلکه به‌عنوان بخش‌هایی از یک سیستم جامع تاکید دارد. این زاویه‌دید، خواهان بازبینی منظم بدیل‌های استراتژیک و تصمیمات مربوط به تخصیص منابع مشابه از طرف مدیریت است.

سبد محصول، پیشنهاد شرکت درباره محصولات یا شعباتی است که هر کدام از آنها را می‌توان واحد استراتژیک کسب‌وکار نامید و اکثرشان در حکم یک مرکز سود مجزا عمل می‌کنند که ممکن است مدیریت خاص خود، مجموعه بازارها و رقبای شناسایی خاص خود و استراتژی‌های بازاریابی خاص خود را داشته باشند یا نداشته باشند. سبد محصولات شرکت‌ها نوعا متشکل از محصولات یا کسب‌های مرتبط است که در واحدهای استراتژیک کسب‌وکار گروه‌بندی شده‌اند که برای کنترل اکثر عوامل موثر بر عملکرد آنها به قدر کفایت همگن هستند.

مدرسه مدیریت

چگونه بر مشکلات فائق آییم؟

لوئیس هاو، کارآفرین، مربی
مترجم: محمدزمان زمانی

چالش‌ها سبب قوی‌تر شدن ما و باعث می‌شوند خود را بهتر بشناسیم.

مردم زیادی از شنیدن تجربیات من در مواجهه با مشکلات زندگی لذت می‌برند و می‌خواهند بیشتر در این مورد بدانند؛ بنابراین این بخش را به‌منظور شرح نمونه‌هایی از موارد غلبه بر بزرگ‌ترین مشکلات زندگی‌ام می‌نویسم.

احتمالا شما نیز تاکنون بر چالش‌های زندگی خود فائق آمده‌اید و هم‌اکنون نیز مشغول دست‌وپنجه نرم کردن با شماری دیگری از موانع زندگی‌تان هستید. ممکن است به‌نظر بیاید چالش‌های زندگی یکی پس از دیگری رخ می‌دهند، که اغلب هم این‌گونه است.

هربار که بر مشکلی فائق می‌آییم، مشکل دیگری از راه می‌رسد. گرچه باید بدانید که این اتفاق، آن‌قدرها هم بد نیست. این مشکلات هستند که باعث قوی‌تر شدن ما می‌شوند. آنها باعث شناخت بهتر ما از خودمان می‌شوند و ما را برای یک زندگی بزرگ‌تر و بهتر آماده می‌کنند. این مشکلات لزوما دیواری بی‌پایان میان ما و خواسته‌های‌مان نیستند؛ مگر این‌که خودمان این‌گونه بخواهیم.

در رویارو شدن با مشکلات، دو رویکرد می‌توانیم داشته باشیم: اجازه دهیم ما را از رسیدن به خواسته‌های‌مان دور کنند و یا این‌که عاملی تأثیرگذار در جهت تعالی ما و رسیدن به شخصیتی مفید باشند.

در هر مقطعی از زندگی که مشکلی برای من پیش می‌آمد، می‌توانستم اجازه دهم سد راهم شود و از خواسته‌های خود چشم‌پوشی کنم، اما به‌جای این‌کار سعی می‌کردم از آنها در جهت کامل‌تر کردن شخصیتم استفاده کنم. می‌دانستم شرایط زندگی‌ام تغییر کرده است و از اینکه اجازه نداده بودم قربانی شرایط پیش آمده شوم، احساس رضایت می‌کردم.

می‌دانم مشکلات زندگی بسیاری از مردم بزرگ‌تر از مشکلات زندگی من هستند. درواقع ممکن است شما با مشکلات خیلی وخیم-تری روبه‌رو باشید، اما درمورد تجربهٔ شخصی من، این مشکلات بیش از این‌که سدی در مسیر رسیدن به خواسته‌هایم باشند، آموزگاری برای من بودند.

در این مقاله سعی داشتم درمورد نحوهٔ تغییر نگرش در مواجهه با مشکلات صحبت کنم و به خوانندگان این مقاله بگویم چگونه بر این موانع فائق آمده‌ام؛ به امید آن‌که این تجربه در روبه‌رو شدن با مشکلات به شما کمک کند.

