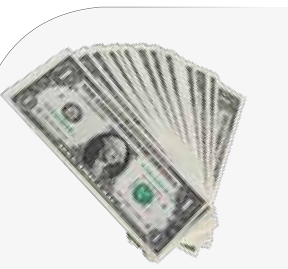
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
فرصت امروز
برای کسب‌وکارآفرینی
یکشنبه ۳۱ تیر ۱۳۹۷
Sun. 22 Jul 2018
۸ ذی‌القعده ۱۴۳۹ - سال پنجم
شماره ۱۱۱۷-۱۶صفحه - ۲۰۰۰۰ریال
www.forsatnet.ir

شعب بانک‌ها در بلاتکلیفی

ارز مسافرتی مسافران را مضطرب کرد



وضعیت نامشخص ارز مسافرتی هیجان خاصی را بین مسافرانی که این روزها بلیت سفر دارند، ایجاد کرده است. شعب بانک‌ها میزبان مسافرانی است...
۴

تحریم‌های آمریکا چگونه اقتصاد ایران را نشانه رفت؟

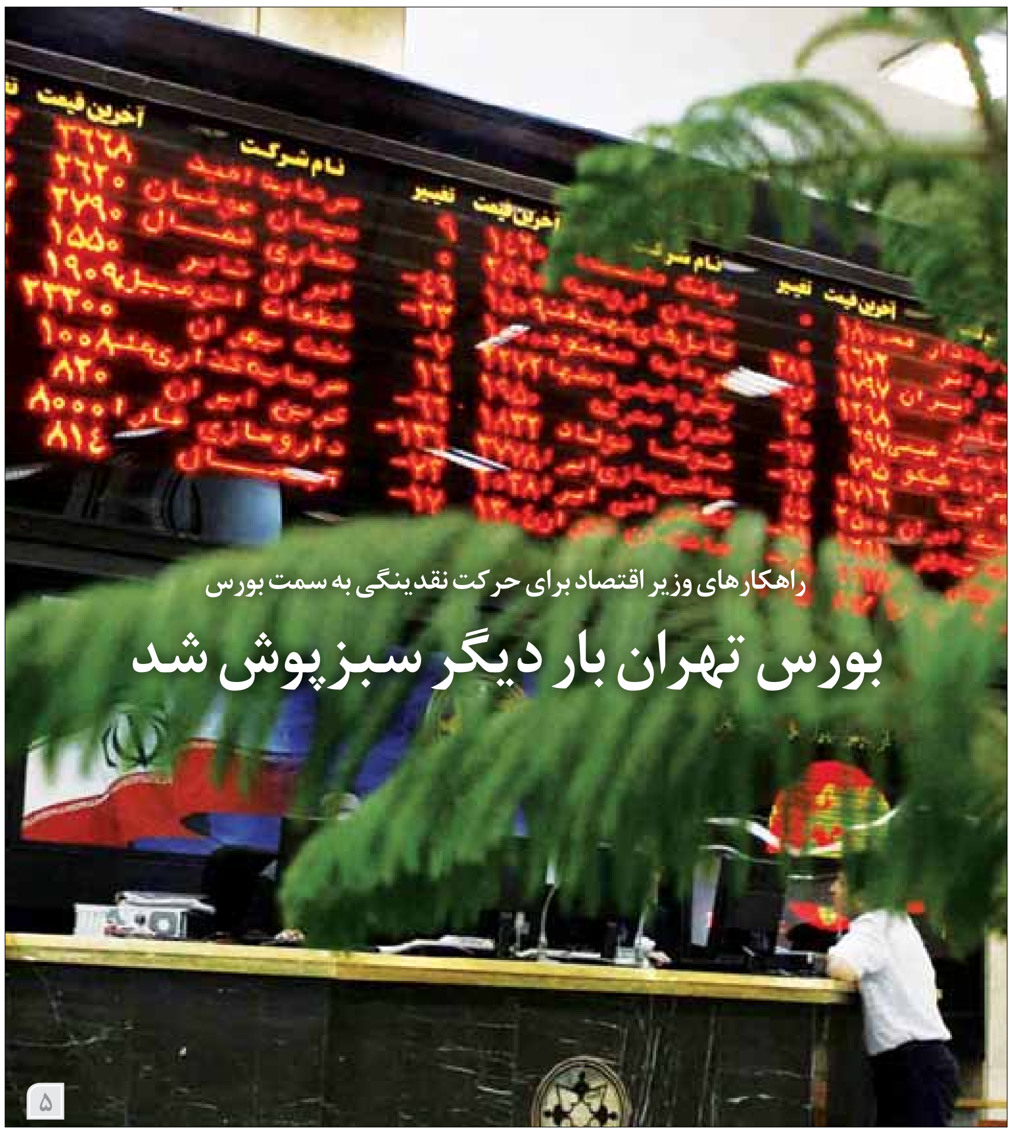
اقتصاد سیاسی تحریم

فرصت امروز: چندی پیش کتاب «هنر تحریم‌ها، نگاهی از درون میدان» اثر «ریچارد نفیو» در آمریکا منتشر شد و طولی نکشید که مرکز پژوهش‌های مجلس آن را به فاصله دو ماه پس از انتشار در خردادماه امسال ترجمه و منتشر کرد؛ اگرچه عدم رعایت حقوق کپی رایت اثر با اعتراض نویسنده روبه‌رو شد و حاشیه‌هایی برانگیخت، اما در عین حال موجب توجه بیشتر به این کتاب در ایران شد. نفیو در توئیتی درباره ترجمه کتابش نوشته بود: «مجلس ایران بدون مجوز کتابی چاپ کرده و از آنجا که او فارسی نمی‌داند، نمی‌تواند تأیید کند دیدگاه‌هایش...
۲

مهم‌ترین محرک کوتاه‌مدت رونق بازار سرمایه

فرصت بازگشت ثبات و آرامش به بازار ارز
۳

پشت پرده تحریم نفت ایران
۲



راهکارهای وزیر اقتصاد برای حرکت نقدینگی به سمت بورس

بورس تهران بار دیگر سبزپوش شد
۵

یادداشت

یک نگرانی قدیمی به نام عدم شفافیت پروژه‌ها

علیرضا سرحدی

تحلیلگر بازار مسکن

مسئله عدم شفافیت پروژه‌های عمرانی دولت به‌ویژه در حوزه مسکن یک دغدغه قدیمی است. از بیش از ۱۰ سال پیش سندیکای شرکت‌های ساختمانی اعلام کرد که بیشتر پروژه‌های بزرگ عمرانی از طریق ترک مناقصه و به طور غیرقانونی به مجموعه‌ای از نهادها واگذار شده است که بخش خصوصی هیچ وقت عرصه رقابت با آنها را نداشته است. در مورد مسکن بسیاری از پروژه‌ها از جمله مسکن مهر با این رویکرد به مرحله اجرا رسیده و پیمانکاران بخش خصوصی کمتر فرصتی برای سرمایه گذاری و پیشبرد پروژه‌ها پیدا کرده‌اند.

گزارش‌دهی پروژه‌های عمرانی و بزرگ باید به طور شفاف انجام شود و مناقصات به طور علنی برگزار شود. اطلاع‌رسانی در مورد اینکه چه شخصیت حقوقی مناقصه را برنده شده ضروری است چراکه بسیاری از مناقصات مربوط به پروژه‌های...
۳

مدیریت و کسب‌وکار

- چرا رهبران امروزی باید قدرت روایت‌ها را درک کنند
- اثرات هدف‌گذاری و مدیریت بر مبنای اهداف سازمانی
- انواع ارائه یا معارفه برای فروش
- موانع بازاریابی و فروش تلفنی
- شرکت‌های بزرگ چه شعارهایی برای برندشان دارند؟

همکاری فیس‌بوک، گوگل توییتر و مایکروسافت در راستای حل مشکل انتقال اطلاعات

۸ تا ۱۶

رهبر انقلاب در دیدار سفیران، کارداران و مسئولان وزارت امور خارجه:

تصور حل مشکلات از راه مذاکره یا رابطه با آمریکا خطایی واضح است

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر معظم انقلاب اسلامی صبح شنبه در دیدار سفیران، کارداران و مسئولان وزارت امور خارجه، تأمین و حفظ منافع ملی به معنای حقیقی را هدف اصلی سیاست خارجی خواندند و با بیان بایدها و نبایدهای دیپلماسی در نظام اسلامی افزودند: می‌توان با روحیه صحیح انقلابی و دیپلماسی هوشمندانه و هدفمند، روابط خارجی را گسترش داد و عناصر قدرت نظام را به پشتوانه‌ای برای دستاوردهای سیاسی و دیپلماسی تبدیل کرد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، رهبر انقلاب در ابتدای سخنان خود با اشاره به شرایط کنونی و جبهه گسترده‌ای که ضد اسلام و جمهوری اسلامی ایران شکل گرفته، تلاش دیپلماسی را دربر دارنده اجر الهی و افتخاری تاریخی و ملی در دفاع از حقانیت ملت ایران دانستند و گفتند: در چالش‌ها، انسان غیرتمند و صبور و خردمند، بر تلاش‌ها و حجم و کیفیت کار می‌افزاید، بنابراین باید روحیه تازه‌سازی فعالیت‌ها در دستگاه دیپلماسی گسترش یابد. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای افزودند: حفظ سلامت دینی و طهارت روحی و معنوی خود و خانواده و پایبندی رفتاری و گفتاری به مسائل شرعی از مهم‌ترین وظایف مسئولان و کارکنان وزارت امور خارجه به‌ویژه سفرا و اعضای نمایندگی‌های ایران در خارج است. ایشان با تأکید بر اینکه دستگاه دیپلماسی بخش اصلی سیاست خارجی کشور و نمای بیرونی نظام جمهوری اسلامی است، خاطرنشان کردند: وزارت امور خارجه و به‌ویژه سفرا باید عمیقاً به ارزش‌های اسلام و انقلاب پایبند باشند و رفتار و گفتار آنان، منعکس‌کننده این ارزش‌ها باشد.

رهبر انقلاب اسلامی در ادامه تبیین بایدها و نبایدهای دیپلماسی نظام اسلامی، شرط لازم برای نمایندگان دیپلماسی را برخورداری از روحیه قوی و مستحکم، امید به آینده و بهره‌مندی از احساس حقانیت برشمردند و با اشاره به موضوع مهم منافع ملی گفتند: هدف اصلی و واقعی دیپلماسی، حفظ منافع ملی است و تعامل یا تقابل، تنها روش‌هایی برای تأمین منافع ملی هستند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، منافع ملی را برگرفته از سیاست‌های اصلی و ارزش‌های نظام دانستند و تأکید کردند: دستگاه دیپلماسی باید منافع ملی را حفظ و تأمین کند. ایشان، سخنان رئیس‌جمهور را در سفر اخیر به اروپا مبنی بر اینکه «اگر نفت ایران صادر نشود، نفت هیچ کشوری در منطقه صادر نخواهد شد» سخنانی مهم و حاکی از سیاست و رویکرد نظام برشمردند و افزودند: وظیفه وزارت امور خارجه پیگیری جدی این‌گونه مواضع رئیس‌جمهور است. رهبر انقلاب اسلامی در ادامه به موضوع «دیپلماسی ایدئولوژیک» اشاره و خاطرنشان کردند: برخی به غلط، سخن از لزوم جدایی دیپلماسی از ایدئولوژی به میان می‌آوردند، درحالی‌که دیپلماسی ایدئولوژیک هیچ اشکالی ندارد و القای تقابل میان ایدئولوژی و منافع ملی، صحیح و منطقی نیست.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با تأکید بر اینکه هدف از تشکیل جمهوری اسلامی حفظ منافع ملی، استقلال، آزادی، عدالت اجتماعی، قدرت و امنیت ملی است، افزودند: ایدئولوژی به دنبال تأمین و حفظ منافع ملی است و هویت یک ملت محسوب می‌شود.

رهبر انقلاب اسلامی با اشاره به وجود ایدئولوژی در رفتار و سیاست‌های دولت‌های غربی، گفتند: آمریکایی‌ها در سخنان خود بارها از عبارت «ارزش‌های آمریکایی» استفاده می‌کنند که همان ایدئولوژی آنها و برگرفته از اعلامیه استقلال آمریکاست و در کشورهای اروپایی نیز تفکرات ایدئولوژیک بر رفتار و فعالیت‌های سیاسی آنها حاکم است. ایشان ارتباط خردمندانه، هوشمندانه، هدفمند و منطقی با جهان را برخاسته از نگاه اسلامی نظام و کاملاً منطبق با دیپلماسی ایدئولوژیک خواندند. رهبر انقلاب اسلامی تحقق و بروز روحیه انقلابی را در تعاملات و رویکردهای دیپلماتیک ضروری دانستند و افزودند: دیپلمات ایرانی باید به انقلاب افتخار کند و در تعاملات کاری او، «عزت، احساس اقتدار و اعتماد به نفس» به روشنی مشاهده شود که البته این رفتار و منش انقلابی با بیان حرف‌های نامعقول و ایجاد هیاهو کاملاً متفاوت است. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در تبیین ضرورت برخورداری سفیران و دیپلمات‌های ایرانی از احساس حقانیت، به موضوع جنگ روانی بی‌وقفه دشمنان اشاره کردند و افزودند: باید با احساس حقانیت و با آگاهی و تسلط در مباحث چالشی، پاسخ‌های قاطع و منطقی به اتهامات بیگانگان داد. ایشان، متهم کردن دائم ایران به یک مسئله منفی را دستور کار اصلی جنگ روانی مستمر دشمنان خواندند و افزودند: برای تحقق این هدف، «ایران‌هراسی، ایران‌ستیزی، ایران‌گریزی، اتهام نقض دموکراسی، نبود آزادی و نقض حقوق بشر» مدام در تبلیغات بیگانگان تکرار می‌شود.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با اشاره به جنایات اروپایی‌ها و غربی‌ها در مستعمرات گذشته، محدود بودن دموکراسی در غرب به مقررات و یا نظر مراکز خاص، وجود دیکتاتوری حزبی در آمریکا و برخی کشورهای اروپایی و نیز جنایات فعلی غربی‌ها از جمله همدستی با سعودی‌ها در کشتار مردم یمن افزودند: غربی‌ها مظهر نقض حقوق بشر هستند اما با وقاحت تمام، ایران را متهم می‌کنند به‌گونه‌ای که گاه انسان از شدت وقاحت آنها حیرت می‌کند. رهبر انقلاب اسلامی تصور حل مشکلات کشور با مذاکره یا رابطه با آمریکا را خطایی واضح خواندند و افزودند: آمریکا با اصل نظام اسلامی مشکل اساسی و مبنایی دارد، ضمن اینکه کشورهای فراوانی در آفریقا، آسیا و آمریکای لاتین هستند که با آمریکا رابطه دارند اما همچنان با مشکلات فراوان دست به گریبانند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در تبیین دشمنی عمیق آمریکا با جمهوری اسلامی خاطرنشان کردند: آمریکایی‌ها به دنبال بازگشت به موقعیت و جایگاه خود در ایران قبل از انقلاب هستند و به کمتر از این هم راضی نخواهند شد. ایشان مخالفت آمریکا با «توان هسته‌ای و قدرت غنی‌سازی بالا و نیز حضور ایران در منطقه» را ناشی از خصومت عمیق آنها با عناصر اقتدار نظام اسلامی برشمردند و افزودند: حضور منطقه‌ای جزو عناصر قدرت و امنیت ایران است و عقبه راهبردی کشور محسوب می‌شود، به همین علت دشمنان با آن مخالفند. رهبر انقلاب با اشاره به بیان مکرر غیرقابل اعتماد بودن آمریکا از زبان مسئولان کشور افزودند: بنده از قدیم این نکته را خاطرنشان می‌کردم که روی حرف و حتی امضای آمریکایی‌ها نمی‌توان حساب کرد، بنابراین مذاکره با آمریکا هیچ فایده‌ای ندارد.

ایشان فعال کردن ظرفیت‌های استفاده‌نشده یا کم استفاده شده در کشور را مهم دانستند و افزودند: مذاکرات با اروپایی‌ها قطع نشود اما نباید معطل بسته اروپایی ماند بلکه باید کارهای فراوان لازم در داخل کشور را دنبال کرد. رهبر انقلاب اسلامی، گسترش ارتباطات چند جانبه و به‌ویژه دو جانبه و توجه خاص به تشکل‌های منطقه‌ای را ضروری خواندند و افزودند: سفرا و نمایندگان ایران در خارج باید به ظرفیت‌ها و توانایی‌های ملت و کشور کاملاً واقف باشند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با اشاره به اذعان اخیر مقامات آمریکایی درباره استعداد ملت ایران افزودند: از چندین سال قبل تأکید می‌کردم که استعداد ایرانی از متوسط استعداد دنیا بالاتر است، این واقعیت یک ظرفیت مهم داخلی است، همچنانکه ایمان، شجاعت، ایثار و افتخار ملت به ارزش‌ها از دیگر عناصر توانایی‌های ایران است.

تحریم‌های آمریکا چگونه اقتصاد ایران را نشانه رفت؟

اقتصاد سیاسی تحریم

فرصت امروز: چندی پیش کتاب «هنر تحریم‌ها، نگاهی از درون میدان» اثر «ریچارد نفیو» در آمریکا منتشر شد و طولی نکشید که مرکز پژوهش‌های مجلس آن را به فاصله دو ماه پس از انتشار در خردادماه امسال ترجمه و منتشر کرد؛ اگرچه عدم رعایت حقوق کپی رایت اثر با اعتراض نویسنده روبه‌رو شد و حاشیه‌هایی برانگیخت، اما در عین حال موجب توجه بیشتر به این کتاب در ایران شد. نفیو در توئیتی درباره ترجمه کتابش نوشته بود: «مجلس ایران بدون مجوز کتابی چاپ کرده و از آنجا که او فارسی نمی‌داند، نمی‌تواند تأیید کند دیدگاه‌هایش به درستی منتقل شده است.»

ریچارد نفیو، مسئول گروه طراحی تحریم‌ها علیه ایران در دوره دوم اوباماست. او همچنین در تیم مذاکره‌کنندگان هسته‌ای با ایران، فرد شماره یک در زمینه تحریم‌ها بود و پیش از آن نیز به مدت ۱۰ سال مسئولیت امور ایران در شورای امنیت ملی و همچنین هماهنگی سیاست تحریم در وزارت خارجه آمریکا را به عهده داشت.

اگرچه نفیو این کتاب را پیش از اردیبهشت‌ماه و اعلام خروج آمریکا از برجام به رشته تحریر درآورد، اما حالا که با تصمیم ترامپ بار دیگر تحریم‌ها علیه ایران بازمی‌گردد، توجه به این اثر می‌تواند چراغ راهی در چگونگی برقراری نظام تحریم‌ها باشد. چنانچه بسیاری از اقتصاددانان ازجمله حسین راغفر مطالعه این کتاب را به مسئولان و دولتمردان توصیه کرده‌اند.

نفیو در کتابش به معرفی نگرش خود به تحریم‌ها از منظر دوگانه «درد و استقامت» می‌پردازد. از نظر او، شکستن استقامت کشور تحت تحریم مهم‌ترین هدف اعمال تحریم است. نفیو توضیح می‌دهد که درد تحریم‌ها را چه زمانی، چگونه و بر کجا می‌توان وارد کرد و در عین حال، استقامت طرف مورد تحریم را چگونه و بر اساس چه شاخص‌هایی می‌توان سنجید و تحریم‌ها را چگونه متناسب با این شاخص‌ها، تنظیم و بازتنظیم کرد که بیشترین تأثیر را برجای بگذارد، چنانچه درنهایت دیپلماسی وارد شده و نفع حداکثری را برای تحریم‌گذار به ارمغان بیاورد.

نویسنده در جای‌جای کتاب نشان می‌دهد که تحریم‌گذاری به عنوان ابزار استراتژیک در دستگاه سیاست خارجی ایالات متحده، نه امری صرفاً فنی، بلکه بیشتر هنر تصمیم‌گیری و به کار گرفتن خلاقانه ابزارهای مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در این مورد است. به عنوان مثال، نفیو نشان می‌دهد که چگونه در عین تحریم اقلام مختلف، واردات کالاهای لوکس از تحریم ایران استثنا شده تا به احساس اجتماعی تحریم‌شدگی ایرانیان بیشتر دامن بزنند، یا مثلاً چگونه افزایش قیمت مرغ در ایران، موضوعی که هدف تحریم نبوده، به افزایش فشار تحریم‌ها کمک کرده است یا مثلاً چطور واردات برخی اقلام را منع نشده تا ذخیره ارزی ایران با سرعت بیشتر و زودتر تحلیل برود و... . به عبارت بهتر، برای اینکه تحریم‌ها عمل کند و به نتیجه برسد، تحریم‌کننده می‌بایست دشمن را از خود او بهتر بشناسد.

طبق آنچه در این کتاب آمده، آمریکا در راستای تحریم بیشتر ایران، روابط دیپلماتیک خود با بانک‌ها و شرکت‌ها در سراسر دنیا را افزایش داد. حتی بدون داشتن چارچوب‌های قانونی آمریکا تلاش می‌کرد به جامعه تجاری و اقتصادی در دنیا خطرات انجام معامله با ایران را گوشزد کند و به این ترتیب توان ایران برای انجام چنین فعالیت‌هایی را از پایه بخشکاند و شاید مهم‌تر از همه آنها اینکه دولت آمریکا توانست راهبردی را برای ترکیب فرآیندهای مختلف به لحاظ ملی، دیپلماتیک و چندجانبه ایجاد کند که بتواند ایران را به تغییر رفتارش متقاعد کند.

انواع تحریم

از انواع تحریم، می‌توان به تحریم‌های سیاسی و دیپلماتیک، تحریم نظامی، تحریم حوزه فناوری و تحریم اقتصادی اشاره کرد که رایج‌ترین نوع تحریم، تحریم اقتصادی است. این بخش از تحریم‌ها پراستفاده‌ترین نوع از تحریم‌ها است که اثر و ضربه مهلک را در کشور هدف ایجاد می‌کند. هدف این تحریم‌ها وارد آوردن آسیب به توانایی کشور در دسترسی و استفاده از منابع اقتصادی است به‌طوری‌که بتواند رفتار مورد انتقاد آن کشور را به صورت مستقیم تحت تأثیر قرار دهد و او را از فرصت‌ها و ابزارهای اقدام اقتصادی محروم کند و خسارت‌هایی را بر کشور هدف وارد آورد.

با در نظر گرفتن اهمیت این دسته از تحریم‌ها می‌توان گفت دو مسیر کلی و خاص برای اعمال آنها وجود دارد: یکی تصمیمات مرتبط با فعالیت‌های تجاری و معاملات و دیگری فعالیت‌های مالی. تحریم‌های مالی به نوعی شیوه جدیدی از اعمال تحریم‌ها هستند که از مزیت هرچه جهانی‌تر شدن بازارهای ارز استفاده کرده و جریان‌های مالی و فرآیندهای بیمه‌ای را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند. تحریم‌های مالی کمتر بر کالاها و اجناس تجاری تمرکز داشته و بیشتر بر نحوه انجام تجارت تمرکز دارند.

اعمال تحریم‌های یاد شده با توجه به شرایطی منجر به درد در کشور هدف می‌گردد:

* ماهیت نهادهای سیاسی در کشور هدف: آیا گروه‌های سیاسی در آن کشور در امور جاری مملکت حرفی و اثری دارند یا اینکه یک گروه حاکم همه تصمیم‌ها را اتخاذ می‌کند.

