

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



گمانه‌زنی‌ها درباره برکناری رئیس کل بانک مرکزی

رئیس جمهور وارد می‌شود

اقتصاد کشور حال و روز خوبی ندارد و هر روز شاهد وارد آمدن تکانه شدیدی به بازارهای کشور هستیم. در این میان، موضوع ترمیم کابینه این روزها در صدر خبرهای رسانه‌ها قرار دارد و خیلی‌ها سیف را مقصر اصلی...

۳

پیچیدگی ابرچالش‌ها و همزمانی با تشدید تحریم‌های بین‌المللی

راه دشوار ترمیم اقتصاد ایران

اقتصاد ایران روزهای سختی را می‌گذراند. طی چند سال اخیر گزاره «سخت‌ترین سال اقتصاد ایران پس از انقلاب» را بارها از زبان کارشناسان شنیده‌ایم. سال ۱۳۹۷ نیز با بحران ارزی و جهش قیمت‌ها آغاز شد که اقدامات ضربتی و دستوری در اقتصاد را به همراه داشت. البته چالش‌ها و مشکلات اقتصاد ایران موضوع جدیدی نیست و ریشه در دهه‌ها سال وابستگی بودجه به نفت، فزونی هزینه‌ها بر درآمدها، عدم شفافیت مالی، کیفیت...

۲

آمارها از افت ۲۶ درصدی بارندگی نسبت به سال قبل خبر می‌دهد

تنش آبی برای ۳۴ میلیون ایرانی

۲

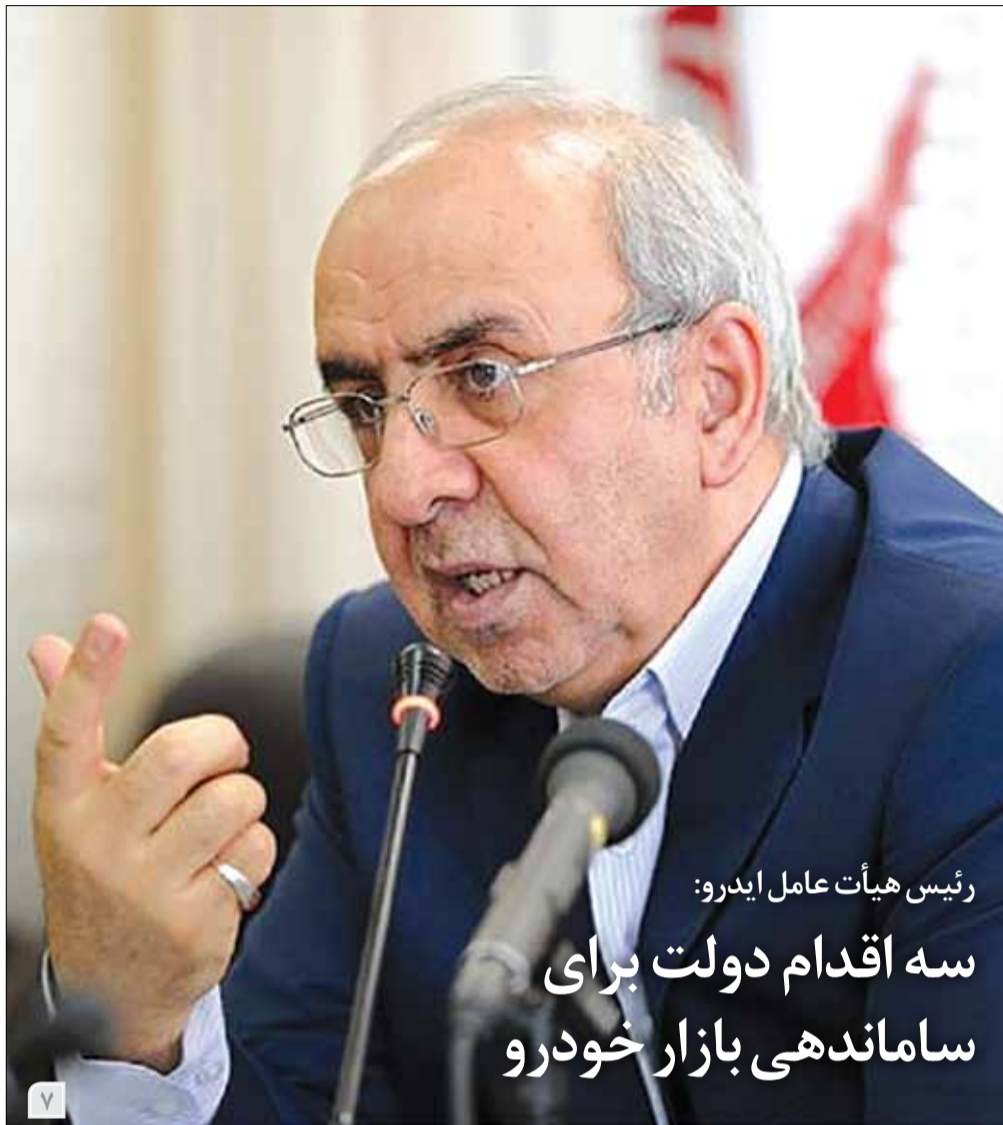
مدیریت و کسب‌وکار



۳ نفر اول ثروتمند جهان
از حوزه فناوری هستند

- استخدام نیروهای بهتر با آگاهی از تفکرات ناخودآگاه
- فرآیند فعالیت‌های رهبری تحول
- اشتباهات رایج سئو در کسب‌وکارهای کوچک
- معیاری که می‌تواند سر نوشت شرکت شما را تعیین کند
- تبلیغات مقایسه‌ای: بایدها و نبایدها
- موج سواری برندها با جام جهانی ۲۰۱۸

۱۶ تا ۸



رئیس هیأت عامل ایدرو:

سه اقدام دولت برای ساماندهی بازار خودرو

یادداشت

با تغییر وزرای اقتصادی اتفاق خاصی نمی‌افتد



چرا ما در ریشه‌یابی مشکلات داخلی به دنبال عوامل خارجی هستیم؟ چرا مسئولیت خود را در قبال مشکلات داخلی نمی‌پذیریم؟ به این فراز از خاطرات اسدالله غلم، وزیر دربار محمدرضا شاه در تاریخ هجدهم آذرماه ۱۳۵۲ توجه کنید: (محمدرضا شاه) از شلوغ بودن دانشگاه‌ها بسیار ناراحت بودند. فرمودند قطعا دستور مسکو رسیده که همه دانشگاه‌ها ناراحت شده‌اند به استثنای دانشگاه پهلوی شیراز... عرض کردم مسلما یک تحریرک خارجی است ولی این نکته را هم نباید از نظر دور داشت که اگر زمینه آماده نباشد، خارجی کاری نمی‌تواند بکند. (منبع: یادداشت‌های امیراسدالله غلم، جلد سوم، سال ۱۳۵۲)

ایا اماراتی‌ها، گرجستانی‌ها و مردم ترکیه، پول و سرمایه خود را به بانک‌های ایرانی منتقل می‌کنند؟ یا برعکس؟ چرا گرجستان ویزا برای ایرانی‌ها را لغو می‌کند و زمینه برای سرمایه‌گذاری میلیاردی آنها را در...

مهندسی اجتماعی و کلاهبرداری از مردم

شگرد جدید پیامک‌های تبلیغاتی

ثبت و فعال شدن سرویس ناخواسته و منظر شدن آنها منجر می‌شود. اپراتورها از سوی رگولاتوری ملزم شده‌اند در این باره به مشترکین اطلاع‌رسانی لازم را انجام دهند و همچنین به تمامی شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات مبتنی بر محتوا برای انجام ندادن اینگونه تبلیغات اخطار جدی ارسال کنند.

حقی با تاکید بر اینکه سازمان تنظیم مقررات ارتباطات با جدیت حقوق کاربران را از طریق مراجع حقوقی و قضایی مرتبط برای شناسایی عوامل اینگونه اقدامات پیگیری می‌کند، از تمامی مردم خواست کرد ضمن بی‌توجهی به اینگونه پیام‌ها، اطلاعات مربوط به سرویس‌ها و خدمات ارزش افزوده را از سایت‌های اینترنتی رسمی اپراتورها دریافت کنند.

در هر صورت ظاهرا داستان این پیامک‌های تبلیغاتی تمامی ندارد، اما نکته‌ای که باید به آن توجه کرد، قابل پیگیری بودن پیامک‌ها به دلیل مشخص بودن مالک پیام کارت است. در شرایطی که نمی‌توان سیم‌کارتی را بدون کد ملی خرید و آن را در شبکه اپراتوری ثبت کرد، شاید بهترین راه برای جلوگیری از چنین سوءاستفاده‌هایی برخورد جدی با صاحبان این سیم‌کارت‌ها باشد که در آن صورت، امکان توجیه در خصوص هر اقدامی را از مالک سلب می‌کند و کاربران هم اگر چه لازم است در این خصوص هوشمندی به خرج دهند و فریب این پیامک‌ها را نخورند، هر بار با این بهانه‌ها منظر نخواهند شد.

این زمینه گاهی صورت می‌گیرد، مقابله جدی شود. پس از آنکه در عید فطر، عده‌ای با پیامک و طرح دروغ اینترنت ۱۲۰ گیگابایتی، تعدادی از مشترکین را فریب دادند و آنها اجبارا عضو یک سرویس جمعی یکی از اپراتورهای تلفن همراه شدند، اکنون عده‌ای دیگر با سوءاستفاده از سرویس‌های ارزش افزوده اقدام به کلاهبرداری از مشترکین کرده‌اند.

وی افزود: در مورد قبلی، برای بیش از ۳۱۰۰ قربانی نهایی، با دستور سازمان تنظیم مقررات، مبالغ عودت داده شد. در موارد اخیر، سازمان تنظیم مقررات توقف فعالیت سرویس‌های ارزش افزوده مختلف را اعلام کرد. به اپراتورها ابلاغ شده ظرف یک هفته وجوه همه مشترکان این سرویس‌های ارزش افزوده را عودت دهند و با تکمیل مستندات این شرکت‌ها به مراجع مربوطه برای رسیدگی تخلفات معرفی شوند. وزارت ارتباطات با تاکید بر تسهیل مسیر تجارت مجاز و حمایت از آن، با مصادیق کلاهبرداری و سوءاستفاده‌های اینترنتی با قاطعیت برخورد خواهد کرد.

از سوی دیگر مجید حقی - معاون نظارت و اعمال مقررات رگولاتوری - نیز با اشاره به مشاهده ارسال گسترده پیامک‌های تبلیغاتی با متن فریبنده از طریق پیام‌رسان‌های اجتماعی یا سرشماره‌های شخصی که کاربران را تشویق می‌کند یا ارسال کد، شارژ یا سرویس رایگان دریافت کنند، گفته است: برخی از کاربران با اعتماد به این پیام‌ها، موارد درخواستی در پیامک را انجام می‌دهند که در برخی موارد به

که وعده داده شد این شماره‌ها هم ساماندهی و شماره‌هایی که تنها با هدف ارسال پیامک خریداری شده و استفاده دیگری ندارند، در صورت عدم پاسخگویی و با شکایت مردم به صورت کامل قطع شوند. در عین حال، رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی حتی از احتمال مسدود کردن برخی شماره‌ها بدون دریافت شکایت هم خبر داد و گفت: براساس مصوبه کمیسیون مقررات ارتباطات مشغول نوشتن ضوابطی هستیم تا بتوانیم یکسری شماره‌های شخصی را حتی بدون شکایت هم ببندیم. برای مثال اگر بررسی کنیم که رفتار یک مشترک به صورتی است که پیامک تبلیغاتی بسیاری می‌فرستد، یا مکالمه صوتی ندارد، می‌توانیم تشخیص دهیم که این خط در جهت اهداف تبلیغاتی فعالیت می‌کند.

روش‌های جدید برای فریب مخاطب

اما به نظر می‌رسد راه‌هایی مانند شکایت از سرشماره‌های تبلیغاتی و شماره‌های شخصی و حتی جلوگیری از ادامه فعالیت برخی شماره‌های شخصی پاسخگو نیست، زیرا شگرد دیگری که برخی پیش گرفته‌اند، از این هم فراتر رفته و این بار حتی با ترندهایی مثل مهندسی اجتماعی سعی در منحرف کردن مخاطب و رسیدن به هدفشان دارند.

بر این اساس بود که محمدجواد آذری جهرمی - وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات - در این باره در صفحه اینستاگرام خود نوشت: همواره مردم از بنده در مواجهه حضوری و یا در فضای مجازی خواسته‌اند که با پیامک‌های مزاحم تبلیغاتی و فریبکاری‌ها و کلاهبرداری‌هایی که در

ایجاد مزاحمت برای کاربران با تبلیغات پیامکی و تلفنی ناخواسته یا فریب آنها به روش‌های مختلف از وعده‌های جواز متعدد تا شارژ یا سرویس رایگان، تمامی ندارد و این بار حتی به راه‌های مهندسی اجتماعی هم کشیده شده است. به گزارش ایسنا، داستان پیامک‌های تبلیغاتی از کاشت موهای طبیعی تا دانشگاه بدون کنکور و تبلیغات انواع شرکت‌های تجاری و سازمانی موضوع جدیدی نیست در حالی که پیامک‌های تبلیغاتی به نوعی مزاحم برای کاربران تبدیل شده بودند، از مسئولان رگولاتوری تا وزیر ارتباطات بسیج شدند تا جلوی این تبلیغات را بگیرند؛ راه‌هایی مانند استفاده از سامانه شکایت برای سرشماره‌های ارسال شده یا مسدود کردن شماره‌هایی که تنها به ارسال پیامک اقدام می‌کردند. پس از تبلیغات پیامکی که به نوعی جلوی آنها گرفته می‌شد، نوبت به تبلیغات تلفنی رسید که در آن، کاربر با پیام‌های ضبط شده مواجه می‌شد. این موضوع هم مورد بررسی قرار گرفت تا جایی که حسین فلاح‌جوشقانی - رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی - اعلام کرد که همه مزاحمت‌های تلفنی تبلیغاتی که توسط برخی از شهروندان گزارش شده، مورد پیگیری قرار می‌گیرند و هیچ‌گونه مزاحمت‌های تبلیغاتی برای شهروندان چه در قالب پیامک و یا تلفنی که روی نوار پاسخگو باشد، قابل قبول نیست. همچنین در حالی که رگولاتوری برای ساماندهی پیامک‌هایی که سرشماره آنها مخصوص خدمات ارزش افزوده و یا تبلیغات بود، سامانه‌ای را عرضه کرد، دارندگان برخی کسب‌وکارها به استفاده از شماره‌های شخصی روی آوردند

زوج‌ها برای گرفتن وام مسکن چقدر باید هزینه اوراق کنند؟

وام مسکن + وام جعاله: ۱۱ تا ۱۷ میلیون تومان

با احتساب ۲۰ میلیون تومان وام جعاله که بابتش باید ۴۰ برگ بهادار ۲ میلیون و ۷۶۰ هزار تومانی خریداری کرد، در مجموع برای دریافت وام ۱۲۰ میلیون تومانی مسکن حدود ۱۶ میلیون و ۵۸۰ هزار تومان می‌شود. همچنین زوج‌های غیرتهرانی که در شهرهایی با جمعیت بیشتر از ۲۰۰ هزار نفر جمعیت زندگی می‌کنند، می‌توانند تا سقف ۸۰ میلیون تومان وام بگیرند که برای گرفتن این مبلغ باید ۱۶۰ ورق بهادار خریداری کنند که با این حساب باید ۱۱ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان بابت خرید این اوراق بپردازند که با احتساب ۲ میلیون و ۷۶۰ هزار تومان برای خرید اوراق وام جعاله، در مجموع برای دریافت وام ۱۰۰ میلیون تومانی باید ۱۳ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان پرداخت کنند. علاوه بر این زوج‌های ساکن در سایر شهرهای با جمعیت زیر ۲۰۰ هزار نفر می‌توانند برای گرفتن ۶۰ میلیون تومان وام مسکن ۱۲۰ برگ بهادار خریداری کنند که باید ۸ میلیون و ۲۸۰ هزار تومان بابت خرید اوراق بپردازند که برای دریافت ۲۰ میلیون تومان دیگر بابت وام جعاله باید ۸۰ میلیون تومانی باید ۱۱ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان پرداخت کنند. مجردهای تهرانی نیز می‌توانند تا سقف ۶۰ میلیون تومان و غیر زوج‌هایی که در مراکز

در حال حاضر قیمت هر برگ از اوراق تسهیلات مسکن بانک مسکن از حدود ۶۸ تا ۷۰ هزار تومان است. در نتیجه زوج‌ها با توجه به اینکه در کجای ایران سکونت دارند باید برای گرفتن وام مسکن به علاوه وام جعاله از ۱۱ تا ۱۷ میلیون تومان هزینه اوراق کنند. به گزارش ایسنا، با توجه به داد و ستدها در فرابورس ایران قیمت اوراق تسهیلات مسکن در طی روزهای اخیر چندان فراز و نشیب زیادی نداشته است، به طوری که در آخرین روز معاملاتی فرابورس قیمت هر برگ از اوراق خرداد ماه سال ۱۳۹۷، ۷۰ هزار تومان و قیمت هر برگ از اوراق فروردین ماه سال ۱۳۹۷ حدود ۶۹ هزار تومان است. مابقی اوراق تسهیلات مسکن بانک مسکن در محدوده قیمتی ۶۸ تا ۶۹ هزار و ۵۰۰ تومان در نوسان است. علاوه بر این، به تازگی بانک ملی نیز اقدام به انتشار اوراق تسهیلات مسکن کرده که قیمت نمادهای مربوط به فروردین و اردیبهشت آن ۵۹ هزار تومان و قیمت اوراق خردادماه ۵۸ هزار و ۱۰۰ تومان است. اگر قیمت اوراق ۶۹ هزار تومانی را مبنا قرار دهیم با توجه به اینکه زوج‌های تهرانی برای دریافت وام ۱۰۰ میلیون تومانی مسکن باید ۲۰۰ برگ تسهیلات مسکن خریداری کنند، آنها باید ۱۳ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان صرف خرید این ۲۰۰ برگ کنند. این مبلغ

Zarand Iranian Steel Co

آگهی فراخوان شناسایی تولیدکنندگان و تامین کنندگان فلوکولانت آنیونی

شرکت فولاد زرنده ایرانیان در نظر دارد از طریق فراخوان عمومی نسبت به شناسایی شرکت‌های تولید کننده و تامین کننده فلوکولانت آنیونی جهت استفاده در پروژه‌ی فراوری کلسانتره سنگ آهن مجتمع کلسانتره و گندله سازی زرنده به منظور برگزاری مناقصه و عقد قرارداد مربوطه اقدام نماید لذا از کلیه متقاضیان درخواست می‌گردد جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد فراخوان به آدرس اینترنتی www.zisco.midhco.com مراجعه و حداکثر تا پایان وقت اداری روز سه شنبه به تاریخ ۱۳۹۷/۰۵/۰۲ مدارک مربوطه به همراه مقدار یک کیلوگرم نمونه فلوکولانت را به آدرس کرمان - چهارراه امام جمعه - ساختمان بلوار کلینیک (بانک آینده) - طبقه ی ششم - دبیرخانه کمیسیون معاملات شرکت فولاد زرنده ایرانیان تحویل نمایند متقاضیان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن های ۱۷۰۰۳۳۶۸۷۱ - داخلی ۱۴۷ تماس حاصل نمایند. آدرس ایمیل: n.shakeri@zisco.midhco.com

روابط عمومی و امور بین الملل شرکت فولاد زرنده ایرانیان

سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

با تغییر وزرای اقتصادی اتفاق خاصی نمی‌افتد

محمود سریع‌القلم
استاد دانشگاه شهید بهشتی

چرا ما در ریشه‌یابی مشکلات داخلی به دنبال عوامل خارجی هستیم؟ چرا مسئولیت خود را در قبال مشکلات داخلی نمی‌پذیریم؟ به این فراز از خاطرات اسدالله غلم، وزیر دربار محمدرضاشاه در تاریخ هجدهم آذرماه ۱۳۵۲ توجه کنید: (محمدرضاشاه) از شلوغ بودن دانشگاه‌ها بسیار ناراحت بودند. فرمودند قطعاً دستور مسکو رسیده که همه دانشگاه‌ها ناراحت شده‌اند به استثناء دانشگاه پهلوی شیراز... عرض کردم مسلماً یک تحریک خارجی است ولی این نکته را هم نباید از نظر دور داشت که اگر زمینه آماده نباشد، خارجی کاری نمی‌تواند بکند. (منبع: یادداشت‌های امیراسدالله غلم، جلد سوم، سال ۱۳۵۲)

آیا اماراتی‌ها، گرجستانی‌ها و مردم ترکیه، پول و سرمایه خود را به بانک‌های ایرانی منتقل می‌کنند؟ یا برعکس، چرا گرجستان ویزا برای ایرانی‌ها را لغو می‌کند و زمینه برای سرمایه‌گذاری میلیاردی آنها را در گرجستان فراهم می‌کند؟ و شاید پرسشی اصولی‌تر: چرا شهروندان به این فکر می‌افتند که دارایی‌های خود را به ارز تبدیل کرده و در خارج مستغلات بخرند؟

این سوال و ده‌ها سوال مرتبط به اصول ثابت حکمرانی برمی‌گردد. اگر شخصی روزی چهار پاکت سیگار مصرف کند و نیم‌کیلو چربی وارد بدن خود کند و با هر جای دوازده حبه قند بخورد، نمی‌تواند وقتی در CCU بستری شد، روزگار و اطرافیان خود را سرزنش کند. حکمرانی مانند سلامتی جسم انسان اصول دارد و اگر آن اصول جهانشمول رعایت نشوند، کارآمدی دچار اختلال می‌شود.

اولین شرط حکمرانی، ایجاد امنیت فکری، شغلی، مدنی و اقتصادی است. بعد از این که سطح قابل توجهی از این امنیت فردی تحقق پیدا کرد، حفظ هویت و تعلق خاطر اهمیت پیدا می‌کند. اگر بخواهیم این اصل حکمرانی (ایجاد امنیت فردی) را به مرحله سیاست‌گذاری برسانیم، باید مجموعه افکار و عملکردها از ثبات برخوردار باشند. اگر شهروندان یک کشور صبح از خواب بیدار و متوجه شوند ۴۰ درصد ارزش دارایی‌های آنها از باین رفته است به طور طبیعی در پی چاره‌اندیشی خواهند بود. در چنین شرایطی، هویت، تعلق به خاک و اعتماد به آینده رنگ می‌بازد. محمدرضاشاه صدها هزار نفر را باسواد کرد، آموزش دانشگاهی داد و دانشجو به خارج فرستاد، بعد گفت: حرف نزدیاد من می‌فهمم. او بهترین اقتصاددانان (علینقی عالیخانی) و مجریان (عبدالمجید مجیدی) را به کار گمارد و بعد به آنها دستور داد تا فرامین او را عمل کنند. او با گرفتن حس مشارکت از آنها، امنیت فردی و اعتبار و مسئولیت را از افراد گرفت. مجریان و شهروندان بی‌تفاوت شدند. محمدرضاشاه اعلام کرد جای مارکسیست‌ها در زندان است و هیچ حقوقی ندارند (سخنرانی در کاخ نیاوران، ۱۱ فروردین ۱۳۵۴). مارکسیست‌ها هم ساکت نشنستند و با ایجاد ارتباطات و تشکیلات گسترده در میان احزاب چپ و رسانه‌های اروپایی، تبلیغات عظیمی علیه حکومت شاه ایجاد کردند.

اکثریت مطلق مردم اتحادیه اروپا که ۵۰۸ میلیون نفر جمعیت دارد، زندگی بسیار معمولی دارند: یک آپارتمان بسیار کوچک، یک دوچرخه، یک کارت مترو و قطار و یک شغل معمولی. اما بسیار راضی و خوشحال هستند چون امنیت روانی دارند و در جوامعی باثبات زندگی می‌کنند. نرخ تورم حدود ۲ درصد است و به همان میزان درآمد آنها در سال افزایش پیدا می‌کند، بنابراین احساس ثبات می‌کنند.

وقتی عوارض خروج از کشور یک دفعه ۳۰۰ درصد (بار اول) و ۴۲۰ درصد (برای بار دوم) افزایش می‌یابد، خودبه‌خود تنظیم روانی مسافران را به هم می‌ریزد. اگر در سال عوارض خروج از کشور ۵ درصد و حتی ۱۰ درصد افزایش یابد یا روان و انتظارات انسان‌ها تطابق می‌کند ولی افزایش ناگهانی ۴۲۰ درصدی، حاکی از فقدان آشنایی با روانشناسی انسان در حوزه ثبات، امنیت و انتظارات معقول است. محمدرضاشاه آموزش عمومی را گسترش داد، مردم را شهروند شدن و درآمد آنها را افزایش داد و بعد حکم کرد: حرف نزنید و انتقاد ممنوع! هر شهروندی که نقد می‌کرد عامل خارجی قلمداد می‌شد. این مسدود کردن حق طبیعی و امنیت فردی انسان‌هاست. حکمرانی مانند پزشکی، مهندسی و معماری یک تخصص است: متونی در حد چند هزار کتاب دارد. محتاج تجربه و یادگیری است. به چارچوبی فکری به نام قرارداد اجتماعی میان مجریان نیاز دارد و از همه مهم‌تر تابع یک سیستم باثبات است. آیا آمریکا می‌تواند در امور نروژ دخالت کند؟ آیا آمریکا، روسیه، انگلستان، آلمان و چین می‌توانند نروژهراسی به راه اندازند؟ نمی‌توانند چون نروژ ثبات دارد. با پنج میلیون و دویست هزار نفر جمعیت، ۳۷۱ میلیارد دلار تولید ناخالص داخلی دارد. با ۱.۲ درصد نرخ تورم، مردم این کشور ۷.۳ درصد از درآمد خود را پس‌انداز می‌کنند. این در شرایطی است که دستمزدها در سال ۴.۶ درصد افزایش پیدا می‌کند. درآمد حاصل از نفت فقط به «صندوق نفت» رفته و در صدها شرکت سرمایه‌گذاری می‌شود و تنها ۴ درصد از سود سرمایه‌گذاری در بودجه جاری به کار گرفته می‌شود. صندوق نفت نروژ حدود یک تریلیون دلار است. اصل و سود آن برای نسل‌های آتی است. درآمد سرانه در این کشور ۶۲۵۱۰ دلار است. با این آرامش، ثبات، امنیت، توزیع امکانات و آینده‌نگری، کدام کشور خارجی می‌تواند در نروژ ناراضی‌سازی ایجاد کند؟ حکمرانی یک تخصص است. با تغییر وزرای اقتصادی اتفاق خاصی نمی‌افتد. باید اندیشه‌های حکمرانی را اصلاح کرد. طبع بشر به گونه‌ای ساخته شده که دوست دارد دیده شود؛ دیده شدن یک نیاز است و هر فردی که در خود استعداد می‌بیند، حس و علاقه‌مندی او به دیده شدن بیشتر است. وقتی انسان‌ها دیده نشوند، همکاری نمی‌کنند. ریشه عموم ناراضی‌ها در نادیده شدن و بنابراین در ناکارآمدی است. کارآمدی در حکمرانی نیازمند اجرای سیاست‌هایی است که به ثبات و امنیت روانی انسان‌ها بینجامد.

پیچیدگی ابرچالش‌ها و همزمانی با تشدید تحریم‌های بین‌المللی

راه دشوار ترمیم اقتصاد ایران



بنگاهداری»، «بودجه و بدهی‌های دولت»، «نظام بانکی» و «فقر و توزیع درآمد» گام اولیه و شرط لازم برای مواجهه با این مسائل است. بررسی تجربه کشورهایی که مشکلات مشابه داشته‌اند، نشان می‌دهد مواجهه با این ابرچالش‌ها نیازمند سرمایه‌انسانی قابل توجه در طراحی جزئیات سیاست‌های اجرایی است. انجام اقدامات اصلاحی با توجه به ابعاد ابرچالش‌های اقتصادی، شرایط داخلی و بیرونی کشور نیازمند همراهی آحاد مردم است. جدای از آن، به نظر می‌رسد انجام اصلاحات اقتصادی بدون آن‌که با اصلاحات در حوزه‌های دیگر از جمله اجتماعی و سیاسی همراه باشد، هزینه‌های بالایی برای سیاست‌گذار خواهد داشت و امکان همراهی آحاد مختلف اقتصادی برای اجرای سیاست‌ها را کاهش خواهد داد و باعث می‌شود تا هزینه‌های اقتصادی اجرای اصلاحات با فاصله کمی به هزینه‌های سیاسی تبدیل شود. اقتصاد و به‌طور کلی سیاست‌گذاری، داستان رسیدن به آرزوهای بزرگ با منابع محدود است. اگر احتمال بازگشت تحریم‌ها منابع ما را محدود کرد، به‌طور قطع دامنه سیاست‌گذاری‌ها نیز محدودتر می‌شود. این به آن معنا نیست که چالش‌ها مهم نیست، بلکه باید دید حل کدام چالش در مقایسه با بقیه در اولویت قرار دارد و ما باید کدام چالش را بیش از همه حل کنیم.

یک نکته دیگر را هم نباید فراموش کنیم؛ اگر فشارهایی مانند تحریم‌ها شدت پیدا کند، ممکن است شدت بحران‌ها و چالش‌های کنونی بیشتر شود. به همین دلیل در برخی موارد اقدام سریع و ضربتی برای حل این بحران‌ها ممکن است از دیروز هم مهم‌تر باشد. یعنی در صورت بازگشت تحریم‌ها، خطر بزرگ‌تر می‌شود و در این شرایط با وجود کاهش درآمدها و منابع، ممکن است ضرورت انجام اصلاحات اقتصادی دو چندان شود.

چاره‌ای نخواهیم داشت جز آنکه تحت هر شرایطی اصلاحات را آغاز کنیم. هر تصمیم سیاست‌گذاری نیازمند تحلیل هزینه و فایده است. باید ببینیم انجام هر اصلاحاتی چه میزان هزینه سیاسی و اقتصادی دارد و از آن سو، چه مزیتی ایجاد می‌کند و چگونه می‌توان آن را با بهترین کیفیت انجام داد.

چالش‌های بزرگ، مردان بزرگ می‌خواهد که آنها را حل کند. برای به نتیجه رسیدن اصلاحات اقتصادی ابتدا باید بپذیریم که بخش عمده مشکلات ما داخلی است و دوم این‌که هر تصمیم اقتصادی هزینه دارد و در آخر این‌که اجرایی اصلاحات اقتصادی قاطعیت نیاز دارد.

و زمان، به نتیجه نرسیدن و بروز برخی ناراضی‌ها همواره عامل نیرومندی در کشور برای سیاست‌گذاران اقتصادی در مجلس و دولت بوده است. تداوم این روند، شرایط امروز را به جایی رسانده که شاهد انباشت معضلات متنوع و پیچیده روی هم هستیم؛ به‌گونه‌ای که هر سیاستمداری از مواجهه و رو در رو شدن با آن پرهیز خواهد کرد.

عواقب تأخیر در اصلاح سیاست‌های اقتصادی

به نظر می‌رسد دولت در شرایط موجود کشور، آمادگی اجرای اصلاحات گسترده اقتصادی را ندارد، اما باید بپذیریم که هر گونه تأخیر در اصلاح سیاست‌های اقتصادی می‌تواند عواقب جبران‌ناپذیری به همراه داشته باشد. وضعیت اقتصادی کشور جانب احتیاط دولت در اصلاحات گسترده را پررنگ‌تر کرده و می‌تواند به تشدید ناراضی‌ها و بی‌اعتمادی بیشتر مردم منجر شود. در این اوضاع و احوال، دولت حاضر به تحریک ناراضی‌ها مردم و پرداخت هزینه‌های سیاسی اصلاحات اقتصادی نبوده و ترجیح می‌دهد سیاست‌های گذشته را همچنان ادامه دهد.

پرواضح است در روزگاری که سرمایه اجتماعی مردم نسبت به دولت کاهش یافته و تحریم‌های بین‌المللی نیز مجدداً کشور را تهدید می‌کند و مخالفان سیاسی حاضر به همراهی و همکاری با دولت در جهت منافع ملی نیستند، زمان برای اصلاحات اقتصادی نامناسب نیست، اما نباید از واقعیت غافل شویم که هر روز تأخیر در عملیاتی کردن اصلاحات اقتصادی می‌تواند به تشدید مشکلات منجر شود و عواقبی بسیار پرهزینه و مخرب‌تر به دنبال داشته باشد.

شکل‌گیری ابرتورم؟

باید بپذیریم که چالش‌های موجود با بازگشت تحریم‌ها می‌تواند تشدید شود. نتیجه قهری و اجتناب‌ناپذیر سیاست‌های اقتصادی فعلی، جهش شدید نرخ تورم و حتی احتمال شکل‌گیری ابرتورم در اقتصاد ایران است. هر چند شرایط اقتصاد ایران با نمونه ونزوئلا قابل مقایسه نیست، اما باید از آن درس بگیریم. ونزوئلا کشوری است که دارای بیشترین ذخایر اثبات شده نفت جهان است، اما در اثر در پیش گرفتن سیاست‌های نادرست اقتصادی، درگیر ابرتورم‌های پی در پی و رکود سنگین و فقر فراگیر شده است.