منبع: entrepreneur

مسیر موفقیت

معاشرت‌های طاقت‌فرسای شبکه‌سازی و راه‌حلی برای آنها

همه افراد، آستانه تحمل خاصی برای معاشرت با دیگران دارند و پس از آن با کاهش شدید انرژی، خستگی و بی‌حوصلگی مواجه می‌شوند.

در طول رویدادهای استارتاپی یا اجلاس اجتماعی، یکی از مهم‌ترین وظایف کارآفرینان شبکه‌سازی و برقراری ارتباطات حرفه‌ای است. ۷۸درصد از کارآفرینان نقش شبکه‌سازی را در پیشرفت استارتاپ، بسیار ضروری می‌دانند، به همین دلیل است که هرروز مقالات آنلاین متعددی با موضوع بهبود مهارت‌های شبکه‌سازی منتشر می‌شود. شما نمی‌توانید از شبکه‌سازی اجتناب کنید، اما با کمک برخی تکنیک‌ها، می‌توانید از خستگی ناشی از تعاملات حرفه‌ای جلوگیری کنید:

سطح بهینه تعاملات اجتماعی خود را مشخص کنید

وقت گذراندن کنار دیگران لذت‌بخش است اما پس از مدت‌زمان مشخصی، به یک عذاب واقعی تبدیل می‌شود. برای پیدا کردن این آستانه، تمام فعالیت‌های شبکه‌سازی خود را در طول چهار هفته گذشته لیست کنید و مدت‌زمانی را که برای هر فعالیت صرف کرده‌اید، کنار آن بنویسید. از جمله ساعاتی را که در رویدادهای کسب‌وکار یا جلسات ملاقات رسمی و غیررسمی گذرانده‌اید. اگر شما یک بنیان‌گذار استارتاپ هستید که پیش از هر جلسه ملاقات باید استراتژی‌های خاصی را تنظیم و تمرین کنید، این زمان را هم به فهرست خود اضافه کنید. سپس از خودتان بپرسید که درمجموع هر هفته چند ساعت از زمان را به فعالیت‌های شبکه‌سازی گذرانده‌اید؟ در پایان هر هفته چه احساسی داشته‌اید؟ کدام هفته بیشتر شما را خسته کرده و کدام هفته انرژی خود را بهتر حفظ کرده‌اید؟

با بررسی ساعت‌های شبکه‌سازی و همچنین سطوح انرژی، از محدودیت‌های شخصی خود آگاه می‌شوید. در مرحله بعد می‌توانید یک برنامه بهینه برای روابط حرفه‌ای و اجتماعی تنظیم کنید و به کمک آن در پایان هر هفته انرژی و انگیزه بیشتری داشته باشید و در بلندمدت روحیه بهتری پیدا کنید.

به‌جای کمیت، کیفیت را در اولویت قرار دهید

حتی اگر این انتخاب به معنی کاهش تعداد ملاقات‌های شغلی شما باشد، باز هم مفید خواهد بود. اغلب اوقات شبکه‌سازی به چشم یک بازی «کمّی» دیده می‌شود: هرچه شبکه ارتباطی بزرگ‌تری داشته باشید، موفق‌ترید. ولی اگر در حال حاضر از این فعالیت‌ها خسته هستید، تلاش برای ارتباط برقرار کردن با هر فرد جالبی که در مسیر کسب‌وکار شما قرار می‌گیرد، اصلا حرفه‌ای نیست. چرا؟