* سازوکار کلان اقتصادی و سیستم مالی و آسیب‌پذیری‌های آن: کشور مورد تحریم یک اقتصاد پیشرفته است یا خیر؟ در درون نظام بین‌المللی قرار دارد یا یک اقتصاد درحال ظهور است؟ اقتصاد مربوطه باز است یا بسته، خصوصی است یا دولتی؟

* ماهیت روابط تجاری کشور مورد نظر: اگر یک کشور صرفاً به یک یا دو کشور دیگر برای تجارت خود وابسته است، آن گاه نظام تحریم‌ها باید تلاش خود را برای اعمال فشار بر مجموعه کوچک‌تری از اقتصاد جهان قرار دهد. اینجا نیز ماهیت بخش اقتصادی مذکور و شرکت‌هایی که در آن فعال هستند از اهمیت بالایی برخوردار است. اما اگر فعالیت‌های بین‌المللی کشور هدف عموماً از طریق بخش‌خصوصی انجام می‌شود، روش اعمال فشار می‌باید تغییر کند و از اعمال فشار از طریق ابزارهای غیررسمی و خصوصی استفاده شود و شرکت‌های خارجی متقاعد شوند که از انجام کار با آن بخش مربوطه بپرهیزند، که این مسئله در مورد تحریم‌های ایران از ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۰ وجود داشت.

* ارزش‌های فرهنگی: این سؤال مطرح می‌شود که آیا جمعیت ساکن در کشور هدف انگیزه‌های مادی بالایی دارند یا خیر؟ آیا کشور مذکور و جمعیت آن به ارزش‌های سنتی و مذهبی خود در حوزه شهادت و فداکاری پایبندند؟ آیا برای آن مردم، نهادهای بین‌المللی مانند سازمان ملل و سایر نهادها مشروعیت و اعتبار لازم را دارند یا خیر؟

* تاریخ اخیر: آیا کشور موردنظر دهه‌ها در جنگ بوده است یا دوره طولانی مدت صلح را پشت سر گذاشته است؟

* جمعیت‌شناسی: آیا جمعیت کشور مذکور توازن لازم میان جوانان و افراد مسن یا بین مرد و زن را دارد یا خیر؟ ممکن است کشور مدنظر بسیار پیر یا بسیار جوان باشد، از یک گروه جنسی جمعیتی بیشتر از گروه دیگر برخوردار باشد. برخی از انواع فشارهای اقتصادی به صورت خاص می‌توانند جمعیت هدف جوان را بیشتر از جمعیت پیر تحت تأثیر قرار دهند، نظیر تحریم‌هایی که به بیکاری به جامعه هدف منجر می‌شوند و شغل‌های بخش صنعتی و تولید را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

* دسترسی به منابع بیرونی اطلاعات: آیا کشور موردنظر به منابع بیرونی اطلاعات دسترسی دارد تا از آن طریق بتوان بر برنامه‌های ملی تبلیغاتی کشورها و دستگاه‌های شایعه‌سازی داخلی غلبه کرد؟ آیا بخش‌هایی از جمعیت دسترسی آزادانه به اطلاعات دارند و می‌توانند استدلال‌های دولت خود را به چالش بکشند؟

* سؤالات مرتبط با ایجاد تحریم‌ها: آیا اقداماتی که قابل دسترس هستند را می‌توان اعمال کرد یا خیر؟ مثالی از این موضوع این است که باید جغرافیای فیزیکی منطقه را در نظر گرفت. نکته دیگر ارزش آن کشور در اقتصاد و سیاست جهانی است.

آمریکا از سال ۲۰۰۷، تحریم‌های خود را در بخش‌های تحریم بانکی و حمل و نقل ایران تشدید کرد. بالا بودن نرخ تورم و بیکاری در ایران باعث تشدید اثرات تحریم در ایران شد. روند خصوصی‌سازی در ایران نیز به نحوی اتفاق می‌افتاد که شرکت‌ها و نهادهای مختلف در واقع به دست بازیگران شبه‌دولتی می‌افتادند. بخش دیگری که می‌توانست در برابر فشار آسیب‌پذیر باشد بخش حمل‌ونقل ایران بود. در طول سال ۲۰۰۷، آمریکا به دنبال فرصت‌هایی بود تا دسترسی ایران به حمل‌ونقل دریایی و عادی را که می‌توانست حمل بار برای این کشور را تسهیل کند محدود کند یا آن را از بین ببرد.

شاخص‌های شناسایی اثرات تحریم

چند شاخص بالقوه در زمینه شناسایی اثرات تحریم وجود دارد که ارزش آنها تا حدود زیادی به ماهیت کشور تحریم شده، ماهیت اقتصاد آن و ماهیت بازخوردهای درونی در آن کشور بستگی خواهد داشت، مهم‌ترین آنها عبارتند از: اظهار نظرهای عمومی مقامات دولتی؛ سطح تبلیغات و تمرکز آن دولت؛ شاخص‌های اقتصادی خصوصاً آنهایی که نشان‌دهنده رشد و عملکرد پایدار در برابر تحریم‌ها هستند؛ تحولات سیاسی داخلی؛ اطلاعات افکارسنجی در مورد احساسات مردمی و حمایت دولت؛ و موضع‌گیری‌هایی که در مذاکرات و در عرصه بین‌المللی اتفاق می‌افتد.

در راستای اثرگذاری بیشتر تحریم‌ها، آمریکا تلاش کرد رسیدن به اصلاحات اقتصادی را تا آنجایی که می‌تواند به تعویق بیندازد و دشوار کند و این مسئله در همان آغاز تحریم‌ها اتفاق بیفتد نه اینکه در زمانی‌که این تحریم‌ها بر مسائل بشردوستانه اثر گذاشته است. همزمان با اتخاذ راهکارهایی ارز به‌صورت مداوم از ایران خارج می‌شد و کالاهای تجملاتی وارد این کشور می‌شد و بحث نابرابری درآمدی و تورم روزبه‌روز در ایران قوت بیشتری می‌گرفت. این شرایط نتیجه یک انتخاب درست و تصمیمی بود که مبنای آن اعمال فشار بر دولت ایران و حاکمیت این کشور از محل منابع داخلی بود. بحران ارز در اکتبر ۲۰۱۲ نمود بیشتری پیدا کرد و مردم ایران به خیابان‌ها ریختند تا نسبت به درآمد کاهش یافته خود اعتراض کنند. آمریکا و متحدانش از دانش خود در مورد انقلاب ایران و احتمال به وجود آمدن ناهماهنگی اقتصادی به عنوان راهی عامدانه برای جدا کردن حاکمیت از مردم استفاده کردند و به این ترتیب دولت دیگر نمی‌توانست با غرور و افتخار در مورد برنامه هسته‌ای‌اش تبلیغ کند، چراکه این تبلیغات هزینه بیشتری در انظار عمومی برایش داشت.

آمریکا در رویکرد تحریم‌های جراحی‌گونه خود علیه ایران یک گام فراتر رفت و در ژوئن ۲۰۱۳ مجموعه‌ای سازمان‌یافته از تحریم‌ها را بر صنعت خودروسازی ایران اعمال کرد تا این کشور توانایی اخذ کمک خارجی در زمینه تولید را نداشته باشد. این تحریم‌ها به هیچ وجه بر قطعات جانبی برای خودروهای موجود و کل مجموعه ماشین‌ها در ایران اثری نداشت. هدف اصلی این تحریم‌ها مشاغل حوزه تولید و درآمدهای ناشی از صادرات از این بخش بود، به نحوی که بتواند تلاش دولت ایران برای کاهش اتکا به صادرات نفت و ایجاد اشتغال برای حدود ۵۰۰ هزار نفر در بخش‌های غیرنفتی را محدود کند. درست همزمان با اعمال همین تحریم‌ها، آمریکا توانایی شرکت‌ها و دولت این کشور برای فروش فناوری‌های مخابراتی به ایران را افزایش داد تا به عموم مردم ایران کمک کند درک درست‌تری از تبعات سخت ایجاد شده برای اقتصاد کشورشان داشته باشند و ارتباط میان یکدیگر را افزایش دهند.

در سال ۲۰۱۳ آمریکا و ایران به همراه متحدانشان در سراسر جهان در یک بزنگاه مشخص و دردسرساز قرار گرفته بودند. ایران به سهم خود توانسته بود نشان دهد که حاضر است از برنامه هسته‌ای خود دفاع کند و ضمناً به جهان نیز فهمانده بود که خواهان توافقی است که در آن بتواند بخش‌های زیادی از برنامه فعلی هسته‌ای خود را حفظ کند. ایران هزینه و بهای برنامه هسته‌ای خود را بالاتر برده بود و به آن به عنوان چیزی بیش از یک اولویت ملی می‌نگریست. این کشور خط قرمزهای مختلفی برای یک توافق آتی ترسیم کرده و نشان داده بود که مثلاً پیشرفت در برنامه هسته‌ای ایران تحت هر شرایطی باید اتفاق بیفتد و این برنامه نمی‌تواند به‌هیچ‌وجه به عقب برود. به عبارت بهتر ایران نه‌تنها هزینه‌های بازی را با ساخت هر سانتریفیوژ بالا برده بود، بلکه ارزش این برنامه را نیز برای خود در سطح بالاتری به دنیا نشان داد.

دریچه

گزارش «اویل پرایس» از تاثیر تحریم ایران بر بازار نفت

پشت پرده تحریم نفت ایران

اویل پرایس نوشت: پس از خروج آمریکا از برجام، واشنگتن درصدد برآمد تا به متحدانش فشار وارد کند تا ۴ نوامبر به واردات نفت از ایران پایان دهند. در یک نشست توجیهی در ۲۶ ژوئن، یکی از مقامات ارشد وزارت امور خارجه آمریکا اعلام کرد که آمریکا هیچ گونه معافیتی ارائه نمی‌کند و اکنون آنها در حال تنظیم یک جدول زمانی هستند. این اظهارات یک احساس اضطراری ایجاد کرد و منجر شد که قیمت نفت به بیش از ۳.۵ درصد افزایش پیدا کند. در این راستا بیژن زنگنه، وزیر نفت ایران در مصاحبه با سی‌ان‌ان. اقدامات پرزیدنت ترامپ را عامل اصلی افزایش قیمت نفت دانست.

به گزارش «انتخاب»، در ادامه این گزارش آمده است: در نهایت افزایش قیمت نفت می‌تواند به نفع کشورهای عربستان، روسیه و عراق باشد، به طور خاص کشورهایی که می‌توانند اصلی‌ترین گزینه برای جایگزینی نفت ایران باشند. ایران یکی از سه کشور بزرگ تولیدکننده نفت اوپک است. این کشور در سال ۲۰۱۸ در روز ۲.۷ میلیون بشکه نفت خام صادر کرده است. اما چین، هند، کره جنوبی، ژاپن و ترکیه به عنوان واردکنندگان اصلی نفت ایران به ترتیب ۲۷، ۱۶، ۱۰، ۷، ۱۰ درصد نفت خام از ایران وارد کرده‌اند. با توجه به کاهش ۱.۵ میلیون بشکه صادرات نفت ایران طی سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۳، در صورت شکل‌گیری تحریم‌های جدید؛ میزان صادرات نفت ایران می‌تواند ۲۰۰ هزار تا یک میلیون بشکه در روز کاهش پیدا کن.

کاهش تولید نفت ایران باعث خواهد شد که کشورهای منطقه به دنبال تامین‌کنندگان دیگر برای پر کردن این خلا باشند. برای نمونه ممانعت از خرید نفت ایران باعث گرایش ترکیه به سمت روسیه خواهد شد. اگر ترکیه به محدودیت‌های خواسته شده آمریکا تن دهد؛ روسیه در نهایت بیش از ۶۰ درصد نفت خام ترکیه را عرضه می‌کند و علاه بر این اکثریت گاز طبیعی این کشور را تامین خواهد کرد. هنگامی که ما این مسئله را با نقش روسیه در ساخت پروژه نیروگاه هسته‌ای آکویا توسط روس اتم هم اضافه کنیم این می‌تواند باعث وابستگی ترکیه به روسیه شود.

پیروز دیگر تحریم‌های آمریکا عربستان خواهد بود. کاهش شدید فروش نفت ایران برای نمونه بیشتر از یک میلیون بشکه به احتمال زیاد تولید نفت عربستان را افزایش خواهد داد. برای این بخش، کره جنوبی اعلام کرده که آنها تا پایان جولای به واردات نفت خام از ایران پایان خواهند داد. بر اساس گزارش بلومبرگ، ایران چاره‌ای جز اقناع چین بزرگ‌ترین مشتری برای خرید بیشتر نفت ندارد و این امر می‌تواند منجر به یک رابطه نامتعادل بین دو کشور شود و ایران را به چین وابسته کند. این رابطه نابرابر می‌تواند برای چین مثبت باشد، زیرا ممکن است آن را به عنوان بزرگ‌ترین خریدار نفت خام ایران تبدیل کند و در اقتصاد ایران به اهرم نفوذ قدرتمندی دست یابد.

موسی غنی‌نژاد تشریح کرد

تبعات نپیوستن به FATF برای اقتصاد ایران

یک اقتصاددان معتقد است پیوستن ایران به FATF، تنها به دولت مربوط نمی‌شود، بلکه یک موضوع ملی است و در صورت نپیوستن ایران به گروه ویژه اقدام مالی، ادامه حیات اقتصاد ایران بسیار مشکل خواهد شد.

موسی غنی‌نژاد در گفت‌وگو با ایبِنا، با اشاره تبعات نپیوستن به FATF برای اقتصاد ایران، گفت: عدم پیوستن به FATF ، ایران را در موضع بسیار آسیب‌پذیر و بدی قرار می‌دهد. به اعتقاد بسیاری از کارشناسان اقتصادی، عضویت ایران در FATF یک ضرورت است. تعجب‌آور است که بعضی سیاسیون به جای آنکه به منافع ملی فکر کنند، بر سر موضع‌گیری‌های جناحی خود بوده و پیوستن به FATF را بهانه‌ای برای حمله به دولت کرده‌اند.

او درباره تاثیر تحریم‌های آمریکا بر اقتصاد ایران و وضعیت تورم سال ۹۷، گفت: اکنون دیگر تنها موضوعات اقتصادی در به وجود آمدن بحران‌ها، تورم و... دخیل نیستند، بلکه روابط سیاسی و بین المللی و روابط ایران با غرب و همچنین ایران با روسیه و چین، فاکتورهای بسیار مهم و تاثیرگذاری در تعیین سرنوشت و آینده اقتصاد ایران است.

غنی‌نژاد تصریح کرد: در حال حاضر موضع اتحادیه اروپا در قبال برجام مشخص نیست. کشورهای اروپایی گاهی در مورد اینکه حمایت از اقتصاد ایران صحبت‌هایی می‌کنند، اما مشخص نیست که این صحبت‌ها تا چه میزان به نتیجه برسد. بنابراین در چنین وضعیتی پیش‌بینی و برنامه‌ریزی برای آینده کاری بسیار دشوار است. اما با توجه به آمارهای بانک مرکزی در خصوص متغیرهای پولی، وضعیت کمی نگران‌کننده است و این احتمال وجود دارد که ایران در آینده وارد یک جریان افزایشی سطح عمومی قیمت‌ها شود.

وی در پاسخ به سوالی مبنی بر تاثیر تحریم‌های آمریکا بر رشد اقتصادی ایران، گفت: گمان نمی‌کنم رشد اقتصادی ایران دست‌کم تا پایان سال ۹۷ تغییری کند، زیرا تاثیر تحریم‌ها بر یک اقتصاد لحظه‌ای نیست. با این وجود چنانچه در سال‌های بعد فشارهای بین‌المللی بر ایران و اقتصاد ایران افزایش یابد، این احتمال وجود دارد که رشد اقتصادی کاهش یاب.

این کارشناس مسائل اقتصادی با بیان اینکه افزایش قیمت دلار تهدیدی برای سرمایه گذاری محسوب نمی‌شود، گفت: آن موردی که برای سرمایه گذاری تهدید محسوب می‌شود، چیزی فراتر از گرانی قیمت دلار و نرخ ارز است. معتقدم در حال حاضر، بی‌ثباتی و تلاطم شدید که گریبان اقتصاد ایران را گرفته، اصلی ترین عامل امتناع سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف است.

غنی نژاد ادامه داد: هنگامی که بی‌ثباتی و تلاطم در یک اقتصاد به وجود می‌آید، وضعیت اقتصادی نگران کننده و غیرقابل پیش‌بینی می‌شود.

وی در پاسخ به اینکه آیا افزایش تورم نیز می‌تواند در تصمیم سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصاد تاثیرگذار باشد، گفت: این موضوع به طور مستقیم ربطی به تورم ندارد. اگر تورم قابل پیش‌بینی باشد، تاثیر بسیاری بر سرمایه‌گذاری ندارد. اما اگر این تورم غیرقابل پیش بینی و متلاطم باشد، به طور حتم نه تنها بر تصمیم سرمایه‌گذاران، بلکه بر اقتصاد هم تاثیرات منفی می گذارد.

مهم‌ترین محرک کوتاه‌مدت رونق بازار سرمایه

فرصت بازگشت ثبات و آرامش به بازار ارز

تحلیلگران اقتصادی معتقدند هر چقدر که آزادی عمل بیشتری در بازار ثانویه داده شود، انسجام و عمق این بازار بیشتر می‌شود و صادرکنندگان اشتیاق بیشتری برای پیوستن به آن خواهند داشت.

به گزارش خبرآنلاین، بازار ارز از ابتدای امسال روزهای پرالتهابی را شروع کرد. صعودهای پی در پی قیمت‌ها، شوک سنگینی را به بازار ارز و سایر بازارهای وابسته تحمیل کرد. شدت التهاب بازار به جایی رسید که بالاخره دولت به میدان آمد و در ۲۱ فروردین ۹۷ فعالیت در بازار آزاد ارز را ممنوع کرده و قیمت دلار مبادله‌ای با افزایش ۴۱۷ تومان به قیمت ۴۲۰۰ تومان رسید.

از آن پس قرار شد تمام نیازهای ارزی با این نرخ پاسخ داده شود و فعالیت در بازار آزاد ارز با پیگرد قانونی مواجه شود. در آن مقطع زمانی قیمت ۴۲۰۰ تومانی، حدود ۶۰۰ تومان کمتر از نرخ دلار در بازار آزاد بود. با این حال، به دنبال این سیاست، در ماه‌های بعد قیمت در بازار آزاد به شدت مسیر صعودی به خود گرفت و حتی در مقطعی به مرز ۹ هزار تومان نیز رسید. حال آن‌که قیمت دلار دستوری روی همان ۴۲۰۰ تومان ثابت مانده بود.

پس از حدود سه ماه تنش در بازار و استفاده از تاکتیک قیمت دستوری، از هفته‌های گذشته خبر راه‌اندازی بازار دوم ارز منتشر شد. انتشار این خبر و به دنبال آن، آغاز فعالیت بازار ثانویه از روز سه‌شنبه ۱۹ تیرماه، اثرات خود را بر بازار به سرعت نشان داد. در اولین قدم نه‌تنها روند افزایش قیمتی ارز متوقف شد، بلکه قیمت‌ها از کانال ۸۲۰۰ تومان عقب‌نشینی کرده و تا محدوده ۷۷۰۰ تومان پایین آمد.

اثر دوم، خروج از وضعیت نابازار و بازگشت به سیاست بازار آزاد، کاهش سطح نوسانات و برگشت قیمت‌ها به مسیر طبیعی بوده است. در چنین وضعیتی مهم‌ترین اشتباهی که می‌تواند گریبان سیاست‌گذاران را بگیرد، آن است که نوسانات را با شیب تندی در مسیر نزولی قرار دهد.

براساس توضیحاتی که بانک مرکزی ارائه کرده، سازوکار لازم برای انجام معاملات ارز بین صادرکنندگان گروه ۲۰ درصدی براساس تقسیم‌بندی وزارت صنعت، معدن و تجارت، صرافان مجاز و واردکنندگان کالاهای دارای اولویت سوم وزارت صمت نهایی شده و فعالیت بازار دوم ارز آغاز شده است. این معاملات به دو طریق قانون انجام است؛ خرید و فروش ارز و امتیاز واردات به صورت توافقی و خرید و فروش ارز و امتیاز واردات در سامانه نیما.

در روش اول که خرید و فروش ارز و امتیاز واردات به صورت توافقی است، صادرکننده به صورت توافقی، ارز و امتیاز واردات خود را با استفاده از سامانه جامع تجارت ایران به واردکننده واگذار می‌کند و واردکننده کالاهای اولویت سوم پس از طی مراحل ثبت‌سفارش، تشکیل پرونده در بانک عامل و اظهار کالا به گمرک، نسبت به واردات اقدام می‌کند.

در روش دوم که خرید و فروش ارز و امتیاز واردات در سامانه نیماست، صادرکننده به عرضه ارز حاصل از صادرات خود در سامانه نیما اقدام می‌کند و در طرف مقابل، صراف با توجه به درخواست‌های خرید ارز موجود بابت واردات ثبت‌سفارش شده با اولویت سوم، به خرید ارز با نرخ اعلام شده اقدام می‌کند. به اعتقاد کارشناسان و تحلیلگران اقتصادی، راه‌اندازی بازار ثانویه در حالی مورد تایید فعالیت اقتصادی و صادرکنندگان بخش خصوصی بود که از جنبه‌های مختلف دارای اهمیت است. از یک‌سو اگر اجازه انجام معامله و شکل‌گیری روند عرضه و تقاضا به صورت توافقی در این بازار داده شود، باعث تشویق صادرکنندگان خواهد شد و ارز حاصل از صادرات به‌جای ماندن در رویه‌های بوروکراتیک با سهولت به چرخه اقتصاد بازمی‌گردد.

در کنار این، قیمت توافقی در بازار ثانویه راهنمایی است برای بازار که از محل عرضه و تقاضای واقعی عملی شود و از رویه‌های هیجانی اثرپذیری کمتری داشته باشد. بر این اساس، هر چقدر که آزادی عمل بیشتری در بازار ثانویه داده شود، انسجام و عمق این بازار بیشتر خواهد شد و صادرکنندگان اشتیاق بیشتری برای پیوستن به آن خواهند داشت. فعلا براساس سیاست دولت، تنها عرضه ۲۰ درصدی از ارز صادرات مشمول این شرایط شده است و کماکان ۸۰ درصد درآمد صادراتی با نرخ مصوب (محدود ۴۳۰۰ تومان به ازای هر دلار) انجام می‌شود. با توجه به تجربه مثبت اخیر، انتظار می‌رود به تدریج انعطاف دولت در زمینه شمول عرضه ارز صادراتی در این حوزه بزرگ‌تر شود؛ به ویژه آن‌که برخی دیگر از دستگاه‌ها از جمله روسای کمیسیون‌های اقتصادی مجلس اخیرا طی نامه‌ای بر این رویکرد تاکید داشته‌اند.

اجرای این تصمیم می‌تواند سودآوری بخش مهمی از شرکت‌های بورسی که عمدتا صادرکنندگان بزرگ هستند را به نحو مثبت متحول کند و از این رو انتظار می‌رود این خبر در صورت تحقق، مهم‌ترین محرک رونق بورس در کوتاه‌مدت باشد.

عده‌ای از کارشناسان بر این باورند برای این‌که میزان نوسانات دلار کاهش یابد، بازارساز باید اقدامات تکمیلی را نیز در کنار بازار ثانویه صورت دهد. یکی از این پیشنهادها می‌تواند ورود ارز پتروشیمی‌ها به بازار ثانویه باشد. اگر این امکان تحقق یابد، صادرکنندگان غیرنفتی با تمایل بیشتری عرضه ارز را صورت خواهند داد.

در کنار این، به باور شماری از کارشناسان، بهتر است برخی از کالاها نیز به جای دریافت ارز ۴۲۰۰ تومانی، به بازار دوم هدایت شوند.

بازار ارز نیازمند آرامش بلندمدت است تا که سرمایه‌گذاران دوباره به فضای اقتصاد اعتماد کنند. اقتصاد ایران نیازمند حضور جدی سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و همچنین سرمایه‌گذاران خارجی است و این مهم تنها با ثبات و امنیت در اقتصاد حاصل می‌شود.

مردم جهان چقدر کالاهای ایرانی را دوست دارند؟

میزان محبوبیت کالای ایرانی در جهان

بررسی‌ها نشان می‌دهد در سال گذشته پاکستانی‌ها بیشترین استقبال را از کالای ایرانی در جهان داشته‌اند و کمترین علاقه نیز در بین مردم فرانسه بوده است.