حکم به آغاز اصلاحات اقتصادی

چندی پیش بالاترین مقام کشور حکم به آغاز اصلاحات اقتصادی داده است. تشکیل شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران سه‌قوه و پذیرفتن وجود ابرچالش در «اشتغال، سرمایه‌گذاری و نظام

آمارها از افت ۲۶ درصدی بارندگی نسبت به سال قبل خبر می‌دهد

تنش آبی برای ۳۴ میلیون ایرانی

شده که حدود ۱۰ درصد کمتر از سال قبل است و عمدتاً ناشی از افت محسوس بارندگی بوده است.

در این میان، وزیر نیرو با تأکید بر اینکه در پی جبران کم‌آبی هستیم، گفته است: امسال به‌طور متوسط دچار ۲۶ درصد کم‌بارشی بودیم و در استان‌هایی مانند سیستان‌بلوچستان و خوزستان، فارس و کرمان تا حدود ۸۰ درصد کم‌بارشی را تجربه کرده‌ایم.

رضا اردکانیان در برنامه نگاه یک سیما، در خصوص وضعیت ذخایر آبی کشور گفت: سدهای کشور نسبت به سال قبل حدود ۲۵ درصد با کاهش آب مواجهند، آن بخشی از کشور که به آب‌های سطحی متکی است با مشکل آبی بیشتری مواجه است اما دولت برای مدیریت این موضوع با اولویت تأمین آب شرب، جدیت خوبی نشان داده است. از تعداد حدود یک هزار و ۱۵۷ شهر کم‌آبر، ۳۳۴ شهر با مشکل کم‌آبی مواجه است و جمعیت این شهرها بالغ بر ۳۴ میلیون نفر است.

وی ادامه داد: طرح‌های اضطراری را برای کمک به این شهرها آماده کرده‌ایم. دولت برای تأمین مالی این طرح‌های اضطراری حدود یک هزار و بیست میلیارد تومان اعتبار تخصیص داده است و ما شروع به اجرای طرح‌ها کرده‌ایم.

وزیر نیرو گفت: برای رفع کردن مشکل کم‌آبی کشور به دنبال شیرین کردن و انتقال آب دریا به داخل کشور هم هستیم و باروری ابرها و بازیابی پساب‌های کشور را نیز پیگیری می‌کنیم، زیرا همه اینها از مقولات تأمین آب کشور است اما اینها باعث نمی‌شود که به دنبال

اقتصاد ایران روزهای سختی را می‌گذراند. طی چند سال اخیر گزاره «سخت‌ترین سال اقتصاد ایران پس از انقلاب» را بارها از زبان کارشناسان شنیده‌ایم. سال ۱۳۹۷ نیز با بحران ارزی و جهش قیمت‌ها آغاز شد که اقدامات ضربتی و دستوری در اقتصاد را به همراه داشت. البته چالش‌ها و مشکلات اقتصاد ایران موضوع جدیدی نیست و ریشه در دهه‌ها سال وابستگی بودجه به نفت، فرونی هزینه‌ها در درآمدها، عدم شفافیت مالی، کیفیت حکمرانی، انحصارات، بی‌انضباطی مالی و عدم استقلال بانک مرکزی دارد.

با کمی دقت متوجه خواهیم شد که صورت مسئله بسیاری از چالش‌های اساسی و بزرگ اقتصاد ایران از ابتدای دهه ۵۰ تاکنون ثابت بوده و تغییر زیادی نکرده است. تنها در برخی دوره‌ها مانند دولت‌های نهم و دهم، شاهد افزایش و تشدید آنها بوده‌ایم. اما آنچه باعث شده تا امروز اقتصاد ایران در شرایط بحرانی قرار گیرد، همزمانی و پیچیدگی چالش‌ها و تقارن آن با تشدید تحریم‌های بین‌المللی است.

به گزارش خبر آنلاین، بررسی تجربه کشورهایی که مشکلات مشابه اقتصاد ایران داشته‌اند، نشان می‌دهد مواجهه با ابرچالش‌ها نیازمند سرمایه‌انسانی قابل توجه در طراحی جزئیات سیاست‌های اجرایی است، به‌طوری‌که انجام اقدامات اصلاحی با توجه به ابعاد ابرچالش‌های اقتصادی و شرایط داخلی و بیرونی کشور نیازمند همراهی آحاد مردم است.

عبور روح سیاست‌گذاری از پوپولیستی بودن

سیاست‌گذاری اقتصادی در ایران سال‌هاست با پدیده پوپولیسم دست و پنجه نرم می‌کند. دوره‌های سیاست‌گذاری پوپولیستی متعددی در ایران قابل شناسایی است و شاید بتوان گفت تقریباً تنها زمانی که با بحران مواجه شده‌ایم، روح سیاست‌گذاری از پوپولیستی بودن عبور کرده است. در این میان، دولت‌های متعددی محکوم به اجرای سیاست‌های پوپولیستی شده‌اند، سیاست‌هایی که در ادبیات اقتصادی از آنها با مشخص «سیاست‌های انبساطی بدون در نظر گرفتن محدودیت منابع» یاد می‌شود.

احتمالاً یکی از بدترین نوع برخورد با یک مشکل یا مجموعه‌ای از مشکلات اقتصادی، به تعویق انداختن حل آن باشد؛ کاری که صرفاً باعث تجمع بیشتر مشکل و بالا رفتن هزینه و وقت مورد نیاز برای حل آن می‌شود. البته این موضوع جدا از اولویت‌های صحیحی است که ممکن است یک سیاست‌گذار اصلاح‌گر به واسطه مقتضیات اقتصادی برای خود ترسیم کرده باشد. با این همه، ترس از هزینه

۳۳۴ شهر با ۳۴ میلیون نفر جمعیت در ایران با مشکل آب مواجه هستند و این در حالی است که میانگین بارندگی در سال جاری ۲۶ درصد نسبت به سال گذشته کاهش یافته و ذخایر موجود در مخازن سدهای کشور نیز نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۰ درصد کمتر شده است.

آمارهای منتشر شده از سوی وزارت نیرو حاکی است که ارتفاع کل ریزش‌های جوی در سال آبی جاری (از اول مهرماه ۹۶ تا ۱۶ تیرماه) بالغ بر ۱۶۶.۷ میلی‌متر بوده است که نسبت به دوره مشابه سال آبی گذشته ۲۶.۴ درصد و نسبت به میانگین دوره‌های مشابه ۴۹ سال اخیر ۳۰.۳ درصد کاهش نشان می‌دهد.

از سوی دیگر آمارهای مربوط به وضعیت ذخایر آب سدهای کشور نیز حاکی از این است که در شرایط فعلی، مخازن ۷۲ سد بزرگ کشور کمتر از ۴۰ درصد آب دارد و در مجموع نیز ذخیره آب سدهای کشور نسبت به سال قبل وضعیت مساعدی ندارد. بر اساس تازه‌ترین آمارهای منتشر شده از سوی وزارت نیرو، در سال آبی جاری، میزان ورودی آب به سدهای کشور ۲۳ میلیارد و ۶۸۰ میلیون مترمکعب بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل بالغ بر ۳۴ درصد افت کرده است. همچنین میزان خروجی آب از مخازن سدهای کشور در سال آبی جاری ۲۱ میلیارد و ۱۲۰ میلیون مترمکعب برآورد شده که نسبت به مدت مشابه سال آبی گذشته حدود ۲۹ درصد کاهش نشان می‌دهد.

در این میان درصد پربرون مخازن سدهای کشور ۵۲ درصد اعلام

دریچه

در نظرسنجی برنامه «پایش» مشخص شد
نظر مردم درباره سوءاستفاده کنندگان
از ارز دولتی

حدود ۷۹ درصد از شرکت کنندگان در نظرسنجی یکشنبه شب برنامه «پایش» خواستار اشد مجازات برای کسانی شدند که ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات گرفتند ولی آن را در بازار آزاد فروختند. به گزارش مهر، برنامه «پایش» یکشنبه شب در سوال نظرسنجی خود پرسید: با کسانی که ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات گرفته‌اند ولی آن را در بازار آزاد فروختند، چه باید کرد؟ ۱- اشد مجازات ۲- جریمه و زندان ۳- هیچ، آنها مقصر نیستند. براساس نتایج این نظرسنجی، ۷۸.۹۸ درصد از شرکت کنندگان خواستار اشد مجازات برای سوءاستفاده کنندگان از ارز ۴۲۰۰ تومانی شدند، ۱۲.۲۵ درصد جریمه مالی و زندان را برای مجازات این افراد کافی دانسته‌اند و ۸.۷۷ درصد عنوان کرده‌اند هیچ مجازاتی نباید شامل این افراد شوند چون آنها مقصر نیستند، چندی پیش با انتشار لیست برخی از دریافت کنندگان ارز ۴۲۰۰ تومانی مشخص شد که تعداد زیادی از این وارد کنندگان کالا را با ارز ۴۲۰۰ تومان خریده ولی در بازار با قیمت دلار آزاد فروخته‌اند.

وزیر کار خبر داد

آغاز به کار سامانه اشتغال

وزیر کار از آغاز به کار سامانه اشتغال (شناسنامه کار) به منظور افزایش امنیت شغلی کارگران خبر داد. به گزارش خبرگزاری صداوسیما، علی ربیعی در بخش خبری ۲۱ شبکه یک سیما درباره سامانه اشتغال گفت: این سامانه به افزایش امنیت شغلی کارگران می‌افزاید، زیرا پیش از این نگرانی‌های بسیاری در مورد قراردادهایی که ثبت نمی‌شد و ضایع شدن حقوق فردی وجود داشت. وی با پرداختن به موضوعات تکمیل آرباب رجوع و شفاف‌سازی قراردادهای کاری و رسیدگی به افراد دهک‌های پایین جامعه، ابعاد گوناگون سامانه اشتغال را معرفی کرد و ادامه داد: سامانه اشتغال، امکان برنامه‌ریزی برای افراد بیکار را فراهم می‌کند. در این سامانه همه اعترافات و مراحل رسیدگی به آنها ثبت و بررسی خواهد شد. به گفته ربیعی، شناسایی مشاغل سخت، دسته‌بندی آنها، نحوه قراردادهای بیمه ای و شناسایی بنگاه‌های مشکل‌دار و برنامه‌ریزی برای آنها از دیگر امکانات این سامانه است.

وزیر کار ادامه داد: کارگران از این پس می‌توانند شناسنامه کاری داشته باشند. پیش‌بینی ما این است که باید حدود ۲ میلیون بنگاه را در این سامانه ثبت کنیم. نشانی این سامانه www.prkar.ir است و کارگران می‌توانند با مراجعه به مراکز پیشخوان دولت در این سامانه ثبت‌نام نمایند، هزینه ثبت‌نام در این سامانه برای اولین مرتبه حدود ۲ هزار و ۱۰۰ تومان و برای دفعات بعدی رایگان است.



سال ریاست بر بانک مرکزی شایسته تقدیر دانستند و خواستار این شدند که سیف عوامل مشکلات اقتصادی موجود را شفاف و صادقانه به مردم بگوید.

در مقابل کسانی که اصلاح تیم اقتصادی را تنها نسخه علاج برای کنترل امور می‌دانند، هستند صاحب‌نظرانی که معتقدند التهابات دامنه‌دار عرصه اقتصادی کشور با رفتن سیف از بانک مرکزی التیام نمی‌یابد بلکه مهم‌تر از تغییر یک فرد اتخاذ استراتژی مناسب است. دوره ریاست سیف در بانک مرکزی شهرورماه امسال پایان می‌یابد و به نظر می‌رسد دولت اولویت را به جای تغییر افراد بر پیشبرد سیاست جدید اقتصادی خود گذاشته است تا بعد از جاقفانان این سیاست، در زمان مناسب رویکرد تغییر یا ترمیم کابینه در دستور کار قرار گیرد.

بود که ارز دولتی گرفتند، اما کالاهای خود را با قیمت غیررسمی عرضه کردند. مسعود کرباسیان، وزیر اقتصاد درباره دریافت کنندگان ارز ۴۲۰۰ تومان و نظارت و مکانیزم جلوگیری از تخلف آنها در عرضه کالا گفت: «ما اطلاعات واردات کالا با دلار ۴۲۰۰ تومانی را به تدریج روی سایت‌مان قرار می‌دهیم، اما فعلا نمی‌خواهیم نامی از وارد کنندگان بیاوریم ولی اگر لازم باشد این اسامی را هم اعلام می‌کنیم تا مردم در جریان قرار گیرند، مانند موضوعی که روزهای اخیر درباره وارد کنندگان موبایل رخ داد. در کل اینکه متخلفان را نقره‌داغ کنیم، در دستور کارمان است.»

با وجود این تدابیر همچنان بازار انتقادها از تیم اقتصادی دولت داغ است، نمایندگان مجلس از سلیق گوناگون بر ترمیم کابینه نظر دارند و حتی خط و نشان می‌کشند که اگر رئیس‌جمهور آستین‌هایش را برای اصلاح کابینه بالا نزنند مجلس رأساً وارد عمل می‌شود. همین مسئله پاسخ حسینعلی امیری، معاون پارلمانی رئیس‌جمهور را در پی داشت، او گفت «قانون اساسی اختیارات تمام و کمال درباره ترمیم کابینه را به شخص رئیس‌جمهور داده چون رئیس‌جمهور تشخیص می‌دهد با چه کسانی، با چه ویژگی‌ها و با چه توانمندی‌هایی می‌تواند کار کند تا روحیه مسئولیت‌پذیری جمعی در کابینه حفظ و مشاهده شود.»

حالا چه مجلس اقدام به استیضاح وزرای اقتصادی کند و چه نکند، مشخصاً درباره رئیس کل بانک مرکزی، رئیس‌جمهور باید تصمیم بگیرد. کسی که این روزها پیمانک انتقاد بسیاری از اقتصاددان‌ها و سیاست‌مداران به سمت او نشانه رفته است. روزی نیست که مجلس شورای اسلامی جلسه علنی داشته باشد و تعدادی از نمایندگان برای عزل سیف به رئیس‌جمهور تذکر ندهند، اما ولی‌الله سیف در پاسخ به این سوال که «برخی شما را مقصر وضعیت موجود اقتصادی می‌دانند، آیا این دیدگاه را قبول دارید؟» گفت: «اگر قبول می‌داشتیم باید اصلاح می‌کردیم» و وقتی از او درباره تصمیمش برای استعفا و ترک کابینه سوال شد، گفت: از رئیس‌جمهور سوال کنید.

انتشار این صحبت با واکنش کاربران خبرآنلاین مواجه شد. برخی نگاه کارشناسی داشتند و معتقد بودند «نظارت بانک مرکزی عمداً بر بازار ضعیف است تا رشد قیمت‌ها خود به خود ادامه عرضه دلار ۴۲۰۰ تومان را از توجیه بیندازد و یکسان‌سازی نرخ ارز به قیمت آزاد در دستور کار دولت قرار گیرد بنابراین مشکل فرد نیست که اگر از کابینه کنار برود، مسئله درست شود.»

جمعی نیز نوشتند «روحیه عدم انتقادپذیری در مسئولان کشور نهادینه شده و هر کسی ولو آنکه تصمیم اشتباه باشد، بر درستی آن تأکید می‌ورزد و حاضر به عذرخواهی نمی‌شود، بنابراین نباید از سیف انتظار داشت خود را مقصر بداند و استعفا دهد.»

اما همه انتقادها نیز نرم و کارشناسی نبود، به عنوان مثال کاربری سواد سیف را زیر سوال برد و ادعا کرد که به تنهایی می‌تواند رئیس کل بانک مرکزی و تیم اقتصادی دولت را به چالش بکشد یا کاربر دیگری نوشت «بی‌کفایتی سیف در تصمیم‌های اشتباهش بوده که پول ملی ایران را نابود کرد.»

در این میان نظرات کنایه‌آمیز وجود داشت که به طنز مقصر وضعیت کنونی را آمریکا، اسرائیل، عربستان و مردم اعلام می‌کردند یا نوشته بودند «ما در اسلام استعفا نداریم، اگر چیزی در متون اسلامی یافتید ما را هم مطلع کنید.»

البته کسانی هم بودند که از سیف دفاع کردند، اقدامات او را در پنج

اقتصاد کشور حال و روز خوبی ندارد و هر روز شاهد وارد آمدن تکانه شدیدی به بازارهای کشور هستیم. در این میان، موضوع ترمیم کابینه این روزها در صدر خبرهای رسانه‌ها قرار دارد و خیلی‌ها سیف را مقصر اصلی می‌دانند و خواستار استعفا او هستند، اما رئیس کل بانک مرکزی نه تنها خود را مقصر نمی‌داند بلکه درباره موضوع استعفا نیز می‌گوید؛ رئیس‌جمهور تصمیم‌گیرنده است.

به گزارش خبرآنلاین، یکباره فنر فشرده شده قیمت ارز چند روز بعد از تعطیلات نوروز رها شد. اکبر ترکان، مشاور رئیس‌جمهور در گفت‌وگویی از افزایش قیمت دلار حمایت کرد و گفت: «اینکه قیمت دلار بالا رفت کار خوبی بود چاره‌ای نبود چون آن موقع مصنوعی قیمت دلار را پایین نگاه داشته بودند، وقتی سطح عمومی قیمت‌ها بالا می‌رود دلار هم بالا می‌رود.»

گرچه در ابتدا تصور عمومی آن بود که ترکان موضع رسمی دولت را بیان کرد چون ظرف سه روز قیمت دلار از ۵ هزار تومان به ۶ هزار و ۳۰۰ تومان رسید، اما بانک مرکزی برای کنترل بازار ارز دست به کار شد و صرافی‌ها را از خرید و فروش هرگونه ارز منع و قیمت دلار رسمی را نیز ۴۲۰۰ تومان اعلام و نحوه تخصیص دلار رسمی به گروه‌های هدف را تشریح کرد. این اتفاق یک آرامش موقتی را در بازار حاکم کرد، اما در کنار این کار دولت یک بازار غیررسمی هم شکل گرفت که نرخ‌های متنوعی از ارز را به متقاضیان ارائه می‌کرد. یحیی ال‌اسحاق در این رابطه گفت «دلار غیررسمی برای قاچاقچی و سوداگر است اما دولت باید برای تأمین ارز دانشجویی، اعزام بیمار به خارج کشور و سفرهای تجاری راهکاری بیابد.»

اما روزها گذشت و از آثار دلار ۴۲۰۰ تومان خبری نشد. از فعالان سیاسی تا فعالان اقتصادی و بازرگانی می‌پرسیدند «دلار ۴۲۰۰ کجا عرضه می‌شود؟» بر همین اساس حمیدرضا حاجی‌بابایی، رئیس فراکسیون ولایی مجلس به مشهود نبودن آثار عرضه دلار ۴۲۰۰ تومان واکنش نشان داد و گفت: «دولت لیست کسانی را که به آنها دلار ۴۲۰۰ تومان داده است را منتشر کند». در واقع با این صحبت علامت سواالی بزرگ بر کارآمدی این سیاست ارزی دولت گذاشت.

برخی کارشناسان اقتصادی دلار ۴۲۰۰ را رانتی می‌نامند و استدلال می‌کنند «با ارز ۴۲۰۰ تومان ۸۰ درصد نیازهای داخلی را می‌توان برطرف می‌کرد، اما از کجا معلوم کالای وارداتی با ارز ۴۲۰۰ قیمت‌گذاری شود؟» به عبارت دیگر آنها معتقدند «واردکننده کالای خود را بر مبنای قیمت ارز غیررسمی بیش از ۸ هزار تومان عرضه می‌کند، بنابراین امروز یک سود خیلی زیادی متوجه کسانی است که دسترسی به ارز ۴۲۰۰ تومانی دارند.»

جالب آنکه محمدباقر نوبخت نیز در نشست سخنگوی دولت بر این تحلیل صحنه گذاشت و گفت: «از اول فروردین سال جاری تا ۲۷ خرداد مبلغی بالغ بر ۲۰ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار برای انواع کالاها ارز تخصیص داده شده است. این تخصص با ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومان است که برای داروها و کالاهای ضروری ۳ هزار و ۸۰۰ تومان است، اما این ظلم است که با ارز دولتی کالایی وارد می‌شود اما در کوچه و پس کوچه با قیمت دیگر به فروش برسد.»

این صحبت نشان می‌داد که دولت نیز به ناکارآمدی نحوه توزیع دلار ۴۲۰۰ تومانی واقف شده و تدبیری در سر دارد. در نخستین گام بانک مرکزی اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی را از هفت گروه به سه گروه کالایی محدود کرد.

گام بعدی شفاف‌سازی نحوه تخصیص ارز و اعلام نام واردکنندگانی

مرکز آمار اعلام کرد

سرانه تولید مواد غذایی به ازای هر ایرانی

براساس اعلام مرکز آمار، به طور متوسط در سال ۸۵، برای هر ایرانی، ۱۲ کیلو گوشت قرمز، ۱۱۰ کیلو شیر، ۱۹ کیلو گوشت مرغ و ۱۰ کیلو تخم‌مرغ تولید شده است که در سال ۱۳۹۵، به ۱۰ کیلو گوشت قرمز، ۱۲۱ کیلو شیر، ۲۶ کیلو گوشت مرغ و ۱۲ کیلو تخم‌مرغ در سال رسیده است. به گزارش مرکز آمار ایران، براساس آخرین سالنامه آماری کشور، میزان تولید گوشت قرمز کشور در سال ۱۳۹۵، نسبت به ۱۳۸۵، حدود یک درصد کاهش، میزان تولید شیر کشور در سال ۱۳۹۵، نسبت

به سال ۱۳۸۵، ۲۵ درصد افزایش، میزان تولید گوشت مرغ در سال ۱۳۹۵، نسبت به سال ۱۳۸۵، ۵۲ درصد افزایش و میزان تولید تخم‌مرغ در سال ۱۳۹۵، نسبت به سال ۱۳۸۵، ۳۹ درصد افزایش یافته است. در استان ایلام به‌ازای هر شهروند ایلامی ۲۹ کیلو گوشت قرمز، به‌ازای هر شهروند قزوینی ۲۸۹ کیلو شیر، به‌ازای هر شهروند گلستانی ۸۸ کیلو گوشت مرغ و به‌ازای هر شهروند قزوینی ۵۷ کیلو تخم‌مرغ تولید شده است که این استان‌ها در کالاهای مذکور بیشترین تولید را به‌ازای هر نفر جمعیت خود دارا بوده‌اند.

آسیاتل

تلفن ثابت نسل نو!!!



دسترسی به خدمات ۲۴ ساعته به شماره ۱۵۴۴ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

۱۵۴۴
asiatech.ir

آسیاتل

یادداشت

ضرورت هم‌صدایی بخش خصوصی

کیوان کاشفی
عضو هیات رئیسه اتاق ایران

تمرکز درآمدهای نفتی در ایران، قدرت شنوایی بخش دولتی برای شنیدن سخنان بخش خصوصی را کاهش داده است. ادبیات یک‌طرفه و سرشار از آمارهای گزینشی و گاه دستکاری‌شده، موضوعی است که در اکثر دولتمردان، صرف‌نظر از خاستگاه سیاسی و اجتماعی آنها دیده می‌شود. در چنین شرایطی، تقویت هم‌صدایی بخش خصوصی و ایجاد هارمونی در سمفونی بخش خصوصی اقتصاد کشور، می‌تواند گرد و غبار غفلت را از گوش تصمیم‌سازان بزدايد و به بهبود شنوایی و بینایی آنها کمک کند. هرچند سیاست‌های کلی نظام، مجموعه قوانین بالادستی و سیاست‌های راهبردی دولت، بر تقویت بخش خصوصی و مشورت‌گیری از آن در تصمیم‌های اقتصادی تأکید دارد، ولی در عمل مشاهده می‌کنیم که بی‌اعتنایی به اطلاعات، تجربه‌ها، مطالبات و مشورت‌های بخش خصوصی، هزینه‌های متعدد و متنوعی را به اقتصاد کشور تحمیل می‌کند. از یک‌سو شاهد غافلگیر شدن دولتمردان در مواجهه با پدیده‌هایی هستیم که بخش خصوصی با آینده‌نگری، نسبت به وقوع آن هشدار داده بود و از سوی دیگر، تصمیم‌های غافلگیرانه‌ای را مشاهده می‌کنیم که بدون اطلاع قبلی فعالان اقتصادی و به صورت یک‌سبه اتخاذ و ابلاغ می‌شود و تبعات آن، دامن اقتصاد کشور به‌ویژه فعالان اقتصادی را می‌گیرد.

در متون متعدد قانونی پیش‌بینی شده که همه تصمیم‌ها با مشورت بخش خصوصی باشد. در قانون اتاق بازرگانی، بر نقش اتاق به عنوان مشاور قوای سه‌گانه تأکید شده است. قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار نیز صدور بخشنامه‌ها را موقوف به مشورت با تشکل‌های حرفه‌ای حوزه کاری متاثر از آن بخشنامه می‌داند. با این حال، شاهد آن هستیم که بسیاری از تصمیم‌های دولتی، در فضایی دیگر و تحت عناوینی مانند مصلحت اقتصادی، الزام‌های شرایط بحرانی و... اتخاذ می‌شود و دیدگاه‌های بخش خصوصی در این تصمیم‌ها، جایگاه مؤثری ندارد. این در حالی است که هم مصلحت اقتصاد کشور و هم راهبرد پرہیز از بحران یا عبور از آن، مستلزم بهره‌گیری از ظرفیت فکری بخش خصوصی است.

با اینکه عملکرد دولت‌ها در این زمینه، قابل نقد است، اما نمی‌توان نقش خود بخش خصوصی در نادیده گرفتن ظرفیت‌هایش را انکار کرد. هم‌صدایی و مطالبه‌گری، راهکارهایی هستند که اگر با دقت توسط بخش خصوصی اجرا شود، تصمیم‌سازان چاره‌ای جز مشارکت دادن این بخش در فرآیندهای تصمیم‌سازی نخواهند داشت.

هم‌افزایی تشکل‌ها و همگرایی آنها در رسیدن به اهداف کلان بخش خصوصی، اهمیت ویژه‌ای دارد. البته در زنجیره تولید و تجارت، هر بخش دارای منافع خاص خود است و نمی‌توان انتظار داشت که بخش‌های مختلف اقتصاد، مثل هم فکر کنند، اما هم‌صدایی اقتضا می‌کند که فعالان اقتصادی، دیدگاه‌هایی را در فضای عمومی دنبال کنند که جمع‌بندی تضارب آرای آنهاست و منافع مشترک‌شان را تأمین می‌کند و حل و فصل اختلاف‌های فیمابین را در فضای داخلی اتاق دنبال کنند. بدین ترتیب، دولت و بقیه تصمیم‌سازان نمی‌توانند به دلیل چندصدایی بخش خصوصی، از مشورت و مشارکت این بخش پرہیز کنند. اتاق ایران می‌تواند جلسات منظمی با تشکل‌های مرتبط با هر زنجیره اقتصادی برگزار کند تا از مجموعه این جلسات، نظرات واحدی در بیاید. برای مثال، در مجموعه‌هایی همچون طیور، فولاد، تجارت فرامرزی و... نوع نگاه به فرآیند تولید و تجارت در هر بخش متفاوت است. اتاق ایران باید بتواند نظرات این تشکل‌ها را بشنود و برای انسجام آنها چاره‌ای بیندیشد. مهم‌ترین راهکار در این زمینه، ارتباط مستمر، گفت‌وگو کردن و درنهایت اجماع تشکل‌ها با هم است.

برای انسجام بخش خصوصی، باید اکثریت نگاه‌دارها در تشکل‌های مختلف بخش خصوصی حضور داشته باشند و تشکل‌های موازی و کوچک با همدیگر ادغام شوند و به صورت سیستمی کار کنند، اما در خیلی از قسمت‌های بخش خصوصی، زنجیره‌های مختلف تولید، منافع مختلف و متفاوت دارند که این مانع از همگرایی می‌شود. این در حالی است که باید در مجموعه اتاق ایران شرایطی فراهم شود که بخش خصوصی، مطالبات خود را به صورت واحد عنوان کنند. به عنوان مثال گاهی اتاق بازرگانی برای رایزنی در خصوص مسائلی مهم و حیاتی برای بخش خصوصی، از مسئولان مرتبط دعوت می‌کند که در نشست مشترک حضور یابند ولی نماینده یکی از تشکل‌ها، با طرح مسائل فرعی، انسجام آن نشست را از بین برده و مطالبه‌های اصلی را فدای مطالبه‌های فرعی می‌کند و موجب نشنیدن سخنان مهم دیگر تشکل‌ها می‌شود.

انتظار می‌رود با اجرای دقیق‌تر و کامل‌تر مسئولیت‌های اتاق در زمینه نظم‌تشکلی، از جمله مستندسازی و انتقال تجربه کاری تشکل‌های پیش‌تاز به سایر تشکل‌ها، فراگیر شدن مشارکت فعالان هر قسمت اقتصاد در تشکل مربوطه، ادغام تشکل‌های موازی، ایجاد تشکل برای حوزه‌های فاقد تشکل، ایجاد فدراسیون‌ها و کنفدراسیون‌های فرادستی و همچنین فراهم کردن فضای مذاکره مستمر تشکل‌های مرتبط، چنین پدیده‌هایی مدیریت شوند. به بیان دیگر، شاخص ارزیابی مدیریت تشکل‌های اقتصادی، نه افزایش تعداد آنها بلکه فراگیری، اثربخشی و هم‌صدایی آنهاست. نمایندگان اتاق و تشکل‌های عضو در نهادهای تصمیم‌ساز به‌ویژه شورای گفت‌وگو، باید توجه داشته باشند که آنها نماینده منافع کلیت بخش خصوصی کشور هستند، نه زیرشاخه‌ای که کسب و کار خودشان در آن قرار دارد. به همین دلیل، در طرح مطالبات از بخش‌نگری پرہیز کرده و نگاه کلان بخش خصوصی را مورد توجه قرار دهند. این نکته به‌ویژه از این نظر اهمیت دارد که هرگاه بخش دولتی، درپچه‌های مشارکت و مشورت‌گیری از بخش خصوصی را باز می‌کند، این بخش خصوصی است که می‌توان با ارتقای کیفیت مشورت‌دهی خود، این دریچه‌ها را باز نگه داشته و موقعیت مشاور بودن خود را تثبیت کند، اما اگر شاهد تشمت آرا و ارائه نظرات متناقض باشیم، دولتمردان به این دلیل و شاید هم به این بهانه، بار دیگر فرآیند تصمیم‌سازی را به اتاق‌های درسته و بدون حضور نمایندگان بخش خصوصی هدایت خواهند کرد.



آنسان، در حدود ۲۳ هزار میلیارد تومان (۵,۲۸ درصد از کل مطالبات غیرجاری) خواهد بود.»

افشای برخی اسامی از سوی نماینده تهران

آذرماه سال گذشته که فهرستی از بدهکاران بزرگ بانک سرمایه از سوی محمود صادقی منتشر شد، او فرصتی ۴۸ ساعته را برای تسویه‌حساب به بدهکارانی که در حدود ۶ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان بدهی داشتند، در نظر گرفت و پس از انقضای این مهلت بود که اسامی را در کانال تلگرامی خود منتشر کرد.

وی که رئیس فراکسیون شفاف‌سازی و سالم‌سازی اقتصادی و انضباط مالی مجلس شورای اسلامی است، در توضیحی درباره شرایط پیش‌آمده در این حوزه گفته بود: «مهم‌تر از نام‌ها و اعداد و ارقام خیره‌کننده مطالبات معوق در نظام بانکی ما تحلیل این پدیده در اقتصاد ما است؛ شاید واژه سرمایه‌داری رفاقتی (crony capitalism) بهترین واژه برای تبیین این وضع باشد.»

اما با اینکه سالیان طولانی از ورود واژه بدهکاران میلیاردی به عرصه اقتصاد و سیاست ایران می‌گذرد، اما نه‌تنها این پرونده سرانجامی نیافته بلکه اعداد و ارقام منسرج در آن هر روز بزرگ‌تر از دیروز می‌شود. بسیاری بحران سیستم بانکی ایران را ناشی از وجود بدهکاران بزرگی می‌دانند که هر از چندی خبر فرار یا ورشکستگی‌شان، فضای رسانه‌ای را از آن خود می‌کند. هرچند بانک‌ها نیز به دلیل شکل وثایق دریافتی و شیوه اعطای تسهیلات در بسیاری از موارد در جایگاه متهمان می‌نشینند، اما به نظر می‌رسد در شرایطی که شفاف‌سازی کارویژه اقتصاد ایران تلقی می‌شود، انتشار اسامی بدهکاران بزرگ بانکی که حداقل ۱۱۰ هزار میلیارد تومان از منابع بانکی را بلوکه کرده‌اند، خواسته‌های منطقی و معقول باشد. آنها چه کسانی هستند و پشت پرده اعطای تسهیلات مشکل‌دار به این افراد چه بود؟

بخشی از این نامه تأکید شده بود: از آنجا که این اقدام باعث می‌شود تا تعارفات و رودریاستی‌ها کم و گامی عملی برای وصول مطالبات باشد، انتظار دارد دستور فرمایید حداقل فهرست بدهکاران بالای ۵۰ میلیارد تومان را که بدهی معوق دارند، برای اطلاع عموم منتشر کنند. اسامی بدهکاران بزرگ بانکی اما به جای انتشار در رسانه، روی میز مسئولان دستگاه قضا قرار گرفت. درست یک روز پس از ارسال این نامه بود که جهانگیری از ارائه اسامی ۵۷۵ ابربدهکار بانکی به قوه قضاییه خبر داد. معاون اول رئیس‌جمهور گفت که ۵۷۵ نفر به عنوان بدهکار کلان بانکی شناسایی شده و اسامی این افراد به قوه قضاییه ارسال شده است.