شبکه‌های قدرتمند بر پایه نخستین احساس و برداشت عالی بنا می‌شوند. اگر بخواهید در اولین ملاقات یا گفت‌وگو، تأثیرگذاری فوق‌العاده‌ای داشته باشید، به انرژی ذهنی، استراتژی اجتماعی و دیدگاهی برتر نیاز دارید که خستگی روحی و جسمی این قابلیت‌ها را در شما از بین می‌برد. رویدادهایی را که می‌خواهید در آنها حضور پیدا کنید، هوشمندانه و استراتژیک انتخاب کنید. اگر در طول هفته فقط چند ساعت را می‌توانید به شبکه‌سازی ارتباطات حرفه‌ای اختصاص دهید، روی تعداد محدودی از فرصت‌های باکیفیت و آینده دار متمرکز شوید، نه ارتباطات پراکنده و غیر منسجمی که شما را فرسوده می‌کند. فرصت‌های باکیفیت بالا، ارزشی بلندمدت برای شما ایجاد می‌کنند، به تحقق اهداف مهم کمک می‌کنند، یا شبکه فعلی مخاطبان را متنوع و متعادل می‌کنند. اگر زمان محدودی در اختیار دارید و رویداد یا جلسه پیش رو، هیچ‌یک از این استانداردها را دارا نیست، بهتر است از آن صرف‌نظر و انرژی خود را برای فرصت‌های دیگر حفظ کنید.

یکی از دوستان یا همکاران را به‌عنوان شریک شبکه‌سازی انتخاب کنید

به‌عنوان یک بنیان‌گذار، در برخی از دوره‌های رشد به شبکه‌سازی بیشتری نیاز دارید. در طول این مدت، برای برآورده کردن اهداف شبکه‌سازی کسب‌وکار، از یک همکار کمک بگیرید. اگر به‌تنهایی کسب‌وکاری را شروع کرده‌اید، مقدمات لازم را به یکی از دوستانتان آموزش دهید و در مواقع نیاز، کارهای شبکه‌سازی را به او بسپارید. همکاری و حرکت با یک شریک، از چندین لحاظ به سود شما است. نخست آنکه حمایت اجتماعی او، مخصوصا در قالب خدمات محسوسی نظیر شبکه‌سازی، شما را از خستگی و فرسودگی محفوظ می‌کند. دوم اینکه به کمک یک شریک، انرژی کمتری برای معاشرت‌های حرفه‌ای صرف می‌کنید، اما در نهایت شبکه گسترده‌تری خواهید داشت. اگر متمایلید کارایی این استراتژی را افزایش دهید، شریکی را انتخاب کنید که از خودتان برونگراتر و اجتماعی‌تر باشد. چنین افرادی ذاتا از تعاملات اجتماعی انگیزه می‌گیرند.

در طول جلسات یا رویدادها، استراحت کوتاه را فراموش نکنید

تحقیقات نشان می‌دهد Microbreak یا استراحتی که کمتر از ده دقیقه طول می‌کشد، به افراد کمک می‌کند انرژی خود را دوباره بازیابند و بتوانند با کارایی بیشتر به وظایف خود ادامه دهند. یک استراحت و تنفس یک‌دقیقه‌ای تقریبا همان‌قدر سودمند است که پنج یا ۹ دقیقه جدا شدن از کار ذهن شما را دوباره هوشیار می‌کند. به همین دلیل میکروبرک‌ها برای کارآفرینان پرمشغله، راهکار بسیار مفیدی محسوب می‌شوند.

استراحت کوتاه در صورتی انرژی شما را دوباره بازمی‌گرداند که در همین مدت، به کاری سرگرم‌کننده و جذاب مشغول شوید. مثلا یک ویدئو طنز از یوتیوب ببینید یا یک مقاله جالب مطالعه کنید. ولی درهرصورت باید ذهنتان را از فعالیت شبکه‌سازی جدا کنید. اگر در یک رویداد یا نشست حضور دارید، برای چند دقیقه از حضار عذرخواهی کنید و به اتاق یا محوطه‌ای بروید که کمتر شلوغ است و کسی مزاحم شما نمی‌شود. ایده اصلی این است که فضایی آرام پیدا کنید و از کار جدا شوید. حتی اگر فقط چند دقیقه طول بکشد، این استراحت کوتاه به شما کمک می‌کند انرژی بیشتری برای ادامه جلسه پیدا کنید و بدون خستگی، معاشرت شادابی با مخاطبان داشته باشید.

منبع HBR/zoomit