به گزارش ایسنا، ویژگی‌های اثرگذار در محاسبه شاخص ساخت کشور، شامل کیفیت، استانداردهای ایمنی، قیمت مناسب، منحصربه‌فرد بودن، طراحی عالی، استفاده از فناوری پیشرفته، اصالت کالا، پایداری و سازگانی با محیط‌زیست و نیز تولید منصفانه است که با هدف بررسی شهرت و محبوبیت محصولات کشورهای مختلف جهان در سال ۲۰۱۷ برای ۴۹ کشور و همین‌طور اتحادیه اروپا محاسبه شده است.

به‌طورکلی ایران در ارزیابی کالاهای ۵۰ کشور با امتیاز شاخص ۲۷ در رتبه ۵۰ قرار دارد و محبوبیت کالاهای ایرانی بر اساس ویژگی‌های ارزیابی در مقایسه با سایر کشورها کمتر از حد متوسط است.

البته محدود بودن تعداد کشورهای ارزیابی شده از عواملی است که می‌تواند بر رتبه کشورمان اثرگذار باشد. همچنین وجود نام ایران در بین ۵۰ کشور ارزیابی شده گویای شناخت نسبی مصرف‌کنندگان برچسب «ساخت ایران» است که می‌تواند وجه مثبتی در این گزارش باشد. درصد محبوبیت کالاهای ساخت ایران در بین ۵۲ کشور دنیا در سال ۲۰۱۷ به‌گونه‌ای است که کالاهای ساخت ایران با ۴۱ درصد دارای بیشترین میزان محبوبیت در کشور پاکستان هستند. پس‌ازآن ویتنام و بحرین با ۳۵ درصد، چین با ۳۳ درصد، هندوستان با ۲۹ درصد، مالزی با ۲۷ درصد، اکوادور با ۲۵ درصد، مکزیک با ۲۴ درصد و شیلی و آمریکا با ۲۳ درصد قرار دارند. پس‌ازاین کشورها، کالاهای ساخت ایران در کشورهای کنیا با ۲۲ درصد، سنگاپور، کانادا و ونزوئلا با ۲۱ درصد، پرتغال و فیلیپین با ۲۰ درصد، ترکیه، آرژانتین، انگلستان و روسیه با ۱۹ درصد، مراکش و پرو با ۱۸ درصد دارای بیشترین محبوبیت هستند.

همچنین دانمارک، هلند و اندونزی با ۱۷ درصد، برزیل و سوئیس با ۱۶ درصد، هنگ‌کنگ، سوئد و نروژ با ۱۵ درصد، عربستان با ۱۴درصد، کلمبیا، ایتالیا، ژاپن، تایوان و کره جنوبی با ۱۳ درصد، اتریش با ۱۲ درصد، ایرلند و تایلند با ۱۱ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

بر اساس اطلاعات وزارت صنعت، معدن و تجارت و بنا بر گزارش موسسه statista (یکی از موسسه‌های پیشرو در حوزه آمار)، دراین‌بین اما کشورهای فرانسه با ۳ درصد، اسپانیا، اوکراین و الجزایر با ۴ درصد، آلمان، مصر و آفریقای جنوبی با ۶ درصد، یونان و بلژیک با ۸ درصد و امارات، استرالیا و لهستان با ۹ درصد کشورهایی هستند که کمترین درصد محبوبیت کالاهای ساخت ایران در آنها طی سال گذشته وجود دارد.

طراحی منحصربه‌فرد و نگاره‌های زیبا و کیفیت و دوام فرش ایرانی و صنایع‌دستی، طعم و عطر زعفران داخلی و کیفیت و تنوع پسته ایرانی از دلایل گرایش مصرف‌کنندگان جهانی و داخلی به مصرف این محصولات است، همچنین خاویار و خرمای ایرانی از محصولات منحصربه‌فرد در بازار بین‌المللی به شمار می‌رود.

بسیاری از لوازم‌خانگی ایرانی ازجمله لوازم سرمایشی و گرمایشی همانند کولر، بخاری و آبگرمکن‌های برقی و گازی، اجاق‌گاز و چرخ‌خیاطی به دلیل کیفیت و دوام و خدمات پس از فروش و رعایت استانداردهای ایمنی در سبد انتخاب مصرف‌کنندگان ایرانی قرار گرفته‌اند و محصولات ساختمانی نظیر انواع کاشی، سرامیک و چینی بهداشتی، سیمان و محصولات فولادی عمدتاً مصارف داخلی دارند. از سوی دیگر در کالاهایی نظیر محصولات نساجی، الکترونیکی و خودرو تمایل بیشتر مصرف‌کنندگان به خرید کالاهای خارجی در صورت وجود در بازار است.

به‌طور حتم با ارتقای سطح تعلق‌خاطر مصرف‌کنندگان داخلی به نماد ساخت ایران، واحدهای صنعتی و تولیدی ایرانی دارای مزیت در بازار جهانی با رغبت بیشتری به سمت دستیابی به بازارهای خارجی حرکت کرده و با سرمایه‌گذاری در سطوح مختلف تولید محصولاتی متناسب با سلیقه مصرف‌کننده خارجی تولید و عرضه می‌کند.

یادداشت

یک نگرانی قدیمی به نام عدم شفافیت پروژه‌ها

علیرضاسرحدی
تحلیلگربازارمسکن

مسئله عدم شفافیت پروژه‌های عمرانی دولت به‌ویژه در حوزه مسکن یک دغدغه قدیمی است. از بیش از ۱۰ سال پیش سندیکای شرکت‌های ساختمانی اعلام کرد که بیشتر پروژه‌های بزرگ عمرانی از طریق ترک مناقصه و به طور غیرقانونی به مجموعه‌ای از نهادها واگذار شده است که بخش خصوصی هیچ وقت عرصه رقابت با آنها را نداشته است. در مورد مسکن بسیاری از پروژه‌ها از جمله مسکن مهر با این رویکرد به مرحله اجرا رسیده و پیمانکاران بخش خصوصی کمتر فرصتی برای سرمایه گذاری و پیشبرد پروژه‌ها پیدا کرده‌اند.

گزارش‌دهی پروژه‌های عمرانی و بزرگ باید به طور شفاف انجام شود و مناقصات به طور علنی برگزار شود. اطلاع‌رسانی در مورد اینکه چه شخصیت حقوقی مناقصه را برنده شده ضروری است چراکه بسیاری از مناقصات مربوط به پروژه‌های ملی است و افکار عمومی باید نسبت به این مسئله آگاهی پیدا کند. مرحله بعد تشدید نظارت بر فعالیت و پیشبرد پروژه‌هاست که در پروژه‌های عمرانی به ویژه مسکن از اهمیت بسزایی برخوردار است. متاسفانه در ایران نظارت‌ها به دلیل حفظ منافع گروه‌ها به درستی انجام نمی‌شود.

این امید وجود دارد که دولت در طرح‌های جدید نسبت به برگزاری مناقصه و اطلاع رسانی در مورد فرآیند انجام کار اهتمام ویژه داشته باشد. در بافت فرسوده خرده واحدهای مسکونی باید تجمیع شده و مجتمع بلندمرتبه جای آن را بگیرد. این تجمیع نباید به دست دلال‌ها و واسطه‌ها انجام شود بلکه باید با ایفای نقش موثر نهادهای میانی بین دولت و به طور ویژه وزارت راه و شهرسازی و مدیریت شهری به وضعیت مورد نظر برسیم.

از سوی دیگر باید در نظر گرفت که اصلاح و بازسازی لکه‌ای بافت فرسوده اثری بر حذف این بخش از شهر ندارد. در مورد بافت فرسوده به پروژه‌ای اساسی نیاز داریم که از یک محله را بازتعریف کند. طبیعی است که با اجرای پروژه ترمیم بافت فرسوده زمین‌های بلااستفاده‌ای که افراد به دلایل مختلف تمایل به سکونت در آن نداشتند مورد بهره‌برداری قرار می گیرد. بهسازی محله‌ها، تجمیع قواره‌های کوچک و ساخت مجتمع‌های بلندمرتبه که الزاماتی مثل فضای سبز و خدمات شهری در آن دیده می تواند بر عرضه و تقاضا مسکن نیز اثر بگذارد.

شعب بانک‌ها در بلاتکلیفی

ارز مسافرتی، مسافران را مضطرب کرد

وضعیت نامشخص ارز مسافرتی هیجان خاصی را بین مسافرانی که این روزها بلیت سفر دارند، ایجاد کرده است. شعب بانک‌ها میزبان مسافرانی است که نمی‌دانند آیا پرداخت ارز تا زمان سفر آنها برقرار خواهد شد یا خیر.

به گزارش ایسنا، از حدود یک ماه پیش اخبار و شایعاتی درباره حذف ارز مسافرتی منتشر شد؛ به‌طوری که خبرها از این حکایت داشت میزان ارزی که برای مسافران در نظر گرفته شده و با نرخ رسمی به آنها پرداخت می‌شود، قطع خواهد شد. هرچند این اخبار ضد و نقیض از سوی رئیس کل بانک مرکزی و سایر مسوولان مورد تائید قرار نگرفت، اما به هر حال نمی‌توانست به طور کلی این موضوع که قرار است در روند و نحوه پرداخت ارز مسافرتی تغییراتی ایجاد شود را رد کند.

با این حال در چند روز گذشته بحث حذف ارز مسافرتی جدی‌تر شد و حتی در برخی بخشنامه‌های بانک‌ها عدم پرداخت ارز از ۳۰ تیرماه نیز ابلاغ شده بود که در ادامه لغو شد. این در شرایطی است که روز گذشته (جمعه) بانک مرکزی طی واکنشی تایید کرد که قرار است ارز مسافرتی تعیین تکلیف شده و نحوه پرداخت آن مشخص شود. آن طور که مهدی کسرایی‌پور - مدیرکل سیاست‌ها و مقررات ارزی بانک مرکزی - اعلام کرده، این بانک پیشنهادات جدیدی را برای اصلاح نحوه پرداخت ارز مسافرتی مطرح کرده که در ستاد اقتصادی دولت در حال بررسی است.

اما به دنبال جریان اخیر، سرکشی به شعب بانک‌هایی که مسئولیت پرداخت ارز مسافرتی را بر عهده دارند، از این حکایت دارد که در بین کارکنان شعب و مسافران در رابطه با زمان توقف پرداخت ارز تردید وجود دارد. این در حالی است که کارمندان شعب ارزی این بانک‌ها می‌گویند هیچ زمان مشخصی در این رابطه به آنها اعلام نشده است و تا هنگامی که تایید نشود، ثبت‌نام و پرداخت ارز مسافرتی ادامه خواهد داشت. اما در یکی از شعب هم این گونه اظهار شد که ممکن است از اول مردادماه ارز مسافرتی در بانک‌ها متوقف شود و به کانال دیگری منتقل شود.

این در شرایطی است که مسافران با هیجان خاصی در شعب بانک‌های پرداخت کننده ارز مسافرتی حضور یافته‌اند و صف‌های طولانی از کسانی که تا چند روز دیگر برای دریافت ارز مسافرتی فرصت دارند تشکیل شده است. این در حالی است که برخی از آنها چهار تا پنج روز دیگر برای ثبت‌نام فرصت دارند اما بیان می‌کنند که نگرانند در وضعیت نامشخص و بلاتکلیفی موجود، این فرصت برایشان از دست رفته و به طور غیرمنتظره‌ای پرداخت ارز متوقف شود.

به هر حال هیجان و نگرانی مسافران از توقف پرداخت ارز مسافرتی طبیعی است؛ چراکه اکنون برای سفرهای خود تا ۱۰۰۰ یورو با نرخ رسمی دریافت می‌کنند که در مجموع هزینه‌ای حدود پنج میلیون تومان برای آنها دارد؛ در حالی که قیمت هر یورو در بازار تا ۹۶۰۰ تومان رسیده و درمجموع هزینه تامین ۱۰۰۰ یورو با ارز آزاد تا ۹ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان می‌رسد که اختلاف تا ۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تومانی را نشان می‌دهد. همین اختلاف البته موجب افزایش تقاضا برای سفر و البته برگرداندن ارز دریافتی و فروش آن در بازار آزاد و به نوعی دلالی در ارز مسافرتی شده است. این روزها منتقدان به دفعات خواستار تغییر در نحوه پرداخت ارز مسافرتی با توجه حجم بالای خروج ارز و ارزانی آن در مقایسه با نرخ بازار آزاد شده بودند.

در حالی تاکنون از سوی مسوولان پیشنهادات مطرح شده برای جایگزینی روش فعلی پرداخت ارز اعلام نشده که بعید نیست با قطع روند فعلی، ادامه پرداخت به بازار ثانویه ارز در سامانه نیما منتقل شود. در این سامانه گروه سوم کالایی که واردات غیرضروری هستند بر اساس نرخ رقابتی بین عرضه‌کننده و متقاضی معامله را انجام می‌دهند. خبرها از این حکایت دلار که نرخ دلار در این معاملات تا ۷۵۰۰ تومان رسیده است.

تخصیص ارز مسافرتی با نرخ دولتی؛ آری یا نه؟

وقتی هیات اقتصادی دولت ۲۱ فروردین‌ماه سال جاری رأی به یکسان‌سازی نرخ ارز داد و بانک مرکزی را موظف کرد نرخ تمامی ارزها را بر مبنای دلار ۴۲۰۰ تومانی محاسبه و اعلام کند، دولت تعهد داد تمامی تقاضاهای قانونی برای ارز را با همین نرخ مصوب و از طریق سامانه نیما تأمین کرده و تخصیص دهد.

در این وضعیت، تأمین ارز مسافرتی که با غیرقانونی اعلام شدن خریدوفروش ارز در بازار آزاد، عملاً به چالش مهمی برای متقاضیان آن تبدیل شده بود نیز در دستور کار دولت قرار گرفت و بر اساس دستورالعمل بانک مرکزی قرار شد هر ایرانی سالانه برای یک سفر خارجی ۵۰۰ تا هزار یورو، با توجه به دور یا نزدیک بودن مقصد، ارز دولتی، بگیرد.

بر اساس دستورالعمل بانک مرکزی تأمین و پرداخت ارز مسافرتی به‌صورت اسکناس برای مسافران هوایی به مقصد کشورهای ارمنستان، جمهوری آذربایجان، بلاروس، استونی، لتونی، لیتوانی، گرجستان، قزاقستان، قرقیزستان، مولداوی، روسیه، تاجیکستان، ترکمنستان، اوکراین، ازبکستان، ترکیه، افغانستان، بحرین، قطر، کویت، پاکستان، عمان، امارات متحده عربی و قبرس به مبلغ ۵۰۰ یورو یا معادل آن به سایر ارزهاست؛ سقف این نوع ارز برای سایر کشورها به‌جز عراق به مبلغ هزار یورو یا معادل آن به سایر ارزهاست و ارز موردنیاز زائران عتبات عالیات به دینار و به میزان ۲۵۰ هزار دینار عراقی تعیین‌شده است.

در ادامه اما به‌واسطه تفاوت شدید میان قیمت ارز دولتی و قیمت آن در بازار غیررسمی، وضعیتی به وجود آمد که هزینه تمام‌شده بسیاری از سفرهای خارجی ایرانیان را به صفر می‌رساند. بر این اساس یک فرد می‌توانست در شرایطی که هزینه‌های مربوط به تور مسافرتی و خرید بلیت هواپیما را ریال پرداخت می‌کند، با پرداخت حدود ۵ میلیون تومان هزار یورو به قیمت رسمی بگیرد، نیمی از آن را برای سفر هزینه کند و ۵۰۰ یوروی باقی‌مانده را به نرخ بازار آزاد بفروشد و حدود ۵ میلیون تومان بگیرد.

این موضوع شرایط را به نحوی تغییر داد که برخی از دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری اقدام به تبلیغات سفر خارجی رایگان کردند مشروط بر اینکه مسافر کل ارز دریافتی از دولت را به آنها بدهد.

آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که از زمان تک‌نرخی شدن ارز تا ۲۳ تیرماه، مجموعاً معادل ۳۱۲ میلیون دلار ارز مسافرتی به مسافران ایرانی عازم خارج از کشور تخصیص یافته است که بهای آن بر مبنای نرخ‌گذاری دولت بالغ بر ۱۳۴۰ میلیارد تومان و بر مبنای ارز غیررسمی حدود ۲۵۰۰میلیارد تومان برآورد می‌شود و حدود ۱۱۶۰میلیارد تومان به دولت ضرر می‌رساند.

البته روی دیگر ماجرا این است که دولت خریدوفروش ارز در بازار آزاد را غیرقانونی و قاچاق اعلام کرده و جلوگیری از تخصیص ارز مسافرتی عملاً به معنای تعطیل کردن سفرهای خارجی است.

در این شرایط، چنانچه دولت قصد داشته باشد تخصیص ارز دولتی به مسافران خارجی را قطع کند، باید سازوکاری برای تأمین این نیاز از طریق بازار ثانویه و صرافی‌ها ایجاد کند تا هم نیاز مسافران خارجی تأمین شود و هم از توزیع رانت در قالب ارز ارزان دولتی به سفرهای خارجی جلوگیری شود.

علی سنگینیان، رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران دراین‌باره به ایرنا گفته است: کسی که قصد مسافرت دارد، باید ارز موردنیاز خود را به قیمت بازار تعیین کند اما مشکل اینجاست که اکنون شرایطی در خریدوفروش ارز وجود دارد که مسافران نمی‌توانند ارز موردنیاز خود را خارج از سامانه نیما، به‌صورت قانونی در بازار آزاد خریداری کنند.

به عقیده او، بر اینکه توجیهی برای اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به مسافران وجود ندارد، و باید سازوکاری برای تأمین ارز مسافران تعریف شود.

نکته قابل‌توجه این است که اگر دولت تخصیص ارز دولتی به مسافران را منتفی کند، باید برای حفظ سرمایه اجتماعی خود، تخصیص ارز دولتی به واردکنندگان غیر شفاف و توزیع رانت از این طریق را متوقف سازد و تخصیص‌های انجام شده در سه ماه گذشته را نیز کاملاً شفاف‌سازی کرده و موارد تخلف را قاطعانه پیگیری کند در غیر این‌صورت، در شرایطی که جامعه از سرنوشت تخصیص بیش از ۱۰ میلیارد دلار ارز دولتی به واردات بی‌خبر باشد، یقینا در برابر قطع ارز مسافرتی جبهه خواهد گرفت و حتی کسانی که هرگز متقاضی این ارز نبوده‌اند نیز به انتقاد از اقدام دولت خواهند پرداخت.

حباب سکه به ۷۰۰ هزار تومان رسید

عضو هیات مدیره اتحادیه فروشندگان طلا و جواهر ضمن اعلام اینکه سکه‌های تحویل شده به بازار عرضه نشده است، از افزایش حباب ۲۰۰ هزار تومانی سکه طی یک هفته خبر داد و گفت: در حال حاضر قیمت سکه حدود ۷۰۰ هزار تومان حباب دارد.

محمد کشتی‌آرای در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به قیمت‌های امروز بازار طلا و سکه، اظهار کرد: قیمت سکه تمام طرح جدید به بیش از سه میلیون تومان رسید و در بازار سه میلیون و ۱۳۲ هزار تومان معامله شد که نسبت به روز پنج‌شنبه ۱۸۰ هزار تومان افزایش در قیمت آن مشاهده می‌شود.

وی افزود: نیم سکه در بازار یک میلیون و ۴۶۱ هزار تومان، ربع سکه ۷۴۱ هزار تومان و سکه یک گرمی ۴۲۲ هزار تومان معامله شد.

عضو هیات مدیره اتحادیه فروشندگان طلا و جواهر با بیان اینکه هر مثقال طلای آب‌شده در روز پنج‌شنبه یک میلیون و ۴۰ هزار تومان بوده است، اظهار کرد: این قیمت روز شنبه به یک میلیون و ۶۶ هزار تومان رسید. اما موضوعی که باید درباره طلا گفت این است که قیمت طلا هیچ حبابی ندارد و هرگونه افزایش قیمت آن ناشی از افزایش قیمت ارز است.

به گفته کشتی‌آرای، قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز ۲۴۶ هزار و ۱۰۰ تومان است.

وی با بیان اینکه در مجموع نسبت به گفته گذشته قیمت جهانی طلا ۱۰ دلار کاهش داشته است، گفت: از روز چهارشنبه تصور می‌شد سکه‌های پیش فروش‌شده که تحویل شدند، وارد بازار شوند، اما این اتفاق نیفتاد و تقاضای پنهانی که برای ورود این سکه‌ها به بازار ایجاد شده بود، سبب شد قیمت سکه دوباره افزایش پیدا کند. در واقع در شرایطی که پیش‌بینی می‌شد حباب سکه در پایان هفته جاری کاهش پیدا کند، با افزایش همراه بود.

عضو هیات مدیره اتحادیه فروشندگان طلا و جواهر حباب ایجادشده روی قیمت سکه را ۶۸۰ هزار تومان اعلام کرد و ادامه داد: قیمت سکه باید دو میلیون و ۴۵۰ هزار تومان باشد که در حال حاضر نزدیک به ۷۰۰ هزار تومان حباب روی سکه ایجاد شده است.

کشتی‌آرای اضافه کرد: جالب اینجاست که حباب ایجادشده روی سکه تا هفته گذشته کمتر از ۵۰۰ هزار تومان بود اما امروز نزدیک به ۷۰۰ هزار تومان شده است.

دریچه

اعلام اسامی دریافت‌کنندگان ارز دولتی کامل نشد

لیست پرحاشیه به دادستانی رسید

بعد از مهلت ۴۸ ساعته‌ای که دادستانی برای بانک مرکزی به منظور ارسال اسامی دریافت‌کنندگان ارز دولتی تعیین کرد، این لیست تحویل شده است؛ اما همچنان بحث‌ها برای انتشار کامل اسامی و رسانه‌ای شدن آن پابرجاست.

به گزارش ایسنا، اواخر هفته گذشته بود که منتظری-دادستان کل کشور- اعلام کرد از رئیس کل بانک مرکزی خواسته تا ظرف ۴۸ ساعت لیست کامل دریافت‌کنندگان ارز دولتی را تحویل دهد. پایان زمان تعیین شده روز پنج‌شنبه (۲۸ تیرماه) بود و انتظار می‌رفت تا بانک مرکزی که در مدت اخیر در انتشار کامل لیست تا حدی تعلل کرده بود، آن را به دادستانی ارسال کند. این در حالی است که اخیرا ولی‌الله سیف- رئیس کل بانک مرکزی- اعلام کرده که فهرست کامل کلیه ارزهای تامین شده، برای دادستان ارسال شده است. این اعلام سیف درباره ارسال اسامی به قوه قضائیه تا حدی توقعات برای اعلام لیست دریافت‌کنندگان ارز از این قوه را هم در کنار بانک مرکزی تقویت کرده و این انتظار را ایجاد می‌کند که دادستانی بنا بر تشخیص خود نسبت به اعلام اسامی اقدام کند.

اما ماجرای انتشار لیست ظاهرا قرار نیست به پایان برسد، چرا که در همین جریان که اسامی در حال رسیدن به دادستان بود، بار دیگر وزیر صنعت، معدن و تجارت(صمت) خواستار اعلام عمومی اسامی شده است. شریعتمداری گفته که برای بار سوم به صورت کتبی از بانک‌مرکزی خواسته‌ام تا اسامی افراد و شرکت‌هایی که به آن‌ها ارز دولتی تخصیص یافته را منتشر کند. وی همچنین تاکید داشته که وزارت صمت متولی تخصیص ارز نیست و ما فقط بر اساس قانون و درخواست در سیستم ثبت سفارش، در صورتی که جزو اولویت‌های واردات به کشور باشد، درخواست را تایید و به بانک مرکزی می‌فرستیم و این بانک مرکزی است که بر اساس منابع در اختیار، مقدار ارز تخصیصی را تعیین و به افراد و شرکت‌ها ابلاغ می‌کند و طبیعتا هیچ مرجعی غیر از بانک مرکزی این لیست را در اختیار ندارد تا منتشر کند.