اسحاق جهانگیری در نشست مجمع عمومی فراکسیون اصولگرایان رهروان مجلس تأکید کرد: مجموع مطالبات معوق بانک‌ها به ۸۲ هزار میلیارد تومان رسیده و سیستم بانکی کشور در وضع بحرانی و در مرز هشدار قرار دارد.

در واکنش به اعلام این خبر غلامحسین اژه‌ای، دادستان کل کشور در اردیبهشت سال ۱۳۹۳ گفته بود: اسامی بالغ بر ۵۰۰ بدهکار بانکی ارسالی از بانک مرکزی به قوه قضاییه واصل شده است.

پیش‌تر در سال ۱۳۹۲ نیز بانک مرکزی در گزارشی تأکید کرده بود: «تعداد افراد دارای مطالبات غیرجاری بیش از ۱۰۰ میلیارد تومان، ۶۱ نفر است که مجموعاً حدود ۱۵ هزار میلیارد تومان (معادل ۹,۱۸ درصد از کل این بدهی‌ها) وام‌های بازپرداخت‌نشده گرفته‌اند.

همچنین، ۱۱۲ نفر نیز بدهی غیرجاری بین ۵۰ تا ۱۰۰ میلیارد تومان داشته‌اند که کل بدهی آنان، حدود ۸ هزار میلیارد تومان (۶,۹ درصد از کل مطالبات غیرجاری) عنوان شده بود. مجموع این دو گروه با هم تعداد بدهکاران با بدهی ۵۰ میلیارد تومان را مشخص می‌کند که بر این اساس، تعداد آنان معادل ۱۷۳ نفر و مجموع بدهی

حالا ۱۲ سال از روزی که رئیس‌جمهور سابق ایران وعده داد اسامی مفسدان اقتصادی که وام‌های میلیاردی گرفته‌اند و تسویه نکرده‌اند را افشا می‌کند، می‌گذرد، اما هنوز افکار عمومی بخش بزرگی از بدهکاران بزرگ بانکی را نشناخته‌اند.

به گزارش خیرآنان‌لین، سال ۱۳۸۵ بود، محمود احمدی‌نژاد در سفری استانی به اطراف تهران مهلتی ۱۵ روزه به بدهکاران بانکی داد تا بدهی‌های‌شان را تسویه کنند. وی تهدید کرد در غیر این صورت اسامی آنها را فاش خواهد کرد. وی گفته بود: «به مفسدان اقتصادی که با رابطه‌بازی وام‌های میلیاردی از بانک‌ها گرفته‌اند، فقط ۱۵ روز وقت می‌دهم تا حساب خود را با آن بانک‌ها تسویه کنند؛ در غیر این صورت، اسامی آنان را برای ملت ایران افشا خواهم کرد.»

یک سال پیش از این اما در جمع نمایندگان مجلس تأکید کرده بود اسامی مفسدان اقتصادی را در جیب دارد و به زودی اعلام خواهد کرد. فهرست مفسدان اقتصادی و بدهکاران بزرگ بانکی هیچ‌گاه از جیب محمود احمدی‌نژاد بیرون نیامد، اما درست در میانه تهدیدها و هشدارها هر روز طولانی‌تر از قبل می‌شد تا جایی که بنابر برخی قول‌ها از ۱۱۰ هزار میلیارد تومان نیز فراتر رفت.

چه کسانی بدهی بزرگ دارند؟

مطالبات معوق بانک‌ها چقدر است؟ این سوال باید باطمینان پاسخ داده شود چراکه رقم بدهی‌های بانکی از این محل بین ۹۰ تا ۱۲۰ هزار میلیارد تومان اعلام شده است.

در اولین ماه‌های تصدی دولت دوازدهم بود که ۱۵ تن از نمایندگان مجلس در نامه‌ای به حسن روحانی خواستار افشای اسامی ابربدهکاران بانکی شدند. استاد نمایندگان برای افشای اسامی آن بود که در سایه عدم شفافیت، آنها که از بازگرداندن منابع بانکی خودداری می‌کنند، در حقیقت توان سیستم بانکی را برای وام‌دهی از میان برده‌اند. در

درخواست معاون رئیس‌جمهور از بانک مرکزی: ارزش مسافرتی را شفاف کنید

۱۰۰۰ یورویی که اما و اگر بسیار دارد

گردشگری با انتقاد از نابسامانی وضعیت ارز در حوزه گردشگری، از بانک مرکزی خواسته تا رقم تخصیص‌یافته ارز مسافرتی به تفکیک مقصد را اعلام کند. ظاهراً این بار اول نیست که سازمان گردشگری درخواست شفاف‌سازی در زمینه ارز مسافرتی را داشته و بانک مرکزی نیز آن را بی‌پاسخ گذاشته است. این در حالی است که مونسان گفته ما بارها از بانک مرکزی درخواست کردیم موضوع تبدیل ارز و تأمین منابع ارزی برای گردشگران ورودی و خروجی سامان پیدا کند و مدتی هم منتظر ماندیم، اما متأسفانه پاسخی در این زمینه دریافت نکردیم. با وجود تمام حواشی که این روزها پیرامون ارز مسافرتی می‌گذرد، رئیس کل بانک مرکزی تنها به رد شایعات در مورد حذف ارز مسافرتی اکتفا کرده و توضیح دیگری نداشته است.

جریان شفاف‌سازی لیست ارز مسافرتی تخصیصی از سوی بانک مرکزی در شرایطی موجب نارضایتی سازمان گردشگری شده که اخیراً اعلام لیست واردکنندگان گانسی که ارز دولتی دریافت کرده بودند نیز با انتقاداتی همراه شد.

گرچه رئیس‌جمهور خواستار اعلام شفاف اسامی دریافت‌کنندگان ارز دولتی بوده، اما بانک مرکزی در دو اعلام خود فقط حدود ۳ میلیارد دلار از مجموع ۱۲ میلیارد دلار پرداختی را شفاف‌سازی کرده و ۹ میلیارد دیگر که بخشی از آن را ارز مسافرتی تشکیل می‌دهد در ابهام باقی مانده است.

شفاف نیست و هر معامله‌ای در آن قاچاق محسوب می‌شود. یکی از گروه‌های مورد هدف در جریان سیاست ارزی، مسافران بودند که تا قبل از جریان اخیر و بعد از آنکه ارز مبادله‌ای(حدود ۳۰۰ دلار) برای آنها حذف شده بود، می‌توانستند تا ۵۰۰ دلار را از صرافی بانک‌ها با نرخ پایین‌تر از بازار آزاد تهیه کنند، اما اکنون در شرایطی قرار گرفتند که فقط حداکثر ۱۰۰۰ یورو دریافت کرده در برای کشورهای هم‌مرز به ۵۰۰ یورو می‌رسد.

در حالی مسافران معترض بودند که ارز پرداختی به آنها کافی نیست و باید برای تهیه مابقی به بازار آزاد در معاملات آن قاچاق است وارد شوند، که به مرور همین جریان موجب ایجاد مسائل تازه‌ای شد. اختلاف قیمتی جذاب بین دو نرخ آزاد و دولتی فضا را برای فروش ارز مسافرتی در بازار آزاد فراهم کرد و در کنار مسافران که مازاد دریافتی را با دو برابر قیمت در بازار می‌فروشنند، کم‌کم این ارز نیز به میدان سودجویی دلان آمد.

در حالی شرایط موجود موجب بحث‌ها و البته شایعات بسیاری در مورد احتمال حذف ارز دولتی برای مسافران شد و خبرها از این حکایت داشت که توافق چندانی بین سازمان گردشگری و بانک مرکزی در مورد این ارز وجود ندارد که ظاهراً عدم شفافیت در اختصا ارز مسافرتی نیز این روزها بین این دستگاه ماجرای دیگری دارد. اخیراً علی‌اصغر مونسان، معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان

گرچه ارزی که بانک مرکزی به مسافران می‌دهد حداکثر ۱۰۰۰ یورو بوده و در ظاهر ماجرا رقم ناچیزی است و حتی مورد اعتراض هم قرار می‌گیرد، اما همین هم کم‌حاشیه نبوده است.

به گزارش ایسنا، سیاست جدید ارزی که از فروردین‌ماه امسال به مرحله اجرا درآمد و قرار بود جریان تک‌نرخ شدن ارز را به اقتصاد ایران برگرداند، تاکنون نه‌تنها اثری از ارز تک‌نرخ برداشته نشده بلکه ره‌اشدن بازار آزاد و فرار سیاست‌گذار از به رسمیت شناختن آن موجب رقم‌خوردن اختلاف قیمتی بالا بین دو نرخ رسمی و آزاد شده است. دلار رسمی اکنون حدود ۴۳۰۰ تومان و آزاد تا بیش از ۸۰۰۰ تومان قیمت دارد که فاصله ۴۰۰۰ تومانی ایجاد کرده است. همچنین یورو را بانک مرکزی نزدیک به ۵۰۰۰ تومان نرخ‌گذاری می‌کند در حالی که در بازار آزاد تا ۱۰ هزار تومان معامله شده و تا دو برابر فاصله دارد. به طور طبیعی این اختلاف قیمت زیاد زمینه‌ساز رانت و فساد خواهد بود؛ موضوعی که همواره کارشناسان نسبت به آن هشدار داده و خواستار یکسان‌سازی نرخ ارز شده بودند.

محدود شدن جریان ارزی به سامانه نظام یکپارچه ارزی(نیم) برای واردات و صادرات و همچنین اعلام محدودیت برای سایر ارزهای خدماتی که در مجموع نتوانست تمامی نیازهای ارزی را برآورده و بخشی از تقاضا را بدون پاسخ گذاشت، از همان ابتدا معاملات بازار آزاد را رونق داد و متقاضیان به سمت بازار رفتند، اما این بار به بازاری که

دلیل معامله نشدن گواهی صادراتی ارز در بورس چیست؟

اصلاح قیمت‌ها در بورس تهران



فعلان بازار سهام بار دیگر، روز یکشنبه شاهد افت قیمت‌ها در این بازار بودند، به طوری که نماگر اصلی ۲۰۰ واحد افت کرد و به رقم ۱۱۰ هزار و ۸۵۱ واحدی رسید. در بین روزهای اخیر، روز یکشنبه از معدود روزهایی بود که نوسان قیمت‌ها در بورس تهران با شیب تندی همراه نبود و این در حالی است که در هفته‌های اخیر قیمت‌ها با فراز و فرود زیادی همراه بودند و شاخص کل در نتیجه این افت و خیزها کانال شکنی‌های پی در پی داشت.

به گزارش ایستنا، معاملات بورس تهران در روز یکشنبه کم‌نوسان‌تر بود و ارزش و حجم معاملات با کاهش مواجه شد و سهم‌های خودرویی بار دیگر با کاهش قیمت مواجه شدند. شاخص کل هم‌وزن نیز هم‌جهت با نماگر اصلی ۷۳ واحد افت کرد و به رقم ۱۸ هزار و ۵۹۲ واحدی رسید، در عین حال شاخص آزاد شناور ۵۳۹ واحد افت کرد و تا رقم ۱۲۱ هزار و ۳۶۸ پایین رفت. شاخص بازار اول و دوم نیز هر یک به ترتیب ۱۳۱ و ۴۸۱ واحد افت کردند.

صنایع پتروشیمی خلیج فارس، معدنی و صنعتی گل‌گهر و خدمات انفورماتیک روز یکشنبه بیشترین تأثیر را در نوسانات شاخص‌های بازار سرمایه داشتند، از بین این سهم‌ها صنایع پتروشیمی خلیج فارس و خدمات انفورماتیک ۱۶۶ و ۶۵ واحد به رشد شاخص‌ها کمک کردند و معدنی و صنعتی گل‌گهر ۸۲ واحد در افت شاخص تأثیر داشت. همچنین فولاد مبارکه اصفهان و سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تأمین نیز در افت دامناج بازار تأثیر داشتند.

در بازار نسبتاً کم‌نوسان این روز در گروه محصولات شیمیایی عمده سهم‌ها با کمتر از ۲ درصد افت با رشد قیمت همراه شدند. اما در گروه کانه‌های فلزی بیشتر شاهد افت قیمت‌ها بودیم. خودرویی‌ها نیز با افت قیمت مواجه شدند و در کل بازار بیشتر به سمت اصلاح قیمت‌ها بود. ارزش معاملات نیز در روز یکشنبه نسبت به روزهای گذشته کاهش یافت و رقم ۱۸۶ میلیارد تومان را تجربه کرد. همچنین حجم معاملات به ۸۱۶ میلیون سهم و اوراق مالی رسید. از طرفی شاخص کل فرابورس نیز با افت مواجه شد و تا رقم ۱۲۳۹ واحدی افت کرد و ارزش معاملات این بازار نیز رقم ۲۹۵ میلیارد تومان را تجربه کرد.

تصمیمات خلق‌الساعه

اما چندی پیش رئیس سازمان توسعه تجارت از دادن مجوز برای معامله اظهارنامه‌های صادراتی خبر داد که به نوعی به‌منزله ایجاد بازار ثانویه برای ارز بود. محتبی خسروناج گفت که بازار جدیدی برای صادرکنندگان کالا با پایه غیرنفتی ایجاد شده و آنها ملزم به ارائه ارز به چرخه اقتصاد از طریق سامانه نیما نیستند. در واقع با ارزش‌دار شدن اظهارنامه‌های صادراتی و تعیین نرخ این اظهارنامه‌ها در خرید و فروش میان واردکننده و صادرکننده به‌صورت توافقی، واردکنندگانی که نتوانسته‌اند ارز موردنیاز خود را از طریق سامانه نیما تأمین کنند، می‌توانند از ارز صادراتی کالاها با پایه غیرنفتی بهره‌گیرند. از سوی دیگر، ارزش‌دار شدن اظهارنامه‌های صادراتی، به نوعی به تشویق صادرکنندگان منجر می‌شود.

او همچنین با اشاره به اینکه طبق دستورالعملی که ابلاغ شده است، صادرکنندگان ۴۶۰ قلم کالای نفتی و پتروشیمی باید طی مهلت شش ماه از صادراتی خود را در سامانه نیما عرضه کنند، گفت: شاید نیاز به تجدیدنظر برای کاهش این مهلت زمانی وجود داشته باشد، چرا که در حال حاضر در سامانه نیما با انبوه تقاضا برای ارز و عرضه محدود آن مواجه است.

بعد از این موضوع مسعود کرباسیان، وزیر اقتصاد اعلام کرد که صادرکنندگان می‌توانند اظهارنامه صادراتی خود را در بورس اوراق

بهدار تهران عرضه کرده تا واردکنندگان این ارزها را خریداری کنند. در راستای این تصمیم، بورس تهران دو نماد با نام‌های «گواهی ۱» و «گواهی ۲» برای معاملات گواهی صادراتی دلار و یورو را در تابلوی معاملات درج کرد ولی درنهایت اعلام کرد که این نمادها صرفاً برای انجام امور فنی سایت است و نمی‌توان گفت که درج نماد انجام شده است. معاون بازار بورس تهران تأکید کرد که تا بورس اطلاعی ندهد هیچ معامله‌ای روی این دو نماد انجام نمی‌پذیرد.

علاوه بر این، محسن خدابخش، مدیر نظارت بر بازارهای سازمان بورس چند روز پیش در مورد معاملات بازار گواهی ارز گفت: شروع معاملات این بازار به تصمیم‌سازی‌ها در وزارت صنعت، معدن و تجارت و بانک مرکزی بستگی خواهد داشت. قیمت و حجم عرضه در این بازار اهمیت بالایی برای تعدیل نرخ و تنظیم بازار خواهد داشت. ظاهراً برای انجام معاملات گواهی ارزی تصمیم‌گیران زیادی باید به تفاهم برسند تا این اتفاق بیفتد. یک پای موضوع وزارت صنعت و یک پایه وزارت اقتصاد، بانک مرکزی و سازمان بورس است.

در سیاست جدید ارزی دولت که بیش از دو ماه به اجرا درآمده است، صادرکنندگان و واردکنندگان می‌توانستند ارز خود را در سامانه نظام یکپارچه معاملات ارزی (نیما) آورده و با نرخ مرجعی که بانک مرکزی آن را تعیین می‌کند، مورد معامله قرار دهند. این در حالی است که ۸۰ درصد ارز ناشی از صادرات وارد سامانه نیما شده و مورد معامله قرار می‌گیرد و واردکنندگان نیز ارز مورد نیاز خود را در این سامانه تأمین می‌کردند، اما بعد از گذشت مدتی بانک مرکزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) سیاست را به گونه‌ای دیگر تغییر داده و کالاهای وارداتی را برای دریافت ارز اولویت‌بندی کردند.

بر این اساس یک سری از کالاهای اساسی بر اساس درآمدهای نفتی تأمین ارز می‌شود. دومین گروه مواد اولیه کارخانه‌ها و کالاهای ضروری هستند که ارز آنها از طریق صادرات کالاهای غیرنفتی تأمین ارز خواهد شد. اما سومین گروه آنهایی هستند که بر اساس درآمد ارزی از محل ۲۰ درصد صادرات غیرنفتی و همچنین ارز صادرکنندگان خرد به آنها ارز اختصاص می‌یابد.

اما گروه سوم که باید ارز از محل ۲۰ درصد صادرات غیرنفتی تأمین می‌شود، در ادامه مشمول دستورالعمل جدیدی شد، به طوری که قرار بر این بود تا طبق ابلاغیه جهانگیری -معاون اول رئیس‌جمهور- کلیه صادرکنندگان به غیر از صادرکنندگان فرآورده‌های نفتی، پتروشیمی، محصولات فولادی و فلزات رنگی که فهرست آنها از سوی وزارت صمت اعلام شد، ارز حاصل از صادرات خود را به نرخ رسمی به واردات کالاهای گروه سوم اختصاص دهند و حق استفاده از گواهی صادراتی را در بورس با نرخ رقابتی به واردکنندگان این گروه از کالاها واگذار کنند که همانطور که گفته شد در نهایت این موضوع رخ نداد.

مزیت معامله گواهی صادرات ارز در بورس

در همین زمینه، فردین آقا‌زنگی در پاسخ به اینکه معامله گواهی صادرات ارز در بورس چه مزیتی می‌توانست داشته باشد، گفت: چنین ابزاری نه صرفاً در جهت کنترل نوسان قیمت، بلکه به عمق بخشیدن بازار می‌تواند کمک کند.

وی در پاسخ به اینکه علت محقق نشدن معامله گواهی صادراتی دلار و یورو علیرغم درج نماد آن روی تابلو چه بود؟ گفت: متأسفانه تصمیمات به صورت خلق‌الساعه گرفته می‌شود و برای اتخاذ آنها از خرد جمعی استفاده نمی‌شود. بانک مرکزی به عنوان بالاترین رکن مرتبط با بازار ارز باید به این موضوع ورود می‌کرد و با استفاده از خرد جمعی این موضوع را حل و فصل می‌کرد.

این کارشناس بازار سرمایه تأکید کرد: از دید من، بانک مرکزی چه از لحاظ منابع قانونی و چه از لحاظ منابع ارزی دغدغه‌هایی داشت که آن دغدغه‌ها برطرف نشد. هر چند که در بورس زیرساخت‌ها برای معامله گواهی صادراتی ارز پیش‌بینی شده است، اما بانک مرکزی یا در جریان این موضوع نبود یا نگرانی‌هایی درباره مقدار منابع ارزی که باید تخصیص می‌داد داشت.

آقا‌زنگی با بیان اینکه سرنوشت بازار گواهی صادراتی ارز همچون بازار گواهی سکه‌های پیش‌فروش در بورس شد، گفت: ناهماهنگی‌هایی که در اتخاذ این تصمیم‌ها وجود داشت سبب شد ارز صادراتی و سکه‌های پیش‌فروش در بورس معامله نشود. ظاهراً مسئولان در جریان نبودند که از معاملات گواهی سپرده سکه مالیات نمی‌توان اخذ کرد، در نتیجه بر آن شدند تا سکه‌های پیش‌فروش را در بازاری عرضه کنند که بتوانند مکانیزم مالیاتی آن را در نظر بگیرند.

وی ادامه داد: تا زمانی که یک اجماع و اتفاق نظر در سطح مسئولان و مراجع ذی‌ربط وجود نداشته باشد گواهی سپرده سکه و گواهی صادراتی ارز در بورس معامله نمی‌شود. در حال حاضر نیز مسئولان در فکر پیش‌بینی راهکارها هستند اما عجله و عدم اجماع نظر کارشناسان منجر به تصمیمات خلق‌الساعه می‌شود، در هر حال این پرونده هنوز به صورت کامل بسته نشده است.

وی در پایان تأکید کرد: نوسان در تصمیماتی که گرفته می‌شود بزرگترین آسیب را به فعالان اقتصادی می‌زند و همچنین منجر به بزرگترین ریسک‌ها در سطح اقتصاد می‌شود و ابلاغیه‌ها و دستورالعمل‌ها که اصلاً کاربردی نیستند اعتماد عمومی را از بین می‌برد.

دریچه

مدیرکل سیاست‌ها و مقررات ارزی بانک مرکزی پاسخ داد

چگونگی تعیین نرخ ارز در بازار ثانویه

مدیرکل سیاست‌ها و مقررات ارزی بانک مرکزی با تشریح چگونگی فعالیت بازار ثانویه ارز گفت عرضه و تقاضا تعیین‌کننده نرخ ارز در بازار ثانویه خواهد بود.

مهدی کسرابی‌پور در گفت‌وگو با ایرنا درخصوص تقسیم‌بندی کالاهای دریافت‌کننده ارز و چگونگی تخصیص آن به هر کدام از گروه‌های کالایی افزود: طبق اعلام رئیس کل بانک مرکزی در چهارشنبه هفته گذشته، بازار ثانویه ارز تشکیل شده است و صادرکنندگان غیرنفتی با توجه به سیاست‌های ارزی جدید به دو دسته ۸۰ و ۲۰ درصدی تقسیم می‌شوند.

وی ادامه داد: ۸۰ درصدی‌ها به‌طور عمده صادرکننده محصولات پتروشیمی، مواد معدنی و فولاد هستند و ارز حاصل از صادرات خود را در سامانه نیما با نرخ بر مبنای ۴۲۰۰ تومان عرضه می‌کنند.

این مقام بانکی افزود: صادرکنندگان ۲۰ درصدی نیز با تصمیم اخیر دولت این امکان را یافته‌اند که ارز حاصل از صادرات خود یا امتیاز واردات را یا از طریق توافقی و با استفاده از ظرفیت موجود در سامانه سماصا (سامانه مدیریت ارز حاصل از صادرات) به یک واردکننده واگذار و یا در سامانه نیما برای فروش با نرخ رقابتی اعلام آمادگی کنند.

کسرابی‌پور گفت: طبق مقررات بانک مرکزی، صرافی‌های مجاز، به سامانه نیما دسترسی دارند و می‌توانند این ارز را خریداری و آن را به واردکنندگان کالاهای گروه سوم که تقاضای خرید ارز دارند عرضه کنند.

وی یادآور شد: اولویت‌بندی کالاها در شرایط کنونی بدین صورت است که دارو و کالاهای اساسی در گروه نخست قرار دارند و ارز مربوط به آن از منبع بانک مرکزی حاصل از صادرات نفت و میعانات گازی تأمین می‌شود. گروه دوم، کالاهای واسطه‌ای و ماشین‌آلات هستند و منبع تأمین ارز آن حاصل از صادرات غیرنفتی ۸۰ درصدی است. منبع تأمین ارز گروه سوم کالایی نیز که برخی از آنها کالاهای مصرفی هستند و اهمیت کمتری از دو گروه قبلی دارند، ۲۰ درصد ارز حاصل از صادرات گروه دوم صادرکنندگان (صادرکنندگان خرد) است.

به گفته وی، چگونگی کاربری سامانه و آموزش‌های مربوط به آن در حال حاضر آماده شده و در سامانه جامع تجارت در دسترس است.

کسرابی‌پور درباره شیوه تعیین نرخ ارز در بازار ثانویه نیز گفت: سازوکار پیش‌بینی شده به این صورت است که خریداران ارز یعنی همان واردکنندگان دارای ثبت سفارش کالاهای گروه سوم، در سمت تقاضا و صادرکنندگان ۲۰ درصدی یا خرد نیز در سمت عرضه قرار می‌گیرند.

وی افزود: در این میان صرافان مجاز، به عنوان واسطه در خرید و فروش از ایفای نقش می‌کنند و این عرضه و تقاضا، قیمت را در بازار تعیین خواهد کرد.

این مقام بانکی افزود: همچنین پیش‌بینی می‌شود با اجرایی شدن کامل این موضوع، قیمت ارز روند کاهشی داشته باشد. وی درباره سهم بازار ثانویه ارز از بازار نیز توضیح داد: بر اساس آمارهای سال گذشته و تعرفه دیده شده، گروه سوم کالایی (کالاهای عمدتاً مصرفی) نیاز به معادل ۵۵ میلیارد دلار خواهند داشت؛ پیش‌بینی ما این است که این بخش توسط صادرکنندگان ۲۰ درصدی به خوبی تأمین خواهد شد.

کسرابی‌پور در پاسخ به اینکه آیا ارز حاصل از صادرات نفت برای گروه کالایی اول و دوم می‌تواند به بازار ثانویه وارد شود، گفت: آنچه تعریف شده اینکه برای کالاهای گروه نخست، ارز بانکی، برای کالاهای گروه دوم ارز حاصل از صادرات صادرکنندگان ۸۰ درصدی مشخص شده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و برای گروه سوم کالایی نیز ارز مورد نیاز در بازار ثانویه عرضه خواهد شد.

به گفته وی، این دسته‌بندی تاکنون مشخص شده و ممکن است در آینده نیازهایی که دیده نشده‌اند نیز به سمت بازار سوم سوق پیدا کنند.

آگهی ارزیابی کیفی مناقصه گران

موضوع مناقصه: انجام امور ترفیکی در سطح منطقه پارس ۱
(۹۷/۲۰)



سازمان منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس

نوع مناقصه	مناقصه عمومی یک مرحله ای
نام و نشانی مناقصه گزار	سازمان منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس - استان بوشهر، عسلویه - ساختمان همایش های خلیج فارس
مبلغ تقریبی بر آورد اولیه	۴۲/۳۷۹/۰۵۲/۶۰۰ ریال
نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	ضمانتنامه بانکی یا وجه نقد به مبلغ ۲/۱۱۸/۹۵۲/۶۳۰ ریال (که قابل تمدید به مدت سه ماه با درخواست مناقصه گزار بوده و پس از تایید در مرحله ارزیابی کیفی بایستی همزمان با تحویل پیشنهادهای اولیه گردد.)
شرایط شرکت در مناقصه	۱- دارا بودن حداقل پایه ۵ در رشته راه و ترابری از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور ۲- دارا بودن صورت‌های مالی حسابرسی شده سال ۹۵ یا سال ۹۴ توسط حسابدار رسمی مورد تایید جامعه حسابداران رسمی ایران
نحوه دریافت استعلام ارزیابی کیفی مناقصه گران	۱- نشانی اینترنتی WWW.PSEEZ.IR - IETS.MPORG.IR ۲- دبیر خانه کمیسیون مناقصات
آخرین مهلت تحویل مدارک	ساعت ۰۰: ۱۴ روز شنبه مورخ ۹۷/۰۵/۱۶
محل تحویل مدارک	استان بوشهر، عسلویه ، سازمان منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس ، ساختمان همایش های خلیج فارس، طبقه اول دبیرخانه کمیسیون مناقصات تلفن ۰۷۷۲۱۳۷ ۲۱۵۲
تلفن کمیسیون مناقصات	۰۷۷۲۱۳۷ ۲۱۵۰ - ۴ - ۰۷۷۲۱۳۷ ۲۱۵۵ - ۳ - ۰۷۷۲۱۳۷ ۲۱۵۵ - ۲

اخبار



تجارت ۴.۵ میلیارد دلاری ایران و ترکیه در ماه

مبادلات تجاری ایران و ترکیه در پنج ماهه نخست سال جاری میلادی با رشد ۵۳درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۴.۵۷۵ میلیارد دلار رسید. به گزارش تسنیم، آمارهای منتشرشده توسط اداره آمار ترکیه نشان می‌دهد مبادلات تجاری ایران با این کشور در پنج ماهه نخست سال جاری میلادی رشد ۳درصدی داشته است. مبادلات تجاری ایران و ترکیه در پنج ماهه نخست سال جاری میلادی ۴.۵۷۵ میلیارد دلار اعلام شده است. این رقم در پنج ماهه نخست سال قبل ۴.۴۴۵ میلیارد دلار بوده است. براساس این گزارش صادرات ترکیه به ایران در ماه‌های ژانویه تا مه ۲۰۱۸ با کاهش ۱۱ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل مواجه شده و به ۱.۱۴ میلیارد دلار رسیده است. ترکیه در ماه‌های ژانویه تا مه سال قبل ۱.۲۸۶ میلیارد دلار کالا به ایران صادر کرده بود. واردات ترکیه از ایران در پنج ماهه نخست امسال رشد ۹درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل داشته است. ترکیه در ماه‌های ژانویه تا مه سال قبل ۳.۱۵۹ میلیارد دلار کالا از ایران وارد کرده بود که این رقم در مدت مشابه امسال به ۳.۴۳۵ میلیارد دلار افزایش یافته است. ایران نوزدهمین مقصد صادراتی و هفتمین منبع واردات ترکیه در پنج ماهه نخست ۲۰۱۸ شناخته شده است. افت ارزش لیر ترکیه از جمله دلایل کاهش ارزش صادرات ترکیه به ایران در پنج ماهه نخست ۲۰۱۸ بوده است. افزایش قیمت نفت نیز دلیل عمده رشد ارزش واردات این کشور از ایران در این مدت بوده است.

کاهش ۱۲ تنی صادرات طلای سرخ در خردادماه

یک مقام مسئول گفت: حداقل نرخ هر کیلو طلای سرخ با ثبات نسبی در بازار، ۴ میلیون و ۵۰ هزار و حداکثر ۷ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان است. غلامرضا میری، نایبرئیس شورای ملی زعفران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات قیمت طلای سرخ طی ۱۰ روز گذشته در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون حداقل نرخ هر کیلو طلای سرخ ۴میلیون و ۵۰ هزار و حداکثر ۷ میلیون و ۴۳۰۰هزار تومان است. به گفته وی، با توجه به نابسامانی و نوسان نرخ ارز، امکان پیش‌بینی قیمت زعفران برای یک ساعت دیگر در بازار وجود ندارد. میری از کاهش ۱۲ تنی صادرات زعفران در خردادماه خبر داد و افزود: در اردیبهشت سال جاری ۲۵تن و ۶۶۹ کیلو زعفران به بازارهای هدف صادر شد که این میزان در خردادماه با کاهش ۱۲تنی به ۱۳ تن و ۶۹۸ کیلو رسید. نایبرئیس شورای ملی زعفران با اشاره به دلایل کاهش صادرات طلای سرخ ایرانی در یک ماه اخیر گفت: با توجه به اینکه از سال‌های قبل از تحریم تاکنون امکان ورود پول حاصل از صادرات به سبب معاملات با نرخ تومان به سیستم بانکی وجود نداشت، از این‌رو برای مقابله با چالش‌های ناشی از این امر در صورت بازگشت مجدد تحریم‌ها از سوی ترامپ، بنابر بخشنامه دولت در ۹۷/۲/۲۳، صادرکنندگان موظف به بازگشت ارز حاصل از صادرات به سیستم بانکی شدند. این تصمیم باعث شده که صادرکنندگان رغبتی به صادرات نداشته باشند. وی ادامه داد: با توجه به نوسان نرخ ارز و مشکلات پیش‌روی صادرکنندگان نمی‌توان پیش‌بینی دقیقی راجع به صادرات زعفران داشت به همین خاطر انتظار می‌رود که مشکلات پیش‌روی صادرکنندگان مرتفع شود. این مقام مسئول در پایان در پاسخ به این سوال که اعمال تحریم‌های جدید چه تأثیری در صادرات زعفران خواهد داشت، بیان کرد: در صورت اعمال تحریم‌های جدید از یک ماه آینده، دیگر امکان صادرات زعفران به آمریکا به سبب مسائل ارزی و مشکلات سیستم بانکی مبنی بر دریافت پول وجود نخواهد داشت، این در حالی است که با اجرای برجام تمامی صادرکنندگان به این کشور صادرات داشتند، اما به طور دقیق نمی‌توان رقم مشخصی را اعلام کرد.