در حالی شریعتمداری این موضوع را مطرح کرد که از چندی پیش و با دستور رئیس‌جمهوری برای شفاف‌سازی اسامی دریافت‌کنندگان ارز دولتی، بین بانک مرکزی و وزارت صمت بحث‌هایی در مورد مرجع اعلام اسامی مطرح بوده است. به طوری که وقتی بانک مرکزی لیست اول را منتشر کرد و کامل نبود، این گونه توضیح داد که اسامی‌ای را منتشر کرده که وزارت صمت در اختیارش قرار داده است. با این حال این وزارتخانه در توضیحی تاکید داشت که اسامی کامل در اختیار بانک مرکزی بوده و با اعلام کامل آن موافق است. گرچه بانک مرکزی لیست دوم را هم منتشر کرد اما فقط شامل خودروسازان بوده و بازهم از آمار ۱۲ میلیارد دلاری که ارز تامین شده بود حدود ۹ میلیارد دلار دیگر مبهم ماند.

در شرایطی تاخیر بانک مرکزی در انتشار کامل لیست جای سوال ایجاد کرده که چرا با وجود اصرار وزارت صمت در این باره اقدام نمی‌کند که سیف در اعلام اخیر خود تاکید کرده است بانک مرکزی کلیه اطلاعات را به موقع اطلاع‌رسانی کرده و به دنبال شفافیت بوده است. در این حالت همچنان این ابهام وجود دارد که اگر بانک مرکزی هیچ محدودیتی در اعلام اسامی ندارد چرا در اعلام کامل اسامی تعلل کرده است و چرا بین دو دستگاه یعنی وزارت صمت و بانک مرکزی باید بحث‌ها رسانه‌ای شده و نتوانسته‌اند درباره این موضوع به توافق برسند؟ این درحالی است که شنیده‌ها از این حکایت دارد که در نهایت لیستی که بانک مرکزی منتشر می‌کند باید به تایید وزارت صنعت، معدن و تجارت رسیده باشد.

باید یادآور شد که بعد از آنکه دولت در سیاست جدید ارزی خودمعاملات بازار آزاد را به رسمیت نشناخته و به تمامی درخواست‌های واردات بدون هیچ اولویت‌بندی ارز با نرخ ۴۲۰۰ تومان داد در نهایت اختلاف قیمت بازار آزاد (حدود ۸۰۰۰ تومان) و نرخ رسمی موجب ایجاد رانت قابل توجهی برای واردکنندگان مصرف کننده از ارز دولتی شد و با شدت گرفتن انتقادات به این موضوع رئیس جمهوری خواستار اعلام اسامی دریافت کنندگان ارز دولتی شد.

در جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی

راهکارهای مدیریت نقدینگی تصویب شد

در پنجمین جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی به ریاست رئیس جمهور و با حضور سران قوا، پیشنهادهایی در خصوص کنترل و مدیریت نقدینگی با جهت‌گیری رونق در تولید و اقتصاد کشور بررسی و تصویب شد.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی ریاست جمهوری، در پنجمین جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی به ریاست رئیس جمهور و با حضور سران قوا، پیشنهادها و راهکارهایی در خصوص کنترل و مدیریت نقدینگی با جهت‌گیری رونق در بخش تولید و اقتصاد کشور بررسی و مصوب شد.

در این جلسه که صبح شنبه برگزار شد؛ پس از بررسی گزارش رئیس کل بانک مرکزی و رئیس سازمان برنامه و بودجه در خصوص وضع نقدینگی، مقرر شد مطالبات بانک مرکزی از شرکت‌های تعاونی و مؤسسات غیرمجاز در کوتاه مدت براساس روش‌های مصوب تصفیه شود.

در خصوص تصفیه دیون بانک‌ها به بانک مرکزی نیز در دوره زمانی محدود و با نظارت هیأتی متشکل از نمایندگان سه قوه تصمیماتی اتخاذ گردید تا بدهی بانک ها به بانک مرکزی پرداخت شود.

همچنین براساس مصوب جلسه، وزارت امور اقتصادی و دارایی مجاز است تمام یا بخشی از سهام و دارایی‌های تحت مالکیت دولت را در چارچوب روش‌های جاری یا در قالب «صندوق سرمایه‌گذاری معامله‌پذیر» با مکانیزم‌های تشویقی و با رعایت سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در بورس واگذار کند.

راهکارهای وزیر اقتصاد برای حرکت نقدینگی به سمت بورس

بورس تهران بار دیگر سبزپوش شد

تا پایان تیرماه یعنی ماه رکوردزنی بازار سرمایه و رشد شاخص کل بورس تا ارتفاع ۱۱۵هزار واحد چیزی نمانده است. بورس اوراق بهادار تهران در یک ماه گذشته توانست با وجود تمام افت و خیزها رکورد تاریخی‌اش را حفظ کند و به زیر ۱۰۰ هزار واحد سقوط نکند هرچند رقمی که شاخص در چهارمین روز تیرماه ثبت کرد دیگر تکرار نشده است. شاخص کل بازار سرمایه پس از ۱۱۵ هزار تایی شدن در ششم تیرماه سقوط کرد و ۴ هزار واحد ریخت. روند ریزش تا دوازدهمین روز تیرماه ادامه یافت تا اینکه شاخص کل در این روز با رقم ۱۱۲ هزار و ۳۴۶ واحد از بازار خداحافظی کرد. پس از رشد روز سیزدهم تیرماه شاخص کل دوباره روند ریزش را در پیش گرفت تا روز ۳۰ تیرماه که با رشد بیش از ۵۰۰ واحدی، وارد کانال ۱۰۸ هزار واحدی شود.

در واقع، پس از روزها افت قیمت در بورس تهران، روز شنبه فعالان بازار سرمایه شاهد روند افزایشی قیمت سهم‌ها در گروه‌هایی همچون خودرو و محصولات شیمیایی بودند. به گزارش ایسنا، پس از حدود دو هفته بالاخره شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران به روند نزولی خاتمه داد و توانست بیش از ۵۰۰ واحد رشد را ثبت کند و وارد کانال ۱۰۸ هزار واحدی شود. همچنین شاخص کل هم‌وزن با بیش از ۱۱۵ واحد رشد مواجه شد و تراز ۱۸ هزار و ۴۰۰ واحدی را رد کرد. شاخص آزاد شناور نیز ۵۰۳ واحد رشد کرد و رقم ۱۱۷ هزار و ۱۶۷ را تجربه کرد. شاخص بازار اول و دوم نیز هر یک به ترتیب ۱۹۶ و ۱۹۱۷ واحد رشد کردند.

صنایع پتروشیمی خلیج فارس، شرکت ارتباطات سیار ایران و پتروشیمی جم هر یک به ترتیب ۲۰۶، ۲۹ و ۲۷ واحد در رشد دماسنج بازار تاثیرگذار بودند. در طرف مقابل کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران، فولاد خوزستان و سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی هر یک به ترتیب ۲۹، ۱۶ و ۴ واحد تاثیر کاهنده روی شاخص بازار داشتند.

در گروه خودرو و ساخت قطعات شاهد رشد قیمت اکثر سهم‌ها بودیم. در این گروه که از پرمعامله‌ترین گروه‌های بازار بود، ۱۴۴ میلیون سهم به ارزش بیش از ۱۹ میلیارد تومان دست به دست شد اما روند قیمت‌ها در گروه فلزات اساسی عمدتا نوسان کمتر از ۲درصد به سمت بالا یا پایین همراه بود. در عین حال در گروه محصولات شیمیایی شاهد رشد قیمت بیشتر سهم‌ها بودیم. همچنین در گروه مخابرات، نمادهای شرکت ارتباطات سیار، مخابرات ایران و صکوک اجاره رایتل و صکوک اجاره مخابرات با اندکی افزایش قیمت نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته گذشته روبرو بودند. در گروه استخراج کانه‌های فلزی نیز روند قیمت‌ها با شیب بسیار کمی صعودی بود همچنین در گروه نفت، کک و سوخت هسته‌ای معدود نمادهای باز، کمتر از نیم درصد رشد قیمت داشتند و یک نماد حدود یک درصد افت قیمت را تجربه کرد باقی نمادها در این گروه متوقف بودند.

ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۱۴۶ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن ۷۹۰ میلیون سهم و اوراق مالی قابل معامله طی ۵۴ هزار و ۷۸۴ نوبت داد و ستد بود. آیفکس نیز با حدود سه واحد رشد مواجه شد و به رقم ۱۲۱۳ رسید. ارزش معاملات فرابورس ایران به رقم ۲۰۳ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات تا رقم ۱۹۳ میلیون سهم و اوراق مالی بالا رفت.

حفظ رکورد تا پایان تیرماه؟

اما نگاهی به روند بازار سرمایه نشان می‌دهد که رشد شاخص کل بورس با وجود تلاطم بازارهای موازی در بهار امسال ادامه یافت. به گفته کارشناسان، یکی از مهم‌ترین دلایل رونق بورس انتظار از افزایش نرخ ارز و تغییر ارزش سهام شرکت‌های صادراتی فعال در بورس اوراق بهادار تهران است. خبر جدید از بورس اینکه وزیر اقتصاد از بعضی تغییرات و مصوبات شورای عالی بورس برای بهبود وضعیت بازار سرمایه خبر داده است.

مسعود کرباسیان در صفحه اینستاگرام خود، از زمینه‌سازی برای جذب سرمایه‌های طبقه متوسط در بورس اوراق بهادار خبر داد و راهکارهایی را در این زمینه ارائه کرد. او از این نوشت که نرخ نقل و انتقال سهام و حق تقدم از نیم درصد به یک دهم درصد کاهش خواهد یافت و این سیاست افزایش نقدشوندگی در بازار سهام را در پی دارد. به گفته وزیر اقتصاد، قرار است کارمزدهای ارکان بازار سرمایه به منظور کاهش هزینه‌های معاملاتی و سودآورتر شدن معاملات الگوریتمی و معاملات پربسامد هم تغییر کند. نرخ صفر مالیاتی به منظور افزایش سرمایه از محل سود تقسیم نشده شرکت ها از مصوبات ستاد مبارزه با تحریم است که به منظور ایجاد انگیزه و افزایش سرمایه شرکت های بورسی به مرحله اجرا در خواهد آمد.

در همین زمینه، حسین سلیمی، نایب رییس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران در گفت وگو با سایت خبری این اتاق از تصویب کاهش مالیات انتقال سهام در شورای عالی بورس سخن گفت و ادامه داد: کاهش مالیات بر معاملات سهم اقدام خوبی است چراکه یک سهم ممکن است بارها در یک روز معامله شود و جنس معاملات در بورس با بازارهای دیگر یکسان نیست. از سوی دیگر کاهش مالیات بر انتقال سهام می تواند در معاملات کلان شرکت های بزرگ حاضر در بورس خود را نشان خواهد داد.

مدیرعامل بورس انرژی خبر داد

زیرساخت‌های بازار سرمایه، آماده برای راه‌اندازی بورس نفت

مدیرعامل بورس انرژی از تمرکز این بازار بر روی پذیرش فرآورده‌های نفتی و به ویژه پالایشگاهی به عنوان هدف اصلی در دوره جدید خبر داد و گفت با توجه به محدودیت تحریمی و ارزی، امسال در مسیر توسعه بورس انرژی، پذیرش فرآورده‌های نفتی با تمرکز بر فرآورده‌های پالایشگاهی مورد تاکید است. سیدعلی حسینی، مدیرعامل بورس انرژی ضمن بیان مطلب فوق به سنا، گفت: این اقدام اکنون با پذیرش همه فرآورده‌های پالایشگاه‌های آبادان، ستاره خلیج فارس و دو فرآورده جدید پالاشگاه اراک شروع شده که در نهایت به افزایش تعداد پذیرش، رشد حجم عرضه و تقویت تعداد معاملات منتهی خواهد شد. مدیرعامل بورس انرژی درباره راه اندازی بورس نفت گفت: همان طور که ملی شدن صنعت نفت و بومی شدن آن در کشور به واقعیت پیوسته، تقویت بازار متشکل انرژی در کشور توسط نیروهای بومی و ساختار داخلی به واقعیت خواهد پیوست. به طور معمول برخی کشورها سعی می‌کنند، قبل از هر اقدامی، با برنامه‌ریزی و تدابیر مناسب و در یک وقت مناسب به سراغ حل مسائل کلیدی بروند، اما ما در بزنگاه تاریخی و زمان خاص به دنبال حل مسئله می‌رویم. اکنون در این بزنگاه هستیم و به نظر می‌رسد راه اندازی بورس نفت یک واقعیت است که در نهایت انجام می شود. وی ادامه داد: طی یک‌سال اخیر بورس دبی DME (Dubai Mercantile Exchange Limited) در منطقه خاورمیانه میزبان عرضه نفت خام بصره عراق از طریق شرکت بازرگانی سومو بوده است. همچنین به تازگی آرامکو عربستان اعلام کرده که قیمت‌های معاملاتی بورس دبی را به عنوان مظنه‌های رقابتی در بورس آسیا انتخاب می‌کند. مدیرعامل بورس انرژی با بیان اینکه بخشی از زیر ساخت‌های بورس نفت مربوط به بازار سرمایه است، گفت: به نظر می‌رسد امروزه این زیر ساخت‌ها در بازار سرمایه فراهم شده است. در حال حاضر تکنولوژی عرضه اولیه سهام شرکت‌های مختلف موجود است و در بورس انرژی نیز این ظرفیت وجود دارد.

بورس انرژی پیشرو در تامین مالی صنعت برق

حسینی ضمن اشاره به پیشرو بودن بورس انرژی در تأمین مالی صنعت برق از فراهم شدن امکان انتشار گواهی ظرفیت برای نیروگاه‌های برق کشور از طریق بورس انرژی خبر داد و گفت: به لحاظ ظرفیت سازی، ابزار گواهی ظرفیت با هدف تامین مالی صنعت برق طراحی و به لحاظ دستور العمل‌های اجرایی، مجوزها و مصوبات شورای عالی بورس و سازمان بورس را دریافت کرده است. مدیرعامل بورس انرژی ادامه داد: وقتی بر روی ورود فعالان صنعت برق به بازار و تأمین منابع و نقدینگی برای گردش معاملات در بورس یا ارتباط با مصرف‌کنندگان به طور مستقیم مضیقه ایجاد می‌شود، به طور حتم بر روی تأمین مالی آنها نیز تأثیر گذار است.

اگر در چند سال گذشته وزارت نیرو تکالیف قانونی خود برای توسعه بازار برق در بورس انرژی، تقویت ورود بخش خصوصی به بازار و امکان تأمین مالی برای ساخت نیروگاه ها از طریق بازار سرمایه را جدی‌تر می‌گرفت، به طور حتم این روزها بحث‌های پیرامون قطعی برق وجود نداشت.

به گفته وی، دولت از سرمایه‌گذاری مستقیم به طور کل منع شده و تنها راه باقی مانده در این مسیر، کمک و حمایت از بخش خصوصی است و باید از آنها خواست تا در ساخت نیروگاه‌های جدید سرمایه‌گذاری کنند.

وی افزود: هم اکنون گواهی ظرفیت ماهشهر، اولین نیروگاه برق دولتی در بورس انرژی پذیرش شده ، اما میزان انتشار گواهی باید از سوی متقاضی اعلام شود. این نیروگاه دولتی از مجموعه شرکت‌های متعلق به هلدینگ مادر تخصصی برق حرارتی است که علاقه‌مندی بسیاری برای ورود به بورس انرژی دارد.

نگاه

یک مدرس دانشگاه مطرح کرد

عبور از پیچ التهاب بازارها با تمرکز بر بورس کالا

یک مدرس دانشگاه با اشاره به کاربرد بورس‌ها در ایران می‌گوید نباید فراموش کرد که راه درمان این التهاب، سیاست دستوری و قیمت‌گذاری دولتی نیست. او معتقد است وضعیت موجود بهره‌گیری بیشتر از بازار سرمایه در شرایط فعلی اقتصادی را گوشزد می‌کند چراکه فعالیت‌های بازار سرمایه همواره شفاف بوده و صورت‌های مالی و فعالیت‌های اقتصادی در آن مشخص هستند. آلبرت بغزیان در گفت‌وگو با ایسنا درباره لزوم به کارگیری دولت از بازار سرمایه در شرایط موجود اقتصاد، اظهار کرد: وقتی بانک مرکزی برای متغیرهای اقتصادی کلان اعمال محدودیت می‌کند، در بازارها و متغیرهای مختلف اختلال ایجاد می‌شود و این امر دولت را مجبور به قیمت‌گذاری و دخالت می‌کند. دلیل دخالت دولت نیز این است که سیستم توزیع در شرایط بحران اقتصادی نمی‌تواند بین تمام بخش‌ها و عوامل اقتصادی و تولیدی، به صورت عادلانه تقسیم سود کند. وی ادامه داد: همچنین، زمانی که دولت نرخ ارز را در قیمت ۴۲۰۰ تومان تثبیت کرد و ارز کافی برای تخصیص به همه فعالان اقتصادی یا مردم عادی ارائه نداد، به طور طبیعی به تدریج تعادل در تمام بازارها از دست رفت. این عدم تعادل در بازار ارز، سکه، مسکن، کالاها و بازار سهام دیده شد و همگی تحت تاثیر قرار گرفتند. به همین دلیل، اگر دولت در شرایط تحریم‌ها و محدودیت ارزی، بر روند واردات با ارز ۴۲۰۰ تومانی و فروش به قیمت آزاد، نظارتی نداشته باشد، مشکلات و نابسامانی‌ها افزایش خواهد داشت. این استاد دانشگاه اضافه کرد: در سمت دیگر، اقدام اولیه مبنی بر یکسان‌سازی نرخ ارز، محدود کردن عرضه آن و تعطیلی صرافی‌ها اقدام نادرستی بود؛ مانند اینکه املاک‌ها تعطیل شوند و گفته شود هر کسی در هر کجا و به هر قیمتی که توانست ملک خود را به فروش برساند و هیچ نظارتی بر معاملات ملکی نیست. هر چند که املاک‌ها تا حدودی نسبت به طرفین معامله عدم صداقت دارند، اما صرافی‌ها اینگونه نبودند و دلیلی برای جلوگیری از معاملات آنها وجود نداشت.وی افزود: اما در خصوص تحولات قیمتی در بازار کالا که ناشی از سیاست نادرست ارزی است باید عنوان کرد که بازار کالاهای استراتژیک نیز همانند سایر بخش‌ها با التهاب مواجه شده اما نباید فراموش کرد که راه درمان این التهاب، سیاست دستوری و قیمت‌گذاری دولتی نیست. بررسی عملکرد اقتصادهای دنیا به وضوح نشان می دهد که نظام های اقتصادی مبتنی بر بازار در مقایسه با نظام های اقتصادی دولتی از عملکرد به مراتب بهتری برخوردار هستند و نظام انگیزشی مناسب تر، عایدی بیشتر برای خود بنگاه‌ها و در کل برای اقتصاد به همراه دارند و موجبات رشد و شکوفایی کشورها را فراهم می‌کنند. همچنین از سوی دیگر در کشور ما برخی‌ها برداشت نادرستی از اقتصاد آزاد دارند و گمان می‌کنند اقتصاد آزاد به معنای آزاد گذاشتن همه چیز است؛ اما واقعیت این است که در بازترین اقتصادهای دنیا نیز نظارت های دولت وجود دارد و بازارها براساس قوانین و چارچوب‌های مشخصی فعالیت می‌کنند. همه این موارد بهره‌گیری بیشتر از بازار سرمایه در شرایط فعلی اقتصادی را گوشزد می‌کند، چراکه فعالیت‌های بازار سرمایه همواره شفاف بوده و صورت‌های مالی و فعالیت‌های اقتصادی در آن مشخص هستند. در این بین بورس کالا به عنوان بخشی از بازار سرمایه و بورسی که در تقابل مستقیم عرضه‌کنندگان و مصرف کنندگان کالاها قرار دارد، وظیفه تنظیم عرضه و تقاضا و کشف واقعی قیمت ها را بر عهده دارد که با توجه به اختلاف نرخ ارز رسمی و غیر رسمی، وظیفه سختی روی دوش بورس کالاست که در این زمینه همکاری نهادهای متولی به منظور نظارت بر روند معاملات و تقویت عرضه محصولات ضروری است تا بتوانیم از پیچ ناهموار التهاب بازارها با کمترین آسیب عبور کنیم.

آگهی مناقصه عمومی
نوبت دوم
شرکت غله و خدمات بازرگانی منطقه ۱۲(لرستان) در نظر دارد حمل گندم از سیلوها انبارها و مراکز نگهداری و ذخیره سازی سطح استان را به مدت یکسال به شرکت حمل و نقل واجد شرایط واگذار نماید لذا از متقاضیان دعوت می شود جهت دریافت اسناد و مدارک و شرایط شرکت در مناقصه پس از درج آگهی نوبت دوم به مدت ده روز به وب سایت Tendersaspmiets.mporg.ir (پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات) مراجعه نمایند.
آخرین مهلت تحویل اسناد مناقصه:۱۳۹۷/۰۵/۱۴
تاریخ بازگشایی پاکات ۱۳۹۷/۰۵/۱۵
هزینه آگهی مناقصه برعهده برنده مناقصه می باشد.
شرکت غله و خدمات بازرگانی منطقه ۱۲(لرستان)
۳۱۸

فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ای تأمین کالا ۳۰/ت ک آ ج/ ۹۷
نوبت اول
شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاجاری در نظر دارد از طریق مناقصه عمومی دو مرحله ای کالای مشروحه ذیل را از طریق شرکتهای تأمین کننده داخلی خریداری نماید:
۱- شرح مختصر کالای مورد نیاز:
CONTINOUS POWER 480 KW
3 PH+N,400V,50HZ
AMB.TEMP:55°C
RATED CURRET :860A
دو دستگاه مولد برق اضطراری همراه با اتاقک صداگیر مابقی اطلاعات درخواست متعاقباً بعد از ارزیابی ارسال می گردد.
۲- محل تحویل کالا: شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاجاری – اداره تدارکات و امور کالا
۳- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه‌ضمانتنامه بانکی به مبلغ -/۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۴- شرایط متقاضی: توانایی ارائه تضمین شرکت در مناقصه و تضمین انجام تعهدات قرارداد طبق ضوابط جاری شرکت ملی نفت ایران، داشتن شخصیت حقیقی/ حقوقی ، شماره اقتصادی، توانایی مالی ، ارائه سوابق کاری و همچنین مدارک و گواهینامه های مرتبط و متناسب با موضوع مناقصه.
متقاضیان می توانند پس از انتشار آگهی نوبت دوم با مراجعه حضوری و یا پایگاه اطلاع رسانی زیر نسبت به تهیه و تکمیل اطلاعات مورد نیاز اقدام نموده و تقاضای کتبی خود را به همراه مدارک درخواستی حداکثر ظرف مدت ۱۴ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم جهت ارزیابی کیفی و بررسی صلاحیت تأمین کنندگان در ارتباط با موضوع مناقصه به آدرس مناقصه گزار تسلیم نمایند.
شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاجاری پس از بررسی اسناد و مدارک واصله و ارزیابی کیفی مناقصه گران طبق قانون برگزاری مناقصات از شرکتهای واجد شرایط جهت شرکت در مناقصه دعوت بعمل خواهد آورد. ضمناً ارائه مدارک و سوابق هیچگونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد کرد و این شرکت در رد یا قبول پیشنهادات در چارچوب قانون برگزاری مناقصات مختار است.
(مدارک ارزیابی ارسالی که در دفترخانه رسمی کپی برابر اصل شده باشد مورد استناد خواهد بود)
آدرس پایگاه اطلاع رسانی: http://agogpc.nisoc.ir بخش مناقصه ها ، مزایده ها
آدرس: استان خوزستان - شهرستان امیدیه – بلوار نفت- شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاجاری اداره تدارکات و امور کالا
فکس:۰۶۱۵۲۶۲۲۶۸۳ تلفکس:۰۶۱۵۲۶۲۰۸۹۷ تاییدیه فاکس:۳۵۰۴ داخلی ۰۶۱۵۲۶۲۲۲۷۳
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۰۴/۳۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۰۵/۰۱
شماره مجوز : ۱۳۹۷.۱۷۹۹
روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاجاری
۳۹۰

چرا وزارت نیرو مصائب صنایع را مضاعف کرده است؟

با توجه به خسارت‌های مالی و ساختاری به صاحبان صنایع بر اثر قطعی برق به نظر می‌رسد وزارت نیرو باید هرچه سریع‌تر نسبت به حل این مشکل واحدهای صنعتی و تولیدی چاره‌اندیشی کند.

به گزارش ایسنا، پس از سیاست اتخاذ شده از سوی وزارت نیرو مبنی بر قطعی برق در نقاط مختلف، اتفاق عجیبی که رخ داد عدم تفکیک واحدهای صنعتی و تولیدی از سایر دستگاه‌های دولتی و غیردولتی و نیز اماکن مسکونی بود؛ مساله‌ای که با توجه به مصائب فراوان صنعتگران، مشکلات آنها را دوچندان کرده و با افزایش هزینه‌های تولید و خسارت‌های مالی و ساختاری روبرو کرده است.

یکی از اصلی‌ترین مشکلاتی که بر اثر قطعی برق برای برخی واحدهای صنعتی و تولیدی نظیر صنایع غذایی، دارویی و ریخته‌گری و نیز صنایعی از این دست رخ می‌دهد، از بین رفتن سلامت مواد اولیه در مرحله ساخت است و به طور حتم اگر وزارت نیرو ناچار به قطع واحدهای تولیدی و صنعتی است باید با توافقی دوطرفه با این واحدها به گونه‌ای عمل کند که تصمیم اتخاذ شده منجر به آسیب و از بین رفتن سلامت مواد اولیه مورد استفاده نشود.

محمدرضا مرتضوی - رئیس کانون صنایع غذایی ایران - در گفت‌وگو با ایسنا، با تاکید بر اینکه باید صنایع غذایی از سیاست قطعی برق مستثنی شوند و هشدار نسبت به سلامت مواد اولیه صنعت غذا بر اثر قطعی برق در مرحله ساخت، اظهار کرد: صنایع غذایی باید از سیاست قطعی برق مستثنی شوند، چراکه امکان خراب شدن مواد اولیه صنعت غذا در اثر این اتفاق وجود دارد که لطمه بسیار سنگینی به اقتصاد واحدهای تولیدی در این حوزه می‌زند.

طبق گفته صنعتگران، در تمامی کشورهای دنیا این‌گونه است که حتی اگر تصمیمی مبنی بر قطع برق اتخاذ می‌شود واحدهای صنعتی و تولیدی از این قضیه مستثنی شده و اگر هم چاره‌ای جز قطعی برق کارخانجات و واحدهای تولیدی و صنعتی وجود نداشته باشد، ضرر و زیان ناشی از این اقدام توسط دولت پرداخت می‌شود.

فعالان صنعتی و تولیدی در کشور ضرر و زیان ناشی از قطع برق واحدهای خود را بسیار هنگفت می‌دانند و اظهار می‌کنند که این اتفاق مشکلات بسیار زیادی را برای تولیدکنندگان ایجاد کرده و موجب افزایش هزینه‌های تولید آنها شده است و دولت باید این ضرر و زیان را جبران کند و هزینه مربوط به بخش خصوصی را بپردازد.

بیژن پناهی‌زاده - معاون خانه صنعت، معدن و تجارت ایران - در این رابطه به ایسنا اعلام کرد که به‌زودی بخش خصوصی فعال در بخش تولید از دولت به دلیل قطعی برق ادعای خسارت خواهد کرد و باید ضرر و زیان ناشی از قطعی برق واحدهای تولیدی و صنعتی پرداخت شود.

یکی دیگر از مشکلاتی که برای واحدهای تولیدی و صنعتی در اثر قطعی برق رخ می‌دهد، آسیب به تجهیزات، موتورها و الکتروموتورهای مورد استفاده بر اثر فشار وارده و قطعی برق است که به ساختار و فیزیک کارخانجات لطمه می‌زند و به گفته صنعتگران، اگر قطعی‌های وارد در حوزه برق در ارتباط با صنایع کماکان ادامه داشته باشد مطمئنا وضعیت صنعت کشور از وضع موجود نیز بدتر خواهد شد.

در عین حال صاحبان صنایع معتقدند حداکثر تلاش خود را برای کاهش مصرف برق به کار برده‌اند تا قیمت تمام‌شده تولید و هزینه آنها کاهش یابد و مقوله قیمت برق نیز مستثنی از این قضیه نیست. این در حالی است که ضرر و زیان ناشی از قطع برق واحدهای تولیدی و صنعتی بسیار هنگفت است و با توجه به اینکه هزینه حقوق و دستمزد کارگران، هزینه‌های مربوط به مالیات و تامین اجتماعی در زمان قطعی برق متوقف نمی‌شود، بنابراین هزینه‌هایی که واحدهای صنعتی و تولیدی متحمل می‌شوند دوچندان شده اس.

سهل‌آبادی - رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت ایران - در این رابطه به ایسنا، می‌گوید: هیچ کارخانه و واحد تولیدی و صنعتی وجود ندارد که برای کاهش هزینه و بهینه‌سازی مصرف از تکنولوژی‌های جدید استفاده نکرده باشد. واحدهای صنعتی و تولیدی سیستم‌های خود را به گونه‌ای تنظیم می‌کنند که قیمت تمام شده آنها کاهش یابد و هزینه‌های مربوط به مصرف حامل‌های انرژی در خصوص آنها کم شود. کارخانه‌ای که ۲۰۰۰ کیلووات مصرف برق دارد با استفاده از قطعات و تجهیزات به‌روز از جمله خازن‌های مرتبط شرایط را به گونه‌ای رقم می‌زند که متحمل هزینه بیشتر و افزایش مصرف برق نشود.

سوال اساسی مطرح شده در برهه زمانی کنونی این است که به چه علت وزارت نیرو واحدهای صنعتی و تولیدی را از برنامه زمان‌بندی قطعی برق خارج نکرده و در عین حال فکری برای جبران خسارت وارده به کارخانه‌ها نکرده است؛ تصمیمی که به نظر می‌رسد باید هرچه سریع‌تر در ارتباط با آن تجدیدنظر کرد و با توجه به شرایط ویژه صنعت و تولید در کشور، صنایع مختلف را از سیاست قطع برق خارج کرد یا در ارتباط با زمان قطعی برق آنها با هر یک از این واحدها بر اساس شرایط و نحوه فعالیت آنها به توافق رسید.

۴۰ مانعِ رشد و شکوفایی اقتصاد ایران

رئیس مرکز تجارت جهانی ایران با برشمردن ۴۰ مانعِ رشد و شکوفایی اقتصاد ایران گفت وجود تحریم خارجی و کارشکنی‌های ترامپ، کار را برایمان راحت‌تر کرده تا خودمان را دولتی کاردان و در برابر بحران جاری اقتصاد، بی‌گناه جلوه دهیم. به گزارش خبرگزاری تسنیم، محمدرضا سبزعلیپور اقتصاددان و رئیس مرکز تجارت جهانی ایران در واکنش به مشکلات حال حاضر جامعه و همچنین اوضاع بد اقتصادی ایران گفت: متأسفانه اقتصاد ایران به دلیل اعمال سیاست‌های غلط و سوءمدیریت غالب دولتمردان طی سال‌های گذشته، به‌ویژه در پنج سال دولت تدبیر و امید، غرق در مشکلات شده و بعضاً در اکثر زمینه‌ها به بن‌بست خورده است! لذا توقع بر این است تا دولت محترم طرحی نو درانداخته و با اعمال سیاست‌های صحیح و همچنین بهره‌مندی از تیم باتجربه، شایسته، دلسوز، متعهد و پاکدست، کشور را از بحران خارج کرده و بر مشکلات موجود بالاخص مشکلات اقتصادی فائق آیند.

اما برعکس هر از چندگاهی شاهد این واقعیت هستیم که رئیس‌جمهور محترم در گفت‌وگو با مردم از مشکلات موجود سخن می‌گوید و تأکید می‌نماید که باید این مشکل حل شود و باید آن کار انجام شود و بالاخره کلی باید و شاید بر زبان جاری می‌کند و بعضاً در مقام مدعی خواستار رفع مشکلات و گرفتاری‌های مردم می‌گردد و بالاخره با سخنان خود تا حدودی همه را به آینده امیدوار می‌کند تا طی روزهای آینده مشکلات کشور و گرفتاری‌های معیشتی مردم حل شود! اما پس از گذشت یکی دو ماه، نه‌تنها هیچ اتفاق مثبتی در کشورمان رخ نمی‌دهد، بلکه برعکس مشکل و مشکلاتی جدیدتر بر مشکلات قبلی نیز افزوده می‌شود و باز هم روز از نو و روزی از نو! یعنی اینکه مجدداً رئیس‌جمهور در برابر مردم ظاهر می‌شود و دوباره قول رفع مشکلات را در روزهای آینده می‌دهد. وی افزود: قدرت هر کشوری را در سطح جهان، اقتصاد آن کشور تعیین می‌کند و منابع ارزی بالای هر کشوری نیز قدرت چانه‌زنی و مانور مقامات آن کشور را در بین سایر دولت‌های جهان ارتقا می‌دهد. در جهان امروز، لشگرکشی و جنگ‌های فیزیکی بین کشورها جهت اثبات برتری تا حدود زیادی معنا و مفهوم خود را از دست داده و جنگ‌های اقتصادی جای آنها را گرفته است. لکن ما به چشم خود دیده و می‌بینیم که بسیاری از کشورهای قدرتمند نظامی جهان که از اقتصاد مستحکمی برخوردار نبوده‌اند یکی پس از دیگری محکوم به شکست بوده و از صحنه روزگار محو شده و جهان را دربست در اختیار قدرت‌های اقتصادی قرار داده‌اند.

علیپور در ادامه گفت: این پیش‌زمینه را عرض کردم تا بگویم کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نیست و برای حضور قدرتمند خود در سطح جهان نیازمند پی‌ریزی اقتصادی قوی و با برنامه است. اینکه فقط با زبان، شعار داده و هی بگوییم که ما جزو قدرت‌های اقتصادی جهان هستیم یا باید تا سال ۱۴۰۴ یکی از قدرت‌های برتر جهان شویم و مثلاً با حجم مبادلات تجاری معادل ۱۰۰ الی ۱۵۰ میلیارد دلار جایگاه ممتازی را در بین کشورهای دنیا داریم کافی نیست. ما که قصد نداریم خودمان را گول بزنیم زیرا اصلاً معلوم نیست که این آمارها آن‌هم در اوج تحریم‌های اعمال شده علیه ایران درست هستند یا خیر؟ ثانیاً خود را با کدام کشورهای جهان مقایسه می‌کنیم که اینچنین قاطعانه برای خود جایگاه ترسیم می‌کنیم، آیا کشور ایران را با قدرت‌های برتر صنعتی جهان یا کشورهای پیشرفته و پردرآمد اروپایی و آسیایی مقایسه می‌کنیم یا با کشورهای حاشیه خلیج‌فارس و یا آفریقایی می‌سنجیم که اینچنین بر خود می‌بالیم؟ ثالثاً اگر فروش نفت و فرآورده‌های نفتی را هم از اقتصاد و مبادلات تجارت جهانی خود کسر کنیم آن‌وقت کجای کار هستیم؟ و دست آخر اینکه اگر صادرات دولتی و پروتکلی را نیز از دستور کار حذف کنیم به این نتیجه خواهیم رسید که صادرات واقعی و غیرنفتی ما بسیار اندک بوده و آن‌هم به‌دست مدیران و مردانی بزرگ انجام می‌شود که واقعاً آنها را باید سربازان خط اول اقتصاد ایران لقب داد.

پرداخت بیش از ۱۵۰ میلیارد تومان از مطالبات کشاورزان

خرید حمایتی شیر خام از دامداران در ۱۷ استان کشور

شیرزاد گفت بیش از ۱۵۰میلیارد تومان از مطالبات کشاورزان مربوط به مدیریت‌های قبلی که در نوع خود بی‌سابقه است، پرداخت شد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، حسین شیرزاد، معاون وزیر و رئیس سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران در نشست با فعالان و تشکل‌های بخش کشاورزی ضمن تشریح برخی فعالیت‌های این سازمان در حدود دوماه مدیریت جدید این سازمان از پرداخت بیش از ۱۵۰ میلیارد تومان از مطالبات کشاورزان خبر داد و گفت: بیش از ۱۵۰ میلیارد تومان از مطالبات کشاورزان مربوط به مدیریت‌های قبلی که در نوع خود بی‌سابقه است، پرداخت شد.

وی افزود: عملیات خرید حمایتی شیر با هماهنگی وزارت متبوع و معاونت امور دام و مرکز اصلاح نژاد دام از تعداد هفت استان کشور به ۱۷ استان برنامه‌ریزی و توسعه یافت.

مدیرعامل سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران ادامه داد: پس از هماهنگی با وزارت جهاد کشاورزی و سازمان حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کنندگان، قیمت خرید حمایتی شیر خام از پایه هر کیلو ۱۳۰۰۰ ریال در سال‌های ۹۵و ۹۶ به ۱۴۴۰۰ ریال افزایش یافت.

شیرزاد درباره آخرین وضعیت سیب زمینی بهاره نیز گفت: در منطقه جنوب کرمان، خوزستان، گلستان و اصفهان حدود ۲۶۰۰۰ تن سیب زمینی بهاره به صورت تضمینی خریداری و حدود ۷۳ درصد وجه کشاورزان پرداخت شده است.

وی افزود: فروش خرما و زعفران خرید حمایتی سال ۹۶ به ترتیب حدود ۴۷ و ۲۰ درصد محصول موجود در بورس به‌صورت نقدی و صرفاً با اخذ ضمانت‌نامه معتبر بانکی نیز توسط این سازمان انجام و برنامه زمان‌بندی زعفران نیز تهیه شد.

شیرزاد با اشاره به اینکه اتحادیه مرکزی تعاونی‌های تولید، کشاورزی و روستایی کشور باید در اندیشه تأسیس واحدهای خدمات تجاری و بازرگانی جدیدی با شکل حقوقی شرکت‌های سهامی خاص باشد، گفت: در شرایط پرتلاطم اقتصادی امروزی، وظیفه مدیریت واردات نهاده‌ها و صادرات محصولات کشاورزی به بازارهای هدف را به عهده گیرد.

به گفته وی، اشکال شرکت‌های سهامی در مقایسه با تعاونی‌ها، در ارتباط با فعالیت‌های خدماتی و تجارت داخلی و بین‌المللی، بازارمحورتر و سرمایه‌پذیرتر بوده و قابلیت انعطاف‌پذیری بیشتر داشته و متکامل‌ترند. مدیرعامل سازمان مرکزی تعاون روستایی در بخش دیگری از توضیحات خود، به مداخله هدفمند و حسابگرانه در بازارها همراه با نظام پایش و بازار خوانی هوشمندانه (به میزان ۷تا ۱۰ درصد موجودی بازار و نه بیشتر) را از مهم‌ترین استراتژی‌های بازرگانی سازمان در آینده تلقی کرد.

رئیس سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران در پایان به اختصاص سهم ۶۷.۳ درصدی و دریافت تخفیف ۲ هزار میلیارد ریالی برای سازمان تعاون روستایی در موضوع واگذاری شرکت خدمات حمایتی، دست بالا و اختیارات مجمعی سازمان در کنسرسیوم مزبور را از جالب توجه‌ترین دستاوردهای سازمان در حوزه بذر و کود اعلام داشت و همچنین ایجاد تعادل و قرابت راهبردی میان فعالیت‌های بخش بازرگانی و مناسبات مالی سازمان را کلیدواژه دستیابی به چشم‌اندازهای مورد نظر سازمان عنوان کرد.

اخبار

تعطیلی واحدهای تولیدی قارچ خوراکی یکی پس از دیگری

تولید قارچ تعریفی ندارد

یک مقام مسئول گفت چهار واحد بزرگ تولیدکننده قارچ در منطقه هشتگرد به دلیل نبود شرایط مناسب بازار در تعطیلی به سر می‌برند. محمدحسن افشار، رئیس هیأت مدیره انجمن پرورش‌دهندگان قارچ خوراکی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با انتقاد از شرایط نامساعد قیمت قارچ در بازار اظهار کرد: طی ماه‌های اخیر به دنبال اطلاع‌رسانی نادرست برخی رسانه‌ها مبنی بر مسمومیت قارچ‌های وحشی سمی، جوی ایجاد شد که قیمت قارچ خوراکی به شدت در بازار سقوط کرد. وی با اشاره به اینکه در ماه‌های اخیر هر کیلو قارچ خوراکی با نرخ یک هزار و ۵۰۰ تا ۲ هزار تومان در بازار عرضه می‌شد، افزود: این شرایط موجب شد تعدادی از واحدها اقدام به خرید کامپوست نکنند و این مسئله در کنار افت چشمگیر راندمان واحدهای تولیدی از ۲۵ به ۱۶درصد ناشی از گرمای شدید فصل تابستان منتج به کاهش شدید تولید و عرضه قارچ در بازار شد. به گفته افشار، علی‌رغم کاهش عرضه محصول، هر کیلو قارچ با نرخ ۷ هزار و ۵۰۰ تومان ناشی از مقاومت دلالان در بازار به فروش می‌رسد و این درحالی است که براساس آخرین محاسبات در مردادماه سال گذشته، قیمت تمام شده هر کیلو قارچ بدون احتساب سود تولیدکننده ۶ هزار و ۸۰۰ تومان اعلام شد. این مقام مسئول ادامه داد: در ماه‌های اخیر هر یک از واحدهای تولیدی روزانه با زیان ۲۵ میلیارد تومانی روبه‌رو بودند، به همین دلیل خیلی از واحدها تمایلی به خرید مواد اولیه از جمله کامپوست نداشتند که این امر در کنار تعطیلی برخی واحدهای تولید منجر به افت شدید تولید قارچ شد.

وی از تعطیلی ۴ واحد بزرگ تولیدکننده قارچ در منطقه هشتگرد خبر داد و گفت: یک واحد بزرگ در شهریار نیمه تعطیل است، ضمن آنکه یک واحد آماده بهره‌برداری در رباط کریم به دلیل شرایط بازار اقدام به خرید کامپوست نکرد. وی با بیان اینکه تولیدکنندگان در پرداخت اقساط با مشکلات متعددی روبه‌رو هستند، افزود: بر این اساس طی نامه‌ای از معاونت امور باغبانی تقاضا کردیم شرایطی فراهم شود تا بدهی تولیدکنندگان استمهال شود و پرورش‌دهندگان بتوانند به امر تولید ادامه دهند. افشار با اشاره به اینکه تولیدکنندگان برای دریافت وام از بانک‌ها با موانع متعددی روبه‌رو هستند، بیان کرد: با توجه به آنکه تولیدکنندگان به دلیل کمبود نقدینگی به دنبال استقراض از بانک‌ها هستند، اما بانک‌ها شرایط سخت‌گیرانه‌ای نظیر تسویه حساب کامل بدهی مالیاتی، تأمین اجتماعی و دارایی از تولیدکنندگان تقاضا دارند و این درحالی است که اگر واحدهای تولیدی مشکلی از نظر نقدینگی نداشتند، برای خرید مواد اولیه خود و سرمایه در گردش به دنبال استقراض از بانک‌ها نبودند. به گفته این مقام مسئول، شرایط سخت‌گیرانه بانک‌ها برای اخذ تسهیلات به پرورش‌دهندگان قارچ کار را به جایی می‌رساند تا آنها از ادامه تولید منصرف شوند.

توقف صادرات برق به عراق علت‌های منطقی دارد

سخنگوی صنعت برق گفت صحبت‌هایی که اخیراً در خصوص توقف صادرات برق به عراق از سوی ایران مطرح می‌شود، اساساً پایه و اساس درستی ندارد و علت اصلی این مسئله تنها نیاز کشور در زمان پیک است. محمدرضا حقی‌فام در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه در زمان پیک به دلیل افزایش مصرف داخل، برنامه‌ریزی برای صادرات صورت نمی‌گیرد، اظهار کرد: در حال حاضر ایران با کشورهای متفاوتی ارتباطات برقی دارد و این مزیت منطقه‌ای ما است که می‌توانیم به عنوان هاب انرژی در منطقه عمل کنیم. وی افزود: در حال حاضر شرایط فعلی کشور اجازه نمی‌دهد که به هیچ کشوری صادرات برق داشته باشیم و مسائلی که گفته می‌شود از یک کشور برق را می‌گرفتیم و به کشور عراق صادر می‌کردیم، به هیچ عنوان صحت ندارد و باید صراحتا اعلام کرد که شرایط پیش آمده موجب شده به شایعات اخیر دامن زده شود. سخنگوی صنعت برق با اشاره به برنامه تبادل برق در ایران گفت: در دنیا این مسئله رواج دارد که یک کشور در زمان نیاز، برق را وارد و در زمان دیگری برق را صادر کند. در ایران نیز این مسئله با کشورهای همسایه در حال رخ دادن است و اکنون که کشور نیازمند برق است، از کشورهای ارمنستان، ترکمنستان و آذربایجان تقاضای برق کرده‌ایم. چندی پیش رضا اردکانیان، وزیر نیرو در مورد توقف صادرات برق به عراق گفت: طبق توافقنامه عمل شد تا در شرایطی که نیاز شدیدی داریم، اولویت با تأمین نیازهای داخل کشور باشد.

شاه‌کلید حل مشکلات اقتصادی کشور یکپارچه‌سازی قوانین داخلی است

دبیر مجمع اصولگرایان استان اصفهان گفت اینکه هر دستگاهی برای تولیدکنندگان داخلی پیچ و خم‌های زیادی به وجود می‌آورد قابل قبول نیست. دستگاه‌ها باید در جذب سرمایه‌گذار در تلاش باشند، اما با این شرایط سرمایه‌گذار در لای چرخ دنده دستگاه‌ها له می‌شود. علیرضا باطنی در گفت‌وگو با ایسنا در خصوص راه‌های برون‌رفت از مشکلات اقتصادی کشور، اظهار کرد: امروز یکی از مشکلات کاملاً ملموس جامعه مشکلات اقتصادی است. از چهار سال پیش پیش‌بینی می‌شد که شرایط به گونه‌ای رقم بخورد که مشکلات اقتصادی بیشتری دامن‌گیر جامعه شود. به همین دلیل مقام معظم رهبری با نظر کارشناسان زبده اقتصادی بحث اقتصاد مقاومتی را به میان آوردند. وی افزود: اقتصاد مقاومتی چون بر پایه توانایی‌های داخلی استوار و درون‌گرا است برای کشوری مانند ایران حقیقتاً نسخه رهایی‌بخش است، به همین جهت رهبری عناوین سال را بر همین سمت و سو نام‌گذاری می‌کردند. منتها مشکل اصلی این است که برخی دولتمردان تصورشان بر این است که مشکلات را از طریق مذاکره با غرب و جلب نظر قدرت‌های بزرگ می‌توان حل کرد! دبیر مجمع اصولگرایان استان اصفهان تصریح کرد: به دفعات تجربه کردیم که این جنس مسائل از بیرون قابل حل نیست، بنابراین باید به داشته‌های خوداتکا کنیم. کشوری هستیم دارای منابع غنی کانی، سطحی و زیرسطحی و در یک منطقه حساس بین‌المللی قرار داریم. تمام دنیا آمریکا و اتحادیه اروپا نیست. اگر در مراودات اقتصادی کشورهای پیرامون خودمان و آسیای میانه، غرب آسیا، آفریقا و آمریکای لاتین توجه بیشتری می‌کردیم وضع‌مان بهتر از امروز بود.