عدم درج قیمت بالاترین تخلفات صنفی

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت از عدم درج قیمت به عنوان بزرگ‌ترین تخلف صنفی در کشور یاد کرد و گفت: ما در سال گذشته بیش از ۳میلیون و ۶۰۰ هزار مورد بازرسی از واحدهای صنفی در کشور انجام دادیم. به گزارش ایسنا، نویسی در همایش تجلیل از واحدهای نمونه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در اردبیل اظهار کرد: ما در سطح ملی هفدهمین همایش حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان را در اسفندماه سال گذشته همزمان با روز حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان برگزار کردیم، به طوری که در این همایش ۲۵ برابر در حوزه متقاضیان و ۲۲برابر در حوزه منتخبان رشد و جهش برنامه‌ریزی را شاهد بودیم. وی با قدردانی از حضور داوطلبانه تولیدکنندگان برای حضور در این همایش خاطرنشان کرد: همین که تولیدکنندگان ما در این آزمون داوطلبانه و نوشمندانهمراه با اعتماد به نفس حاضر شدند جای قدردانی دارد که قطعا در این رقابت همه واحدها در عرصه خدمت به مصرف‌کنندگان از شایستگی و برزاندگی خاص برخوردار هستند. رئیس سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان بیان کرد: در بین استان‌ها، استان فارس هفتمین همایش را در این حوزه برگزار کرد و این اولین همایش استان اردبیل است تا تولیدکنندگان راعب به سرمایه‌گذاری در بخش توجه و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان باشند. نویسی با بیان اینکه در این آزمون و سنجش در حقیقت میزان خدمت به مردم تعیین شده و باید کار با مقلدات و سهولت ویژه با تلاش و پیگیری ناظران اقتضاری به پیش برود. ادامه داد: ما از سال ۱۳۸۸ با تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و شکل‌گیری ۲۲۰انجمن در شهرستان‌ها، ۳۰ انجمن در استان‌ها و یک انجمن ملی در کشور فعالیت‌های گسترده‌ای را در این حوزه شاهد هستیم، هرچند که ما در این راستا با مشکلات و موانع ساختاری و مالی روبه‌رو بودیم که سبب شده برخی از مفاد قانونی اجرایی نشود. وی ورود دستگاه‌های مختلف در بحث تنظیم بازار به ویژه ارتباط تنگاتنگ با تعزیرات، استناددار، بهداشت و جهاد کشاورزی را یادآور شد و افزود: ما در سال گذشته ۳ میلیون و ۶۰۰ هزار مورد بازرسی در مناسبت‌های متعدد از تنظیم بازار عید گرفته تا طرح ضیافت رمضان و توزیع اقلام در ماه محرم انجام دادیم که در این ارتباط هزار میلیارد تومان پرونده تخلفاتی شکل گرفته و به آنها رسیدگی شده است.

معاون اقتصادی وزیر امور خارجه گسترش مراودات با کشورهای همسایه را جزو اولویت‌های اصلی وزارت خارجه عنوان کرد و گفت: تکمیل کریدور شمال-جنوب یک پروژه استراتژیک برای ما محسوب می‌شود.

به گزارش ایسنا، غلامرضا انصاری در دیدار با استاندار گیلان، هدف از سفر خود به گیلان را بررسی ظرفیت‌های موجود در گیلان در مسیر گسترش حجم مبادلات با کشورهای همسایه عنوان کرد و افزود: استان‌های شمالی ایران از طریق دریای خزر با کشورهای همسایه ارتباط خوبی دارد که باید از این فرصت در راستای گسترش ارتباطات بین‌المللی استفاده کرد.

معاون اقتصادی وزیر امور خارجه تحقق عضویت ایران در اوراسیا را برای استان‌های شمالی بسیار حائز اهمیت دانست و افزود: حمایت از مناطق آزاد و مناطق ویژه اقتصادی در نقاط مرزی از سیاست‌های وزارت خارجه است، اما با ایجاد بازارچه مرزی در این نقاط به واسطه افزایش قاچاق کالا مخالف هستیم.

وی ارائه پیشنهادات مشخص از سوی استان‌ها برای طرح در کمیسیون‌های مشترک با کشورهای مختلف را بسیار مثبت ارزیابی

کرد و گفت: تبیین این پیشنهادات در این کمیسیون‌ها می‌تواند به ورود سرمایه‌گذاران خارجی به مناطق آزاد کمک قابل توجهی کند . انصاری افزود: در این مسیر پیش‌بینی امتیازاتی برای استانداران نقاط مرزی باعث می‌شود تا ارتباطات بین استانداران استان‌های هم مرز تسهیل شود.

الحاق بارانداز ریلی آستارا به منطقه ویژه اقتصادی گامی جهت توسعه تجارت

مصطفی سالاری، استاندار گیلان نیز در این دیدار با اشاره به ظرفیت بالای موجود در شهرستان آستارا به گسترش حجم مبادلات مرزی با کشورهای همسایه اشاره کرد و افزود: با توجه به راه‌اندازی خط ریلی آستارا-آستارا می‌توانیم از فرصت صادرات محصولات تولیدی استان گیلان و استان‌های همجوار به کشورهای همسایه کمال بهره را ببریم. وی الحاق بارانداز ریلی موجود در شهرستان آستارا به منطقه ویژه اقتصادی را گام موثری در مسیر توسعه تجارت دانست و گفت: الحاق این بارانداز به منطقه ویژه اقتصادی آستارا علاوه بر کاهش بوروکراسی اداری برای سرمایه‌گذاران خارجی می‌تواند معافیت در پرداخت عوارض مالیاتی را برای آنان به دنبال داشته باشد.

دستورالعمل جدید واردات در مقابل صادرات

آن مشتری ثبت می‌کند. این درخواست به صورت سیستمی جهت مشاهده صادرکننده به سامانه جامع تجارت ارسال می‌شود.

۷- صادرکننده لازم است با مراجعه به سامانه جامع تجارت، درخواست بانک عامل، مبنی بر جواز واگذاری پروانه صادراتی خود به آن واردکننده را تایید کند.

تبصره: واگذاری پروانه صادراتی در این گام به پایان می‌رسد و تعهد صادرکننده از بابت برگرداندن ارز به چرخه اقتصادی در این مرحله برابر میزان ارزش آمده در پروانه صادراتی کاسته خواهد شد.

۸-بانک عامل با مراجعه به سامانه مدیریت تعهدات ارزی (سمتاک) نسبت به ثبت ابزار پرداخت در قالب برات بدون تعهد اقدام کند.

۹-واردکننده لازم است اسناد حمل ثبت سفارش خود را به بانک عامل تحویل نماید.

- ۱۰بانک عامل باید با مراجعه به سامانه سمتاک، اسناد حمل را ثبت کند.

۱۱-واردکننده موظف است با مراجعه به سامانه جامع تجارت در بخش مدیریت عملیات ارزی بانکی، اطلاعات منشأ ارز خود را ثبت کند.

۱۲-بانک عامل با بررسی منشأ ارز، اقدام به صدور اعلامیه تأمین ارز می‌نماید.

۱۳-واردکننده با مراجعه به گمرک و ارائه شماره رهگیری اعلامیه تأمین ارز (شاتا) اقدام به ترخیص کالای خود می‌نماید.

۱۴-واردکننده پس از ترخیص کالا، جهت رفع تعهد و دریافت تضامین خود باید به بانک عامل مراجعه نماید.

صادرکنندگان را دارند لازم است با مراجعه به سامانه جامع تجارت نسبت به ثبت سفارش اقدام کنند.

تبصره: واردکنندگان در کلید(TAB) مالی و بانکی، موضوع (FIELD) نوع عملیات ارزی را بانکی و FIELD تأمین ارز را از محل صادرات انتخاب می‌کنند.

۳-واردکننده جهت تأمین ارز ثبت سفارش خود، به بانک عامل مراجعه کرده و با ارائه اطلاعات پروانه صادراتی صادرکننده، برای آن ثبت سفارش، درخواست تأمین ارز می‌کند.

تبصره: صرفا واردات کالاهایی که تعرفه آنها در اولویت سوم گروه‌بندی کالایی قرار دارند، می‌توانند از این طریق، تأمین ارز کنند.

۴-بانک‌های عامل موظفند با مراجعه به سامانه پورتال ارزی، از بانک مرکزی درخواست گواهی ثبت آماری کنند.

۵-در صورت تایید گواهی ثبت آماری توسط بانک مرکزی، بانک‌های عامل موظفند تضامین لازم را از بازارگان، مطابق بند (ی) بخش اول مجموعه مقررات ارزی اخذ کرده و تاییدیه آن را در سامانه تأمین ارز اعلام کند.

۶-بانک‌های عامل با مراجعه به سامانه تأمین ارز، اطلاعات پروانه‌های صادراتی را ثبت می‌کنند.

تبصره: با توجه به اینکه مالکیت پروانه صادراتی متعلق به شخص دیگری (صادرکننده) است لازم است بانک عامل از رضایت صادرکننده جهت واگذاری پروانه صادراتی‌اش به مشتری (واردکننده) اطمینان یابد، لذا از طریق سامانه تأمین ارز، درخواستی را مبنی بر تایید جواز واگذاری پروانه به



نماینده دولت در گیلان خاطرنشان کرد: بسته‌بندی و فرآوری محصولات تولیدی در بارانداز ریلی می‌تواند نقش بسزایی در تجارت استان داشته باشد.

وی به ارائه پیشنهاد الحاق بارانداز ریلی به منطقه ویژه اقتصادی آستارا به دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد کشور اشاره کرد و یادآور شد: تأکید وزارت خارجه بر الحاق این بارانداز ریلی به منطقه ویژه اقتصادی در راستای توسعه مراودات اقتصادی می‌تواند این مسیر را تسهیل کند. استاندار گیلان وجود مرز زمینی، دریایی و ریلی در آستارا را یک فرصت برای کشور و گیلان عنوان کرد و افزود: با برنامه‌ریزی صحیح می‌توان ظرفیت صادرات را افزایش داد.

وی وجود منطقه آزاد انزلی را یکی دیگر از فرصت‌های موجود در مسیر توسعه تجارت استان گیلان با کشورهای همسایه دانست و گفت: آمادگی لازم برای ایفای نقش منطقه آزاد انزلی در مسیر توسعه مراودات اقتصادی با کشورهای همسایه وجود دارد.

سالاری تکمیل پروژه خط ریلی رشت-آستارا را گام موثری در جهت تشکیل کریدور شمال-جنوب عنوان و خاطرنشان کرد: باید تلاش کنیم تا هرچه سریع‌تر این کریدور تشکیل شود.

تا صنعت به جای نفت نیاید وضعیت همین است

کمترتوسعه‌یافته باشد توان برآورده ساختن این حجم عظیم از کالاهای مصرفی را ندارند و از سویی به دلیل شیوه تولید سنتی تر و کیفیت کمتر، توان رقابت با صنایع وارداتی خارجی را ندارند و خود به خود به تعطیلی کشیده می‌شوند، در نتیجه بسیاری از نیروهای انسانی که تا پیش از این در این صنایع مشغول به کار بودند بیکار می‌شوند.

به همین خاطر دیگر سرمایه‌داران داخلی هم به دلیل سودده نبودن فعالیت‌های تولیدی سعی می‌کنند سرمایه خود را به جای صنعت و تولید به بازارهای مالی اقتصاد و یا دلالی ببرند؛ امری که اساسا به دلیل ماهیت غیرتولیدی خود نمی‌تواند مولد و یا اشتغال‌زا باشد. در نتیجه بخش غیرتولیدی اقتصاد و مشاغل مرتبط با فعالیت‌های دلالی و خدماتی حجیم‌تر و بخش تولیدی که مستقیما باعث جذب نیروی کار و حل مشکل بیکاری می‌شود، روز به روز کوچک‌تر و ضعیف‌تر می‌شود. آن بخش کوچک‌تر تولید در این کشورها هم به دلیل عدم کارایی و بهره‌وری لازم به تدریج جایگه خود را از دست خواهد داد.

در همین رابطه مرتضی عمادزاده – کارشناس مسائل اقتصادی – در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه تلاطمات به وجود آمده در حوزه‌های مربوط به بازار سرمایه به خاطر عدم وجود زیرساخت‌های پایدار صنعتی است، گفت: دولت برای تغییر این شرایط باید بتواند فضای فعالیت را برای صنایع فراهم کند و خود نقشش نظارت‌گر را ایفا کند. اینکه انتظار داشته باشیم دولت خودش بخواند پرچمدار فعالیت‌های صنعتی بشود تصور صحیحی نیست، بلکه دولت باید اجازه دهد صنعت کار خود را انجام دهد.

یک اقتصاددان با بیان اینکه اگر صنعت قدرتمندی داشتیم وضعیت فعلی در بازارهای سرمایه‌ای اتفاق نمی‌افتاد، حوزه‌های گاز، پتروشیمی، معادن فلزی، کانی‌های غیرفلزی، نساجی، کفش و پوشاک را از جمله صنایع رقابتی نام برد.

به گزارش ایسنا، کشورهای در حال توسعه برای زیست اقتصادی خود نیازمند داشتن رشد اقتصادی پایدار هستند. رشد اقتصادی پایدار موقله‌ای است که نمی‌توان با اتکا به منابع معدنی همچون نفت آن را محقق کرد، چراکه نفت مربوط به اینکه منبع قابل اطمینانی نیست (نمونه‌اش همین قضایای مربوط به افزایش تولید نفت توسط اوپک)، اساسا نمی‌تواند مولد هم باشد. مولد به این معنا که نفت نمی‌تواند موجب اشتغال مولد و یا رفع احتیاجات یک ملت به خودی خود باشد. ما تنها از فروش نفت ارزی به دست‌مان می‌رسد که با آن می‌توانیم کالاهای مورد نیازمان را خریداری کنیم.

از سوی دیگر زمانی که سیل منابع نفتی وارد اقتصاد کشورها می‌شود اگر برنامه‌ریزان به چگونگی هزینه درست آن فکر نکنند، در اولین گام آن منابع مصرف و تباه می‌شود. انواع کالای مصرفی از طریق پول‌های بادآورده نفتی وارد کشورهای نفتی می‌شوند. به همین موازات توقع و سطح زندگی مردم هم بالاتر می‌رود و به سبک زندگی لوکس‌تری هم گرایش پیدا می‌کنند. بازار بومی کشورها به دلیل افزایش ناگهانی تقاضا برای مصرف کالا توان برآورده ساختن این نیازها را ندارد و مجبور به واردات از خارج کشور است.

صنایع و تولیدات بومی در چنین فضایی خصوصا اگر کشوری

۴ ماه دیگر قیمت‌ها شکسته می‌شود

رئیس اتحادیه دارندگان نمایشگاه و فروشندگان خودرو عنوان کرد که قیمت خودروهای خارجی کاذب است و طی چهار ماه آتی قیمت‌ها شکسته می‌شود.

به گزارش اکوفارس، یک فعال بازار خودرو اظهار کرد: وضعیت خرید و فروش در بازار خودروهای خارجی آشفته است و تا اطلاع ثانوی به دلیل افزایش یک‌باره قیمت‌ها هیچ خرید و فروشی در این بازار امکان‌پذیر نیست. او در توصیه‌ای به مردم عنوان می‌کند که امروز قیمت خودروهای خارجی کاذب است و طی چهار ماه آتی قیمت‌ها شکسته می‌شود.

رئیس اتحادیه دارندگان نمایشگاه و فروشندگان خودرو درباره وضعیت بازار خودروهای وارداتی گفت: امسال با وجود تغییر مولفه‌ها در اقتصاد، قیمت خودروهای خارجی و داخلی نیز افزایش چشم‌گیری داشته و درواقع افزایش یک‌باره قیمت‌ها نیز منجر به عمیق‌تر شدن رکود در بازار خودروهای خارجی شده است. وی اضافه کرد: برخی در این بازه زمانی پرشوی را مبنی بر اینکه خودروهای خارجی تا چه میزان افزایش قیمت داشته‌اند مطرح می‌کنند، در این باره باید پاسخ داد که نمی‌توان درصد یا سقف مشخصی برای قیمت امروز خودروهای خارجی متصور شد و جواب روشنی در این زمینه ارائه داد؛ چراکه قیمت خودروی خارجی از مرز عبور کرده است.

موتمنی در ادامه توضیح داد: امروز تعیین قیمت برای خودروهای خارجی موضوعی بی‌فایده به نظر می‌رسد و هر شهروندی که دارای خودروهای خارجی است بدون در نظر گرفتن قیمت‌ها در بازار جهانی، خود برای سرمایه‌خوردویی قیمت تعیین می‌کند.

موتمنی درباره دلایل گرانی خودروهای خارجی گفت: عدم عرضه هر کالایی و ایجاد محدودیت در نهایت افزایش قیمت کالاهای سرمایه‌ای و مصرفی را به همراه دارد که بازار خودروهای خارجی نیز از این قاعده مستثنی نیست. باید اشاره کرد که امروز افزایش قیمت‌ها موقتی است و طی چهار ماه آتی با باز شدن ثبت سفارش و ورود خودروهای خارجی شاهد شکسته شدن قیمت‌ها خواهیم بود.

موتمنی اظهار کرد: توصیه ما به مردم این است که قیمت‌ها کاذب و غیرواقعی است، از این‌رو هیچ عقل سلیمی در این بازار تقاضای خرید خودروی خارجی ندارد.

ارز دولتی نباید به نمایندگان غیررسمی واردات خودرو اختصاص یابد

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس، بر لزوم شفاف‌سازی درباره واردات خودرو توسط نمایندگان غیررسمی با ارز دولتی تأکید کرد.

به گزارش پدال‌نیوز، رضاعلی سبحانی‌فر با اشاره به تخصیص ۴ میلیون یورو ارز دولتی به هفت شرکت فاقد مجوز نمایندگی رسمی برند خارجی خودرو، گفت: برخی محصولات که خدمات پس از فروش داشته و مصرفی نیستند، لذا برای حفظ حقوق مصرف‌کنندگان محصول باید توسط کسانی وارد کشور شود که نمایندگی رسمی دارند.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، افزود: کالاهایی که مصرفی نبوده و سرمایه‌ای هستند صرفاً باید توسط نمایندگی‌هایی وارد کشور شود که خدمات پس از فروش دارند و اگر به کسانی غیر از این شرکت‌ها ارزی داده شده باید پیگیری شود و این شرکت‌ها به دستگاه‌های قضایی معرفی شوند تا حقوق دولت بازگردانده شود. باید مشخص شود که آیا توسط دستگاه‌های اجرایی رانتی در ارز دولتی ایجاد شده است؟

وی با بیان اینکه این شرکت‌ها باید به عنوان متخلف به دستگاه‌های نظارتی و قضایی معرفی شوند، ادامه داد: دستگاه قضا باید بررسی کند که چه کسانی در این موضوع دست اندکار بوده‌اند و آیا دستگاه‌های نظارتی، نظارت کافی را در این بحث داشته‌اند. نماینده مردم سبزوار، جوبن و جغتای در مجلس شورای اسلامی یادآور شد: باید مشخص شود که آیا توسط دستگاه‌های اجرایی رانتی ایجاد شده است یا خیر و جرایم هر بخش مشخص شود تا اغماض و سواسفته‌های صورت نگیرد.

وی با بیان اینکه یکی از ایرادات و مشکلات کشور عدم کارکرد سیستمی است، افزود: تا زمانی که فعالیت‌ها در کشور سیستمی نشود، فساد و رانت در کشور دیده می‌شود و افراد سوداگر و سودجو نیز پیدا می‌شوند.

باید از همه سازوکارها برای حمایت از خودروسازان داخلی استفاده کرد

عضو فراکسیون نمایندگان ولایی مجلس شورای اسلامی در خصوص ممنوعیت واردات خودرو به کشور گفت: ما در جنگ اقتصادی به سر می‌بریم، لذا بنده صد درصد با این تصمیم مطرح هستم و حتی زمانی‌که طرح کاهش تعرفه واردات در مجلس مطرح شد ما به دنبال طرحی برای ممنوعیت واردات خودرو بودیم.

محسن کوهکن‌رزی در گفت‌وگو با خبر خودرو تصریح کرد: در حال حاضر باید تمام توان و تلاش خود را برای حمایت و برطرف کردن موانع و مشکلات تولیدکنندگان داخلی و قطعه‌سازان به کار گیریم- و در حال حاضر نباید هم و غم ما چیزی جز این موضوع باشد، همچنین باید از همه سازوکارها برای حمایت از خودروسازان داخلی استفاده کرد.

نماینده مردم لنجان در مجلس شورای اسلامی، درباره تأثیر ممنوعیت واردات خودرو بر قیمت خودروهای داخلی تصریح کرد: چنانچه افزایش قیمت خودروهای داخلی متناسب با افزایش قیمت ارز باشد این افزایش قیمت طبیعی و منطقی است و برای مردم نیز قابل قبول است.

این نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی، تأکید کرد: در مورد افزایش قیمت خودرو آن چیزی که موجب ناراحتی و نگرانی مردم می‌شود اعمال افزایش‌های بی‌حساب و کتاب قیمت خودروها است که بعضاً کسی هم پاسخگوی این موضوع نیست.

سه اقدام دولت برای ساماندهی بازار خودرو

مطرح می‌شود، متفاوت از آن چیزی است که در اذهان عمومی وجود دارد؛ در حقیقت وضعیت اقتصادی بسیار بهتر از آن است که این روزها تلقی می‌شود.

معظمی بیان داشت: این مطلب البته به معنای نبود مشکلات معیشتی و اجتماعی در جامعه نیست، اما باید گفت بخشی از مسائل موجود ناشی از تبعات فضای روانی حاکم بر جامعه و در نتیجه پمپاژ پاس و ناامیدی در بین مردم است.

این مقام مسئول اظهار داشت: مشکلات اقتصادی در همه جای جهان وجود داشته و یک مسئله نسبی است؛ مشکلات کشورمان نیز «خیلی شدید» نیست که قابل حل نباشد.

وی خاطرنشان کرد: این روزها بسیاری شاخص‌های اقتصادی کشور از جمله صادرات نفت، تولید و صادرات محصولات پتروشیمی، تولید خودرو و کشت گندم با رشد و رونق همراه بوده، اما تلقی مردم از وضع موجود چیز دیگری است.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با اعلام اینکه بخشی از تلقی مردم از شرایط کنونی اقتصادی جامعه ناشی از نابرابری‌های اجتماعی و اختلاف درآمدی بین طبقات مختلف جامعه است، اظهار داشت: سیاست‌های دولت باید به گونه‌ای باشد که دهک‌های پایین جامعه کمترین آسیب را ببینند؛ به عبارتی حمایت‌های دولت باید به دهک‌های هشتم، نهم و دهم جامعه معطوف شود.

وی اضافه کرد: بخش دیگری از تلقی مردم از شرایط کنونی جامعه در حقیقت نگرانی و دغدغه‌ای است که به وجود آمده و خود ناشی از عوامل تأثیرگذار خارجی و سوءمدیریت‌های داخلی است.

معظمی یادآور شد: امروز کشور با شرایطی متفاوت از گذشته مواجه است و به همین دلیل باید رفتارهای مدیران نیز متناسب با آن تغییر کند؛ امروز نیازمند مدیرانی تصمیم‌گیر با قدرت ریسک‌پذیری بالا، اهل مطالعه و به دور از محافظه‌کاری هستیم. وی بیان داشت: یکی از مهم‌ترین وظایف مدیران، تصمیم‌گیری صحیح، به‌موقع و منطقی است، اما اگر مدیری در این زمینه کاهلی داشت آن وقت موضوع جابه‌جایی و تغییر مطرح می‌شود؛ به هر حال تغییر مدیریت باید آخرین راهکار باشد.



معظمی با بیان اینکه در پنج سال گذشته تولید خودروهای داخلی با رشد همراه بوده است، افزود: در ۱۰ ماهه نخست امسال در هم‌سنجی با پارسال، تولید خودروهای داخلی ۱۰ درصد رشد کرد.

وضعیت اقتصادی بسیار بهتر از آن چیزی است که تصور می‌شود

رئیس هیأت عامل ایدرو با بیان اینکه شرایط کنونی صنعت همچون وضعیت اقتصاد کشور است، گفت: آنچه به عنوان واقعیت‌های اقتصادی

هند، راه‌پله اضطراری ترقی صنعت خودروی ایران

از این‌رو هندی‌ها هنوز نتوانسته‌اند همچون چینی‌ها حداقل در زمینه ارائه خودروهای به‌روز مردمی فعال عمل کنند. حال با چنین شرایطی آیا رجوع به هندی‌ها به عنوان خودروسازان جایگزین یا خلأ پرکن در غیاب احتمالی چین در بازار کشور قدم مثبت و در راستای پیشرفت به حساب می‌آید یا تنها اقدامی در راستای تزریق اجباری تنوع به سبد خودروهای ایران و کسب درآمد است؟

حساب و کتاب‌های منطقی نشان می‌دهد با وجود روابط اقتصادی و سیاسی عالی میان ایران و چین، مراجعه به کشوری که در صنعت خودروسازی عقب‌مانده‌تر است اقدام قابل توجیهی به نظر نمی‌آید به‌ویژه اینکه محصولات تولیدی هندی‌ها در بازه‌ای نزدیک به محصولات به‌روزتر و پاسخ پس داده چینی باشد.

فرید زاوه، کارشناس صنعت خودرو در این باره می‌گوید: «تمرکز نگاه خودروسازان هندی همواره و حتی حالا که به اروپا نیز خودرو صادر می‌کند، همچنان بر بازار داخل است و بازارهای خارجی نقش چندانی در خروجی‌های اقتصادی آنها بازی نمی‌کند. هندی‌ها بیشتر به فکر بازار داخلی یا بازارهایی هستند که ورود به آنها سخت‌گیری چندانی به همراه نداشته باشد و این دقیقاً خلاف آن چیزی است که چینی‌ها دنبال می‌کنند.» این کارشناس در پاسخ به پرسشی مبنی بر این‌که آیا می‌توان گفت صنعت خودروی چین پیشرفته‌تر از صنعت خودروی هند است، می‌افزاید: «هندی‌ها در طراحی محصول از دیدگاه فنی و کیفی فاصله زیادی با چینی‌ها دارند. در این سال‌ها چینی‌ها با سرعت بیشتری پیشرفت کردند و شک نکنید که ۱۰ سال آینده از کراهی‌ها نیز سبقت خواهند گرفت.»

او ادامه می‌دهد: «ذهنیت مردم ایران نسبت به خودروهای چینی منفی است، اما همین حالا برندهای بسیار خوبی در چین به تولید

رئیس هیأت عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع، اختصاص یک شناسه برای هر خریدار خودرو، الزام خودروسازان برای عرضه همه تولیدات به بازار و پیگیری از واردکنندگان برای ورود همه خودروهایی که مسیر قانونی خود را طی کرده‌اند، را سه اقدام دولت برای آرام کردن بازار خودرو برشمرد.

به گزارش پدال‌نیوز، بازار خودروی کشور در ماه‌های اخیر روزهای پرتلاهایی را تجربه کرد؛ خروج یک‌طرفه آمریکا از برجام و در پی آن اعلام برخی شرکای خودروسازان ایرانی از جمله پژو – سیتروئن، هیوندای موتورز، فولکس‌واگن و گیاموتورز برای کاهش همکاری با

ایران و نیز موافقت شورای رقابت با افزایش قیمت خودروهای تولید داخل که کمتر از ۴۵میلیون تومان قیمت دارند، سبب افزایش قیمت‌ها در بازار شد.

آشفتنگی قیمت‌ها در بازار خودروهای خارجی با وجود آنکه از ۲۱ فروردین تا پایان خردادماه امسال بیش از ۱۲۰ میلیون‌یورو به واردات این کالا اختصاص یافته بود، بیشتر است؛ البته از ابتدای تیرماه واردات خودروهای خارجی به کشور ممنوع شده است.

در این بیوند منصور معظمی با بیان اینکه خودروسازان مکلف شده‌اند همه تولیدات خود را وارد بازار کنند، اظهار داشت: برخی رویدادها از جمله تغییر نرخ ارز، تعرفه‌های گمرکی، حجم بالای نقدینگی‌های سرگردان نزد مردم و برخی فضاسازی‌های روانی سبب شد تا در هفته‌ها و ماه‌های اخیر شاهد هجوم اشخاص برای خرید خودرو باشیم.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت بیان داشت: ایدرو با اتخاذ تدابیری از جمله اختصاص یک شناسه (IP) برای خرید خودرو به هر متقاضی، درخواست از خودروسازان برای وارد

کردن همه تولیدات‌شان به بازار و پیگیری از واردکنندگان برای وارد کردن همه تقاضاهایی که مسیر قانونی خود را طی کرده، برای آرام کردن فضای حاکم بر بازار خودرو تلاش کرد. رئیس هیأت عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) تأکید کرد: مهم این است که بتوان جریان نقدینگی سرگردان جامعه را به سمت تولید هدایت کرد.

معظمی همچنین گفت: قراردادهای همکاری خودروسازان ایرانی با

هند، راه‌پله اضطراری ترقی صنعت خودروی ایران

اخیراً زرمزه‌های زیادی مبنی بر ورود هندی‌ها به صنعت خودروی کشور به گوش می‌رسد، اما آیا هندی‌ها هم می‌توانند همچون چینی‌ها صنعت خودروی کشور را کمی به سمت و سوی تنوع و پیشرفت سوق دهند؟ آیا حضور آنها کمکی در راستای پیشرفت صنعت خودروسازی ایران است؟ به گزارش پدال‌نیوز، زرمزه حضور هندی‌ها با رونمایی از محصولات برند معروف ماهیندرا در نمایشگاه خودروی تهران سال گذشته قوت گرفت؛ محصولاتی که حتی در ظاهر، رنگ و بویی از تحولات صنعتی را که در دهه گذشته در محصولات چینی دیده می‌شود با خود به همراه نداشتند. سؤالی که در همان لحظه از ذهن رسانه‌های تخصصی خودرویی و متخصصان این صنعت عبور کرد این بود که آیا تأثیر حضور هندی‌ها در صنعت خودروی کشور قدم برداشتن در جهت پیشرفت است؟

هندی‌ها اما در سال‌های دور و با مونتاژ محصولات نظامی آمریکایی

نظیر جیپ و داج خودروسازی را آغاز کردند. یعنی دقیقاً همان رویه‌ای

که صنعت خودروی کشورها مطرح امروزی در زمینه خودروسازی

چون ژاپن، کره جنوبی و چین را شکل داد. ادامه کار با رویه‌ای مشابه

به کشور چین یعنی تلاش برای خرید برندهای نیمه‌ورشکسته مطرح

جهانی ادامه یافت که نتیجه آن تملک گروه جگوار-لندروور از سوی

تاتا موتورز و… بود.

خروجی امروزی خودروسازی هند اما نشان چندانی از آنچه بتوان

پیشرفت خطاب کرد ندارد. خودروهای هندی یا از کلاس اقتصادی و

مردمی تاریخ گذشته و خودروهای امروزی بی‌کیفیت (حتی در مقایسه

با چینی‌ها) هستند یا تولیدات باکیفیت و گران‌قیمت اروپایی را در بر

می‌گیرند که با نظارت سختگیرانه و تمرکز مستقیم مهندسان اروپایی

ویژه بازارهای خارج از هند به تولید می‌رسند.

نیاز به اعتبار اورژانسی برای مترو

گیرد. چراکه از ۱۵ مردادماه وارد فاز جدید می‌شویم و وارد کردن مواد لازم سخت می‌شود. او با بیان اینکه در این خط پیشرفت زیاد بوده است اما تجهیزات کمتری نصب شده، می‌گوید: ما برای خرید تجهیزات این خط کمتر از ۴۵ روز فرصت داریم که باید هر چه سریع‌تر این مهم حل و فصل شود. سیدحسین رسولی، نایب‌رئیس کمیسیون برنامه و بودجه شورای شهر تهران هم پیشنهاد مالی‌اش برای تأمین مالی در مدت کوتاه باقی مانده تهارت است، او در خصوص دو خط ۶ و ۷ مترو می‌گوید: در حالی‌اتمام این پروژه‌ها نیاز به ۱۰۰۰ میلیارد تومان بودجه دارد که شهرداری منابع نقدی ندارد و ادامه کار تنها با تهارت امکان‌پذیر است.

درحالی‌که مترو برای تکمیل دو خط ۶ و ۷ نیاز به اعتبار اورژانسی دارد معاونت حمل‌ونقل و ترافیک هم در این مدت به‌راحتی فرصت‌های مالی خود را از دست داده است و تنها به فروش زمین‌های تهران برای تکمیل خطوط مترو امید بسته است. محمدعلی کرونی، دبیر کمیسیون عمران و حمل‌ونقل شورای شهر تهران، درباره این فرصت‌های ازدست‌رفته می‌گوید: برای تکمیل خطوط ۶، ۷ و ۳، فاینانس پیش‌بینی شده بود که دو فاینانس مهلت اعتبار آن

استاندارد تهران برای تحقق «شهر هوشمند» قدم برمی‌دارد

استاندار تهران در بازدید از هفتمین نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری (INOTEX 2018) در غرفه استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان حضور یافت و بر تلاش استانداردی برای تحقق «شهر هوشمند» تأکید کرد. محمدحسین مقیمی در این بازدید با اشاره به شعار این نمایشگاه یعنی «شهر هوشمند، زندگی هوشمند» به قابلیت‌هایی که شهرداری تهران برای تبدیل شهر تهران به یک شهر هوشمند صورت داده است، اشاره کرد و گفت: ما در استانداردی سعی داریم همه دستگاه‌های اجرایی را برای تحقق شهر هوشمند کنار هم قرار دهیم تا بتوانند هر یک وظایف خود را به شکل مطلوب انجام دهند. وی افزود: از آنجایی که امروزه نوآوری و فناوری‌های جدید اهمیت یافته است، استانداردی خود را متعهد می‌داند با توجه به اولویت سازمان‌ها و دستگاه‌هایی مثل پارک‌های علمی و فناوری و دانشگاه‌ها اقدامات لازم را جهت تسهیل فعالیت آنها انجام دهد.



یادداشت

باید و نباید‌های نگارش یک طرح کسب‌وکار عالی

هستند که به‌هنگام کار روی یک پروژه، باید به‌شکل ویژه‌ای مورد تأکید قرار گیرند. برخی از مثال‌ها عبارتند از یافتن مکان مناسب، رقابت با شرکت‌های مشابه و جذب مشتریان سودمند. مولینز می‌گوید: «با تیم خود در مورد CSF مدنظران گفت‌وگو کنید تا مطمئن شوید اهداف شرکت را به‌درستی درک کرده‌اند.»

طرح خود را به اشتراک بگذارید؛ آن را نزد خودتان نگاه ندارید

اگر می‌خواهید شرکت موفقیتی داشته باشید، باید تمامی کارکنان‌تان را از طرح کسب‌وکار خود مطلع کنید. طرح کسب‌وکار را نباید مانند اسناد دیگر مهروموم کنید. برای آن اس. کوهن (Brian S. Cohen)، عضو هیات شرکای مالی آلتامونت (Altamont) و عضو برد مدیران شرکت بیمه اکسس (Access) می‌گوید: «طرح کسب‌وکار، سازمان را متمرکز نگه می‌دارد و باید به اشتراک گذاشته شود. بسیاری از شرکت‌ها طرح کسب‌وکار را سندی می‌دانند که باید آن را از چشم بسیاری از کارکنان دور نگه داشت. من اعتقاد دارم این طرح را باید به اشتراک گذاشت و در مورد آن صحبت کرد تا در صورت لزوم اصلاح شود. هرچه افراد بیشتری دخیل شوند، تعداد ایده‌های شغلی افزایش می‌یابد. بسیار مهم است که ورودی هر کارمند را به‌دقت موردبررسی قرار دهید تا از سودمندی و کارایی کلی خروجی نهایی مطمئن شوید.»

مختصر، مفید و شفاف بنویسید؛ زیاده‌روی نکنید
نیازی نیست که فرمت طرح کسب‌وکارتان خیلی فانتزی و زرق‌وبرق‌دار باشد، بلکه آنچه در این سند نوشته می‌شود باید همه‌جانبه باشد و تمام جنبه‌های کار را پوشش دهد. پیشنهاد کوهن این است که طرح کسب‌وکارتان را با تحلیل SWOT آغاز کنید. در اینجا SWOT مخفف نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و خطرات است. خلاصه اجرایی فراهم کنید که دربردارنده صنعت هدف باشد و هدف خود و نحوه رسیدن به آن را شرح دهد. سپس در مرحله بعد، تمامی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌های رشد و خطراتی که ممکن است دستیابی به اهداف شرکت را به تعویق بیندازد، در آن ذکر کنید.

کلین می‌گوید: «نیازی نیست تعداد صفحات طرح کسب‌وکار زیاد باشد، برعکس می‌تواند شامل تصویر، اینفوگرافی و مواردی از این دست باشد تا هر زمان نیاز شد بدان مراجعه و از درست بودن مسیر شغلی اطمینان حاصل کنید.»

طرح کسب‌وکارتان را اجرایی کنید - آن را پایگانی نکنید
قاعدتاً بنا به‌دلیل مشخصی طرح کسب‌وکارتان را نوشته‌اید. نگران مراجعه کردن به آن نباشید و هرگاه نیاز شد این کار را انجام دهید. فکر کنید نقشه‌ای در دست‌تان است که باید برای اطمینان از درست بودن مسیر آن‌را بررسی کنید. پس با این اوصاف بررسی چندباره طرح کسب‌وکار مشکلی ندارد. کوهن می‌گوید «بزرگ‌ترین مشکل بیشتر افراد این است که طرح کسب‌وکار خود را آماده می‌کنند و سپس آن را در کشویی قرار می‌دهند و هرگز بازنگری‌اش نمی‌کنند. این‌کار دقیقاً مصداق خودکشی شغلی است.»

درنهایت، به‌خاطر داشته باشید برای اطمینان از رشد شرکت، باید طرح کسب‌وکارتان را بارها موردبررسی قرار دهید.

مترجم: علی اکبری

آماده‌کردن طرح کسب‌وکار، مشابه با برنامه‌ریزی برای سفر جاده‌ای است. برای این کار به نقشه‌های نیاز دارید که بتوان قدم به‌قدم از آن تبعیت کرد و کسب‌وکار را گسترش داد. جوئل کلین (Joel Klein)، مؤسس و تهیه‌کننده BizTank و پلت‌فرم‌های B-Tank می‌گوید: «طرح کسب‌وکار حائز اهمیت بسیاری است، چراکه کسب‌وکارتان را در مسیر موفقیت هدایت می‌کند. تنها با داشتن طرحی که هدف و راه رسیدن به آن را مشخص کند، می‌توان از درست بودن مسیر شغلی اطمینان حاصل کرد و مسافت باقی‌مانده تا مقصد نهایی را تخمین زد.»

طرح کسب‌وکار باید از مراحل ابتدایی کار، راهنمای شما و در مواجهه با تمام مشکلات و مسائل احتمالی نیز کارایی داشته باشد. با استناد به نظر جمعی از خبرگان دنیای کسب‌وکار، در اینجا چندی از باید و نباید‌هایی که به‌هنگام نوشتن طرح باید در نظر داشته باشید، آورده شده است.

ایده‌های خود را امتحان کنید؛ یک‌باره آنها را به کار نیندازید

پس از خواندن داستان موفقیت کسب‌وکارهای مشابه، وسوسه شروع هرچه سریع‌تر کار به سراغ‌تان می‌آید. به‌رحال اگر فکر می‌کنید برای شیرجه زدن آماده هستید، قبل از هر چیزی از وجود آب مطمئن شوید. دکتر جان مولینز (John Mullins)، استاد دانشگاه کسب‌وکار لندن و نویسنده کتاب «جدیدترین راه امتحان کسب‌وکار: کارآفرینان و سرمایه‌گذاران، قبل از شروع به کار شرکت نوپا، چه نکاتی را باید در نظر داشته باشند؟» می‌گوید: «تحت‌تأثیر اطلاعات کلانی که در اینترنت به‌دست می‌آورد، قرار نگیرید. پیش از این‌که نوشتن را آغاز کنید، با مشتریان هدف خود، تأمین‌کنندگان و دیگر اعضای فعال در این حوزه از صنعت صحبت کنید. حتی بعد از پیاده‌سازی سیاست‌های کسب‌وکار و پیش از جذب سرمایه، باید از بازاریابی محصولات و خدمات خود اطمینان داشته باشید. تزریق مالی زودهنگام بسیار پریشان‌کننده است و تنزل فروش را به‌دنبال دارد. حتی اگر این اتفاقات هم نیفتند، دست‌کم کنترل کسب‌وکار از اختیارتان خارج می‌شود.»

بازار هدف را مطالعه کنید؛ کورکورانه وارد بازار نشوید
مانند هر پروژه کاری دیگر، تحقیق و مطالعه یکی از مراحل حیاتی در نگارش طرح کسب‌وکار است. جوزف فریولو (Joseph Ferriolo)، مدیر طرح‌های کسب‌وکار خردمندان می‌گوید: «تحقیق یکی از مراحل ارزشی در نوشتن طرح کسب‌وکار است. تحقیق و مطالعه شرکت‌ها را مجبور می‌کند انتظارات خود و شرایط و اتمسفر صنعت را درک کنند.» مولینز پیشنهاد می‌کند میزان جذابیت و وسعت بازار را بررسی کنید؛ از خود بپرسید سرعت رشد این بازار چقدر است و چه اتفاقاتی در آینده می‌تواند این سرعت را افزایش دهد. توجه ویژه‌ای به «پنج نیرو» داشته باشید: خطر ورود، خطر جایگزینی، قدرت تأمین‌کننده، توان خریدار و شرایط رقابتی.

افزون بر موارد مذکور، عوامل بحرانی موفقیت (CSF)، مواردی



نبار در تاریخ

سازمان‌ها از حوزه فناوری هستند

همچنین وارن بافت بیش از ۵۰ میلیارد دلار از ثروتش را به بنیاد بیل و ملیندا گیتس اختصاص داده است و بیل و ملیندا گیتس نیز که در سال ۲۰۰۰ حدود ۲۲ درصد از دارایی خود را به خیریه خود اختصاص دادند، دومین میلیارد خیر لقب گرفته‌اند. این در حالی است که زاک‌برگ و همسرش نیز حدود ۱۰ میلیارد دلار از ثروت خود را به امور خیریه اختصاص داده‌اند، اما جف بزوس با ۱۴۱.۹ میلیارد دلار تنها ۱۰۰ میلیون دلار از پول خود را برای امور خیریه اختصاص داده است.

ل گیتس (مؤسس مایکروسافت) در رده سوم نبار در تاریخ است که سه نفر اول ثروتمند جهان بانی در حوزه تکنولوژی ۵ تریلیون دلار پول دارند. ساله فیس‌بوک با ۸۱.۶ میلیارد دلار بالاتر از مدیر ۳۳ میلیون دلار قرار گرفته است.

حمایت مالی دولتی از استارت‌آپ‌ها؛ آری یا نه؟

و به خطر افتادن منافع شرکت‌ها، بیشتر این قراردادهای لغو شده‌اند. متأسفانه یکی از بزرگ‌ترین مشکلات فعالیت استارت‌آپ‌ها در ایران به نگاه دولت برمی‌گردد. بیش از اینکه این نگاه اقتصادی باشد، نگاهی سیاسی از سوی دولت بر فضای کسب و کارهای نوین غالب است.

او با انتقاد از برخی تصمیمات دولت درخصوص فعالیت استارت‌آپ‌ها می‌گوید: ارائه تسهیلات و حمایت مالی از استارت‌آپ‌ها محصول عدم شناخت و تصمیمات نچندان کارشناسی دولت است که به جای حمایت، حیات استارت‌آپ‌ها را به خطر می‌اندازد. در همه جای دنیا، استارت‌آپ‌ها وقتی از حدی بزرگ‌تر می‌شوند، شرکت‌های بزرگ آنها را می‌خرند. از طرفی ماهیت وجودی استارت‌آپ‌ها این است که به عنوان مثال

از هر ۱۰ استارت‌آپ، یک استارت‌آپ موفق به ادامه فعالیت شود و ارائه تسهیلات مالی هرچند ممکن است منجر به موفقیت یک استارت‌آپ شود، اما قطعاً ۹ کسب‌وکار دیگر را گرفتار خواهد کرد.

مدتی است که بحث حمایت دولت از استارت‌آپ‌ها مطرح شده، اما موضوع مهم، چگونگی این حمایت دولتی است. در همین زمینه، افشین کلاهی رئیس کمیسیون جوانان، کارآفرینی و کسب و کارهای نوین

دانش‌بنیان اتاق ایران معتقد است به جای حمایت مستقیم دولت از استارت‌آپ‌ها، این منابع باید به شرکت‌های بزرگی که امکان موفقیت آنها بیشتر است، اختصاص داده شود. کلاهی توضیح می‌دهد: یکی از مهم‌ترین شرایط ادامه فعالیت‌های استارت‌آپ‌ها به عبارتی پارامترهای اثربخش در موفقیت استارت‌آپ‌ها این است که شرکت‌های خارجی سهام آنان را خریداری کنند، این امر در گروهی ایجاد شرایطی برای تسهیل فضای کسب‌وکار این شرکت‌هاست.

او توضیح می‌دهد: دید سرمایه‌گذاران خارجی به استارت‌آپ‌ها در ایران بسیار مثبت است. طی دو سال اخیر و بعد از برجام، تعداد قراردادهایی که در حوزه‌های مختلف استارت‌آپی در ایران به امضا رسید، بسیار بیش از قبل بود. با این حال، اکنون به موازات خروج آمریکا از برجام



۱۳ بازی اندرویدی در حوزه زیست‌فناوری تولید شد

امروزه استفاده کودکان و نوجوانان از فضای مجازی و بازی‌های رایانه‌ای رو به فزونی است. از طرفی آموزش مفاهیم علمی در قالب بازی نه تنها موجب پرشدن اوقات فراغت دانش‌آموزان با مطالب آموزنده خواهد بود

بلکه یادگیری این مفاهیم را نیز بسیار ساده‌تر و قابل‌فهم‌تر خواهد کرد. از این رو برنامه‌ریزی برای تولید و جریان‌سازی بازی‌های رایانه‌ای مرتبط با علوم زیستی، توسط گروه سرمایه‌انسانی، آموزش و ترویج ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی صورت گرفته است.

بدین‌منظور در وهله اول بازی‌های مشابه خارجی مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است و پس از آن، برای ایجاد جریان در داخل کشور، از شرکت‌های بازی‌ساز دعوت شده تا زیرساخت‌ها و بازیگران موجود حوزه تولید نرم‌افزار و بازی داخلی را شناسایی

کنند تا مدل ارائه‌شده بیشترین تطبیق را با شرایط کشور داشته باشد. به طور مثال بازی «زی» یکی از شاخص‌ترین بازی‌های اندرویدی است که با حمایت ستاد توسعه زیست‌فناوری سال گذشته روانه بازار شد.

ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی با هدف ترویج مفاهیم مربوط به حوزه زیست‌فناوری در جامعه از تولید بازی‌های رایانه‌ای زیستی حمایت می‌کند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در حوزه سرمایه‌انسانی، آموزش و ترویج اقدامات مختلفی دارد که یکی از این اقدامات، حمایت از تولید بازی‌های رایانه‌ای مرتبط با زیست‌فناوری است.

براساس این گزارش، ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی تاکنون ۸۵۰ میلیون ریال بودجه برای تولید و حمایت از تولید بازی‌های رایانه‌ای هزینه کرده است تا مفاهیم مربوط به زیست‌فناوری در بطن جامعه و بین مردم نهادینه شود. بر همین اساس، تاکنون ۱۳ بازی اندرویدی با کیفیت مطلوب در حوزه زیست‌فناوری با حمایت ستاد طراحی و تولید شده و در اختیار مردم قرار گرفته است.



موج سواری برندها با جام جهانی ۲۰۱۸

اپراتور موبایل Three UK در حمایت از تیم ملی انگلستان، ۳ ایموجی شیر در سردر ساختمان‌هایش گذاشت تا با نام مستعار تیم ملی‌شان، ۳ شیر همراهی کند (سه شیر همچنین نام موسیقی‌ای است که برای تیم ملی انگلستان ساخته شده است). این حرکت با بازگشایی یکی از فروشگاه‌های برزند با حضور ستارگان فوتبال انگلستان، تدی شرینگهام، تونی آدامز، ری پارلر و جان بارنز همراه بود.

همزمان با این ریزندینگ، چالش هیجان‌انگیزی با هشتگ #ThreeWallBall نیز راه افتاد. از مردم خواسته شد از تعداد دفعاتی که می‌توانند با توپ به دیوار ضربه بزنند و توپ با زمین تماس پیدا نکنند، فیلم بگیرند و در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند (این چالش هنوز هم ادامه دارد و همه می‌توانند در آن شرکت کنند).

Ikea

Ikea می‌دانست که جام جهانی اتاق نشیمن را به دو بخش فوتبالی‌ها و غیرفوتبالی‌ها تقسیم خواهد کرد، به همین دلیل مبل‌هایی برای تمام افراد خانواده معرفی کرد. مبل Dekajtig به اعضای خانواده اجازه می‌دهد پشت‌شان را به تلویزیون بکنند و Vallentuna برای کسانی است که هم‌زمان طرفدار تیم‌های مختلفی‌اند.

Wish

آیا می‌دانید بازیکنان بزرگ، دوران فراغت‌شان را چگونه سپری می‌کنند؟ به‌ظاهر مثل پوگبا، پوون، نیمار و... با خرید و روی‌فرم‌نگه‌داشتن خود. این نام‌ها با هم جمع شده‌اند تا یک اپلیکیشن تجارت الکترونیک به اسم Wish را تبلیغ کنند. برند با مشارکت بازیکنان بزرگ، به‌ویژه آنهایی که در جام جهانی حضور ندارند، سعی کرده ترافیک اپلیکیشنش را در روزهای مسابقات افزایش دهد.

UberEats

UberEats کمپینی را با تکیه بر پیرلو که در غیاب ایتالیا در جام، شوریدگی خاصی در چهره‌اش دارد، اجرا کرد. در ویدئوی کمپین، گزارشگر از پیرلو از احساسش در مورد بازی تیم ایتالیا در جام جهانی و شانس برنده شدن این تیم می‌پرسد. پیرلو خسته می‌پرسد «او کیست؟» و غمگین صحنه را ترک می‌کند. اینجاست که گزارشگر متوجه اشتباه بزرگش می‌شود و می‌فهمد ایتالیا امسال در میان تیم‌ها نیست. حال پرسش را تغییر می‌دهد و می‌گوید: «حالا که بعد از ۱۶ سال حضور مکرر، حضور نداری چه حس‌ی داری از اینکه بازی نمی‌کنی و به‌عنوان یک تماشاچی ناظر بازی‌ها هستی؟ می‌توانی کلی لذت ببری. دوستانه‌تر را به خانه دعوت کنی و از غذای UberEats و Mcdelivery لذت ببری». پیرلو می‌پذیرد و دکور خانه برای جام جهانی تغییر می‌کند، اما جای یک چیز خالی است. پیرلو باید طرفدار یک تیم باشد، تیمی جز ایتالیای غایب و او نمی‌تواند از بین تیم‌ها گزینه‌ای را انتخاب کند و این انتخاب را به طرفداران برند واگذار می‌کند TeamForPirlo#.

بیلوردهای انسانی افزایش‌دهنده عزت نفس در نوجوانان

شرکت بیمه سوئدی Länsförsäkringar یک حرکت موفقیت‌آمیز علیه نمادهای آنلاین جعلی را شروع کرد که باعث کاهش عزت نفس و افزایش اضطراب در میان نوجوانان می‌شوند. چنین اقدامی از طریق تبدیل اینفلوئنسرها به بیلوردهای انسانی صورت گرفت که پیامش در تقابل با کمال‌گرایی اینفلوئنسرها بود. نوجوانان سوئدی همواره خود را با اینفلوئنسرها و ایده‌آل‌های دست‌نیافتنی مقایسه می‌کنند، به همین دلیل رسانه‌های اجتماعی به سلامت روحی آنها صدمه خواهند زد. Länsförsäkringar از راه‌های مختلف به جوانان در مسیر رشد و ایمان به خود کمک می‌کند. هدف از انجام این کار تابندیدن بارقه‌ای از نور روی این مشکل و یاری رساندن به نوجوانان برای آگاهی از مسائل پشت پرده همه نمادهای آنلاین جعلی است. با این وجود نوجوانان به حرف یک شرکت بیمه گوش نخواهند داد، بنابراین مشکل خود تبدیل به یک راه حل شد. Länsförsäkringar از سالن‌های معمولی، رویدادهای مد سوئدی بزرگ و پیوستن نیروهای خود به افراد مسیب این مشکل، زیرکانه بهره برد؛ اینفلوئنسرها در ردیف جلو قرار دارند. آنها با پوشیدن تی شرت‌هایی منقش به #ImPerfect خود تبدیل به راه‌حل شدند. این بیلوردهای انسانی حامل یک پیام متناقض علیه کمال‌گرایی‌شان بودند. نزدیک‌ترین ارتباط آنلاین نوجوانان برای تغییر تئذیه رسانه‌های اجتماعی، ایجاد رخنه و شکاف و شخصیت ایده‌آل جدید مورد استفاده قرار گرفت.

کی دلتان غذا می‌خواهد؟

مک دونالد با مشارکت گوگل از فناوری Trigger لحظه‌ای برای هدایت سفارشات McDelivery طی مسابقات جام جهانی استفاده کرده است. در بی‌همکاری با آژانس رسانه‌ای OMD هنگ کنگ، نرم‌افزار Trigger لحظه‌ای گوگل و یک پلت فرم مدیریت داده‌های اطلاعاتی (DMP) را به منظور پیش‌بینی زمان‌هایی در بازی که طرفداران گرسنه خواهند شد، تحت کنترل خود درآورد. سپس یک سری آگهی تبلیغاتی نیز آنها را ترغیب به تحویل سفارشات کرد. محاسبه لحظات گرسنگی براساس این دیدگاه صورت گرفت که طرفداران فوتبال هنگام وقوع هیجان‌ات، ابتدای بازی، بین دو نیمه، پایان بازی یا هنگام زدن یا دریافت گل گرسنه می‌شوند. کمپین فوق با استفاده از فناوری گوگل در حالی پیام‌های تبلیغاتی را به‌همگام با امتیازهای کسب شده لحظه به لحظه برای کاربر می‌فرستد که پلتفرم مدیریت داده‌های اطلاعاتی (DMP) به جمع‌آوری دیدگاه‌ها، از جمله ایمت‌های محبوب منو کمک خواهد کرد. این اتفاق با هدف شخصی‌سازی و برقراری ارتباط عالی‌تر با عملیات پیام‌رسانی روی می‌دهد.

به گفته آگنسس لانگ، معاون بازاریابی مک‌دونالد هنگ کنگ، برند یکی از نخستین نام‌هایی بود که از فناوری گوگل بهره می‌برد. اعضای تیم کار عجیب و شگفت‌انگیزی در مسیر استفاده از آموزه‌های اثبات‌شده از طریق پلتفرم مدیریت داده‌های اطلاعاتی به‌منظور ارائه مرتبط‌ترین موارد پیام‌رسانی در طول چنین رویداد بزرگی برای کسب نتایج واقعی در زمینه کسب‌وکار را انجام داده‌اند. گری وانگ، مدیرعامل OMD هنگ کنگ معتقد است که این کمپین تبلور اراده شخصی پلتفرم برای تزریق دیدگاه‌های انسان‌ها به فناوری داده‌های اطلاعاتی به شمار می‌رود. باور فوق همچنین با مک دونالد رونق می‌گیرد.

منبع: mbanews



به نمایش درآورد. این نمایش برتری «ویوی تار» را به اثبات رسانده و فروش بالا رفت. به‌زودی «ویوی تار» دومین جایگاه را در بازار فروش با سهم ۱۰ درصد به دست آورد. اگر رقابت با مسئله عمده‌ای روبه‌رو شده است؛ بهترین زمان بردن، زمانی است که رقیب به زمین خورده است، معمولاً مردم این روش را دوست ندارند، اما این تنها فرصتی است که می‌توان محصول شماره یک را از جایگاه خود بیرون راند.

چه زمانی نباید از تبلیغات مقایسه‌ای استفاده کنیم؟

تبلیغات مقایسه‌ای برای نخستین بار در آمریکا استفاده شد. این نوع تبلیغات محبوبیت چندانی در میان آژانس‌های تبلیغاتی، مطبوعات و مردم نداشته، اما در موارد خاصی توسط برخی کمپانی‌ها به کار گرفته شده است. بسیاری از متخصصان مارکتینگ عقیده دارند که این نوع تبلیغات تأثیر منفی بر محبوبیت برند خواهد گذاشت و تعداد اندکی از افراد نیز به تأثیر مثبت این نوع تبلیغات اشاره می‌کنند.

پژوهشی توسط فیلیپ لی و این نشان داده است، آن دسته از آگهی‌های تلویزیونی که از رقبا نام می‌برند از آگهی‌هایی که رقبا را نام نمی‌برند اعتبار کمتری کسب می‌کنند، اما هانگ سیدن می‌گوید: «مردم آگهی‌هایی را که از رقبا نام می‌برند، کاملاً باور می‌کنند. آنان تصور می‌کنند آنچه شما می‌گویید حقیقت دارد و گزینه اجازه بخش آن داده نمی‌شود. آنان می‌دانند که رقیب نه‌تنها اجازه ندارد مانع از بخش آگهی شما شود، بلکه اگر گفته‌های آن دور از حقیقت باشد، می‌تواند شما را تحت تعقیب قانونی قرار دهد.»

تیغ «زیلت»، کمپانی «فورد» و «ویس» نشان داده‌اند که ذکر نام رقیب دارای پاداشی هست. ویس هرگز نام شرکت شماره یک بازار، هرگز را ذکر نمی‌کرد، اما شعارش این بود: «ما شماره دو هستیم»، اما هر مصرف‌کننده‌ای که بازار کرایه اتومبیل آشنایی داشت می‌دانست که هدف ویس رقیب آن هرگز است.

اما گهگاه شما نمی‌توانید محصول‌تان را با محصول دیگری مقایسه کنید. درواقع بعضی از کشورها مانع از این عمل می‌شوند. به‌رحال قضاوت در مورد تبلیغات مقایسه‌ای را به شما واگذار می‌کنیم و در ادامه به برخی موقعیت‌های احتمالی که نباید از تبلیغات مقایسه‌ای استفاده کنیم، می‌پردازیم؛ تبلیغات مقایسه‌ای به شما توصیه نمی‌شود، اگر:

- ۱- اگر بازار را تحت‌الشعاع قرار داده‌اید؛ هیچ دلیلی برای محصول شماره یک وجود ندارد که توجه مصرف‌کننده را به رقبا جلب کند. وقتی محصول شماره یک بازار دنبال رقبای خود می‌رود، مصرف‌کننده این پیام را دریافت می‌کند که محصولات رقبا بهترند.
- ۲- اگر هیچ تفاوتی بین محصولات شما و رقبا وجود ندارد؛ اگر شما دلایلی برای نشان دادن برتری محصول‌تان نسبت به محصولات رقیب ندارید، پس استفاده از این تبلیغات بی‌معنی است. در مقاله‌ای که در سیلزاند مارکتینگ منیج منت چاپ‌شده بود، جان ترانتین، نوشت که تبلیغات مقایسه‌ای زمانی موفق است که براساس شواهد محکمی باشد.
- ۳- اگر بودجه محدودی دارید؛ بسیاری از تبلیغات مقایسه‌ای پرهزینه‌اند و زمانی طولانی ادامه می‌یابند. تلاش‌های پیسی کولا برای از پا درآوردن کوکاکولا سال‌ها به طول انجامید.

منبع: hormond

نقطه‌ضعفی را در عملکرد آن پیدا کنید و آن را به گوش مصرف‌کننده برسانید. شما می‌توانید بگویید محصول‌تان ارزان‌تر است یا از مواد بهتری استفاده می‌کنید یا استفاده از محصول شما راحت‌تر از محصول رقیب است، اما نمی‌توانید فقط ادعا کنید که تنها محصول‌تان بهتر است.

به‌رحال قضاوت در مورد تبلیغات مقایسه‌ای را به شما واگذار می‌کنیم و در ادامه به برخی موقعیت‌های احتمالی برای اجرای این‌گونه از تبلیغات می‌پردازیم.

۱- اگر محصول شما سهم کوچکی از بازار را به خود اختصاص داده است، اگر به‌تازگی وارد بازار شده‌اید یا آنکه هنوز شناخته‌نشده‌اید؛ پیشگامان همواره جایگاه محکمی دارند. برای کسب بهترین نتیجه‌ها شما باید افراد را وا دارید که نظرشان را نسبت به محصول پیش‌قدم تغییر دهند. این راهکاری بود که «تایلنون» به کار گرفت و نظر داد که رقیبش «آسپرین» می‌تواند جدار معده را تحریک کند. امروزه «تایلنون» نخستین قرص مسکن ضد درد در آمریکا شناخته‌شده و ۳۰ درصد بازار را به خود اختصاص داده است. این عملکرد موجب به چنگ آوردن بازاری شد که در آن آسپرین نقش رهبری را داشت.

۲- اگر شما می‌توانید ثابت کنید که محصول‌تان بهتر است؛ به مصرف‌کنندگان با دلایلی ثابت کنید که چرا باید محصول شما را بخرند و از خرید محصولات دیگر اجتناب کنند. پژوهشی توسط «ری سرچ سیستم‌کوپر» ادعا کرد که آگهی‌های مقایسه‌کننده کالاها در تلویزیون که تفاوت‌های آنها را نشان می‌دهند بالاترین امتیازها را در متقاعد کردن مردم از آن خود کرده و به مصرف‌کنندگان نشان داد که چگونه به برتری یک کالا نسبت به کالاهای دیگر پی ببرند.

۳- اگر هیچ‌یک از نام‌های تجاری دارای امتیاز خاصی نیستند؛ مصرف‌کنندگانی که تصمیم نگرفته‌اند همواره اطلاعات جدید را پذیرا هستند.

۴- اگر بودجه شما کمتر از رقیب است؛ تبلیغات مقایسه‌ای به شما فرصتی می‌بخشد که خود را در سطح محصول شماره یک قرار دهید، همان کاری که برگر کینگ با مک دونالد کرد.

۵- اگر کمپانی شما قربانی تبلیغات مقایسه‌ای شده است؛ مصرف‌کنندگان غیرمصمم همواره پذیرای اطلاعات تازه‌اند. تبلیغات مقایسه‌ای به شما فرصتی می‌بخشد که وضعیت محصول‌تان را روشن سازید و در نهایت جایگاه نخست را کسب کنید.

۶- اگر محصول شما به‌راستی اصل است؛ محصولات جدید ساده‌تر از محصولاتی که پیشتر در بازار حضور داشته‌اند، پذیرفته می‌شوند تبلیغاتی همچون غذا «بدون مواد افزودنی» یا «کوکاکولای بدون شکر» یا «بنزین بدون سرب» همگی نمونه‌هایی از محصولات جدیدی هستند که با محصولات سنتی مقایسه می‌شوند.

۷- برای تبلیغات صنعتی؛ وقتی خوانندگان گرایش به شنیدن دلایل منطقی در مورد برتری محصول شما دارند، مقایسه مستقیم با سایر رقبا به نتیجه‌های مستقیم منتهی می‌شود.

۸- وقتی تمام روش‌های دیگر را بدون گرفتن نتیجه‌ای آزمایش کرده‌اید؛ تبلیغات مقایسه‌ای سلاح نهایی شما است. پس از زنجیره‌ای از تبلیغات ناموفق «ویوی تار» مصمم شد که دو محصول را در کنار هم

بازاریابی نوین

اشتباهات رایج سنو در کسب‌وکارهای کوچک

اغلب کسب‌وکارهای کوچک باورهای اشتباهی در مورد سنو دارند در صورتی که با رعایت نکات ساده می‌توانند رتبه خود را در جست‌وجوهای محلی بهبود دهند.

کسب‌وکارهای کوچک اگر از تکنیک‌های مناسبی برای بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو یا همان سنو استفاده کرده باشند، رتبه خوبی در جست‌وجوهای محلی کسب خواهند کرد. با این حال اغلب آنها دچار اشتباه‌های کوچکی می‌شوند که این روند را به تأخیر می‌اندازد و هزینه زیادی برای‌شان خواهد داشت. در ادامه این مقاله به بررسی بیشتر پنج اشتباهی می‌پردازیم که کسب‌وکارهای کوچک در زمینه سنو انجام می‌دهند.

۱- اعمال تکنیک‌های سنو بعد از راه‌اندازی وب‌سایت

اغلب صاحبان کسب‌وکارهای کوچک تنها بعد از راه‌اندازی وب‌سایت کسب‌وکار دنبال پیاده‌سازی تکنیک‌های سنو می‌روند. در حالی که برنامه‌ریزی برای بهبود رتبه سایت و افزایش ترافیک باید پیش از طراحی وب‌سایت انجام شود. توسعه‌دهندگان وب، حتی بهترین و حرفه‌ای‌ترین‌ها هم بعد از راه‌اندازی وب‌سایت تمام فاکتورهای مرتبط با بهبود سنو را لحاظ نمی‌کنند، بنابراین بهتر است برنامه‌ریزی این موضوع پیش از بالا آمدن سایت انجام شود. محتوای تولید شده، معماری اطلاعات، محتوای هر صفحه، آدرس در نظر گرفته شده برای هر صفحه و مخصوصاً ریدایرکت ۳۰۱ (هدایت کاربر به آدرس جدید) از جمله عواملی هستند که هنگام راه‌اندازی وب‌سایت جدید یا تغییر آن باید در نظر گرفته شوند، زیرا تأثیر زیادی روی سنو سایت می‌گذارند. بنابراین اگر خودتان دانش کافی در مورد این موضوع ندارید بهتر است با یک فرد متخصص مشورت کنید.

۲- به کارگیری تکنیک‌های سنو برای مدت زمان کم

عملکرد سنو مانند سایر روش‌های تبلیغات و بازاریابی مانند آگهی رادیویی و تلویزیونی نیست. گوگل و سایر موتورهای جست‌وجو تعیین‌کننده قوانین هستند و یک سنوکار حرفه‌ای تنها می‌تواند مدیریت خوبی ارائه دهد. مهارت آنها براساس تجربه حاصل می‌شود و کمک می‌کند عملکرد سایت تغییرات چشمگیری داشته باشد. سنوکارهای حرفه‌ای از استراتژی‌های قابل اطمینان برای بهبود رتبه سایت و افزایش ترافیک استفاده می‌کنند. با این حال هیچ ضمانتی در این مورد وجود ندارد، زیرا بیش از ۲۰۰ عامل مهم در الگوریتم‌های گوگل دخالت دارند و هیچ انسانی نمی‌تواند تمام عوامل را هم‌زمان مدیریت کند.

اهمیت سنو روز به روز بیشتر می‌شود و کسب‌وکارها هزینه بیشتری بابت آن خواهند کرد، زیرا سنو یکی از معدود روش‌های بازاریابی دیجیتال است که هزینه سرمایه‌خرج شده را جبران خواهد کرد. فقط به یاد داشته باشید که استراتژی‌های سنو در بلندمدت جواب می‌دهند و اگر دنبال گرفتن نتیجه در کوتاه‌ترین زمان هستید بهتر است استراتژی دیگری را امتحان کنید. افرادی که برای طولانی مدت روی سنو سرمایه‌گذاری می‌کنند، بهتر از هر روش بازاریابی دیگری نرخ بازگشت سرمایه می‌گیرند، تنها به شرطی که صبر داشته باشند.

۳- کمک گرفتن از توسعه‌دهنده وب برای سنو

درست است که توسعه‌دهندگان وب‌سایت بانکت پایه سنو آشنایی دارند اما یک نفر نمی‌تواند هم در زمینه سنو و هم در زمینه توسعه وب‌سایت به طور هم‌زمان مهارت داشته باشد. برای بهبود سنو باید اطلاعات زیادی جمع‌آوری کرد و متغیرهای زیادی را در نظر گرفت. توسعه‌دهندگان وب و متخصصان سنو زمینه کاری مشترک دارند، اما تخصص‌شان متفاوت است. به‌عنوان مثال یک جراح قلب و یک چشم‌پزشک را در نظر بگیرید. هر دو نفر پزشک هستند، اما هر کدام در زمینه جداگانه‌ای تخصص کسب کرده‌اند و وظایف متفاوتی دارند.