چشم‌انداز خودروسازان خصوصی در تحریم چه خواهد بود؟!

خودروسازی ایران کمتر از سه هفته دیگر با تحریم‌های ایالات‌متحده آمریکا مواجه خواهد شد و این در شرایطی است که جدای از ایران‌خودرو و سایپا به‌عنوان دو غول صنعت خودروی کشور، شرکت‌های متعلق به بخش‌خصوصی نیز زیر سایه سنگین تحریم‌ها قرار خواهند گرفت.

به گزارش کارپرس، ایالات‌متحده آمریکا از حدود دو ماه و نیم پیش، از برجام خارج شد و این سند بین‌المللی را نقض کرد و قرار است از نیمه مردادماه امسال، تحریم‌ها علیه خودروسازی ایران را دوباره فعال کند. با آغاز رسمی تحریم‌ها، شرکت‌هایی که توان و جسارت لازم را در برابر جرایم مادی و معنوی آمریکایی‌ها ندارند، از خودروسازی ایران خارج خواهند شد و این قاعده استثنایی ندارد، هم غول‌های جاده مخصوص را درگیر خواهد کرد و هم خصوصی‌ها را به دردسر می‌اندازد. با این حال اما با توجه به نوع ارتباطات خارجی به‌نظر می‌رسد کار بخش‌خصوصی در حفظ شرکای خارجی راحت‌تر از ایران‌خودرو و سایپا است. این موضوع از آن جهت است که شراکت اصلی خودروسازان بخش‌خصوصی، با چینی‌ها گره خورده، چینی‌هایی که معمولاً چندان خود را درگیر تحریم نکرده و در صنعت خودروی ایران باقی می‌مانند.

این البته به آن معنا نیست که بخش‌خصوصی صنعت خودرو کشور هیچ آسیبی از تحریم‌های آمریکا نخواهد دید، چه آنکه جدای از قطع ارتباط شرکت‌های غیرچینی با این بخش ماندگاری چینی‌ها نیز خالی از دردسر و هزینه نخواهد بود. در حال حاضر بیشتر شرکای بخش‌خصوصی خودروسازی ایران را چینی‌ها تشکیل می‌دهند و تنها برندهای غیرچینی حاضر در این بخش از صنعت خودرو کشور، هیوندایی موتورز کره‌جنوبی و مزدای ژاپن هستند. هیوندایی البته ظاهراً قصد ماندن در ایران را ندارد و بلافاصله پس از خروج آمریکا از برجام، به طرف ایرانی خود (کرمان موتور) اعلام کرده که با بازگشت تحریم‌ها از نیمه مرداد، همکاری با این شرکت را قطع خواهد کرد. از آن سو مزدا نیز به احتمال فراوان فعالیت در ایران را تعلیق می‌کند؛ زیرا ژاپنی‌ها نشان داده‌اند دنباله‌رو سیاست‌های آمریکا در قبال ایران هستند. بنابراین، در حال حاضر اولین خروجی‌های بخش‌خصوصی خودروسازی ایران، هیوندایی و مزدا هستند و اگرچه با رفتن آنها خلأهایی در تیراژ رخ خواهد داد، با این حال خصوصی‌ها امیدوارند بتوانند با حفظ شرکای چینی خود ادامه حیات بدهند.

طبق آمار وزارت صنعت، معدن و تجارت، هم‌اکنون هشت شرکت فعال در بخش‌خصوصی خودروسازی ایران وجود دارد که سهم آنها در کل تولید سالانه خودرو در کشور چیزی حدود ۱۱درصد است. با در نظر گرفتن خروج هیوندایی و مزدا از ایران در ابتدا با کاهش تیراژ در بخش‌خصوصی مواجه خواهیم شد، با این حال احتمال دارد در ادامه و به‌واسطه توسعه فعالیت چینی‌ها، این کاهش تیراژ جبران شود. چری، لیفان، گریت وال، جک، فاو، بی‌وای دی، جیلی و ام جی از جمله شرکت‌های خودروساز چین به‌شمار می‌روند که در بخش‌خصوصی صنعت خودروی ایران فعالیت می‌کنند و در این بین، چری و جک صاحب بیشترین تیراژ هستند. در این شرایط، برای اینکه بتوان پیش‌بینی قریب به صحتی از آینده خودروسازی خصوصی ایران و ارتباطات آنها با شرکت‌های چینی انجام داد، باید به دو مسئله مهم توجه کرد؛ یکی رفتار خودروسازان چینی در دوران تحریم‌های قبلی و دیگری سیاست آتی دولت چین در قبال برجام و تحریم‌های آمریکا علیه ایران. در این بین، مرور رفتار گذشته خودروسازان چینی در ایران، امید را در اردوی خودروسازان خصوصی بالا می‌برد، چه آنکه تقریباً هیچ کدام از آنها ایران را در آن مقطع ترک نکرده و حتی فعالیت‌هایشان را نیز گسترش دادند. یکی از دلایل مهمی که ماندگاری چینی‌ها را در دوران تحریم‌های قبلی رقم زد، عدم حضور آنها در بازار خودروی آمریکا بود. در واقع چون شرکت‌های خودروساز چینی منافعی در دومین بازار بزرگ خودروی جهان نداشتند، طبعا از تحریم‌ها نیز جان سالم به در برده و توانستند با تمام قوا در ایران باقی بمانند و گستره فعالیت خود را نیز بیشتر کنند. این برگ برنده همچنان پابرجاست، زیرا بیشتر خودروسازان چینی حاضر در ایران ارتباطی با صنعت و بازار خودروی آمریکا ندارند و تنها شرکت فاو با جنرال موتورز همکاری می‌کند و بی‌و ای دی نیز سودای حضور در بازار خودروی آمریکا را در سر می‌پروراند؛ بنابراین حتی اگر این دو شرکت نیز در بدبینانه‌ترین حالت قصد خروج از ایران را به‌دلیل تحریم‌های آمریکا داشته باشند، بخش‌خصوصی صنعت خودروی کشور همچنان می‌تواند به‌واسطه سایر همکاران چینی‌اش به حیات خود ادامه دهد.

این پیش‌بینی البته با این پیش‌فرض انجام می‌شود که خودروسازان چینی رفتاری مشابه با دوران تحریم‌های قبلی را در پیش بگیرند و دولت چین نیز مرعوب آمریکایی‌ها نشده و از برجام بیرون نرود. طبعا اگر چین بخواهد سیاست خود را در قبال ایران تغییر دهد و سوار بر موج آمریکایی‌ها شود، آنگاه شرایط برای ماندن خودروسازان این کشور در بخش‌خصوصی صنعت خودرو تغییر کرده و ممکن است چشم بادامی‌ها نیز چمدان‌هایشان را ببندند و بروند.

لزوم شفافیت در استفاده از حمایت‌های دولتی

یک کارشناس صنعت خودرو معتقد است انتشار اسامی دریافت‌کننده‌های ارز هرچند انتشار اطلاعات خصوصی تجار محسوب می‌شود، اما دقت کنید که نرخ ارز تفاوت زیادی با بازار آزاد داشت و به‌تبع دریافت‌کنندگان امکان برخورداری از یک رانت بی‌نظیر را داشتند.

به گزارش کار پرس، دستور رئیس‌جمهوری به چهار نهاد دولتی در زمینه پیگیری تخلف واردات خودرو و همچنین درخواست وی از رئیس قوه‌قضائیه برای مجازات متخلفان را بسیاری از کارشناسان گام بلند دولت برای ریشه‌کنی فساد در دستگاه‌های مختلف تعبیر می‌کنند؛ حال آن‌که به‌نظر می‌رسد اصلاح قوانین و مقررات فسادزا نیز باید به نوعی در دستور کار قرار گیرد.

در این میان، بسیاری از کارشناسان علاوه‌بر مثبت خواندن اقدام رئیس‌جمهوری مبنی بر پیگیری تخلفات صورت گرفته و افشای اسامی واردکنندگان خودرو، به ریشه‌یابی این موضوع نیز می‌پردازند. فربد زاوه، کارشناس صنعت خودرو در گفت‌وگو با خبرآنلاین با اشاره به انتشار اسامی واردکنندگان خودرو و تأکید بر شفافیت در این حوزه اظهار داشت: انتشار اسامی دریافت‌کننده‌های ارز هرچند انتشار اطلاعات خصوصی تجار محسوب می‌شود و عرف چنین انتشاری در کشور نبوده است، اما دقت کنید که نرخ ارز تفاوت زیادی با بازار آزاد داشت و طبعا دریافت‌کنندگان امکان برخورداری از یک رانت بی‌نظیر را داشتند.

وی با تأکید بر این‌که استفاده از امتیازات ویژه دولتی باید شفافیت داشته باشد، افزود: با این وجود، به نظر من این شفافیت و حتی برخوردهای تعزیراتی منجر به نتیجه خاصی در بازار مصرف نشده و نخواهد شد.

این کارشناس صنعت خودرو با اشاره به رانتی که در حوزه واردات خودرو وجود دارد، عنوان کرد: فرض این‌که شرکت‌ها قیمت فروش محصولات را با ارز دولتی تنظیم کنند، کمبود و ممنوعیت متواتر واردات خودرو سبب می‌شود تمامی خریداران این خودروها از یک رانت ویژه برخوردار شوند. زاوه تصریح کرد: در واقع ممکن است شرکت‌ها را با جریمه و برخورد تعزیراتی جریمه کرد اما نمی‌توان خریداری که خودرو را پلاک کرده، ملزم به فروش با قیمت دستوری کرد، بنابراین در نهایت این شیوه مدیریت منابع ارزی، پول‌پاشی بی‌هدفی شده است که سطح دعوا به این‌که دریافت‌کننده رانت را بشناسیم یا گمنام بماند، تنزل پیدا می‌کند. وی در پاسخ به این پرسش که چطور می‌توان عمل کرد که چنین مفاسدی شکل نگیرد، گفت: به تبع آزاد نگه داشتن نرخ ارز در این موضوع مؤثر است.

این کارشناس صنعت خودرو افزود: ریشه همه درگیری‌ها و اتهامات و سوءاستفاده‌ها، اصرار بر نرخی بود که توانایی حفظ و تأمین آن را برای تقاضای روزافزون واردات وجود نداشت. البته محاسبه و پیش‌بینی این وضعیت چندان سخت نبود و اصرار بر استمرار این شیوه هم مشکلی را حل نمی‌کند.

زاوه تصریح کرد: تأکید می‌کنم در این شیوه دولت در نهایت دریافت‌کنندگان ارزی را می‌تواند شناسایی و با آنها برخورد کند و با خروج کالا از شرکت‌ها، قیمت‌ها قابلیت کنترل ندارد. در واقع همان بحث تکراری و قدیمی مبارزه با قیمت به جای مبارزه با تورم.

وی عنوان کرد: به هرصورت هر چند انتشار این لیست به شناسایی نزدیکان به نهادهای پرقدرت و احتمالا مطلع کمک کرد یا شاید شبهه آن را تقویت کرد، ولی منجر به کاهش قیمت‌ها در بازار مصرف و کاهش رشد تورم نمی‌شود.

این کارشناس صنعت خودرو متذکر شد: این در خصوص همه کالاهایی که تخصیص ارز به آنها از تقاضای جامعه کمتر باشد، قابل تسری است. ممنوعیت واردات هم این رانت را دوچندان تقویت کرد.

زاوه تأکید کرد: به نظر می‌رسد عادلانه‌ترین روش در حال حاضر اخذ مابه‌التفاوت قیمت ارز تخصیصی و ارز بازار آزاد و آزاد کردن مجدد واردات با ارز آزاد برای سایر واردکننده‌ها است.

وی یادآور شد: مشابه این رانت سال‌های قبل هم وجود داشت. پرونده معروف ۶هزار دستگاه موضوع مشابه است. ممنوعیت ناگهانی ثبت‌سفارش، ممنوعیت ۴۰ هزار دلار همه یک منشا فکری دارند.

این کارشناس صنعت خودرو گفت: جالب این‌که همه این رفتارها منجر به اجحاف شدید در حق دولت، مردم و رقبای تجاری شده است.

زاوه با اشاره به تأثیر این نوع فسادها بر صنعت خودرو و نگاه عمومی مردم به حوزه خودرو، افزود: واقعیت این است که آسیبی که این رفتارها به بازار مصرف و تجار می‌زند، غیرقابل جبران است. این رفتار اشتباه ارزی و سیاست‌گذاری واردات، منجر به یک دید منفی عمومی به تجار و فعالان اقتصادی هم شده است.

وی تصریح کرد: درواقع با این رفتار، اعتماد بین مردم و تجار تقریباً نابود شده است؛ در صورتی که الزاما همه تجار متخلف نبوده و حتی عقلایی است که تاجر از تمام حاشیه ممکن بازار استفاده کند.

ضرباهنگ کاهش تولید خودرو سریع تر می شود

سخنگوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودروی ایران در خصوص راهکار جلوگیری از روند کاهش تولید خودرو اظهار داشت دولت باید هرچه زودتر و قبل از اعمال تحریم ها ارز مورد نیاز قطعه‌سازان را در اختیار آنها قرار دهد تا مواد اولیه مورد نیاز خود را به مقدار زیاد وارد کرده و دپو کنند و از این طریق روند کاهش تولید قطعه و خودرو را در آینده به حداقل برسانند.

فرهاد بهنیا در گفت‌وگو با خبر خودرو گفت: افزایش نرخ ارز و مواد اولیه موجب شد که بسیاری از قطعه‌سازان جهت دریافت ارز برای تهیه مواد اولیه مورد نیاز به سامانه نیما مراجعه کنند که متاسفانه تعداد زیادی از قطعه‌سازان برای دریافت ارز با مشکل روند کند تخصیص ارز مواجه شده‌اند که تولید قطعه‌سازان را تحت تاثیر جدی قرار داده است.

وی تصریح کرد: قطعه‌سازان برای جلوگیری از توقف تولید خودروسازان مجبور شدند با ارز آزاد مواد اولیه مورد نیاز خود را تامین کنند که این موضوع فشار زیادی را به قطعه سازان تحمیل کرد و از سوی دیگر خودروسازان به علت اینکه شورای رقابت با افزایش قیمت درخواستی آنها موافقت نکرد، افزایش قیمت مطلوب قطعه‌سازان را نپذیرفتند.

وی در ادامه افزود: مجموع این عوامل باعث شده است که بسیاری از بنگاه‌های تولیدی از یک سو با عدم نقدینگی و از سوی دیگر با زیان انباشته مواجه شوند.

سخنگوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در ادامه تصریح کرد: عدم نقدینگی و عدم توانایی خرید مواد اولیه بسیاری از بنگاه‌های تولیدی را به آستانه تعطیلی کشانده است لذا تولید قطعات کاهش یافته و به تبع آن تولید خودرو نیز حدود ۳۰ درصد کاهش یافته است. بهنیا معتقد است چنانچه دولت ضرب‌الاجل و تمهیدی برای پرداخت ارز به قطعه‌سازان نداشته باشد ضرباهنگ کاهش تولید خودرو سریع‌تر خواهد شد.

وی با اشاره به اثرات سوء کاهش تولید خودرو گفت: طبیعی است که با کاهش تولید خودرو عرضه نیز کاهش یافته و این امر از یک سو موجب افزایش قیمت خودرو خواهد شد و از سوی دیگر بیکاری بنگاه‌های تولیدی کشور می تواند منجر به افزایش هزینه‌های دولت شود.

وی در ادامه افزود: درخواست داریم که وزارت صمت و دولت محترم در این زمینه اقدام فوری انجام دهند و حداقل ارز آن دسته از قطعه‌سازانی که درخواست دریافت ارز کرده‌اند را با سرعت بیشتری تامین کنند.

بهنیا در ادامه اذعان داشت : بنگاه‌های تولید کننده مواد اولیه داخل کشور مانند فولاد مبارکه، پتروشیمی، مس و آلومینیوم در شرایط کنونی بیشتر صادرکننده هستند تا تامین کننده مواد اولیه تولیدکنندگان داخلی لذا وزارت صمت و دولت باید در این زمینه اعمال قانون نمایند تا این بنگاه‌ها مواد اولیه بنگاه‌های تولیدی داخل کشور را با قیمت مناسب تامین کنند و جای بسی سوال است که چرا در این زمینه دستور، قانون و یا حتی نظارت کافی اعمال نمی شود.

اخبار

این همه ماجرای مافیای خودرو نیست

داستان «مافیای واردات خودرو» یا آنچه این روزها و در افواه عمومی با عنوان «واردات غیرقانونی یا قاچاق چندین هزار خودروی خارجی» برجسته شده است، پس از گذشت ماه‌ها از طرح آن و تحت فشار افکار عمومی و شاید با پیگیری نهادهای نظارتی سرانجام و تا اینجای کار به گزارش وزارت صنعت،معدن و تجارت به رئیس‌جمهور محترم و دستورات رئیس قوه مجریه در هامش این گزارش خطاب به برخی وزارتخانه‌ها و معاونان خود انجامید. دستوراتی که اعلان عمومی نیز شد و به تعبیر رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار روز یکشنبه گذشته با هیات دولت در مقام برخورد با متخلفان دستوراتی «خوب» توصیف شد. گویی این قضیه از دیدگاه مسئولان اجرایی کشور از بروز یک «تخلف» یا «فساد» حکایت می‌کرد که باید با آن برخورد شود؛ اما این همه ماجرا نیست چراکه: ۱ - پرونده واردات غیرقانونی خودرو فقط یک نمونه از «فساد سیستماتیک» موجود در کشور است؛ فسادی که در سطوح مختلف و عرصه‌های گوناگون در جریان است و هر از چندگاهی چهره‌ای از آن رخ نشان می‌دهد. وجه یا صورت «سیستماتیک» این فساد ناظر بر سازمان‌یافتگی آن، پیوندش با کارگزاران و مقامات دولتی، توانمندی‌اش در جهت‌دهی یا اثرگذاری بر تصمیمات و سیاست‌های عمومی و درنهایت ظهور و پیشبرد آن از خلال قوانین و دستورالعمل‌های خاص است.

۲ - گویی که بحث فساد در وجه سیاسی و معمول آن ناظر بر مقولاتی همچون، «گروه‌های ذی‌نفوذ» و لابیگری آنها در جهت تأمین منافع خاص یا در سطحی کلان‌تر ذیل موضوع «رابطه ویژه طبقه بالای اقتصادی با دولت و قدرت سیاسی» تقریبا در همه کشورها مطرح است؛ اما در ما نحن فیه درباره ایران امروز و مستند به آنچه تحت عنوان واردات غیرقانونی یا قاچاق خودروهای خارجی مطرح شده است، می‌توان گفت که این نمونه از فساد، منتسب به «طبقه بالای اقتصادی» یا «گروهی ذی‌نفوذ» نیست، بلکه در شمایل مافیایی متشکل از چند فرد و خانواده که به‌طور انحصاری در زمینه خاصی فعالیت می‌کنند و البته با دارابودن سازمان و قدرت، روابط خاصی نیز با دولت و مراجع عالی تصمیم‌گیری دارند، ظاهر شده است. گویی دسته کوچکی بر مقدرات اقتصادی کشور حاکم است.

۳ - هرچند رئیس‌جمهور محترم در هامش گزارش وزیر صنعت، معدن و تجارت در مقام برخورد با این تخلف مرقوم کرده‌اند که: «اینک با تلاش مسئولان اجرائی و بر اساس بررسی مجموع گزارش‌ها می‌توان از احتمال یک فساد هماهنگ از طریق مشارکت چند نفر از کارگزاران دولتی، یک شرکت رایانه‌ای و چند شرکت واردکننده خودرو سخن گفت و...»؛ اما وجه واقعی قضیه این است که این گزارش همچون دیگر اخبار و گزارش‌ها تنها احتمال یک فساد هماهنگ را تأیید نمی‌کند، بلکه قطعا بر وجود فسادی سیستماتیک، دلالت دارد.

دیگر آنکه این فساد ظاهرا «از طریق مشارکت چند نفر از کارگزاران دولتی، یک شرکت رایانه‌ای و چند شرکت واردکننده خودرو» رقم خورده است، ولی در اصل و در وجه واقعی‌اش حاصل «همراهی برخی مقامات با مافیای واردکننده خودرو» و نفوذ این مافیا در ارکان تصمیم‌گیری‌های کلان کشور است.

۴ - حقیقت این است که موضوع ثبت سفارش و واردات غیرقانونی چندین هزار خودروی لوکس آن هم در شرایط بسته‌بودن سامانه ثبت سفارش خودرو گام آخر از فرایند فساد سیستماتیک در واردات خودرو بوده است. یقینا این تخلف بزرگ فقط محدود به بازکردن سامانه ثبت سفارش برای دقایقی چند نبوده است؛ بلکه ناظر بر کلیت فرایندهای مربوط و به‌ویژه فرایند تصمیم‌سازی درخصوص واردات خودروست و از همین‌رو است که بر این باوریم این موضوع همه ماجرا نیست.

۵ - برای روشن‌شدن همه حقیقت ماجرا فقط کافی است تصمیمات اتخاذی دولت در ۱۸ ماه گذشته و از اواخر سال ۱۳۹۵ را که منجر به بروز تلاطم در بازار خودروهای وارداتی و ایجاد سودهای کلان و سرشار برای همین مافیا شد، رصد کنیم و از خلال آنها به‌خوبی نقش مافیای واردات خودرو را در تصمیم‌سازی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در راستای منافع خاص خویش مشاهده کنیم.

بسترسازی تولید همزمان خودروهای خارجی

انجمن واردکنندگان خودرو در بیانیه‌ای اعلام کرد واردکنندگان در حال بسترسازی برای تولید همزمان خودروهای خارجی و حفظ ارتباط با شرکت‌های بین‌المللی هستند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، متن بیانیه انجمن واردکنندگان خودرو به این شرح است: انجمن واردکنندگان خودرو کشور به عنوان سربازان بخش خصوصی در جبهه اقتصادی و با نظر به سهم و اثر خود در بازار خودروی کشور به عنوان اصلی‌ترین اهرم برای افزایش کیفی محصولات تولیدی داخلی، زمینه‌سازی حضور شرکت‌های تولیدکننده خارجی با هدف تجارت و تولید در راستای افزایش رضایتمندی آحاد جامعه در استفاده از محصولات ایمن، به‌روز و باکیفیت در صنعت خودرو ضمن اعلام تبعیت و استقبال از رهنمودهای مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای هیأت دولت و ورود رئیس جمهور به حل معضلات این بخش اقتصادی، آمادگی خود را برای هماهنگی و تعامل با دولت برای غلبه بر مشکلات ایجاد شده به ویژه در حوزه خودروی وارداتی و رفع نابسامانی از این بازار اعلام می دارد. در همین راستا این انجمن بر این باور است اقتصاد کشور بدون درنظر گرفتن سلایق و نیازهای آحاد مردم هرگز نخواهد توانست به پویایی لازم دست پیدا کند. لذا این انجمن با وجود ممنوعیت وضع شده برای واردات خودرو خسارات فراوانی را برای شرکت های خصوصی واردکننده خودرو به بار آورده است، آمادگی خود را برای همراهی با دولت در وضع خاص فعلی برای ایجاد وحدت رویه اقتصادی و برون‌رفت از این شرایط اعلام می‌کند و تاکید دارد واردکنندگان در حال بسترسازی لازم برای تولید همزمان خودروهای خارجی در کشور و تلاش برای حفظ ارتباط با شرکت‌های بین‌المللی هستند که می‌تواند فرصت لازم برای حفظ موقعیت‌های شغلی و گردش اقتصادی موجود در این عرصه را فراهم کند و این مهم نیازمند حمایت همه جانبه دولت از بخش خصوصی خواهد بود. لذا انجمن واردکنندگان خودرو به عنوان یک تشکل مدنی ضمن اعلام برائت از عده‌ای سودجو که با انجام تخلف ضمن برهم زدن امنیت روانی و اقتصادی موجب لکه‌دار شدن نام و اعتبار سایر تجار پاکدست شده‌اند اعلام می‌دارد: در شرایط سخت و بحرانی ناشی از تحریم‌های ناجوانمردانه خارجی تمام همت خود را برای توسعه کسب و کار داخلی و حفظ اشتغال ایجاد شده در این بنگاه‌های اقتصادی ضمن صیانت از اصول حرفه‌ای تجارت به کار خواهد گرفت.