حتی حرفه‌ای‌ترین و باتجربه‌ترین متخصصان وب نیز ابزار، تجربه و مهارت اندکی در مدیریت کمپین‌های سنو دارند. توسعه‌دهندگان وب شاید پیشنهادهای جالب و ابتدایی برای بهبود سنو وب‌سایت داشته باشند، اما با استراتژی‌های سطح بالای سنو آشنایی ندارند.

۴- استفاده از پیشنهادها غیرواقعی

پیاده‌سازی سنو آسان نیست و به سال‌ها تجربه برای درک و مدیریت روش‌های آن احتیاج است، مخصوصاً زمانی که قوانین سنو به سرعت تغییر می‌کنند یا یک روش نتیجه منفی روی سنو سایت دارد. هیچ روش میانبری برای پیاده‌سازی استراتژی سنو وجود ندارد و تمام راه‌حل‌های غیرحرفه‌ای بعد از گذشت مدتی عملکردشان ضعیف خواهد شد. در نتیجه تکیه به روش‌های میان‌بر تنها تلف کردن وقت، پول و انرژی است.

شرکت‌های بازاریابی، متخصصان بازاریابی دیجیتال و شرکت‌های توسعه‌دهنده وب معمولاً خدمات متفاوتی برای سنو وب‌سایت ارائه می‌دهند. خدماتی که در قالب افزونه ارائه می‌شوند و عملکرد ضعیفی دارند. اگر دنبال سنو واقعی هستید باید از متخصص واقعی کمک بگیرید. پیشنهادهایی که بیش از اندازه خوب به نظر می‌رسند معمولاً نتیجه مطلوبی ندارند. اگر هزینه استخدام متخصص سنو برای‌تان زیاد است سعی کنید مهارت‌های خود را افزایش دهید و تنها در شرایط بحرانی از یک متخصص کمک بگیرید.

قبل از کمک گرفتن از متخصص سنو از او بخواهید استراتژی خود را در سنو آن پیچ (سنو داخلی) و سنو آف پیچ (سنو خارجی) و سنو تکنیکال توضیح دهد. متخصص حرفه‌ای سنو کسی است که برنامه‌ریزی مشخصی برای سه رکن اصلی سنو داشته باشد و بداند به هر کدام چگونه رسیدگی خواهد کرد. همچنین از آنها بپرسید از کدام یک از ابزارهای پولی سنو استفاده خواهد کرد، زیرا بدون به کارگیری این ابزارها مطمئناً عملکرد موثقی نخواهد داشت. شخصی که نتواند پاسخ مناسبی به این سوال‌ها بدهد گزینه خوبی برای استخدام به‌عنوان متخصص سنو نیست.

۵- افزایش ترافیک سایت نشان‌دهنده بهبود سنو است

برای اینکه ببینید تلاش‌هایی که برای سنو انجام داده‌اید نتیجه یا خیر باید عملکرد چند بخش مختلف را به طور مرتب زیر نظر داشته باشید. گوگل آنالیتیکس ابزاری رایگان و بهترین راه برای شروع است. بعد از نصب این ابزار اهداف و رویدادهای متفاوتی مانند بازدید از سایت، پر کردن فرم‌ها، ثبت‌نام در سایت، ورود به سایت و... را در نظر بگیرید. همچنین می‌توانید از ابزارهای مختلف سنو برای دنبال کردن رتبه سایت در طول زمان استفاده کنید. اگر بازدید سایت زیاد شده است و کاربران مجدداً به سایت مراجعه می‌کنند احتمالاً در مسیر درست قرار گرفته‌اید. فارغ از تلاش‌های متخصص سنو، محبوب شدن وب‌سایت زمانی اتفاق می‌افتد که یک وب‌سایت محتوای مناسبی برای کاربران مناسب تهیه کرده و با گذشت زمان پیشرفت کند. با در نظر گرفتن چند عامل پایه می‌توان تشخیص داد آیا روش انتخاب شده جواب می‌دهد یا خیر. در صورت استفاده از استراتژی مناسب می‌توان تأثیر آن را بعد از گذشت مدتی در تجزیه و تحلیل اطلاعات پایه مشاهده کرد.

منبع: FORBES/zoomit

هزینه کسب مشتری؛ معیاری که می‌تواند سر نوشت شرکت شما را تعیین کند



هزینه کسب مشتری یا Customer Acquisition Cost به‌عنوان معیاری شناخته می‌شود که به تازگی بیشتر از قبل مورد استفاده قرار گرفته است، چرا که همراه با پیدایش شرکت‌های اینترنتی و کمپین‌های تبلیغاتی مبتنی بر وب، به راحتی می‌توان آن را ردیابی و اندازه‌گیری کرد. در شیوه سنتی شرکت‌ها باید در تبلیغاتی به سبک تفنگ ساچمهای وارد می‌شدند و روش‌هایی را برای ردیابی مصرف‌کنندگان از طریق فرآیند تصمیم‌گیری پیدا می‌کردند. اما امروزه، بسیاری از شرکت‌های مبتنی بر وب می‌توانند در کمپین‌های هدفمند وارد شده و مصرف‌کنندگان را مادامی که از دنبال‌کنندگان علاقه مند، به سمت مصرف‌کنندگان وفادار طولانی مدت پیشرفت می‌کنند، ردیابی و دنبال کنند. در چنین محیطی، معیار هزینه کسب مشتری هم توسط سرمایه‌گذاران و هم توسط شرکت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. همان‌طور که می‌دانید، هزینه کسب مشتری به‌عنوان هزینه متقاعد کردن مشتری بالقوه برای خرید محصول یا خدمت است. در این مقاله معیار هزینه کسب مشتری را با جزئیات بیشتر توضیح خواهیم داد، اینکه شما چگونه می‌توانید آن را اندازه بگیرید و چه گام‌هایی را برای بهبود آن می‌توانید بردارید.

معنا و مفهوم معیار هزینه کسب مشتری (CAC)

همان‌طور که در بالا توضیح داده شد، معیار هزینه کسب مشتری (CAC) برای دو گروه بسیار مهم است: شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران. طرف دوم شامل بخش بیرونی سازمان می‌شود؛ سرمایه‌گذاران اولیه‌ای که از این معیار استفاده می‌کنند تا قابلیت مقیاس‌پذیری شرکت‌های مدرن یا سنتی مبتنی بر فناوری‌های اینترنتی جدید را مورد تحلیل قرار دهند. آنها به راحتی می‌توانند با نگاه به تفاوت بین میزان پولی که می‌توان از مشتریان به دست آورد و هزینه‌ای که برای این به دست آوردن صرف می‌شود، سودآوری شرکت را تعیین کنند. به‌عنوان مثال، از نظر بازار بالادستی نفت، اگر عرضه نفت در منطقه‌ای باشد که نیازمند سرمایه‌گذاری‌های زیرساختی سنگینی باشد، در آن صورت هزینه مصرف شده برای استخراج نفت ممکن است بیشتر از قیمت بازار آن به ازای هر بشکه باشد.

سرمایه‌گذاران نیز از همین منظر به شرکت‌های مبتنی بر اینترنت و کسب‌وکارهایی که از بازاریابی دیجیتال استفاده می‌کنند، نگاه می‌کنند. آنها به روابط فعلی و موجود توجه می‌کنند نه به وعده و وعیدهای آتی برای بهبود معیار، مگر اینکه این وعده‌ها واقعاً توجیه‌پذیر باشد.

طرف دیگری که علاقه‌مند این معیار است، یک متخصص بازاریابی است که در داخل شرکت فعالیت می‌کند، یا به‌عنوان نیروی متخصص مشاوره‌هایی را به شرکت ارائه می‌دهد. آنها از این معیار استفاده می‌کنند تا بازدهی سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته در بخش تبلیغات را بهینه‌سازی کنند. به عبارت دیگر، اگر هزینه‌های کسب پول از مشتریان کاهش پیدا کند، در این صورت حاشیه سود شرکت بهبود پیدا می‌کند و سود بیشتری به دست می‌آورد.

سرمایه‌گذاران بیشتر به این علاقه‌مند هستند که منابعی را که شرکت به آنها نیاز دارد برایش فراهم سازند، شرکاکا بیشتر متعهد به رشد هستند و شرکت می‌تواند از حاشیه سودی که به دست آورده استفاده کند تا ارزش خودش را به مشتریان منتقل کند و بدین طریق

جایگاه بازار عالی‌تری را به دست آورد.

چگونه می‌توانید هزینه کسب مشتری (CAC) را اندازه بگیرید

به شکل ابتدایی، هزینه کسب مشتری به سادگی و از طریق تقسیم کردن تمامی هزینه‌های صورت گرفته برای کسب مشتریان بیشتر (مخارج بازاریابی) بر تعداد مشتریان به دست آمده در آن دوره محاسبه می‌شود. به‌عنوان مثال، اگر شرکتی ۱۰۰ میلیون تومان برای برنامه‌های بازاریابی در یک سال خرج کند و ۱۰۰ مشتری در همان سال به دست آورد، هزینه کسب مشتری برای این شرکت یک میلیون است.

البته هشدارهایی نیز در رابطه با استفاده از این معیار وجود دارد که باید در زمان به کارگیری آن نسبت به آنها آگاهی داشته باشیم. به‌عنوان مثال، یک شرکت ممکن است سرمایه‌گذاری‌هایی را در زمینه بازاریابی در یک منطقه جدید یا بهینه‌سازی موتور جست‌وجو انجام داده باشد که این انتظار وجود ندارد که نتایج این سرمایه‌گذاری هم‌اکنون دیده شود، بلکه حتی ممکن است اثربخشی این فعالیت‌ها تا دوره‌های بعدی به طول بینجامد. با اینکه این گونه موارد نادر و کمیاب هستند، اما در هنگام محاسبه هزینه کسب مشتری ممکن است که بر این رابطه سایه بیندازد.

همچنین در محاسبه هزینه کسب مشتری، به اثر طول عمر مشتری بر بودجه مورد نیاز بازاریابی هم توجه داشته باشید. به این معنی که ممکن است در بازه زمانی خاصی و با توجه به ویژگی‌های مشتریان در چرخه طول عمر مشتری در کسب‌وکار تا زمانیزم صرف هزینه بیشتری باشید، در این صورت سعی نکنید با نادیده گرفتن این مورد هزینه کسب مشتریان را پایین‌تر از حدی که باید باشد نشان دهید. به‌عنوان مثال ممکن است در دوره جذب مشتری، به نسبت دوره نگهداری مشتری، نیازمند صرف هزینه بیشتری باشید و هزینه کسب مشتریان شما در این بازه زمانی بیشتر شود.

هزینه کسب مشتری به ازای کانال‌های بازاریابی چگونه است؟

دانستن هزینه کسب مشتری به ازای هر کدام از کانال‌های بازاریابی شما، موردی است که بازاریاب‌ها به آن علاقه زیادی نشان می‌دهند. اگر بدانید که کدام کانال‌ها کمترین هزینه کسب مشتری را دارند، آنگاه خواهید دانست در چه موقعیت و کانال‌هایی می‌توانید هزینه‌های بازاریابی خود را دو برابر کنید. هرچه بیشتر بتوانید بودجه بازاریابی خود را به کانال‌هایی با هزینه کسب مشتری پایین‌تر تخصیص دهید، می‌توانید با یک مقدار بودجه ثابت، مشتریان بیشتری هم به دست بیاورید.

رویکرد ساده آن است که صفحه گسترده خود را به بخش‌های مختلف بشکنید و تمام رسیده‌ها و دریافت‌های بازاریابی خود برای سال، فصل یا ماه را جمع‌آوری و این مقادیر را به کانال اضافه کنید. به‌عنوان مثال، چه میزان برای تبلیغات Facebook و Google Ad Words پرداخت کرده‌اید؟ در این مورد ممکن است این اطلاعات را در ستونی با نام «پرداخت به ازای هر کلیک» قرار دهید. چه میزان برای بهینه‌سازی موتور جست‌وجو و بلاگینگ خرج کرده‌اید؟ ممکن است این را نیز در ستونی با نام «هزینه‌های بازاریابی جاذبه‌ای» قرار دهید.

اکنون که می‌دانید برای هر کانال چه میزان خرج کرده‌اید، می‌توانید فرمولی ساده را به کار بگیرید و فرض کنید که هر کانال به همان اندازه تلاش و کار کانال‌های بعدی برای گرفتن مشتری، کار کرده است. این یک روش میانگین‌گیری است. تنها موضوع آن است که دانستن این

موضوع که کدام کانال مسئول هر مشتری است، ممکن است کمی دشوار باشد.

به راحتی می‌توانید موقعیت و کانال‌هایی را که این رویکرد در آنها بی‌فایده و بی‌بهره می‌شود نیز ببینید. تصور کنید که در یک روز، تنها تبلیغات پرداخت به ازای هر کلیک را انجام داده‌اید. شما ۱۰ دلار خرج کرده‌اید و زمانی که به جدول صفحه گسترده خود نگاه می‌کنید، ممکن است پرداخت به ازای هر کلیک به‌عنوان بهترین کانال بازاریابی به نظر بیاید، چراکه هزینه کسب مشتری آن به‌شدت پایین است. این موضوع غیرممکن است که پرداخت به ازای هر کلیک دو برابر ود، اما شما می‌دانید برای این دوره زمانی واقعا از آن هیچ استفاده‌ای نکرده‌اید، بنابراین ممکن است این روش را از برنامه بازاریابی خود حذف کنید.

چگونه هزینه کسب مشتری (CAC) را بهبود دهید

همه ما از روز داریم که شرکت‌مان همانند مثال ۲ بود. واقعیت این است که کمپین‌های تبلیغاتی همواره می‌توانند اثربخش‌تر باشند، وفاداری مشتری همواره می‌تواند بهبود پیدا کند و ارزش بیشتری همواره می‌تواند از مصرف‌کنندگان به دست آورده شود. روش‌های متعددی وجود دارد که کسب‌وکار شما به منظور بهبود هزینه کسب مشتری، می‌تواند با توجه به استراتژی بازاریابی خود از آنها در صنعت مورد فعالیت خود استفاده کند.

بهبود معیارهای تبدیل در محل: یک شرکت ممکن است اهدافی را در Google Analytics برای خود تنظیم کند و تست تقسیم به گروه‌های A/B را به منظور کاهش نرخ رها کردن سبد خرید توسط مشتریان و بهبود رتبه صفحه ورودی سایت، سرعت سایت، بهینه‌سازی موبایلی و سایر عواملی را که عملکرد کلی سایت را ارتقا می‌دهند یا استفاده از سیستم‌های پرداخت جدید انجام دهد.

بالا بردن ارزش کاربر: منظور از موضوع مفهومی بسیار فوق‌العاده «ارزش کاربر»، توانایی ایجاد چیزی است که برای کاربران رضی‌کننده باشد. این موارد ممکن است ویژگی‌ها یا مشخصه‌های اضافی باشد که مشتریان بیان می‌کنند به آنها علاقه مند هستند. حال این موضوع ممکن است پیاده‌سازی روندی برای بهبود محصولات موجود به منظور جایگاه‌یابی عالی‌تر در بازار، یا حتی توسعه روش‌های جدیدی باشد برای آنکه از مشتریان موجود پول به دست آوریم. به‌عنوان مثال، ممکن است دریابید که نرخ رضایتمندی مشتریان با نرخ نگهداری آنها همبستگی مثبتی دارد.

پیاده‌سازی مدیریت ارتباط با مشتری: می‌توان گفت تقریباً تمامی شرکت‌های موفق که خریداران تکراری دارند، برخی از انواع مدیریت ارتباط با مشتری را اجرا می‌کنند. این قضیه ممکن است حتی یک تیم فروش پیچیده باشد که از سیستم‌های ردیابی فروش مبتنی بر رانش ابری، فهرست‌های ایمیلی خودکار، بلاگ‌ها، برنامه‌های وفاداری یا سایر تکنیک‌هایی که وفاداری مشتری را به دست می‌آورد، استفاده می‌کند. در این مقاله با معنا و مفهوم و آسان‌ترین روش اندازه‌گیری هزینه کسب مشتری آشنا شدید، فراموش نکنید برای برنامه‌ریزی درست برای آینده لازم است این موارد را در کسب‌وکار شناخته، اندازه‌گیری و تفسیر کنید، تا قادر باشید بهترین برنامه و کانال را برای انجام فعالیت‌های بازاریابی خود برگزینید.

منبع: belovedmarketing

رهبری

هدفمندی؛ سلاح مخفی شما برای افزایش مشارکت کارکنان

به نقل از گالوپ، حدود ۷۰ درصد از کارکنان آمریکایی، در فضای کار یا «مشارکت ندارند» یا «به طور فعال از مشارکت سر باز می‌زنند». وقتی شما این را در ذهن داشته باشید که هر آمریکایی به طور میانگین حداقل یک سوم عمرش را در حال کار کردن است، این آمار به شدت دردناک خواهد بود. حال نیاز است بپرسیم: اگر بتوانیم این آمار برعکس کنیم چه؟ اگر ۷۰ درصد از آمریکایی‌ها در فضای کار به میزان بالایی مشارکت داشته باشند چطور؟ مهم‌تر از این‌ها، هزینه این کار چیست؟

قدرت هدفمندی

شاخصه‌های متعددی هستند که بر مشارکت در فضای کار تأثیر می‌گذارند، اما یکی از قدرتمندترین عوامل رانشرک مشارکت، هدفمندی است. به نقل از پژوهشی از جانب Imperative، کارکنان هدفمند به طور کلی کار کرد بهتری دارند، اینکه چنین افرادی به نقش‌های ارزشمند ارتقا یابند، پیش‌برنده‌های اصلی سازمان خود باشند، بیشتر در سازمان بمانند و ارتباطات قوی با همکاران خود داشته باشند، محتمل‌تر از دیگران است. به عبارت دیگر، ساخت نیروی کاری هدفمند نه تنها به سود کارکنان خواهد بود، بلکه می‌تواند به کارفرمایان دست بالایی نسبت به رقیب بدهد. دنیایی را تصور کنید که همه اکثر اوقات هوشیاری‌شان را صرف کار بر چیزی که برای آنها مهم بود می‌کردند. در این صورت ما کارمندان شادتر و شرکت‌های پربازده‌تری می‌داشتیم، که کاملاً برد - برد است.

هزینه‌اش چیست

متأسفانه، هدفمندی همانقدر که قدرتمند است، رمزآلود نیز هست. راهی خاص که منجر به هدفمندی شود و تعریفی واحد که زوایای متفاوت آن را در بر بگیرد، وجود ندارد. هر شخصیتی، بسته به ترجیحات، علائق و جو موجود در فضای کار، راه متفاوتی را در پیش می‌گیرد. هر چند، بدون توجه به فردیت، سه تغییر رفتاری وسیع وجود دارد که می‌تواند به ایجاد نیروی کاری هدفمندتر در سرتاسر جهان کمک کند.

۱- با «چرا» رهبری کنید

با استفاده از راهنمایی سیمون سین ک، به این موضوع پی می‌بریم که هدفمندی‌سازی نیروها ممکن است فقط در گرو پرسیدن سوال صحیح باشد: چرا؟ این هم برای کارکنان و هم برای کارفرمایان صدق می‌کند. شرکت‌ها باید از خود بپرسند که چرا وجود دارند و راهی بیابند که به صراحت بتوانند پاسخ این «چرا» را از طریق شرح هدف و یک شرح قانع‌کننده نام تجاری ارائه دهند. این خود نه تنها به ایجاد هدفمندی بیشتر در میان کارکنان فعلی می‌انجامد، بلکه ممکن است داوطلبان کاری آینده را در تشخیص بهتر اینکه آیا به درد این شغل می‌خورند یا نه، یاری رساند. در عین حال، کارکنان لازم است که زمان بیشتری را صرف سنجش انگیزه‌های شخصی خود کنند. به این فکر کنید که شما دقیقاً از شغل‌تان چه چیزی می‌خواهید، موفقیت در نظر شما چیست و چه فضایی می‌تواند برای شما در رسیدن به موفقیت بنا به تعریف شما مناسب باشد. به نقل از Cone Communication، ۷۵ درصد از افراد متولد سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰ حاضرند کمتر شدن دستمزد را در ازای کار در یک شرکت ارزش محور متقبل شوند. بنابراین، برای جذب و نگهداری از افراد مستعد و هدفمند، رهبری با «چرا» می‌تواند موثرترین استراتژی منابع انسانی باشد که شما قادر به استفاده از آن هستید.

۲- «هدف» را از جایگاه رفیع‌ش پایین بکشید

هدف نشناختگی از معناست، اما تعریف اینکه چه کاری برای شما معنی‌دار است، کاملاً شخصی است. برخی از مردم رضایت را از کمک به دیگران کسب می‌کنند، در حالی که برخی دیگر معنی را در آموختن چیزی تازه یا کار بر پروژه‌ای که مشتاق آن هستند می‌یابند. به‌عنوان یک جامعه، به‌ظاهر ما تصمیم گرفته‌ایم که فکر کنیم برخی از «اهداف» از دیگر اهداف ارزشمندتر هستند، اما چرا باید یک کارمند بانک حس هدفمندی کمتری نسبت به یک کارمند اجتماعی داشته باشد؟ نتیجه نهایی نشناختن ارزش تلاش‌هاست. با رجوع به یافته‌های پژوهشی از انجمن روان‌شناسی آمریکا، در می‌یابیم که نظافتچی‌ها که یکی از پایین رتبه‌ترین و غیرفریبنده‌ترین کارهای روزمره را برعهده دارند، جزو هدفمندترین کارکنانی بوده‌اند که از آنها نظرسنجی شده. تا زمانی که ما به جای فرد به جامعه برای تعریف هدف ارزشمند روی اندازیم، مایوس شدن افراد از کار می‌شود. با توجه به زمانی که ما صرف حرفه به احساس رضایت کامل را تضمین نمی‌کنند، ادامه خواهد داشت.

۳- انتظارات را بالا ببرید

با محو شدن خط‌های میان کار و زندگی، ما باید انتظاراتمان را بالا ببریم. این فقط شامل انتظارات ما از کارفرمایان و فرهنگی که آنها می‌سازند و مزیایایی که می‌دهند نبوده، بلکه به طور گسترده‌تری شامل انتظارات ما از کار می‌شود. با توجه به زمانی که ما صرف حرفه خود می‌کنیم، دلیلی برای اینکه تصمیم به عدم مشارکت بگیریم وجود ندارد. اینکه ۹۰ درصد از افراد آمریکایی این را به‌عنوان حقیقتی روزمره قبول کرده‌اند نگران‌کننده است. به لطف پلتفرم‌های غیروابسته و ابزارهای موجود، شما می‌توانید تقریباً هر شغلی را (یا مجموعه‌ای از شغل‌ها را) که دلتان بخواهد، طراحی کنید. فقط کافی است شوق و انگیزه انجام این کار را داشته باشید. جامعه‌ما باید از این تصور که شما با هر آنچه در حال حاضر دارید «گیر» کرده‌اید، دست بردارد. به جای آن، چطور می‌شود اگر ما مفهومی را که «روای آمریکایی» را بنیان‌گذاری کرد قبول کنیم. باور اینکه شما می‌توانید زندگی‌ای که عاشق آن هستید را بسازید، فقط کافیست حاضر باشید باریش تلاش کنید. نتیجه‌گیری این است که به‌بله، کمبود مشارکت حال حاضر جامعه ما در کار، نگران‌کننده است، اما می‌توان مثبت‌نگر بود؛ حال که افراد متولد دهه‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰ میلادی بزرگ‌ترین نسل تشکیل‌دهنده نیروی کار هستند، «هدف» در حال تبدیل شدن به معیاری مهم برای سنجش انتخاب‌های شغل‌های احتمالی است. با قبول این حقیقت که طول عمرها افزایش یافته و در عین حال کمک‌های مالی از سوی تأمین اجتماعی کمتر می‌شود، ما باید رضایت شغلی را بازاریابی کنیم تا به نتیجه‌ای برسیم و به منظور ایجاد تغییر در مقیاسی که تأثیرگذار باشد، ما باید مسئولیت بر عهده بگیریم و از طریق نمونه قرار دادن خود رهبری کنیم. چه کارفرما باشید، یا کارمند یا هر دو، به این فکر کنید که اعمال، مکالمات و تصمیمات روزانه شما چگونه می‌تواند این سه تغییر در رویه ذهنی را امکان‌پذیر کند. با دادن اولویت به هدفمندی، ما می‌توانیم به ساخت دوباره یک نیروی کار با مشارکت بیشتر، رضایتمندتر و پربازده‌تری یاری رسانیم. همه می‌توانیم پیروز شویم.



بررسی‌ها در مورد کارکنان، ترس آنها را از حالت کاری تأیید می‌کرد. بهترین روشی که استیر تصمیم گرفت برای توسعه سازمان از آن بهره برد، افزایش مشارکت کارگران بود. او اعلام کرد که از امروز به بعد، شما مسئول تصمیم‌گیری امور خود هستید، مسئله این بود که هیچ کس پیش از این درخواست افزایش مسئولیت نکرده بود. به رغم اینکه کارگران به بهترین نحو تلاش می‌کردند، سازمان لنگ می‌زد. افراد عادت کرده بودند که استیر همه تصمیمات را بگیرد و او پیش از این هنگامی که افراد، تصمیمات باب میل او را نمی‌گرفتند ناراحت می‌شد. نه تنها سازمان در برابر تحول مقاومت می‌کرد بلکه خود استیر نیز در این مسئله نقش داشت. وی می‌گفت: من واقعا دوست نداشتم که آنها تصمیمات مستقلی اتخاذ کنند. من دوست داشتم آنها تصمیمی بگیرند که من می‌پسندم. من عاشق کنترل کردن بودم و به جای اینکه خواسته خود را به افراد اعلام کنم افراد را مجبور می‌کردم آن را حدس بزنند.

پیش از این، تحول و نظارت بر تحول هیچ‌گاه به استیر کمک نکرده بود تا بباموزد که نباید مستقیماً افراد را کنترل کند، بلکه بافتی را کنترل و مدیریت کند که افراد در آن کار می‌کنند. اما او اکنون به

افراد کمک می‌کند تا مسائلی را که نیازمند تحول است مشاهده و از طریق دخالت و مشارکت بر مقاومت در برابر تحول غلبه کنند. برای مثال او اینک نامه‌های مشتریان را مستقیماً به کارگران خط ارسال می‌کند تا آنها بتوانند رودر رو با شکایات مشتریان مواجه شده و بفهمند که کارشان چگونه می‌تواند بر دیگران تأثیر داشته باشد. به هنگام شکایات کارگران از کار در روزهای آخر هفته، مدیران کارگران را تشویق کردند تا به مسئله بیندیشند. با استفاده از خلاقیت و نوآوری کارگران روشن شد که شکایات مشتریان و شکایات از اضافه کاری، به دلیل تأخیر و غیبت کارگران، نگهداری نامنظم، شروع آهسته شیفت و دیگر رفتارهایی بود که کامل در کنترل کارگران قرار داشت. زمانی که کارگران خود را بخشی از مسئله یافتند، تحول سریع به وقوع پیوست. نحوه تغییر فرآیند کنترل کیفیت نیز مثال دیگری از ایجاد انگیزه تحول از طریق مشارکت است. در

فرآیند تولید سوسیس در این شرکت، سوسیس آماده بسته‌بندی از نظر مزه، طعم، رنگ و بافت، توسط دپارتمان کیفیت بازرسی می‌شد. استیر دریافت که نظارت بر محصول بعد از تولید نهایی محصول سبب می‌شود که مدیریت، مسئولیت کیفیت آن را بر عهده بگیرد. بنابراین این روش کار تغییر کرد و افرادی که آن را درست می‌کردند، مسئول بازرسی مزه و طعم محصول شدند. تیم‌های کاری هر روز صبح طعم آن را می‌چشیدند و در مورد روش بهبود آن بحث می‌کردند. آنها اطلاعاتی را فرایندها استفاده می‌کردند. در نتیجه طراحی کار، سیستم‌های پاداش و تنبیه و سیستم‌های تحسین عملکرد نیز متحول شد.

در آخر، جانسون ویل ساسیج به الگویی برای مدیریت خودگردان تبدیل شد که نویسنده‌ای چون تام پیترز این امر را در یکی از شماره‌های مجله بیزنس ویک خاطر‌نشان کرد و این شرکت تبدیل به یکی از الگوهای مدیریت کسب‌وکار شد. همه این موارد به این دلیل بود که رالف استیر فهمید که چگونه باید انگیزه تحول را در نیروی کار ایجاد کند.

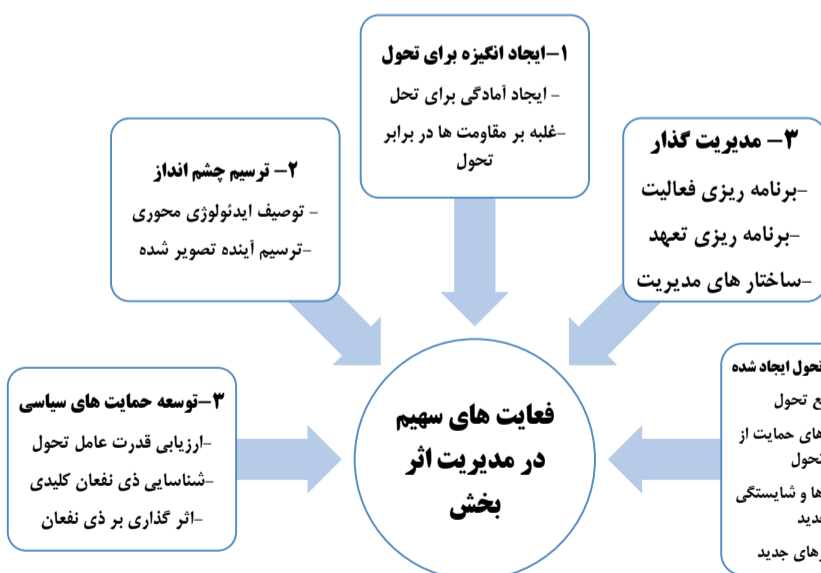
ادامه دارد...

با مشکل مواجه خواهد شد. بنابراین برای تحقق موفقیت باید این پنج فعالیت را به‌صورت اثر بخش، مدیریت کرد.

شکل ۱- الف:

در مطالعه موردی زیر روشی را که رالف استیر برای ایجاد تحول در جانسون ویل ساسیج استفاده کرد آمده است. مدیر اجرایی ارشد این شرکت به طور شفاف نیاز به تحول را درک کرد و مجبور بود راه‌هایی را برای مشارکت کارکنان خود بیابد. وی بعد از چند تلاش ناموفق با یافتن علائق و نگرانی‌های مشترک خود با کارکنان توانست آنها را به مشارکت دعوت کند.

در اوائل دهه ۱۹۸۰، جانسون ویل ساسیج تولیدکننده موفقی با رشد سالانه ۲۰ درصد بود و سهم بازار این شرکت در ایالت‌های مجاور افزایش ثابت سالانه داشت. کیفیت محصولات آن بالا بود و در جامعه از آن به احترام یاد می‌شد. جانسون ویل ساسیج به‌عنوان سازمانی با ابعاد متوسط، نه به حدی بود که بتواند کالاهای خود را با مقیاسی مشابه با تولیدکنندگان بزرگ توسعه داده و تبلیغ کند و نه به اندازه‌های کوچک بود که بتواند به عنوان تولیدکننده‌ی محلی، خدمات عالی به مشتریان اراده دهد.



۱- ایجاد انگیزه برای تحول
 - ایجاد آمادگی برای تحل
 - غلبه بر مقاومت ها در برابر تحول

۲- ترسیم چشم انداز
 - توصیف ایدئولوژی محوری
 - ترسیم آینده تصویر شده

۳- توسعه حمایت های سیاسی
 - ارزیابی قدرت عامل تحول
 - شناسایی ذی نفعان کلیدی
 - اثر گذاری بر ذی نفعان

۳- مدیریت گذار
 - برنامه ریزی فعالیت
 - برنامه ریزی تعهد
 - ساختار های مدیریت

۴- نهاده سازی تحول ایجاد شده
 - ارائه منابع تحول
 - ایجاد سیستم های حمایت از عوامل تحول
 - توسعه مهارت ها و شایستگی های جدید
 - تقویت رفتارهای جدید

یکی از نگرانی‌های عمده دیگر این بود که اعضای سازمان از مسائل آگاه نبوده و به آن توجه نداشتند. هر روز، استیر افرادی را می‌دید که از شغل خود خسته شده و اشتباهاتی را مرتکب می‌شدند که ناشی از عدم تفکر آنها بود. آنها محصولات را اشتباه برچسب‌گذاری می‌کردند، از مواد افزودنی اشتباه در سبزی از سوسیس استفاده می‌کردند و در موارد حاد، جزئیات چنگک‌دار را از مسیر اشتباهی هدایت می‌کردند. اگر چه هیچ یک از آنها، عمداً پول و سرمایه را تلف نمی‌کردند، اما برای استیر روشن بود که افراد، مسئولیت کارهای خود را به عهده نمی‌گرفتند. سازمان چگونه می‌توانست در حالی که هیچ کس به سازمان و موفقیت آن توجه نمی‌کرد به بقای خود در محیط رقیب ادامه دهد؟

با گذشت زمان، استیر تاکتیک‌های زیادی را برای تغییر محیط کاری امتحان کرد. فعالیت‌های برنامه‌ریزی راهبردی سبب ترسیم دقیق نمودار سازمانی و منجر به ایجاد گزارش‌هایی شد که نشان می‌داد که چه کسی مسئول انجام چه کاری بود و چه کسی باید به چه کسی دیگر گزارش می‌داد. مباحث در این زمینه بسیار متفکرانه و مفصل بود، اما هیچ تغییری حاصل نشد. در اواسط دهه ۱۹۸۰، تحقیقات و

حامدهداتی
 روانکاو فروش ایران

در توسعه سازمان بر رهبری و مدیریت تحول توجه قابل ملاحظه‌ای شده است. توصیف‌های انجام شده بیشتر تجویزی بوده و به مدیران درباره نحوه برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی تحولات مشاوره می‌دهند. به طور سنتی، مدیریت تحول بر شناسایی منبع مقاومت در برابر تغییر متمرکز است و راه‌هایی را برای غلبه بر این مقاومت پیشنهاد می‌دهد. تأکید تحقیقات جدیدتر بر مقاومت در برابر تغییر بوده و هدف از آن ترسیم چشم‌انداز و آینده مطلوب، کسب حمایت سیاسی و مدیریت حرکت سازمان به سمت آن هدف است. با این حال وسعت مشاوره‌های علمی پیرامون مدیریت را می‌توان به پنج فعالیت عمده سازماندهی کرد. این فعالیت‌ها همگی سبب مدیریت اثربخش تحول شده و به ترتیبی ذکر می‌شوند که اجرا می‌شوند. هر فعالیت، نشانگر عنصری کلیدی در رهبری تحول است. فعالیت اول، ایجاد انگیزه تحول است؛ یعنی ایجاد آمادگی تحول میان اعضای سازمان و کمک به آنها در رفع مقاومت در برابر تحول. رهبر باید بتواند محیطی را ایجاد کند که در آن افراد، قبول کنند که به تحول نیاز دارند و متعهد شود که انرژی روانی و فیزیکی خود را صرف اجرای تحول می‌کنند. انگیزش در شروع تحول، امری حیاتی است، زیرا شواهد نشان می‌دهد که افراد و سازمان‌ها به دنبال حفظ حالت فعلی بوده و تنها زمانی مشتاق انجام تحولی هستند که دلایل قانع‌کننده‌ای برای آن بیابند. دومین فعالیت، ترسیم چشم‌انداز است و با فعالیت‌های رهبری، شدیداً متناسب است. چشم‌انداز، هدف و دلیل تحول و حالت مطلوب آینده را توصیف می‌کند. چشم‌انداز «چرایی» و «چسبستی» تحول برنامه‌ریزی شده را نشان می‌دهد. فعالیت سوم، جلب حمایت‌های سیاسی برای تحول است. در سازمان‌ها افراد و گروه‌های قدرتمندی حضور دارند که می‌توانند مانع یا مشوق تحول شوند و رهبران و عوامل تحول باید برای اجرای تحول، حمایت آنها را جلب کنند. فعالیت چهارم، مدیریت گذار از حالت فعلی به آینده مطلوب است که در آن برنامه‌ای به منظور مدیریت فعالیت‌های تحول ساخته شده و نیز ساختارهای مدیریتی خاصی برای عملیات سازمان در دوره گذار طراحی می‌شود. فعالیت پنجم، تدویم حرکت تحول تا لحظه تثبیت وضعیت جدید است. این کار، مستلزم آماده‌سازی منابع اجرای تحول، ایجاد سیستم پشتیبان عوامل تحول، توسعه مهارت‌ها و شایستگی‌های جدید و تقویت رفتارهای جدید برای اجرای تحولات است.

هر یک از این فعالیت‌های نشان داده شده در (شکل ۱- الف) برای مدیریت تحول مهم است. اگرچه تحقیقات کمی در مورد سهم نسبی آنها در مدیریت تحول شده، اما رهبران سازمانی در هنگام برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی تحول باید به هر یک از فعالیت‌ها به دقت توجه کنند. اگر در افراد ایجاد انگیزه نشود و آنها نسبت به اجرای تحول، متعهد نشوند، خروج از انجماد فعلی بسیار مشکل خواهد بود. اگر چشم‌اندازی ترسیم نشود، تحولی غیرسازمان یافته و نامنظم شکل می‌گیرد. بدون حمایت افراد و گروه‌های قوی، ممکن است تحول منع شده یا تحریف شود. اگر فرآیند گذار به دقت مدیریت نشود، کارکرد سازمان و حرکت آن از حالت فعلی به آینده با مشکل مواجه خواهد شد. اگر سازمان نکوشد تا لحظه تکمیل تحول، به حرکت در آن جهت ادامه دهد، تکمیل تحول

استخدام نیروهای بهتر با آگاهی از تفکرات ناخود آگاه



اضافه را انجام دهند، بلکه وظایف معروف به وظایف کشفی که نیاز به بحث و جدل با کارمندان دیگر دارند نیز بر عهده این نیروهای جدید خواهد بود. به بیان دیگر آنها به دنبال یک قربانی می‌گردند تا ظاهر محبوب خود را در میان کارمندان حفظ کنند و وظایف چالشی را بر عهده او بگذارند.

نباید افراد را با هدف انجام وظایف ناخوشایند استخدام کنید
حقیقت این است که این طرز تفکر هیچ شباهتی به یک رهبر خوب ندارد. شما با این سبک از مدیریت همیشه به چالش نگهداری نیروهای مفید روبرو خواهید بود. راهکار جاگزین استخدام کردن کپی، واگذاری بیشتر وظایف به همکاران کنونی بود. این در حالی است که راهکار جایگزین استخدام قربانی، واگذاری کمتر و مسئولیت‌پذیری مدیران در وظایف چالشی است.

اگر می‌دانستم چگونه این کار را انجام دهم
برخی اوقات وظایفی در کار به وجود می‌آیند که نیاز به توجه دارند، اما شما تجربه لازم برای انجام دادن آنها را ندارید. در نتیجه داشتن این مهارت را در دیگران تحسین کرده و به دنبال فردی با این مهارت‌ها خواهید بود. این طرز تفکر نیز معایب خاص خود را دارد. در قدم اول شما نوعی حسادت مخفی را تجربه خواهید کرد و دلیل آن نیز نداشتن مهارت‌های او نزد خودتان است. به علاوه در این شرایط احتمالاً فرد مورد نظر را در جایگاهی بسیار حیاتی و حساس قرار خواهید داد. در هر حال پرداخت حقوق بیش از اندازه به این افراد نیز دور از انتظار خواهد بود.

چالش دیگر اینکه شما از نحوه کار این فرد ماهر جدید اطلاع ندارید. در نتیجه نمی‌دانید او تحت چه شرایطی بهترین کارکرد خود را خواهد داشت و در نهایت نمی‌توانید مسیری برای پیشرفت او ترسیم کنید. به جای پیاده‌سازی تفکر بالا، این گونه با خود فکر کنید: «اگر ضعیف‌ها و کمبودهای خود را بدانم...» نه‌تنها این جمله را تکرار کنید، بلکه آن را همیشه به کار بگیرید. به دنبال حل کردن خلأ دانشی در شرکت باشید. در این موقعیت‌ها تنوع تفکرات، ایده‌ها و تجربه اهمیت خود را نشان می‌دهد. استخدام‌های خود را به گونه‌ای انجام دهید که بتوانید این دارایی‌های باارزش را به تیم اضافه کنید. اگر می‌خواهید شرکت خود را رو به جلو حرکت دهید، باید افرادی با دایره مهارت‌های متنوع جذب کنید.

افرادی با منحنی‌های یادگیری متنوع جذب کنید: افرادی که با شما موافق نباشند، تفکرات شما را نقد کنند و در نهایت، آنچه را بلد نیستید یادآوری کنند. شما باید افرادی را که شبیه به خودتان نیستند به تیم جذب کنید. در نهایت به این نکته توجه کنید که اگر در بخشی از مدیریت خود با کمبود دانش روبرو هستید، یکی از وظایف اصلی توسعه برای شما، یادگیری است و با استخدام نیروی جدید حل نخواهد شد. در نهایت با به‌کارگیری احساسات ناخودآگاه در مورد فرد جدید و چشم‌پوشی از تعاریف دقیق شغل مورد نظر، شانس استخدام افراد اشتباه را کاهش خواهید داد.

استخدام کارمندان مفید برای مدیران جدید یکی از چالش‌هایی است که در صورت عدم مدیریت صحیح خسارت‌های جبران‌ناپذیری خواهد داشت.

هیچ مدیری دوست ندارد با استخدام کارمند اشتباه روند کاری خود را خراب کند. فرآیند جذب، مصاحبه، استخدام و جای‌گیری حتی یک نیروی جدید در سازمان، هزینه زمانی و پولی زیادی طلب می‌کند که هر مدیری آن را جدی می‌گیرد. به علاوه استخدام یکی از دشوارترین مهارت‌ها برای یادگیری نزد مدیران جدید است. بخشی از این دشواری به خاطر آن است که مدیران آموزش خاصی برای این کار نمی‌بینند. قطعا هر مدیری از چالش‌های عمومی استخدام افراد جدید مانند مهارت‌های مورد نیاز و وظایف آتی این شخص آگاهی دارد، اما ذهنیت ناخودآگاه هر دو طرف نیز در فرآیند استخدام دخیل است. در نتیجه پیش از تصمیم‌گیری نهایی در مورد استخدام فرد مورد نظر، ذهنیت ناخودآگاه خود را نیز به کار بگیرید و احساسات خود را نیز در فرآیند دخیل کنید. به‌عنوان مثال شما با استخدام این فرد چگونه احساس بهتری در محیط کار خواهید داشت؟ کدام بخش‌های آزاردهنده شرکت با استخدام نیروی جدید بهبود می‌یابند؟ در نهایت اگر شما فردی را استخدام کنید که کارایی عملکردی خوبی داشته ولی از لحاظ احساسی شما را راضی نکند، استخدام خوبی نداشته‌اید.

در ادامه این مقاله زهمیت برخی از انگیزه‌های ناخودآگاهی که به ندرت به چشم می‌آیند را بررسی می‌کنیم. بهتر است این انگیزه‌ها را در فرآیندهای استخدامی به موارد خودآگاه تبدیل کرده و به کار بگیرید. اگر می‌توانستیم یک کپی از خود ایجاد کنیم

فردی که شبیه به مدیر باشد پس از مدتی از کار دل‌سرد می‌شود
این طرز تفکر به‌صورت ناخودآگاه در بسیاری از مدیران استخدامی خصوصا تازه‌کارها مشاهده می‌شود. آنها دید کاملی از نیازهای شرکت برای استخدام نیروی جدید ندارند. به بیان دیگر نیازها به‌صورت سیستماتیک و با معیارهای صحیح برای آنها روشن نشده است. در نتیجه این مدیران استخدامی پس از مدتی در میان متقاضیان به‌دنبال افرادی شبیه به خودشان می‌گردند. آنها هر فردی را که مهارت‌ها و خصوصیت‌های شبیه‌تری داشته باشد برای استخدام انتخاب می‌کنند. نتیجه این نوع از انتخاب، جذب شدن فردی کاملا شبیه به شما است که پس از مدتی قطعا از کار دل‌زده خواهد شد. دلیل این دلزدگی نیز فقدان امکانات لازم برای رشد در این شغل است. در تعریف ساده، شرکت یک عدد از «شما» دارد و نیازی به کپی جدید نخواهد بود، در نتیجه او جای پیشرفت نخواهد داشت.

اگر شما هم چنین تصویری از استخدام دارید، احتمالاً دیدگاه مناسبی نسبت به منحنی یادگیری پیدا نکرده‌اید. شما به‌دنبال فردی هستید که منحنی یادگیری شبیه به خودتان داشته باشد، در صورتی که نیروهای جدید باید فرصت‌ها و مسیر یادگیری مخصوص به خود

داشته باشند. در واقع استخدام کردن نیروی جدید به‌منظور اجرای کارها با روشی متفاوت نسبت به گذشته و در نتیجه، نوآوری در کارهاست.

اگر به‌دنبال استخدام فردی هستید که تنها تعدادی از وظایف لیست شما را کم کند، بهتر است این هدف را با واگذار کردن برخی وظایف به اعضای حاضر، به‌دست آورید. با این کار فرصت پیشرفت را نیز برای آنها فراهم کرده‌اید. شاید هم با استفاده مفیدتر از ابزارهای فناوری بتوانید این مشکل را تا حدودی حل کنید. در نهایت اگر واقعا نیاز به استخدام فرد جدیدی دارید، یک نسخه «میینی» از خودتان استخدام نکنید. فردی را جذب کنید که ارزشی افزوده و جدید برای تیم داشته باشد.

اگر بتوانم فردی را استخدام کنم که تمام وظایف مزاحم من را انجام دهد

این طرز تفکر اگرچه قابل فهم‌تر است، اما خطرات آن نیز بیشتر است. قطعا رها شدن از دست وظایف خسته‌کننده شما را در فرآیند استخدام وسوسه خواهد کرد اما جذب کردن استعدادهای خوب برای انجام وظایفی که عموماً خسته‌کننده هستند، دشواری‌های خاص خود را دارد. در نهایت اگر به دنبال این هستید که وظایف اضافه خود را بر دوش نیروی جدید بیندازید، به او بی‌احترامی کرده‌اید. این طرز تفکر در برخی شرایط، بحرانی‌تر و نوتوین‌آمیزتر می‌شود. نه‌تنها مدیران جدید بلکه بسیاری از مدیران باسابقه این اشتباه را مرتکب می‌شوند. آنها نه‌تنها به دنبال نیروهایی هستند که کارهای

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک رودکی تهران
حیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت تمبر اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۵۱۶-۳۰۱۰۴۵۰۰۱۰۴۵۰۰۱۰۴۵۰ مورخه ۱۳۹۶/۱۲/۲۲
هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک رودکی تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خاتم اعظم کریمی صباح فرزند علی اکبر به شماره شناسنامه ۲۱۲۳ صادره از تهران نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با پناهی اجزائی در آن به مساحت ۶۰۸۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۱۷۲۴۷ فرعی از ۳ اصلی خریداری از مالک رسمی مجتمع اقتصادی مدیریت املاک منطقه تهران کمیته اسناد حضرت امام (ره) محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عمم مراتب در دو نوبت به قاضیه ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند 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 نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۲/۲۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۲/۲۹
رتبیت ثبت اسناد و املاک

آگهی فقدان پرونده ثبتی

طبق جستجوی فراوان در اداره و خصوصا بایگانی فقدان پرونده ثبتی شناسگ پلاک ثبتی ۹ قلی ۱۲ فرعی از ۱۹ اصلی بخشی ۱۸ ثبت بهشهر اراضی گزایل محله ملکی محمد حسین و محمد شایع هر دو دهبانی اشرفی محرز و مسلم گردید لذا بدینوسیله مراتب فقدان پرونده ثبتی و تشکیل پرونده اگهی در یک نوبت آگهی می‌گردد بدیهی است پس از انتشار آگهی مذکور این اداره نسبت به ادامه عملیات ثبتی و تشکیل پرونده اگهی اقدام می‌نماید.

م/الف ۲۴۱۵/۹۷/۲۰

آگهی مزایده اموال غیرمنقول

مطابق پرونده اجرایی کلاسه ۹۶-۲۴۷ این شعبه محکوم علیه علی نظری آگهی مزایده اسوال غیرمنقول محکوم به پرداخت مبلغ (۲,۹۶۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال) بابت اصل خواسته خسارات دادرسی و خسارت تاخیر تادیه در حق محکوم له سیدمیرحسین و مبلغ ۱۸۸,۵۲۰,۰۰۰ ریال بابت نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت شده است. لذا جهت وصول محکوم به دو دانگ از شش دانگ یک دستگاه آپارتمان به پلاک ثبتی شماره ۹۵۳۶ فرعی اصلی نهران تویسلف و پس از ارجاع به کارشناس رسمی دادگستری به شرح ذیل توصیف و ارزیابی گردید:

ادرس ملک شهرک راهان- پرومستان هشتم- پلاک ۲۲ ملک مورد بازدید عبارت است از دو دانگ از شناسگ یک قطعه زمین به مساحت یکمیدونجاه متر مربع قطعه ۱۷۵۸ تفکیکی می‌باشد که با توجه به ابراز خواهان منبسی بر چنانبسی پلاک ثبتی با زمین فوق‌الذکر تجمیع پلاک مذکور با پلاک ۹۵ فرعی از ۲۰۹ اصلی احمام بافته است حدود مشخصات زمین عبارت است از شمالا به طول بیستونج متر و پنجاه سانتیمتر به باقیمانده قطعه ۱۷۵۸ به پلاک ۹۵ فرعی از ۲۰۹ شرقا به طول بیستونچهار متر به قطعه ۱۷۵۸ شهرک راهان جنوبا به طول ۱۰ متر به قطعه زمین ۱۷۸۲ شهرک راهان غربا به طول ۶ متر به قطعه ۱۷۵۸ شهرک راهان.

نظریه کارشناسی:

با توجه به بررسی‌های به عمل آمده و مشاهدات انجام شده و بنا بر نظر گرفتن جمیع جهات و بنا بر مدارک و مستندات اسروازی و تحقیقات میدانی و بنا بر نظر گرفتن مساحت بر ابعاد و موقعیت مکانی و زمانی و حقوقی متعلقه به صرف نظر از اسامیت اسناد و اثبات هرگونه مالکیت و قراغ از شناسگ مالکیت به هر شخص حقوقی و حقوقی و یا سوازل بازنشستی و هرگونه معاینات‌های مربوطه به حدود ثبتی و مشروط به نداشتن هرگونه منع قانونی و شرعی و بدهی‌های احتمالی بابت مالیات و عوارض و جزایم شهرداری و بانکها و سایر اشخاص حقوقی و حقوقی و سایر دیون ممکنه با توجه به وضعیت فعلی و در حال حاضر ارزش دو دانگ از شش دانگ یک قطعه زمین تجمعی به پلاک ثبتی فرعی ۹۵۳۶ از ۱۸۸۲ اصلی به مساحت ثبت ۱۰۲۸۲۵۰۰ صغحه ۳۱۰ در بخش ده تهران به مبلغ ۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال معادل نوبست میلیون تومان مقرر راست ملک مذکور از طریق مزایده در تاریخ ۱۳۹۷/۵/۱۵ روز دوشنبه در اتنای مزایده مجتمع قضایی شهید صدر تهران واقع در تهران- ونسک- خیابان شیخ بهایی شمالی- کوچه دوازده متری اول به فروش برسد اشخاصی که خواهان خرید موضوع مزایده می‌باشند می‌بایست قبل از شروع مزایده نسبت به ارائه مبلغ پیشنهائی در پاکت مهر و موم شده به مدیر اجرایی احکام شعبه اقدام و از ایضات رسید دریافت نموده و در ساعت مقرر در اتنای مزایده حاضر و مبلغ ۱۰ درصد پیشنهائی (نقدقا و یا طی چک تضمین شده و یا چک بین بانکی) را همراه داشته باشند و الباقی نمن را ظرف مدت یک ماه از تاریخ مزایده به صندوق سپرده دادگستری تودیع نموده و قبض آن را تحویل دادگاه نماید والا مبلغ ده درصد پرداختی به نفع صندوق دولت ضبط گردیده و مزایده تجدید می‌گردد. مطابق شرکت در مزایده به عنوان خریدار می‌توانند ۵ روز قبل از تاریخ مزایده با هماهنگی این اجرائی احکام از ملک موصوف بازدید به عمل آورند.

۱۳۹۷/۲/۲۹
اجرائی احکام شعبه ۸۶ دادگاه عمومی حقوقی تهران

سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی

برابر آراء صادره هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان قزوین استان کردستان - تصرفات مالکانه و بلاعارض متقاضیان ذیل محرز گردیده است :
لذا مشخصات متقاضیان و اسلاک مورد تقاضا به منظور اطلاع عموم در دو نوبت به قاضیه ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتیکه اشخاص ذی نفع به آراء اعلام شده اعتراض داشته باشند بایداز تاریخ انتشار آگهی تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قزوین تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض میادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی و گواهی تقدیم دادخواست را به این اداره تحویل نمایند بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض یا عدم ارائه گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی در مهلت قانونی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

بخش ۵ اسفندآباد: ۹۷- ۲

۱- علی حسن بابا محمدی فرزندزور علی شماره ملی ۲۸۰۰۶۶۷۹۷۵ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۲۰۲۱۶۰۰۰متر مربع پلاک ۲۲/۲۷۲۲۲ بخش ۵ واقع در قلمه بلوار قائم شاهد ۸ خریداری از مالک رسمی احمد عبدالملکی

۲- علی معظی فرزنداسفانله شماره ملی ۲۸۰۱۰۵۲۸۶۹ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۹۶/۱۹متر مربع پلاک ۴۴/۲۳۵۲۵ واقع در قلمه بلوار قائم کوچه شاهد ۷ خریداری از مالک رسمی علی جان عبدالملکی

۳- کیومرث سلطانیان فرزندسکر شماره ۶۰۱۱۱۳۲۵۲۷۰۶۱۱ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۵۳۶۳۰۱متر مربع پلاک ۲۲/۱۷۵۵۱ واقع در قلمه خیابان شاهد ۹ خریداری از مالک رسمی علی پاشا عبدالملکی

۴- سید گنجشایان جوانان فرزند صفر علی شماره ملی ۲۸۰۱۵۵۹۵۱۳ شناسگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۲۶/۱۸ متر مربع پلاک شماره ۲۲/ ۲۷۵۲ واقع در قلمه خ قلاب کوی شاهد ۱۶ خریداری از مالک رسمی بخش علی عبدالملکی

۵- ابریم میهمی فرزند محمد عزیز شماره ملی ۲۸۰۱۰۱۰۵۷۰ شناسگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت ۹۸۲۹ متر مربع پلاک ۲۷/۵۲۹ بخش ۵ واقع درروستای میهم فرزند زاری از مالک رسمی فرح الله میهمی

۶- دولت فغله گری فرزند اله مراد شماره ملی ۲۸۰۱۵۱۲۳۲۲ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۶۴/۲۳متر مربع پلاک ۶۲/۱۹۶۱۴ واقع در قزوین بلوار سید جمال کوی ارزش خریداری از مالک رسمی گلنوم کوثری ۷- سعیدالله قادر عزیزی فرزندمحمد شماره ملی ۵۵۸۹۷۸۱۳۶۱ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۰۸۷۸متر مربع پلاک ۶۲/۱۷۷۷۳ واقع در قزوین جاده قسطلان کوی باغظاهر خریداری از مالک رسمی حسن احمدی

۸- بدالله شیر زادی فرزند عبدالله شماره ملی ۲۸۰۱۶۶۴۰۲۲ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۷۶/۲۹متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۲۲۱ واقع در قزوین سید جمال کوی شقایق خ افتخار خریداری از مالک رسمی موسی کریمی

۹- محمود کریمی فرزند ابراهیم شماره ملی ۲۸۰۰۶۲۸۰۳۱ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۹۶/۲۴متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۲۱۳ واقع در قزوین خیابان چمران خیابان حافظیه خریداری از مالک رسمی علی محمد ملکی

۱۰- علی و محمدرضا خسروی فرزندان عبدالحسین شماره ملی ۲۸۰۰۱۳۲۴۵۱ و ۲۸۰۰۱۳۱۱۱۷۵۷ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۲۲/۳۸متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۲۲۰ بخش ۵ واقع در قزوین خ شهید خدائوردی خریداری از مالک رسمی محمد حسین مفیدی

۱۱- محمد فتاحی فرزند حبیب الله شماره ملی ۲۸۰۱۲۸۸۶۷۶ شناسگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۵۸/۳۳ متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۲۲۰ واقع در قزوین شهرک امام بلوار ۲۲ گولان کوچه مغان ۲ خریداری از مالک رسمی خرمادر عبدالملکی

۱۲- سعید کریمی فرزند محی الدین شماره ملی ۲۷۹۰۲۸۰۷۰۴ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۵۵/۹۶متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۲۲۱ واقع در قزوین خیابان تختی ۱۲متری وحنت خریداری از مالک رسمی حسین کتانی

۱۳- جواد طلمسی فرزند ابراهیم شماره ملی ۲۸۰۰۵۲۸۹۷۰ شناسگ یک

باب ساختمان بمساحت ۲۵۴۰متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۲۲۴ واقع در قزوین خیابان پروین خریداری از مالک رسمی علی اصغر وعلی قنبرسفیری

۱۴- ستوره سبلی لاله فرزند فرح الله شماره ملی ۲۸۰۰۳۳۸۱۹۹ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۰۸۷۶متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۲۲۹ واقع در قزوین خ پروین کوی شب بوخریداری از مالک رسمی شادروی خامی

۱۵- ربابه زارعی فرزند خداسراد شماره ملی ۲۸۰۱۲۷۸۰۵۱ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۰۹/۸۶متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۲۱۹ واقع در قزوین خ سید جمال کوی روشن خریداری از مالک رسمی کریم وزحیم حنفی

۱۶- طلیعه مظفری فرزند عین الله شماره ملی ۲۸۰۰۳۴۲۳۳۱ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۲۵/۲۸متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۵۲۲ واقع در قزوین خ سید جمال کوی سلمان خریداری از مالک رسمی فردوس معتمد هاشمی

۱۷- شمیم محمدی فرزند ویس محمد شماره ملی ۲۸۰۱۲۴۶۶۵۵ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۱۲/۹۶متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۵۲۴ واقع در قزوین خ لیوژر کوی شافع خریداری از مالک رسمی محمد علی ملک محمدی

۱۸- اسمعیل گنجی فرزنداحمد شماره ملی ۲۸۰۱۱۱۷۱۰۱ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۲۶۵/۲۰متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۵۲۹ واقع در قزوین خ تختی کوی بدرخریداری از مالک رسمی ابراهیم افغانی

۱۹- سعید زارعی فرزند مراد علی شماره ملی ۲۸۰۱۹۲۱۸۸۲ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۰۷۷۵متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۵۳۳ واقع در قزوین میدان شورا کوی قیصری خریداری از مالک رسمی حسن یعقوبی

۲۰- عیترتای قبادی فرزنداحمد شماره ملی ۲۷۹۰۱۹۵۱۰۳ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۰۰/۱۲متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۵۲۷ واقع در قزوین خ سرعینی خ شهید قاضی خریداری از مالک رسمی عباس طاهری

۲۱- محمد علی معظی فرزند نجفعلی شماره ملی ۲۸۰۱۰۲۲۹۶۰ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۸۲/۰۲متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۵۲۸ واقع در قزوین خانه ای جنوبی کوی شهید مهرانعلی معظی خریداری از مالک رسمی محمد معظی

۲۲- عباسعلی امینی موسی نازجی فرزندعبدلل شماره ملی ۲۲۵۸۲۲۰۲۲۰ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۶۲/۸۷متر مربع پلاک ۲۰۵۲۵ واقع در قزوین بلوار معلم ابتدای ابوذر خریداری از مالک رسمی محمد مراد سرهنگی

۲۳- حمید نامور فرزند فریدون شماره ملی ۲۸۰۱۳۳۹۸۰۲ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۲۶۸/۰۸متر مربع پلاک ۶۵/۲۰۵۲۶ واقع در قزوین بلوار بدر کوی شهید باقری خریداری از مالک رسمی حاجی لاقنجلی

۲۴- فاضل کریمی اخوت فرزند محمد رضا شماره ملی ۲۸۰۱۷۵۹۸۳۰ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۷۶/۲۶متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۵۲۸ واقع در قزوین خ لیوژر کوی غرب صافلی خریداری از مالک رسمی قاسم حنفی

۲۵- حمید رضا ابن فرزند صاحبلی شماره ملی ۲۸۰۰۰۵۵۶۷۸ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۶۷/۸۱متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۵۲۹ واقع در قزوین خ ابوذر کوی شهید زورعلی رضایی خریداری از مالک رسمی سعید عرفانی

۲۶- علی اکبر مرادی فرزند هدایت الله شماره ملی ۲۸۰۰۴۳۳۰۹۱ شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۵۶/۶۵متر مربع پلاک ۶۲/۲۰۵۵۰ واقع در قزوین شهرک امام کوی لاوان خریداری از مالک رسمی اسین عسگری

۲۷- خداد عباسی فرزند حبیب الله شماره ملی ۲۸۰۰۰۷۰۵۰۲ شناسگ سه قطعه زمین مزروعی بمساحت‌های ۱۹ ۳۰۲۷۲/۱۹ و ۳۱۱۰۲/۱۹ و ۵ ۱۱۹۸/۱۱متر مربع پلاکهای شماره ۲۳۶ و ۲۳۷ و ۲۳۸ واقع درروستای اونگان خریداری از مالک رسمی حبیب الله عباسی

۲۸- حمدالله متشولو فرزند پاشا شماره ملی شناسگ یک باب ساختمان بمساحت ۸۱/۹۷متر مربع پلاک ۱۳۲۷۵۲ واقع در روستای دلبران خریداری از مالک رسمی پاشا منشلو

تاریخ انتشار: مرحله اول ۹۷/۲/۲۹ مرحله دوم ۹۷/۲/۲۹
م/الف ۲۲۹/۹۷

تسهیلات اشتغال روستایی به طرح‌ها و واحدهای متقاضی در ناحیه صنعتی کوثر پرداخت می شود

کرج- خبرنگار فرصت امروز- سرپرست شرکت شهرک‌های صنعتی استان البرز از پرداخت تسهیلات در قالب طرح اشتغال روستایی به واحدها و طرح‌ها در ناحیه صنعتی کوثر خبر داد. محمدامین بزاز پورفرشی با اشاره به حمایت دولت از اشتغالزایی با عنایت به پیگیری‌های انجام شده و بر اساس نقیض اختیار استاندار محترم البرز، کلیه طرح‌های متقاضی تسهیلات مستقر در ناحیه صنعتی کوثر، امکان بهره مندی از تسهیلات اشتغال روستایی دارند. وی با اشاره به اینکه هدف از اجرای این طرح، اشتغال فراگیر است. افزود: طرح اشتغال روستایی رویکرد مداخلات توسعه‌ای و ارائه اجرائی می کند و در این طرح پیش‌بینی شده تسهیلات در سه بخش نواحی صنعتی و شهرهای زیر ۱۰ هزار تسهیلات بارانه‌ای را دنبال می کند و در این مناطق روستایی و عشایری و عشایری مرزی تخصیص باید. فرشی خاطر نشان کرد: این تسهیلات باید به طرح‌های اختصاصی داده شود که اولویت آنها ایجاد اشتغال پایدار و فراهم کردن بازارهای صادراتی برای استان باشد و لازم این کار فراهم کردن زیرساخت های لازم و زمینه حضور افراد سرمایه‌گذار و کارآفرین است. به گفته سرپرست شرکت شهرک‌های صنعتی استان البرز طرح‌ها و واحدهای صنعتی که تمایل به استفاده از این نوع تسهیلات دارند می توانند با مراجعه به سامانه کارا به آدرس اینترنتی (karamds.gov.ir) مراجعه و نسبت به ثبت نام اقدام نمایند.

سرپرست جدید مخابرات منطقه آذربایجان غربی:

دیدار سرپرست جدید مخابرات منطقه آذربایجان غربی با همکاران برگزار شد

ارومیه- خبرنگار فرصت امروز- دیدار سرپرست جدید مخابرات منطقه آذربایجان غربی با همکاران در سالن اجتماعات مخابرات منطقه برگزار شد. در این مراسم مهندس نوری در سخنانی ابراز داشت: با همکاری و همدلی و تلاش و همت همکاران تمام توان خود را برای تحقق برنامه ها و اهداف مورد نظر شرکت به کار خواهیم بست. سرپرست مخابرات منطقه آذربایجان غربی نیروی انسانی را سرمایه اصلی شرکت عنوان نمود و افزودند: با نیروی انسانی متخصصی که در مجموعه مخابرات فعالیت می کنند می توان آینده خوبی را برای شرکت پیش بینی نمود و با تلاش و همکاری تمامی همکاران این امر امکان پذیر خواهد شد.

مدیرعامل شرکت آب منطقه ای گلستان:

آلایندگی، اولین هشدار کاهش آب رودخانه ها و منابع آبی است

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت آب منطقه ای گلستان گفت: کاهش آب رودخانه ها و منابع آبی زیرزمینی اولین هشدارش، آلایندگی آب است. مهندس علی نظری در برنامه صدا و سیما گلستان با عنوان آب سرچشمه حیات، اظهار کرد: سطح تراز آبهای زیرزمینی کم عمق امسال نسبت به سال گذشته نیم متر و در دراز مدت ۸۷ سدم متر افت کرده است. معنایش این است نسبت به سال گذشته ۱۲۸ میلیون متر مکعب و نسبت به درازمدت ۲۳۴ میلیون متر مکعب اضافه برداشت از سفره های کم عمق زیرزمینی استان صورت گرفته است. وی اظهار کرد: در آبهای عمیق نیز همین اتفاق رخ داده است. نسبت به سال گذشته سطح تراز آبهای عمیق استان ۱ و ۳ سدم متر و نسبت به درازمدت، ۴ متر افت داشته است. معنایش این است که نسبت به سال گذشته ۱۵ میلیون متر مکعب و نسبت به درازمدت ۴۰ میلیون متر مکعب اضافه برداشت از آبهای عمیق استان صورت گرفته است. مهندس نظری افزود: امروز بارندگی منجر به تغذیه سفره نمی شود و سال ها طول می کشد تا تغذیه سفره صورت بگیرد، بنابراین مدیریت مصرف به ویژه در فصل تابستان که فصل کشت است، ضروری است. مدیرعامل شرکت آب منطقه ای گلستان در ادامه با اشاره به وضعیت بارش های سال آبی جاری بیان کرد: امسال میزان بارش در گلستان ۴۱۰ میلی لیتر بود که نسبت به سال گذشته ۱۸ درصد افزایش و نسبت به دراز مدت بیش از ۲ درصد کاهش داشتیم. اما علیرغم افزایش بارش، در رودخانه های استان، وضعیت مناسب نداریم. علت هم این است که در سال آبی ذخیره برف به حد کافی نداشتیم. برداشت بی رویه از آبهای زیرزمینی نیز مزید بر علت است. وی تصریح کرد: در رودخانه های مهم استان نظیر گرگانرود، ترک و قره سو ۳۰ تا ۸۰ درصد کاهش آورد داریم. اگر همین وضع پیش برود رودخانه ها فصلی می شوند. افزایش سطح دریاها نیز مصرف را بالا می برد و از طرفی خشکسالی و تغییر اقلیم و افزایش دما را در استان داریم. خشکسالی در ۱۰ سال اخیر به جز سال های ۹۰ و ۹۳ در استان وجود داشته است. تغییر اقلیم هم در استان وجود دارد. تقاضای آب نیز هر روز به دلیل افزایش جمعیت و توسعه بخش های مختلف، افزایش داشته است.