مدیرکل طرح‌های ملی وزارت ورزش:

استارتاپ کرج برای کشور الگوی مناسبی است

مدیـــرکل طرح‌های ملـــی و فراگیر جوانان وزارت ورزش و جوانان با اشـــاره به موفقیت‌های استارتاپ استان البرز و کلانشهر کرج در پیشبرد برنامه‌های علمی، اقتصادی و اجتماعی گفت این اســـتارتاپ الگوی خوبی برای کل کشور است. به گزارش ایرنا، امیرحســـین آل‌اسحاق در آیین انعقاد تفاهم‌نامه استارتاپ کلانشهر کرج با وزارت ورزش و جوانان که با حضور نخبگان علمی ۳۱ اســـتان کشـــور در فرهنگسرای میلاد کرج برگزار شد، افزود: استارتاپ کرج که با حمایت شهرداری شکل گرفته بیانگر آن است که دستگاه‌های عمومی و دولتی می توانند در کنار یکدیگر برای تسهیل در امور جوانان همکاری کنند.وی اظهار داشت: این موضوع، اتفـــاق مهمی اســـت و در این زمینـــه وزارت ورزش و جوانان در گام نخســـت ۷ میلیاردتومان برای حمایت از استارتاپ استان البرز اختصاص داده است.

دریچـــه

آمیخته‌ی بازاریابی (۷p) چیست؟

مترجم: طاهره منیری شریف
کارشناس ارشد MBA

وقتی اســـتراتژی بازاریابی‌تان را تهیه کردید، بـــرای ارزیابی مداوم فعالیت‌های کسب و کار باید از فرمول آمیخته بازاریابی p۷ استفاده کنید.

آمیخته بازاریابی ۷p عبارت اســـت از:محصول (product)، قیمت (price)، ترفیع (promotion)، توزیع (place)، بسته‌بندی (packaging)، جایگاه‌یابی (positioning) و کارکنان (people) . محصولات، بازارها، مشتریان و نیازها به سرعت در حال تغییرند. برای اینکه مطمئن شوید در مسیر درستی قرار گرفتید، باید به طور مداوم آمیخته بازاریابی ۷p را مورد بازبینی قرار دهید. این کار باعث می‌شود، در بازار امروز به حداکثر نتایج موردنظرتان دست یابید.

۱ - محصول

برای شروع، از نگاه مشاور بازاریابی بیرونی (کسی که به شرکت‌تان آمده است تا نشان دهد در مسیر درستی قرار دارید یا خیر) به محصول خود بنگرید. هرگاه نتوانســـتید به میزان مطلوب محصولات یا خدمات‌تان را بفروشـــید باید کسب و کارتان را صادقانه ارزیابی کنید. از خود بپرسید: آیا خدمات و محصولات فعلی‌تان برای مشتریان امروزی مناســـب هستند؟ آیا با دانش و تجربه امروزتان، حاضرید دوباره همین محصولات را تولید کنید؟ آیا محصولات شـــما مزیت رقابتی دارند؟ این مزیت چیســـت؟ و اگر مزیتی نســـبت به رقبا ندارند، آیا می‌توانید یک مزیت رقابتی برای آنها ایجاد کنید؟

۲ - قیمت

قیمـــت محصولات و خدماتی که می‌فروشـــید را مرتبا بررســـی و بازبینی کنید. مطمئن شوید که این قیمت‌ها هنوز هم برای بازار فعلی مناسب هستند. گاهی باید قیمت‌های‌تان را کاهش دهید و شـــاید هم لازم باشد قیمت‌ها را بالا ببرید. بسیاری از شرکت‌ها متوجه شده‌اند که سودآوری محصولات یا خدمات خاص، میزان تلاش و منابع صرف‌شـــده برای تولید آنها را توجیه نمی‌کند.در نظر بگیرید که اگر قیمت محصول‌تان بالا برود، احتمالا درصدی از مشتریان‌تان را از دست بدهید؛ ولی با همین درصد باقیمانده، در هر فروش سود خوبی به‌دست آورید. آیا این روش می‌تواند برای شما مناسب باشد؟ گاهی باید شرایط فروش را تغییر داد. می‌توانید با پیشنهادات و تبلیغاتی خاص، محصولات و خدمات‌تان را با هم ترکیب کنید. می‌توانید کالاهایی که هزینه اندکی (قیمت تمام شده ناچیز) دارند را به‌طور رایگان همراه با محصول‌تان عرضه کنید. قیمت‌ها را در آمیخته بازاریابی طوری تنظیم کنید که برای مشتریان جذاب به نظر برســـد.در کســـب و کار هر وقت مقاومت یا ناامیدی را در هر بخشی از طرح بازاریابـــی یا فروش‌تان تجربه کردید به بازبینی آن حوزه بپردازید. همواره این احتمال را بدهید که ساختار قیمت‌گذاری فعلی شما برای بازار فعلی ایده‌آل نباشد. در صورت لزوم در قیمت‌های خود بازبینی کنید و رقابتی باقی بمانید. باید بتوانید در بازار متغیر امروزی به بقا و رشد کسب و کارتان ادامه دهید.

۳ - ترفیع

ترفیع، به‌کارگیری تمام روش‌های تبلیغ، بازاریابی و فروش محصولات و خدمات به مشـــتریان اســـت. اعمال تغییراتی کوچک در شیوه تبلیغات می‌تواند تغییرات چشـــمگیری در نتایج فروش‌تان به همراه داشـــته باشـــد. ایـــن تغییرات کوچک می‌تواند به حجم بیشـــتری از فروش منجر شود.شرکت‌های فعال در هر صنعت، مرتبا روش‌های مختلف را برای ترفیع و فروش محصولات‌شان تجربه می‌کنند. هر روشـــی که امروزه برای بازاریابی و فروش به‌کار می‌گیرید، می‌تواند زودتر از آنچه فکر می‌کنید تاثیرش را از دســـت بدهد. حتی ممکن است، دلیلش را هم متوجه نشوید. از این رو باید به‌طور مداوم از استراتژی‌ها، پیشنهادات و روش‌های جدیدی برای ترفیع محصولات‌تان در آمیخته بازاریابی استفاده کنید.

۴ - توزیع

چهارمین p «توزیع» در آمیخته بازاریابی، مکانی اســـت که در آن، محصول یا خدمت‌تان را می‌فروشـــید. مکان که مشتری در آنجا فروشنده را ملاقات می‌کند دقیقا مورد بازبینی قرار دهید. گاهی تغییراتی کوچک در مکان توزیع می‌تواند به افزایش سریع فروش منجر شود.بعضی شرکت‌ها از روش فروش مستقیم استفاده می‌کنند. آنها از فروشندگان‌شـــان می‌خواهند شخصا به مشتری بالقوه رجوع و با او صحبـــت کنند. بعضی هـــم از روش‌های بازاریابی از راه دور اســـتفاده می‌کنند. بعضی افراد از طریق کاتالوگ یا ســـفارش ایمیلی محصول‌شـــان را می‌فروشند و عده‌ای هم در خرده‌فروشی‌ها. شرکت‌هایی هم هستند که ترکیبی از این روش‌ها را به‌کار می‌گیرند. کارآفرین باید بهترین مکان را برای مشتری انتخاب کند تا بتواند اطلاعات ضروری در مورد محصول یا خدمتش را در اختیار مشتری قرار دهد. این اطلاعات مشتری را در اتخاذ تصمیم خرید کمک می‌کند.

۵ - بسته‌بندی

به هر عنصر بصری در بسته‌بندی محصول‌تان، نگاه منتقدانه داشته باشید. اولین برداشت افراد از کسب‌وکارتان، در ۳۰ ثانیه اولی که شما یا بعضی عناصر شرکت‌تان را می‌بینند، شـــکل می‌گیرد. بهبودهایی کوچک در بســـته‌بندی یا ظاهر خارجی محصول‌تان می‌تواند واکنش‌های کاملا متفاوتی از مشتریان به همراه داشته باشد.

«بسته‌بندی» در آمیخته بازاریابی اشاره به نمای بیرونی محصول یا خدمت‌تان دارد. بیانگر نحوه لباس پوشیدن کارمندان، چیدمان اداره، اتاق‌های انتظار، بروشور، مکاتبات و هر چیز بصری دیگری در کسب و کارتان است. هر مورد بصری در ظاهر شما می‌تواند به سود یا زیان کسب‌وکارتان تمام شود. این عوامل ظاهری اعتماد به نفس مشتری برای معامله با شما را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در هر معامله لازم است فروشنده‌گان‌تان کاملا حرفه‌ای به نظر برسند.

۶ - جایگاه‌یابی

در این عنصر از آمیخته بازاریابی باید به این فکر کنید که جایگاه‌تان در قلب و ذهن مشتریان چگونه است؟ ببینید وقتی شما حضور ندارید، مردم در مورد شرکت شـــما چطور فکر می‌کنند و چه می‌گویند؟ جایگاه برندتان در بازار کجاســـت؟در اکثر مشـــتریان با یک ویژگی (مثبت یا منفی) از شـــما یاد می‌کنند. این ویژگی ممکن است مربوط به «نوع خدمت»، «برتری» یا «مهندسی کیفیت» شما باشد. هر چقدر آن ویژگی عمیق‌تر در ذهن مشـــتریان بالفعل و بالقوه شما جای گرفته باشد، به همان اندازه سریع‌تر محصول‌تان را می‌خرند و پولش را پرداخت می‌کنند.

فکـــر کنید که چطـــور می‌توانید جایگاه خود را بهبود ببخشـــید. جایگاهی که دوست دارید داشته باشید را تعیین کنید. اگر بتوانید برداشتی ایده‌آل در قلب و ذهن مشتریان‌تان ایجاد کنید، آن برداشت چه می‌تواند باشد؟ امروز چه تغییراتی در نحوه تعامل با مشتریان‌تان می‌توانید انجام دهید تا در آینده بهترین انتخاب‌شان باشید؟

۷ - کارکنان

به افراد درون و بیرون کسب‌وکارتان که مسئول هر بخش از فروش، فعالیت‌ها و اســـتراتژی‌های بازاریابی هســـتند، فکر کنید. کارآفرینان و بازرگانان سخت کار می‌کنند درحالی که کمتر به اهمیت «کارکنان» در آمیخته بازاریابی توجه کنند. هر استراتژی و تصمیمی توسط فردی خاص و به شیوه‌ای خاص باید اتخاذ شود. گزینش، اســـتخدام، و حفظ کارکنان مناســـب با مهارت‌ها و توانایی‌های موردنیاز کســـب‌وکارتان، مهم‌تر از هر چیز دیگر اســـت. برای موفقیت در کسب و کار، باید بدانید که هر کاری را دقیقا به چه کسی بسپارید. اغلب تا زمانی که فرد مناسبی را جذب نکنید و در موقعیت مناسبش به کار نگیرید، حرکت رو به جلو امکان‌پذیر نیست.

منبع: entrepreneur/modirinfo

همکاری فیس‌بوک، گوگل، توییتر و مایکروس

در نشست خبری دیروز کمپانی‌های فیس‌بوک، گوگل، توییتر و مایکروسافت برای رفع مشکلات انتقال اطلاعات در بستر اینترنت اعلام همکاری کردند.

به گزارش زومیت، انتقال اطلاعات در ســـرویس‌های اینترنتی، مسئله‌ای است که گاهی راحت یا ســـریع صورت نمی‌گیرد؛ مخصوصا زمانی‌کـــه می‌خواهید یک عکس را در میان شـــبکه‌های اجتماعی به اشـــتراک بگذارید یا پلی‌لیســـت و کتابخانه‌های موســـیقی مورد علاقه خود را از ســـرویس‌های استریم موسیقی پخش کنید. دیروز تعدادی از بزرگ‌ترین کمپانی‌های جهان اعلام کردند که در حال تلاش برای دست زدن به اقداماتی در رابطه با این مسئله هستند و از پروژه انتقال داده سخن به میان آوردند.

پـــروژه انتقـــال داده نتیجه همکاری و مشـــارکت تیمی کمپانی‌هـــای فیس‌بوک، گوگل، توییتـــر و مایکروســـافت اســـت. در نشســـت خبـــری دیروز، هر کـــدام از ایـــن کمپانی‌ها (به‌اســـتثنای Microdoft بـــرای مدتی) به‌صورت جداگانه این پـــروژه را مورد بحث قرار

دادند. پروژه مذکور فعلا در مراحل اولیه توس
تمایل دارند که پروژه ذکرشده مقیاس بزرگی
در حالی که Facebook و Twitter در این
مطرح کردند، Google در پست خبری خود
گـــوگل نوشـــت: کمپانی‌هایـــی کـــه در این
ابزارهایی هســـتند که خدمات APIهـــای اخ
داده استانداردشـــده(و برعکس) تبدیل کنند
قرار بگیرند. این چهار کمپانی ســـابقا نیز ساز
ارائه‌دهنده سرویس مختلف» با «پنج نوع مت
در رابطه با بُعد امنیتی مسئله، گوگل گفت
موافقت می‌کنند نیاز خواهند داشـــت که قبل

حذف قوانین مزاحم راهی برای بهبود محیط کسب‌وکار

مجید ســـروش، کارشناس حوزه کســـب‌وکار، در خصوص فرصت و چالش‌های اشتغال در ایران اظهار کرد: در حال حاضر مسئله اشتغال یکی از معضلات جدی و دغدغه‌های روز مردم است.

بـــه گزارش رادیـــو گفت‌وگـــو، وی افزود: مهمترین عامل در ایجاد اشـــتغال یا توسعه اقتصادی رفع موانع اســـت، اگر این موانع را برطرف کنیم به دلیل وجود تمایل در افراد برای داشـــتن کسب‌وکار و رسیدن به ارزش افزوده و درآمد، روند اشـــتغال‌زایی به طور اتوماتیک انجام خواهد شد.

این کارشـــناس حوزه کســـب‌وکار گفت: عـــلاوه بـــر مشـــکل تزریـــق نقدینگـــی به حوزه‌هـــای مختلـــف، حجـــم بســـیار بالای بوروکراســـی در کشـــور مـــا بـــرای ایجـــاد ســـاختارهایی کـــه بتوانند موتـــور محرک کارآفرینی و اشـــتغال باشـــند، موجب فرار سرمایه به بخش نامولد شده است.

ســـروش بیان کرد: حذف قوانیـــن و مقررات مخل و همچنین بهبود محیط کســـب‌وکار می‌تواند بهترین روش برای ایجاد اشتغال پایدار در جامعه ما باشد.

وی ادامـــه داد: دولت به معنای حاکمیت به طرز نادرســـتی خودش را متولی اشـــتغال می داند و میزان اشـــتغال‌زایی دولت ها در دورهای مختلف به عنوان یک سند افتخار یا نقصی در دولت‌ها مطرح می‌شود.

این کارشـــناس حوزه کسب‌وکار افزود: حقیقت امر این اســـت زمانی که اشتغالی از بین می رود، دولت و وزارت کار مذکور، شخص متصدی بنگاه اقتصادی را جریمه کرده و خواهان اشـــتغال‌زایی از وی است، لذا باید گفت اگر دولت متولی اشتغال‌زایی اســـت پس از بین رفتـــن آن نیز به عهده دولت است.

سروش با اشـــاره به اینکه چهارمین بند از سیاســـت‌های اشـــتغال مربوط به ایجاد نظـــام جامـــع اطلاعات بـــازار کار اســـت، تصریح کرد: شناسایی فرصت‌های اشتغال، کسب‌وکار و توانمندی‌های تولید و توزیع در بخش‌های مختلف و اطلاع‌رسانی از عواملی است که موجب موفقیت فعالان اقتصادی می‌شود.

ضعف بازاریابی و فروش؛ چالش اساسی بخش تولید

یـــک کارآفرین لرســـتانی گفت ضعـــف بازاریابی و فروش بـــه یکی از چالش‌های اساسی بخش تولید تبدیل شده است. علی صالح‌نیا در اظهار کـــرد: یکـــی از مهم‌ترین موانع پیش روی کارآفرینان لرســـتان در جهت ایجاد و اشـــتغال گسترده در بدنه کارشناسی ادارات و دســـتگاه‌های دولتی ضعف بازاریابی و فروش اســـت به نحـــوی که کارشناســـان اغلب دســـتگاه‌های دولتی از پتانسیل و توان کارشناسی و تخصص لازم در جهت حمایت و ارائه مشـــاوره به بخش خصوصی برخوردار نیســـتند و همـــواره به عنوان یکـــی از موانع توســـعه به شـــمار می‌روند. به گزارش ایسنا، وی ادامه داد: از سوی دیگر باید سازمان‌های مربوطه شـــرایط را برای توانمندسازی نیروی جویـــای کار و جامعه کارگری مهیا کنند. در این راستا انجام فعالیت‌های فرهنگی در جهت ارتقای فرهنگ کار یکی از مهم‌ترین راهکارها به شـــمار می‌رود چراکه در این راستا چالش‌های مهمی در استان وجود دارد که باعث دلســـردی کارآفرینان می‌شود. صالح‌نیا اضافه کرد: اکنون مشاهده پرداخت تسهیلات اشتغال‌زایی توسط دولت به متقاضیان هستیم

این در حالی اســـت که باید پرســـید آیا این افراد از توان و تخصص لازم برخوردار هستند و می‌توانند محصول تولیدی خود را به فروش برسانند.

این تولیدکننده لرستانی عنوان کرد: متأسفانه ضعف بازاریابی و فروش به یکی از چالش‌های اساســـی بخش تولید تبدیل شـــده، به همین دلیل در صورتی که بنگاه‌های بازرگانی در کنار واحدهای تولیدی نباشند، مطمئناً برای فروش با مشکل مواجه می‌شـــوند. این کارآفرین لرســـتانی تصریح کرد: مطمئناً در صورتی که مسئولان دولتی فکری به حال فروش محصولات بنگاه‌های خرد و طرح‌هـــای خوداشـــتغالی نکنند در میان‌مدت شاهد بروز مشکلات زیادی برای آنها خواهیم بود و نه تنها شغلی ایجاد نشده بلکه این افراد مقروض‌تر می‌شوند. صالح‌نیا مدعی شـــد: نبود ثبات اقتصـــادی به یکی از اساســـی‌ترین چالش‌هـــای فعالان بخش خصوصی تبدیل شده است، به بیان دیگر اکنون شرایط به گونه‌ای است که دولت از زیر تمامی مسئولیت‌های اجتماعی خود به غیر از امنیت شانه خالی می‌کند.

تشکیل ۶۰ استارتاپ در کرج

لزوم تقویت کسب‌وکارهای نوپا

عضو شورای شهر کرج با اشاره به تشکیل ۶۰ استارتاپ در کرج، بر لزوم تقویت کسب‌وکارهای نوپا تأکید کرد. عباس زارع در حاشیه مراسم انعقاد تفاهم‌نامه سه‌جانبه آغاز فعالیت اولین خانه استارتاپ در کرج به مهر گفت: ظرف چند سال گذشته در کرج ۶۰ استارتاپ ایجادشده است که نشان از تلاش و علاقه جوانان برای پیشرفت کشور است. وی با بیان اینکه کرج دارای جاذبه بالا در مهاجرت است، گفت: مهاجرپذیری این کلانشهر یک فرصت مناسب برای تقویت استعداد جوانان سراسر کشور است. رئیس کمیسیون برنامه‌وبودجه شورای شهر کرج ضمن ابراز امیدواری از اینکه مسئولان زیرساخت‌های مناسب برای نهایت استفاده از این قابلیت را فراهم کنند، گفت: امکان تجمیع سرمایه‌های کلان برای نجات کشور وجود ندارد، مجبوریم به سمت کسب‌وکارهای کوچک و نوپا برویم.

نگـــاه

راهکارهای استفاده صحیح از لینکدین برای معرفی کسب‌وکارتان

لینکدین یکی از شبکه‌های اجتماعی معروف در دنیاست که بر اساس روابط تجاری بنیان‌گذاری شده است.

بر اساس گزارش تحقیقات بازار لینکدین در سال ۲۰۱۳، این شبکه اجتماعی در بیش از ۲۰۰ کشور جهان کاربر دارد و تعداد این کاربران در هر کشور به چند میلیون نفر می‌رسد. با توجه به این حجم از گستردگی لینکدین، آیا به نحو صحیح از تمام ظرفیت‌های آن استفاده می‌کنیم؟

اگر به پروفایل افراد در لینکدین سری بزنید متوجه می‌شوید که همگی آنها تأکید بر این دارند که فردی خلاق هستند و تجربه کافی در زمینه تخصص خود را دارند و یک رهبر و مدیر به تمام معنا هستند. این مسئله موجب شد لینکدین در ماه مارس ۲۰۱۸ لیستی را منتشر کند که در درون این لیست به کلماتی که بیش از بقیه مورد استفاده قرار گرفته بودند یا به اصطلاح کلمات «مد روز» بودند پرداخته بود.

وقتی یک نگاه اجمالی به این لیست می‌اندازیم متوجه می‌شویم که از جمله کلمات پرکاربرد و مد روز کلماتی مانند «ماهر»، «مشتاق»، «باانگیزه»، «متخصص» به قدری استفاده شده است که به احتمال زیاد به جای اثر مثبت در ذهن مخاطبان، تأثیر منفی ایجاد خواهد کرد. به این واقعیت مهم واقف باشید که امروزه، فرصت‌های شغلی محدودی وجود دارد که افراد زیادی برای به دست آوردن آن تلاش می‌کنند.

پس فقط نمی‌توان در پر کردن این صفحات به گفتن ویژگی‌هایی که در بالا گفته شده اکتفا کنیم. همه افرادی که در زمینه تخصصی شما مشغول به فعالیت هستند، تقریباً اطلاعات و آگاهی‌های شما را دارند، بنابراین اگر بخواهند با شما رقابت کنند دقیقاً در این ویژگی‌ها با شما مشابه هستند. پس تلاش کنید از روش دیگری برای معرفی خودتان و توانایی‌هایتان استفاده کنید.

به همین دلیل لازم دانستیم در این مقاله به ارائه راهکارهایی بپردازیم که شما را در استفاده بهینه از ظرفیت لینکدین که یک شبکه اجتماعی برای معرفی متخصصین است کمک کنیم.

یک) فقط به ذکر رزومه خود در لینکدین نپردازید

بسیاری از افراد در معرفی خودشان در لینکدین دچار اشتباه می‌شوند. آنها چنین تصور می‌کنند که مطرح کردن همان رزومه‌ای که روی کاغذ نوشته شده در لینکدین هم کاربرد دارد. پس سعی می‌کنند همان رزومه خود را در لینکدین کپی کنند، درحالی‌که این رزومه در لینکدین کاربردی ندارد! اولین و مهمترین بخش لینکدین که هر کاربری که به صفحه شما سر می‌زند آن را می‌بیند، عکس و سپس توصیفات کوتاهی است که از خودتان نوشته‌اید.

ابتدا سعی کنید یک عکس مناسب برای صفحه خود انتخاب کنید. پس از آن باید در چند کلمه خودتان را معرفی کنید. سعی کنید از این قسمت استفاده بهینه را داشته باشید و به تخصص اصلی خود و هر آنچه هستید اشاره کنید. در قسمت بعد (Summary)، باید خلاصه‌ای از خودتان بنویسید، سعی کنید در این قسمت از ضمیر اول شخص مانند «من» استفاده کنید تا خودتان را با مخاطبان صمیمی و نزدیک نشان دهید. سه خط اول معرفی شما بسیار مهم است، زیرا در نتایج جست‌وجوی لینکدین، فقط سه خط اول شما دیده می‌شود و با کلیک روی Show more هست که بقیه اطلاعات شما هم نمایش داده می‌شود.