تشریح راهکارهای بهینه سازی مصرف برق در سمینار مدیریت مصرف

اهواز - شبینم قجواند- با هدف کاهش مصرف برق، سمینار مدیریت مصرف بهینه انرژی با حضور مشاورین دستگاه های اجرایی شهر اهواز و بانوان شرکت برق منطقه ای خوزستان در این شرکت برگزار شد. مشاور مدیرعامل برق منطقه ای خوزستان در امور زنان و خانواده در این سمینار آموزشی گفت: کشور ما یک درصد جمعیت جهان را تشکیل می دهد اما ۲ درصد فرآورده های نفتی را مصرف می کند و در مقایسه با میانگین جهانی ۴ تا ۵ برابر بیشتر سوخت مصرف می کند. شهناز احمدی روزبهنایی بیان آنکه رشد مصرف انرژی در کشور ما طی ۱۰ سال گذشته ۳ برابر نرخ جهانی بوده است، افزود: رسیدن به رفاه و آسایش میسر نیست مگر آنکه شیوه های درست مصرف کردن را بیاموزیم و خانواده ها در آموزش فرهنگ صحیح مصرف به فرزندان خود تلاش کنند. وی ادامه داد: مطابق آمار یک سوم مصرف برق کشور مربوط به مصارف خانگی است و زنان نقش مهمی در کنترل و کاهش مصرف بی رویه انرژی دارند، بنابراین باید از خودمان شروع کرده و با اصلاح الگوی مصرف به استعمار استفاده از منابع و انرژی ها کمک کنیم. رئیس گروه مطالعات مدیریت مصرف و تلفات شرکت برق منطقه ای خوزستان به عنوان سخنران این سمینار، انرژی را به عنوان یکی از اصلی ترین عوامل برای شکل گیری و پیشرفت جوامع صنعتی معرفی کرد و گفت: امروزه میزان دسترسی کشورها به منابع گوناگون انرژی نشانگر پتانسیل های پیشرفت و قدرت سیاسی و اقتصادی آنها می باشد.

استان مرکزی جزو استان‌های با تقاضای بالا برای واگذاری زمین در شهرک‌های صنعتی است

اراک- مینورستمی- مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان مرکزی گفت: واگذاری‌های خوبی داشتیم و بین استان‌هایی هستیم که تقاضای بیشتری در واگذاری زمین داریم. مصطفی امره با اشاره به مشکلات شهرک‌های صنعتی اظهار داشت: به سبب این که در منطقه کم آب هستیم و به سبب پتانسیل پایین آب‌های زیرزمینی، مشکل آب را در فصل تابستان در بعضی از شهرک‌ها مثل ایبک‌آباد، مامونیه داریم، البته در خیلی از شهرک‌ها هم مشکل آب نداریم. وی افزود: در حوزه تامین آب شهرک‌های صنعتی اقداماتی خوبی هم از طریق انشعاب آب منطقه‌ای، آب و فاضلاب شهری، آب و فاضلاب روستایی، جایه‌جایی چاه‌ها و همین‌طور اجرای پروژه استحصال مجدد پساب‌های شهرک‌های صنعتی انجام شده است. مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان مرکزی تصریح کرد: دست‌انداختن مجدد پساب یکی از راه‌هایی است که می‌تواند بخشی از پساب صنعتی را به چرخه برگرداند تا در واحدهای صنعتی یا در آبیاری فضای سبز استفاده شود.

در ۱۵ روز اول تابستان؛ تحویل ۱۸۱ میلیون مترمکعب گاز به نیروگاه‌های گیلان

رشت- مهناز نویری- حسین اکبر مدیرعامل گاز گیلان با اشاره نقش مهم گاز در زمینه تامین انرژی استان اظهار داشت: این شرکت از ابتدای تابستان تا ۱۵ تیرماه، بیش از ۱۸۱ میلیون مترمکعب گاز به ۳ نیروگاه تولید برق استان تحویل داده است. مدیرعامل گاز گیلان اظهار داشت: این میزان تحویل گاز به بخش نیروگاهی نسبت به مدت مشابه سال قبل بیش از ۱۱ درصد افزایش داشته است. وی با اشاره به دستورالعمل استانداری گیلان در خصوص کاهش ساعات کاری ادارات دولتی بعلت گرمای هوا و لزوم صرفه جویی در مصرف برق بیان نمود: شرکت گاز استان گیلان نیز هم‌راستا با سایر نهاد های دولتی استان با اجرای این دستورالعمل، در جهت مدیریت مصرف برق تلاش نموده است. مدیرعامل گاز گیلان با بیان این موضوع اظهار داشت: شرکت گاز درجهت صرفه جویی در مصرف برق علاوه بر اجرای دستورالعمل استانداری اقدامات مؤثری از قبیل استفاده از پنجره های دوجداره برای کاهش هدررفت مصرف، سرویس وسایل برقی درجهت افزایش راندمان آنها، خاموش کردن لامپ های اضافه و دستگاه های برقی غیر ضروری و ... را به انجام رسانده است. مهندس اکبر در پایان با بیان اهمیت موضوع صرفه جویی بویژه از دیدگاه اسلام گفت: از دیدگاه پیامبر اکرم (ص) انمه اظهار (ع) صرفه جویی یک معروف است و انجام و امر به آن یک واجب الهی است فلذا این شرکت نیز با تبلیغ راهکارهای صرفه جویی در مصرف آب و برق، درجهت نهادینه کردن فرهنگ مصرف بهینه انرژی تلاش نموده است.

ساماندهی مسجد راه کربلا میدان قرآن در راستای خدمت رسانی مطلوب به زائران حسینی

ایلام- هدی منصوری- اسماعیل رضایی مدیرمشاغل شهری شهرداری ایلام با اعلام این خبر افزود: با توجه به دستور اکید دکتر صادقان شهردار ایلام مبنی بر ارائه خدمات مطلوب به زائران عتبات عالیات و لزوم ساماندهی این مسجد بعنوان یکی از مهمترین توقفگاههای زائران در شهر ایلام، احداث ۱۶ چشمه سرویس بهداشتی، موزاییک فرش محوطه، احیای فضای سبز و آبنمای این مسجد در دستور کار مدیریت مشاغل شهری و فرآوردده های کشاورزی شهرداری قرار گرفت و هم اکنون آماده بهره برداری است. مدیر ساماندهی مشاغل شهری شهرداری ایلام افزود: اعتبار این مهم از منابع داخلی شهرداری تامین شده است و مبلغ یکصد و پنجاه میلیون تومان بدین منظور هزینه گردیده است.

شایان ذکر است مسجد راه کربلا تحت نظارت مدیریت مشاغل شهری شهرداری ایلام می باشد.

کیفیت و جیره بندی دو خط قرمز شرکت آبفا استان اصفهان است



اصفهان - قاسم اسد- مدیر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان هر گونه خبری مبنی بر جیره بندی آب در استان اصفهان را نادرست دانست و گفت: شرکت آبفا استان اصفهان هیچگاه ، هیچگونه برنامه ای برای جیره بندی آب شرب نداشته و ندارد. بطوریکه در این راستا آبفا استان هر گونه خبری مبنی بر جیره بندی آب شرب را تکذیب می نماید. سید اکبر بنی طبا با بیان اینکه مردم هیچگونه نگرانی بابت جیره بندی آب شرب نداشته باشند اعلام کرد: شرکت آبفا استان اصفهان همانگونه که در سه ماهه ابتدای سال جاری با توجه به محدودیت منابع شدید آبی توانست آب شرب مردم را تامین کند مطمئنا در ماههای باقی مانده از فصل گرم سال هم مردم شاهد جیره بندی آب نخواهند بود. وی افزود: در حال حاضر با روند تامین منابع آب شرب که از سوی مسئولان امر صورت گرفته و نیز از سوی دیگر با همکاری خوب مردم در مصرف بهینه آب شرب، شرکت آبفا همچنان موفق به تامین آب شرب پایدار مردم در استان اصفهان است و از مردم می خواهیم خوش را معطوف به مدیریت توانمند عرضه و تقاضا داشته تا کمترین

استاندار خوزستان:

دولت اگر وعده‌ای می‌دهد در راستای تحقق آن وعده می‌ایستد

و... قدراتی کنیم. امیدوارم با همدلی و همراهی در ادامه این کار، یعنی تامین آب شرب مردم استان از سد دراز انجام دهیم که خط لوله آن خریداری و تامین شده و سایر قسمت ها شامل خط دوم اهواز، شوش و تصفیه خانه ها نیز به سرعت انجام خواهد شد تا این وعده دولت نیز به مردم استان عملی شود. وی عنوان کرد: با این کار مشکل تامین آب شرب آبادان، خرمشهر، شادگان، دارخوین و مینوشهر مرتفع می شود تا بتوانیم تا افاق ۱۴۲۵ دغدغه را به طور کامل رفع کنیم و بتوانیم رضایت مردم را از نظام و دولت ایجاد کنیم. استاندار خوزستان بیان کرد: در این پروژه مسئله ای که بارز بود، دولتی بین طرفداران دولت و مخالفان آن بود بر سر این موضوع که ۱۵ تیرماه آبرسانی انجام شود. من تاکید کردم که این کار انجام شود تا اینکه دو روز قبل از تاریخ اعلام شده کار به اتمام رسید و مردم می بینند دولت اگر وعده ای می دهد در راستای تحقق آن وعده می ایستد.



استاندار خوزستان گفت: خط دوم طرح غدیر نشانه کارآمدی و دولت است، برخی تلاش کردند طور دیگری نشان دهند اما ما سکوت کردیم تا التهاب ایجاد نشود. "غلامرضا شریعتی" در آیین بهره‌برداری آزمایشی از خط دوم آبرسانی غدیر که شامگاه ۱۳ تیرماه در منطقه ام الدیب برگزار شد، اظهار کرد: این پروژه علاوه بر نماد وحدت و همدلی، نماد توانایی است. وی افزود: تلاش بر این بود که چون آب شرب شهرهای آبادان و خرمشهر با مشکل مواجه است نشان از ناکارآمدی نظام و دولت تلقی شود، اما این کار از یک سال قبل شروع شده است. اسفند سال ۹۵ که رییس جمهور به اهواز آمد و مشکل آب را با ایشان مطرح کردم، خواستم هدیه سفرشان را حل مشکل آب خوزستان قرار دهند و ایشان هم قول دادند مشکل حل شود و فروردین ۹۶ مصوبه مهم برای حل مشکلات زیرساخت آب استان تصویب شد. استاندار خوزستان ادامه داد: این مصوبه شامل ریزگردها، فزاد دوم طرح ۵۵۰ هزار هکتاری و حقیقه تالاب ها بود.

۸ درصد مصرف برق قم مربوط به ادارات است

قم- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قم گفت: هشت درصد مصرف برق این استان معادل ۶۰ مگاوات مربوط به ادارات استان است که در شرایط گرمای هوا باید این مصرف مدیریت و کاهش یابد. مهدی آهنبین پنجه در سومین جلسه شورای اداری قم در سال جاری، افزود: از تمام دستگاههای اجرایی توقع داریم ساعت ۱۳:۳۰ که اتمام زمان کار اداری است، برای کمک به مدیریت مصرف، برق را از مدار خارج کنند تا برای مردم مشکلی پیش نیاید. وی اضافه کرد: با نصب کنتورهای هوشمند در ادارات، میزان مصرف برق آنها

استاندار هرمزگان در بازدید از پروژه آب شیرین کن بندرعباس:

در شرایط سخت آبی قرار داریم

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز- استاندار هرمزگان در بازدید از پروژه آب شیرین کن یکصد هزار مترمکعبی شهر بندرعباس با اشاره به استمرار خشک سالی در استان و کاهش قابل توجه حجم آب مفید سد استقلال، بهره برداری از فاز اول آب شیرین کن بندرعباس را در مدت زمان کوتاه تر ضروری دانست. دکتر همتی افزود: فاز اول این پروژه به ظرفیت ۲۰ هزار متر مکعب در شبانه روز تا پایان تیرماه به بهره برداری می رسد. وی گفت: در



نماینده ولی فقیه در استان در بازدید از پروژه های عمرانی شهرداری ساری تاکید کرد

ضرورت حمایت قاطع از شهردار جوان و پرتلاش در جهت توسعه شهر ساری

فاز دوم ملل اشاره کرد و ادامه داد: ایجاد اشتغال برای فرزندان این منطقه و نیز ایجاد فضایی توأم با آرامش، آسایش و رفاه اجتماعی برای شهروندان و گردشگران از مهمترین اهداف احداث فاز دوم بوستان ملل است.

حضرت آیت الله طبرسی: پروژه های شهرداری ساری باعث رشد قدر و منزلت مرکز استان شده است
امام جمعه مرکز استان در ادامه با مخاطب قرار دادن رسانه ها از آنان خواست تا با پررنگ نمودن این خدمات، گامی مهم در راستای اطلاع رسانی صحیح و امید آفرینی بردارند.

نماینده ولی فقیه در استان: شهردار جوان ساری نشان داده است که نمونه یک مدیر توانمند است
حضرت آیت الله طبرسی با قدرانی از خدمات آقای عبوری و خدمات ارزنده ایشان در شرایط ناسامعاند اقتصادی کشور اظهار داشت: یقیناً مدیری که تبحر داشته باشد، می تواند با شرایط نامطلوب اقتصادی هم کارهای بزرگ انجام دهد و شهردار جوان ساری نشان داده است که نمونه یک مدیر توانمند است.



بوستان ملل برگزار شد، ضمن قدرانی از حمایت های نماینده ولی فقیه در استان، به اقدامات شهرداری ساری اشاره نمود و اظهار داشت: در زمانی که کشور با مشکلات اقتصادی دست و پنجه نرم می کند و پروژه های بزرگ در استان دیده نمی شود، شهرداری ساری با حمایت بزرگان، اعضای شورای اسلامی شهر و همت کارکنان مجموعه شهرداری توانست پروژه های بزرگی را طراحی و اجرا نماید. وی به اهداف اصلی اجرای پروژه ملی

معاون حفاظت و بهره برداری شرکت آب منطقه ای گلستان:

مرحله اول آبیاری مزارع پنبه محدوده شبکه سد وشمگیر انجام شد

وجود دارودی بیان کرد: تصمیمات برای راهسازی آب سد‌ها و تامین آب‌رأزی حوزه سد‌های استان از جمله وشمگیر پشت میز گرفته نمی شود و قبل از آن کارهای میدانی گسترده انجام می شود. تصمیمات عملیاتی است و انتزاعی نیست. ما تقریباً از ابتدای سال آبی ۶ جلسه استانی و ۵ جلسه در وشمگیر داشتیم. منابع آب مشخص شده است و محاسبات انجام شده و نهایتاً در زمان مناسب آب از سال گذشته برای غلات و امسال هم در پنبه در نظر گرفته شده است. مهندس حسینی تصریح کرد: قریب ۱۲ میراب محلی و حدود ۱۸ نفر از شرکت بهره برداری از سد وشمگیر این مقدار آب را توزیع می کنند. اگر با همین آب موجود باشد یک مرحله دیگر اراضی پنبه سد وشمگیر قابل آب دهی هست. معاون حفاظت و بهره برداری شرکت آب منطقه ای استان افزود: در بهترین حالت سرسبز سد، نهایت توان وشمگیر ۳ هزار و ۵۰۰

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- معاون حفاظت و بهره برداری شرکت آب منطقه ای استان گفت: حجم آبی که هم اکنون در سد وشمگیر وجود دارد کمتر از ۲ و نیم میلیون متر مکعب است، که این حجم آب برای مرحله دوم آبیاری پنبه در محدوده شبکه سد وشمگیر در نظر گرفته ایم. به گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای گلستان، مهندس سید محسن حسینی در برنامه صدای گلستان با عنوان روزنه اظهار کرد: کمیته ای تحت عنوان کمیته هماهنگی توزیع آب سد‌های استان داریم. در جلسه مورخ ۹۷/۳/۱۷ این کمیته، مقرر شد بخشی از آب سد گلستان رها شود و به سدوشمگیر برسد. که بر همان اساسس بین هزار تا هزارو ۵۰۰ هکتار در وشمگیر پنبه کاری صورت گیرد. آخرین اتفاقی این است که هزارو ۳۸۵ هکتار از اراضی پنبه سدوشمگیر یک نوبت آبیاری شد و برای مرحله دوم هم آب

نکاتی برای کار آفرینانی که به دنبال شادی هستند

مترجم: نیما جوادی

شما به‌عنوان یک کارآفرین، احتمالاً چنین مکالمه‌ای با خود یا یکی از دوستان خود داشته‌اید: «چرا این کار را انجام می‌دهم؟ این شک و تردید مرا خواهد کشت.» ما همگی با این سوالات دست و پنجه نرم می‌کنیم. گرچه دلایل زیادی برای ظهور این افکار وجود دارد، ولی آنها یک دارایی بالارزش را تحت تاثیر خود قرار خواهند داد: شادی. منظور من از شادی، حسی نیست که پس از برنده شدن در یک قرعه کشی یا خوردن یک غذای عالی به وجود می‌آید. این سوال که: «آیا این کار باعث شادی شما می‌شود؟» به دنبال مفاهیم عمیق تری است. اکنون راه دیگری برای بررسی این سوال ارائه خواهیم کرد: «آیا این کار در من احساس رضایت به وجود می‌آورد؟» محققان شادی را به دو روش دسته‌بندی کرده‌اند: لذت‌گرایی و خوش روانی. لذت‌گرایی زودگذر است و معمولاً از طریق تجربیات و وقایع خارجی ایجاد می‌شود. خوش روانی به معنای شکوفایی انسان است. اعتقاد به معنای زندگی، سرزندگی، بینش و انگیزه‌های درونی با این حس در ارتباط هستند و در نتیجه می‌توان آن را به‌عنوان شادی حقیقی در نظر گرفت. آیا کار شما به زندگی شما معنا می‌دهد؟ در شما احساس زندگی به وجود می‌آورد؟ پاسخ این سوالات را باید پیدا کنید. من برای کمک به شما در این مسیر، نکات و تذکرات کارشناسان و مدیرعامل‌ها را در اختیار شما قرار خواهم داد. خواندن این نکات و آشنایی با پیشنهادات کارشناسان و مشاوران مختلف خالی از لطف نخواهد بود.

نظر کارشناسان در رابطه با شادی در زندگی

جهت تشویق شما به توجه بیشتر به شادی در زندگی، هم‌اکنون پیشنهادات و راهکارهای کارشناسان در رابطه با شادی در زندگی را با یکدیگر بررسی خواهیم کرد.

ماتریس شادی مایک س‌تیب (Mike Steib)، مدیرعامل

مایک س‌تیب، مغز متفکر ویس‌سایت‌های معروفی مانند نات (The Knot)، بامپ (The Bump) و نست (The Nest) است. استرس و اضطراب کار و احساس ناراحتی باعث خلق ماتریس شادی شد.

تمرین ماتریس شادی به شناسایی نواحی حیاتی موثر بر زندگی، یعنی خانواده، کار و جامعه، کمک خواهد کرد. شما سپس باید به این سه جمله با دقت فکر کنید:

– «مواردی که واقعا به آنها علاقه دارم یا احتمالاً علاقه خواهم داشت.»

– «مواردی که از آنها متنفر هستم.»

– «مواردی که حس شادی بدون آنها غیرممکن است.»

با توجه به این جملات، شما در جایگاهی قرار خواهید گرفت که باید با اتخاذ چند تصمیم، به زندگی خود معنا و شادی ببخشید. کتاب‌های س‌تیب دارای تمرینات بسیار خوبی برای تمام افراد هستند: کارآفرینان، مدیران، کارمندان، کارآموزان و فروشنندگان.

روابط معنادار

به‌عنوان یک کارآفرین، بی‌توجهی به روابط در درون و بیرون صنعت بسیار ساده است. ما باید همواره به دنبال روابط باشیم. نادیده گرفتن زمان معاشرت با دیگران باعث تضعیف روحیه و رضایت از زندگی خواهد شد.

تشریح ارزش‌های شخصی

شادی یعنی یک زندگی که با اعتقادات شما مطابقت دارد. من دریافتم که اکثر رهبران از ارزش‌های خود به خوبی آگاه هستند و اکثر این ارزش‌های بسیار عادی و رایج محسوب می‌شوند. برای مثال، دوستان، خانواده و سلامتی، همگی بسیار عادی هستند و این هیچ ایرادی ندارد. البته، زمانی که رهبران زمانی را به تفکر در مورد تجربیات خود اختصاص می‌دهند، ارزش‌های شخصی بیشتری پدیدار خواهد شد و پرداختن به آنها احساس شادی و رضایت را افزایش خواهد داد.

مدرسه مدیریت

سرمایه کسب‌وکارهای نوپا حکم مهمات را دارد، نه اکسیژن

مترجم: حسین علی‌پور

ما معمولاً داستان‌هایی را راجع به کسب‌وکارهای نوپایی که در بازه کوتاهی مقدار زیادی خرج کردند و بسیاری اوقات سرمایه خود را به طور نااعلانه‌ای صرف مهمانی و صندلی‌های دفتری برای همه افراد کردند، می‌شنویم. چیزی که به قدر کافی از آن به گوش به ما نمی‌رسد، کسب‌وکارهای نوپایی است که بیش از حد صرفه‌جو بودند و به جای سرمایه‌گذاری در مأموریت‌های کلیدی، سرمایه خود را دودستی چسبیدند. خبر خوب اینکه این کسب‌وکارهای نوپا برای مدت بیشتری زنده ماندند. خبر بد این است که برای کسی اهمیتی نداشت آنها کسب‌وکار خود را با استفاده از سرمایه اولیه به اندازه کافی به جلو نراندند و بنابراین قادر نبودند نیازهای مالی برای ادامه کار را برطرف کنند. شیوه صحیح استفاده از سرمایه کسب‌وکار نوپا فقط مسئله مرگ و زندگی نیست، بلکه مسئله بقا یا رشد هم هست. کسب‌وکارهای نوپا، به درستی، تمرکز خود را بر پایین نگاه داشتن هدر رفت می‌گذارند، زیرا سرمایه باید تا بیشترین زمان ممکن باقی بماند. هرچه زمان بیشتری برای رسیدن به مراحل کلیدی در رویه کسب‌وکار داشته باشید، شانس بیشتری برای رسیدن به آنها خواهید داشت. به همین دلیل است که سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر معمولاً خواهان داشتن ۱۸ تا ۲۴ ماه زمان برای اوج‌گیری هستند. همه ما واقفیم که اکثر چیزها بیش از آنچه ما فکر می‌کنیم، زمان نیاز دارند تا به اثبات برسند. این را ملاحظه برنامه‌ریزی می‌گویند. راه حل این است که در حوضه‌هایی که بر سر اصلی قرار دارند به طور تهاجمی سرمایه‌گذاری کنید، در حالی که با همه چیزهای دیگر با صرفه‌جویی برخورد می‌کنید. شما باید در حوضه‌هایی که برای مرحله و طرح شما حیاتی است، به خرج کردن بپردازید. اگر این کار را نکنید، شرکت شما شانسی برای رشد نخواهد داشت. – اگر می‌خواهید ثابت کنید افرادی که محصول شما را استفاده می‌کنند، از آن به طور مستمر استفاده کرده و نمی‌توانند بدون آن به معاش خود ادامه دهند، باید معیارهای قدرتمندی از درگیری با محصول‌تان را نمایش دهید. استفاده یکی مدیر محصول کار کشته که می‌داند چگونه مصرف‌کنندگان را نگاه دارد باید بلافاصله انجام شود. – اگر شما محصول خود را آماده برای بازار می‌دانید و حال می‌خواهید ثابت کنید که می‌توانید به طور موثر فروش خود را بالا ببرید، یک فروشنده با تجربه با یک مدیر فروش استخدام کنید. ممکن است لازم باشد با این واقعیت کنار بیایید که اگر آنها تازگت‌های تهاجمی رشد را بزنند، خودشان بیش از شما جبران مالی دریافت خواهند کرد. نگران نباشید، چنین سرمایه‌گذاری بازده بالایی برای شما و حقوق صاحبان سهام خواهد داشت. – اگر لازم است که ثابت کنید که می‌توانید به طور موثر به جذب مشتری بپردازید، هزینه کردن برای استخدام یک بازاریاب رشد که می‌داند چگونه از کانال‌های متفاوت بهره برد و پیغام‌سازی کند، ارزشش را دارد. قرار دادن بودجه‌ای هنگفت جهت بازاریابی در دست یک بازاریابی بی تجربه یکی از اشتباهات پرهزینه‌ای است که می‌توانید مرتکب شوید. من شکرتهایی را دیده‌ام که با وجود سوخت قابل توجهی از سرمایه، از هزینه کردن در حوضه‌هایی که برای موفقیت آنها حیاتی است، سر باز می‌زنند. اگر شما در حال سوخت ۳۰۰،۰۰۰ دلار در ماه هستید، هزینه نکردن روی آزمایشات مرحله‌ای و عدم تلاش کافی برای دستیابی به موفقیت غیرمنطقی است. داشتن نرخ سوختی واقعی به این معنی است که شما نمی‌توانید متوقف شوید؛ به دنبال راهی باشید که در حال حاضر پاسخگوست. به سرمایه‌هایی که جذب کرده‌اید به دید مهمات نگاه کنید، نه فقط اکسیژن و وقت را بیهوده تلف نکنید، زیرا زمان معمولاً با شما سر سازش نخواهد داشت.

منبع: forbes

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی-اقتصادی

| سه‌شنبه | ۱۹ تیر ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۰۷ | صفحه ۱۶ |

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

آدرس: میرزای شیرازی- نیش کوجه چهارم – پلاک ۶۸- واحد ۴

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

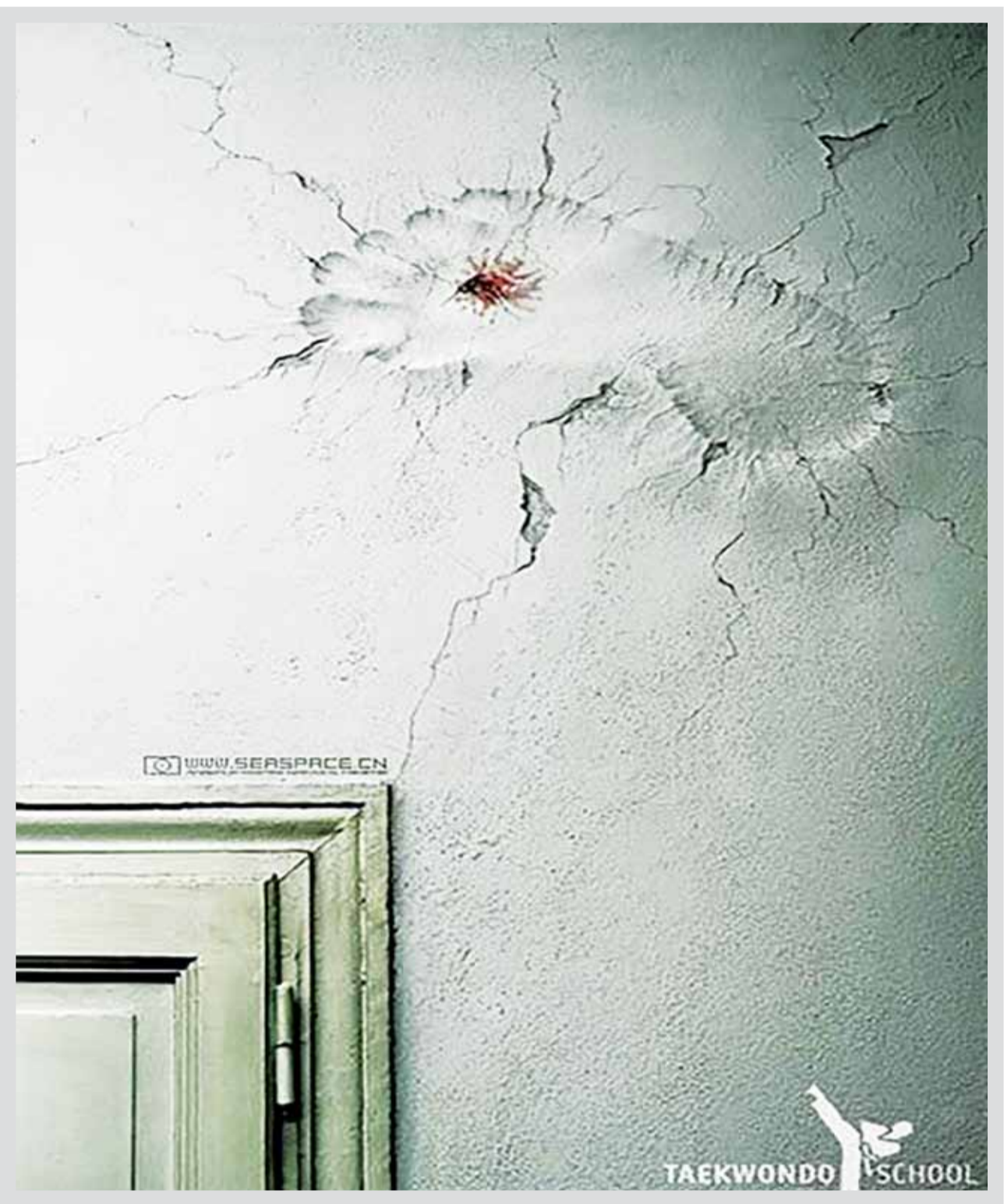
آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

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

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۷ ملاک برای رد کردن یک پیشنهاد شغلی

به نقل از پاتل، «آیا کارکنان دیر سر کار حاضر می‌شوند و طوری راه می‌روند که انگار یک نفر دارد به زور هول‌شان می‌دهد؟ یا اینکه سروکله‌شان زودتر از موعد در حال

خوش و بش با همکاران‌شان پیدا می‌شود؟»

از آن طرف حواستان به پایان روز کاری هم باشد. ببینید آیا رأس ساعت ۵ عصر همه به یکباره همچون برده‌ای که آزاد شده باشد به سمت در خروجی هجوم می‌برند یا خیر؟ آیا از تمام شدن ساعت کاری خوشحالی در چهره‌شان موج می‌زند؟ اینها نشانه‌های یک فرهنگ بد است.

۲- ارزش‌های بنیادین‌شان را جویا شوید

شرکت‌ها معمولاً فهرستی از ارزش‌های بنیادین خود دارند، مثلاً «اول کیفیت» یا «کار تیمی»، یا «همکاری». پاتل می‌گوید: «فهرست کردن ارزش‌ها یک چیز است، عمل به آنها چیز دیگری. باید ببینید به ارزش‌های خود پایبند هستند یا خیر؟»

ضمن مصاحبه بخواهید ارزش‌های‌شان را عنوان کنند، سپس بخواهید نمونه‌هایی از تحقق این ارزش‌ها به‌صورت عملی و مداوم به شما نشان دهند. اگر بدون مقدمه و معطلی داستانی برای تعریف کردن داشتند، معلوم است که به ارزش‌های خود عمل می‌کنند.

۳- با گروه‌های هم‌ردیف خود صحبت کنید

گیمبل می‌گوید: «شرکتی که فرهنگ بالایی دارد معمولاً کارمندی را که قبلاً پست پیشنهادی به شما را برعهده داشته با شما رو در رو قرار می‌دهد. اگر یک نفر هم ندارند که در این سمّت رشد کرده و هنوز هم در همان شرکت در منصب یا حوزه‌ای دیگر مشغول به کار است، یک جای کارشان می‌لنگد.»

پاتل در ادامه می‌گوید: «می‌توانید قبل از مصاحبه با کارکنان هم ردیف خود نیز در لینکدین گپی بزنید. بگویید که قصد دارید برای نپست خاصی در شرکت آنها اقدام کنید. نظر آنها را در خصوص شغل‌شان و خوبی‌های آن جویا شوید. باورتان نمی‌شود چه اطلاعاتی با شما در میان می‌گذارند.»

۴- ببینید آیا تیم اجرایی در محل حاضر هست

به گفته گیمبل، اگرچه شاید با مدیرعامل یا اعضای رده بالا (C-suite) ملاقات نداشته باشید، اما همین که بدانید آنان هر روز در امور کسب‌وکار دخیل هستند، می‌توانید به مجال رشد و ترفیع امیدوار باشید. وقتی یکی از اعضای رده بالا حاضر باشد و به امور رسیدگی کند، می‌توان انتظار