دو) تجارب و توضیحات مربوط به آنها را در لینکدین بیان کنید

لینکدین شما روایتگر تحصیلات دانشگاهی، تخصص و علایق شماست. سعی کنید به شکل گسترده‌ای به ذکر تجارب خود در این زمینه بپردازید. معمولاً در رزومه خود نمی‌توانید به ذکر جزییات این تجارب بپردازید ولی لینکدین بهترین فضا برای روایت کردن این تجارب است. زمانی‌که دوره‌های کارآموزی خود را می‌نویسید بیشتر سعی کنید دوره‌هایی را که با مهارت‌ها و علایق شما بیشتر مرتبط هستند بنویسید.

سه) پست‌ها را به صورت منظم در لینکدین آپدیت کنید

پس از معرفی کامل خودتان باید پست‌هایی را در صفحه خود به اشتراک بگذارید تا بتوانید با مخاطبان خود ارتباط مداومی حفظ کنید. سعی کنید این پست‌ها را به صورت دائم آپدیت کنید. مخاطبان شما برای اینکه مطالب جدید شما را بخوانند به صفحه شما سر می‌زنند. در صورتی که پست‌ها را دیر به دیر آپدیت کنید مخاطبانتان کمتر به صفحه شما مراجعه خواهند کرد. اگر خودتان نیز به تولید محتوا برای صفحه‌تان نمی‌پردازید، حداقل از اطلاعات و داده‌های مرتبط جمع‌آوری شده استفاده کنید ولی هر طور که هست مطالب خود را آپدیت کنید.

چهار) رهبران حوزه خود را پیگیری و دنبال کنید

سعی کنید سازمان‌ها و افرادی را که جزو رهبران حوزه شما محسوب می‌شوند همیشه دنبال کنید. بهترین کار این است که مطالب و پست‌های آنها را با ذکر نام آنها در صفحه خودتان منتشر کنید تا به مخاطبان خود نشان دهید که مسیر اصلی خود را می‌شناسید و همواره در آن مسیر قرار دارید.

پنج) صفحات رقیبان خود را دنبال کنید

سعی کنید همیشه رقیب‌های اصلی خود را بشناسید و با دنبال کردن کارهای آنها و صفحات‌شان در شبکه‌های اجتماعی همواره در حد تعادلی از رقابت باقی بمانید و نسبت به فعالیت‌های آنها آگاه باشید و سعی کنید همیشه بهتر از آنها عمل کنید.

در صورتی که به موارد ذکر شده در بالا عمل کنید می‌توانید مطمئن باشید که از فرصت و فضایی که لینکدین در اختیار شما قرار داده است بهترین استفاده را برده‌اید.

...سافت در راستای حل مشکل انتقال اطلاعات

...عه قرار دارد، اما در نهایت این چهار کمپانی
...ی از سرویس‌ها را تحت پوشش قرار بدهد.
...ن نشست مفاهیم اصلی پروژه انتقال داده را
...د به جزئیات بیشتری پرداخت.
... پروژه همکاری می‌کنند در حال توسعه
...تصاصی را به مجموعه کوچکی از فرمت‌های
...د که بتوانند توسط هر یک مورد استفاده
...رگارکننده‌هایی را برای تطبیق‌پذیری «هفت
...فاوت از داده‌های مصرفی» توسعه داده‌اند.
...« سرویس‌هایی که با اجازه به انتقالات داده
...ل از انجام این انتقالات، افراد را ملزم نمایند

تا به‌صورت اختیاری حساب خود را احراز هویت کنند». همچنین گوگل اظهار کرد که «اعتبارنامه و داده کاربر هم در هنگام انتقال و هم در سایر حالات رمزنگاری خواهند شد».

سرویس‌هایی که برای شرکت در این پروژه ثبت‌نام می‌کنند، می‌توانند از ویژگی‌های امنیتی موجود خود برای احراز هویت استفاده کنند که منجر به کاهش موانع ورودی برای شرکت‌هایی می‌شود که این انتقالات را به کاربرانشان ارائه می‌دهند.

بسیاری از این کمپانی‌ها هم‌اکنون این امکان را به کاربران می‌دهند که همه داده‌های مرتبط با حساب‌های خود را دانلود کنند؛ بنابراین پروژه انتقال داده قدم بعدی خواهد بود تا کاربران بتوانند کنترل بیشتری بر آن داشته باشند. این پروژه که متن باز است، مسیری طولانی در پیش دارد اما با وجود شرکت‌هایی همچون گوگل، فیس‌بوک و توییتر احتمالا شاهد توسعه سریع آن خواهیم بود.

همایش فناوری اطلاعات در توان‌افزایی زنان برگزار می‌شود

سمینار بین‌المللی «نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توان‌افزایی زنان» همزمان با برگزاری بیست و چهارمین نمایشگاه الکامپ تهران، به همت معاونت زنان و خانواده ریاست جمهوری و وزارت ارتباطات با هدف ارتقای سطح آگاهی و تبادل تجارت داخلی و بین المللی برگزار می شود.

به گزارش ایرنا، این رویداد بین‌المللی که هفتم مردادماه سال جاری در تهران آغاز می‌شود، با حضور مقامات دولتی و اجرایی داخلی و بین‌المللی و همچنین متخصصان دو حوزه زنان و خانواده و فناوری اطلاعات همراه خواهد بود. علاوه بر سفرای کشورهای مختلف، برخی مقامات خارجی از جمله وزیران ارتباطات جمهوری آذربایجان و آفریقای جنوبی و وزیر زنان اندونزی به همراه محمدجواد آذری‌جهرمی وزیر ارتباطات و معصومه ابتکار معاون امور زنان و خانواده ریاست جمهوری در افتتاحیه سخنرانی خواهند داشت.

وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات که با همکاری معاونت زنان و خانواده ریاست جمهوری، تلاش همه جانبه‌ای در راستای استفاده از ظرفیت‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توانمندسازی زنان و دختران داشته است، افق مدنظر در برگزاری این رویداد بین‌المللی را ایجاد زمینه‌های برقراری عدالت جنسیتی از طریق ICT و نیز بسترسازی همکاری‌های مشترک بین‌المللی در حوزه توانمندسازی زنان در چارچوب قوانین و سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران قرار داده است.

از سوی دیگر، تبادل ایده‌ها و بهره‌مندی از دانش، تخصص و تجارب مقامات دولتی و اجرایی کشورهای شرکت‌کننده و متخصصان داخلی و بین‌المللی دو حوزه زنان و خانواده و فناوری اطلاعات در راستای تحقق عدالت جنسیتی و توانمندسازی زنان و دختران از طریق ICT، آشنایی با ظرفیت و پتانسیل همکاری های مشترک فناورانه در عرصه‌های بین‌المللی، ایجاد زمینه اشتغال و کارآفرینی زنان بر بستر ICT در عرصه‌های بین‌المللی و نیز ارائه و ترسیم الگوی زن مسلمان ایرانی کارآفرین به همراه انتقال تجارب از جمله اهداف و محورهای این همایش عنوان شده است.

فناوری زیستی تراز اقتصادی کشور را جابه‌جا می‌کند

با هدف بسترسازی توسعه زیست‌فناوری دانش‌آموزی، تفاهم‌نامه همکاری ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی با دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی امضا شد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در راستای تحقق آرمان‌های ملی سند توسعه زیست‌فناوری در به‌کارگیری فناوری زیستی و همچنین اهداف کلان سند تحول بنیادین آموزش‌وپرورش با موضوع بهسازی و تحول در نظام برنامه‌ریزی آموزشی، به‌منظور گسترش همکاری در زمینه ترویج زیست‌فناوری، تفاهم‌نامه‌ای با دانشگاه شهید رجایی منعقد کرد.

این تفاهم‌نامه با موضوع برنامه‌ریزی برای استفاده بهینه از توانمندی‌های علمی و قانونی موجود در ستاد و توانمندی‌های علمی و آموزشی دانشگاه به‌منظور دستیابی به مواردی چون «همکاری برای معرفی و ترویج مفاهیم و کاربردهای زیست‌فناوری به‌عنوان فناوری کلیدی برای دستیابی به توسعه پایدار در جامعه به‌ویژه در بین دانش‌آموزان، دانشجویان و دبیران آموزش و پرورش» و «همکاری مشترک در جهت تقویت فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی در حوزه زیست‌فناوری» امضا شده است.

همچنین تحقق «بسترسازی و برنامه‌ریزی در جهت توسعه رویکردهای آموزشی خلاقیت‌محور در حوزه زیست‌فناوری»، «فراهم کردن بستر شکوفایی استعدادهای دانشجویان و دبیران در حوزه زیست‌فناوری و زمینه‌سازی جهت هدایت آنها در اشتغال‌زایی، انگیزه‌بخشی به دبیران برای شرکت در فعالیت‌های پژوهشی»، «فراهم کردن بستر آشنایی دانشجویان، اساتید دانشگاه، مسئولین و صاحبان صنعت با اولویت‌های زیست‌فناوری»، «هدایت دستاوردهای پژوهشی حوزه زیست‌فناوری به‌منظور برطرف کردن نیازها و مشکلات کشور» و «کمک به تجاری‌سازی علوم‌زیستی از طریق ارائه آموزش‌های تخصصی و فوق‌تخصصی» از دیگر مواردی است که در این تفاهم‌نامه مدنظر است.

از نایک گرفته تا اپل، آئودی، مک‌دونالد و نیویورک تایمز (بخش اول)

شرکت‌های بزرگ چه شعارهایی برای برندشان دارند؟

به‌قلم: لیندسی کُلُویچ
ترجمه: علی آل‌علی

«احمق، آن را ساده نگه دار». شاید تعجب کنید که یک مقاله این‌گونه آغاز شود. با این حال ما قصد توهین به شما را نداریم. این جمله در حقیقت نوعی شعار مشهور در زمینه برندسازی و تعیین شعارهای تبلیغاتی است. به طور معمول شعار برند باید کوتاه و در عین حال جذاب باشد. بی‌تردید رعایت اختصار در این زمینه بی‌نهایت دشوار است. از این دشوارتر بیان احساسات متعدد در قالب چند کلمه کوتاه خواهد بود. نکته جالب اینکه یک شعار تبلیغاتی خوب باید همه این ویژگی‌ها را در کنار هم داشته باشد. به همین دلیل برندهایی که چنین فرآیندی را به طور صحیح انجام می‌دهند، احترام زیادی در زمینه برندسازی کسب خواهند کرد. در دنیای کسب‌وکار برندهایی که به خوبی احساسات‌شان را با سلیقه مشتری گره زده و شعاری مطلوب طراحی کنند، بسیار کم است.

اگر به دنبال انتخاب یک شعار جذاب برای برندتان هستید، مطالعه مثال‌های این مقاله بی‌تردید به کمک‌تان خواهد آمد. در این مقاله شعارهای متنوع برندهای مختلف گردآوری شده است. با این حال پیش از پرداختن به نمونه‌های منحصر به فرد اجازه دهید با مفهوم شعار تبلیغاتی و المان‌های یک شعار مطلوب آشنا شویم.

شعار تبلیغاتی چیست؟

در کسب‌وکار یک شعار یا برچسب تبلیغاتی عبارت است از «یک شبه جمله یا مجموعه‌ای از کلمات که به شیوه‌ای ویژه ترکیب شده‌اند تا هویت کالا و شرکتی را مشخص سازند». این تعریف باتوجه به توضیح دانشنامه کوچک سایت Entrepreneur ارائه شده است.

باتوجه به تعریف مذکور از بسیاری جهات شعار تبلیغاتی مانند عبارت کوتاه شرح ماموریت است. شرکت‌ها به همان دلیل شعر تبلیغاتی دارند که از لوگو استفاده می‌کنند: تبلیغات. درحالی که لوگو جلوه بصری تبلیغات یک برند به حساب می‌آید، شعار جلوه صوتی و آوایی برند است. هر دو فرمت مذکور توجه مخاطب را به خود جلب می‌کنند. به علاوه فهم آنها بسیار ساده و ماندگاری‌شان در ذهن مخاطب بسیار بالا خواهد بود.

همه توضیحات سطرهای پیش به کنار، به راستی هدف اصلی از طراحی شعار تبلیغاتی چیست؟ هدف اصلی ایجاد پیامی کوتاه و واضح در ذهن مخاطب است. به این ترتیب در صورت عدم موفقیت دیگر تبلیغات شرکت، حداقل پیامی کوتاه در ذهن مشتری باقی خواهد ماند.

ویژگی‌های شعار تبلیغاتی خوب کدام است؟

باتوجه به گزارش وب‌سایت How Stuff Works، یک شعار تبلیغاتی خوب همه یا بخشی از ویژگی‌های زیر را در بر دارد:

به یاد ماندنی

آیا شعار شما به راحتی قابل تشخیص است؟ آیا مردم فقط یک یا دو ثانیه زمان برای درک آن نیاز دارند؟ شعار متشکل از مجموعه کوتاه کلمات، کاربرد بسیار زیادی در حوزه تبلیغات دارد. به‌عنوان مثال روی پوسترها، تبلیغات تلویزیونی یا حتی بیلبوردها از آن می‌توان استفاده کرد. با این حال اگر شعارمان ساده نباشد، به هیچ کاری نخواهد آمد.

در بردارنده کلیدواژه اساسی

آیا تا به حال این توصیه بازاریابی را شنیده‌اید: «صدای درست شدن استیک را بفروشید نه خود آن را». این به معنای تمرکز روی سود کالا به جای امکاناتش برای مشتری است. بی‌تردید این توصیه در طراحی یک شعار تبلیغاتی مطلوب باید مورد توجه واقع شود. در حقیقت یک شعار تبلیغاتی خوب سود خرید محصول را برای مشتری کاملا روشن می‌سازد.

متمایز ساختن برند

آیا نوشیدنی سبک شما مجموعه‌ای از بهترین مواد اولیه را در بر دارد؟ یا شاید کمترین کالری ممکن را؟ در اینجا باید روی آنچه محصول یا برند شما را از سایر رقبا جدا می‌کند، تاکید کنیم.

القای احساس مثبت نسبت به برند

بهترین شعارهای تبلیغاتی تاریخ توانایی القای احساس مثبت نسبت به برند مربوطه را دارند. به‌عنوان مثال، شرکت Reese (فعال در زمیه تولید کره با طعم بادام زمینی) شعار جالبی را برای خود انتخاب کرده است: «دو طعم فوق‌العاده که در کنار هم عالی می‌شوند». بی‌تردید چنین شعاری به مشتریان Reese احساس خوبی نسبت به مصرف محصول موردنظر می‌دهد. با این حال همه شعارهای برندهای بزرگ خوب از کار در نیامده است. شعار برند Lea & Perrins یک نمونه واضح در این زمینه است: «سُس استیکی که فقط یک گاو از آن متنفر خواهد بود». چنین شعاری بی‌تردید در نظر مخاطب توهین‌آمیز جلوه خواهد کرد.

حال که آگاهی نسبتا کاملی در مورد چیستی شعار تبلیغاتی و المان‌های یک شعار خوب پیدا کردیم، نوبت به بررسی مثال‌هایی در این زمینه رسیده است. بنابراین در ادامه بهترین شعارهای تبلیغاتی تمام تاریخ را با هم بررسی خواهیم کرد.

برترین شعارهای تبلیغاتی تاریخ کسب‌وکار

۱- نایک: «فقط انجامش بده»

به هنگام انتخاب فهرست شعارهای برتر بی‌هیچ تاملی نام نایک را در صدر لیست قرار دادم. در حقیقت این برند بیش از یک تولیدکننده حوزه ورزشی است. به عبارت دقیق، نایک الگویی از سبک زندگی را برای مخاطب‌هایش ارائه می‌کند. این برند نوع خاصی از تفکر را ترویج می‌دهد. براین اساس شما برای دستیابی به وزن و هیکل ایده‌آل‌تان نیازی به فعالیت به مثاله ورزشکاری حرفه‌ای ندارید. اگر مایل به انجامش هستید، فقط انجامش بده.

پشت ایده خلاقانه شعار نایک آژانس تبلیغاتی Wieden + Kennedy قرار دارد. این آژانس مشهور از همان ابتدا می‌دانست که نایک برند خود را در چنین راهی قرار خواهد داد. در حقیقت در ابتدای کار محصولات نایک فقط مخصوص دوندگان دو ماراتن طراحی می‌شد. برکسی پوشیده نیست که دو ماراتن یکی از سخت‌ترین انواع ورزش‌هاست. برهمین اساس نایک نیاز اساسی به متنوع‌سازی مشتریانش داشت. شعار «فقط انجامش بده» کمک زیادی به نایک در این زمینه کرد. به این ترتیب دامنه مخاطب هدف نایک از ورزشکاران ماراتن فراتر رفت. در حقیقت اغلب برندها نیازمند پیروی از الگوی نایک هستند. در دنیای امروز افزودن مشتریان هرچه بیشتر به دامنه مخاطب‌های هدف از ضرورت‌های بقای برندمان به حساب می‌آید.

۲- اپل: «متفاوت فکر کن»

این شعار تبلیغاتی نخستین بار در تبلیغ اپل با نام «اینجا برای افراد دیوانه است، متفاوت فکر کن» منتشر شد. چنین تبلیغی به‌عنوان بزرگداشت تمام افرادی که دنیا را تغییر داده‌اند، روانه بازار شد. این شعار در حالت اولیه از عبارت مشهور برند IMB تحت عنوان «مثل IMB فکرکن» اقتباس شده بود. در آن زمان برند IMB از این شعار به منظور تبلیغ سری محصول ThinkPad استفاده کرد.

به‌زودی پس از طراحی شعار جدید اپل همه جا پر از برچسب‌های آن شد. نکته جالب اینکه در آن زمان اپل هیچ محصول تازه‌ای را روانه بازار نکرده بود. با این حال مشتریان استقبال بسیار خوبی از این شعار جدید کردند. به‌زودی کاربران دنیای تکنولوژی درک متفاوتی از برند اپل پیدا کردند. در حقیت از آن پس اپل دیگر یک برند تولیدکننده کامپیوترهای نسل قدیمی نبود. به عبارت بهتر، مخاطب از برند اپل تصویری به مثابه شرکتی خلاق و نوآور را در ذهن پروراند. توجه به ویژگی‌های برند اپل موجب تمرکز بیشتر روی کامپیوترهای این شرکت نیز شد. به این ترتیب سادگی رابط کاربری کامپیوترهای اپل موجب مهاجرت خیل عظیمی از کاربران به این محصول جدید و سیستم عامل محبوبش شد.

به گزارش فوربس، قیمت سهام اپل در کمتر از یک سال پس از انتشار این تبلیغ سه برابر شد. اگرچه اکنون این شعار تبلیغاتی اپل بازنشسته شده، اما بخش زیادی از مشتریان اپل همچنان آن را به یاد دارند.

۳-Dollar Shave Club: «زمان را اصلاح کن، پول را اصلاح کن»

برند Dollar Shave Club (اصلی‌ترین رقیب برند ژیلت در بازار تولید تیغ اصلاح) با شعار تبلیغاتی مشهورش راه خود را برای ورود به این فهرست هموار کرده است. منصفانه است که بگوییم در زمینه بازاریابی و تبلیغات تیم این شرکت یکی از بهترین کیفیت‌ها را از خود به نمایش می‌گذارد. به این ترتیب شعار مشهور این شرکت «زمان را اصلاح کن، پول را اصلاح کن» نمونه مناسبی برای نمایش هوش این شرکت است.

این شعار تبلیغاتی شرکت به خوبی دو ویژگی اصلی آن را نمایان می‌کند. نخست صرفه‌جویی در هزینه و سپس صرفه‌جویی در زمان. به این ترتیب محصولات شرکت با قیمتی کمتر سرعت اصلاح را برای شما افزایش خواهند داد.

۴- لورئال: «چون ارزشش را داری»

چه کسی دوست ندارد که ارزشمند قلمداد شود؟ شعار تبلیغاتی برند لورئال براساس یک تئوری مشهور در مورد خانم‌ها طراحی شده است. براین اساس خانم‌ها برای اینکه زیبا به نظر برسند، احساس شایستگی و سرزندگی داشته باشند از لوازم آرایشی استفاده می‌کنند. با هدف‌گذاری روی این تئوری شعار تبلیغاتی لورئال معطوف به تصویری از محصولات شرکت برای خانم‌هاست. این دقت نظر اهمیت بالایی دارد. به طور معمول شعارهای تبلیغاتی معطوف به خود محصولات است، نه ویژگی‌های ثانوی آن. با استفاده از این شعار تبلیغاتی برند لورئال موفق به ارائه تصویری فراسودگرایانه از خود شد. در واقع شما از محصولات لورئال به دلیل ارزش بالای خودتان استفاده می‌کنید، نه صرفا تمایل لورئال به کسب سود. شعار «چون ارزشش را داری» بی‌تردید تحولی شگرف در زمینه تبلیغات حوزه بهداشت و زیبایی به حساب می‌آید.

۵-California Milk Processor Board: «شیر داری؟»

درحالی که بسیاری از مردم با شعار تبلیغاتی «شیر داری؟» آشنا هستند، اما خیلی از مردم موسسه سازنده آن را به یاد ندارند. در حقیقت این شعار از سوی California Milk Processor Board (سازمان فعال در زمینه محصولات مرتبط با شیر ایالت کالیفرنیا) طراحی شده است. نکته جالب در مورد این شعار تبلیغاتی طراحی آن به منظور مقابله با نرخ فزاینده مصرف فست‌فود و غذاهای پر چرب است. براین اساس خواسته سازمان بازگشت مردم به سوی استفاده از شیر و در نتیجه تجربه زندگی سالم‌تر بود. براساس گفته‌های مدیر تبلیغاتی سازمان به مجله تایمز، هدف اصلی شعار تبلیغاتی «شیر داری؟» در کنار آگهی جذابش افزودن اندکی جذابیت به مصرف کالایی نه چندان دلچسب محسوب می‌شود.

شعار «شیر داری؟» در مدت زمان پخش به یکی از مشهورترین تکه‌کلام‌های مردم تبدیل شد. براین اساس حتی هنرمندان و سلبریتی‌ها نیز با این شعار شوخی‌های جالبی کردند. از نظر مدت زمان نمایش شعار تبلیغاتی مذکور یک رکورد جالب در اختیار دارد. براین اساس «شیر داری؟» از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۴ مورد استفاده CMPB قرار گرفت.

هدف سازمان CMPB بنای برندی محبوب از طریق آگهی موردنظر نبود. در واقع آنها خواسته کاملا واضحی داشتند: افزایش مصرف شیر در میان مردم آمریکا. در مقام ارزیابی باید گفت که شعار دو کلمه‌ای مذکور به خوبی موفق به افزایش تمایل به مصرف شیر نه تنها در آمریکا، بلکه آمریکای شمالی و اروپا نیز شد.

۶- مستر کارت: «چیزهایی هستند که پول نمی‌تواند آنها را بخرد. اما برای چیزهای دیگر مستر کارت همیشه همراه‌تان است».

شعار تبلیغاتی دو جمله‌ای مستر کارت در سال ۱۹۹۷ به‌عنوان بخشی از کمپین تحسین شده این شرکت در ۹۸ کشور (۴۶ زبان مختلف) طراحی شد. یکی از نخستین نمایش‌های این شعار در آگهی تلویزیونی سال ۱۹۹۷ اتفاق افتاد. در این آگهی پدری پسرش را به مسابقه بیسبال می‌برد. وی هزینه هات داگ و نوشیدنی را پرداخت می‌کند. در این میان تمرکز اصلی آگهی نه روی پرداخت هزینه خوراکی‌ها، بلکه قیمت‌ناپذیری مکالمه میان پدر و پسر است. به گزارش فوربس، آگهی مسترکارت مدت‌ها قبل از توسعه شبکه‌های اجتماعی به شهرت بسیار وسیعی دست یافت. چنین موفقیتی، آن هم در دوره پیش از شبکه‌های اجتماعی، به راستی حکایت از کیفیت آن شعار تبلیغاتی دارد.

پرسش بسیاری از افراد در مورد شعار مستر کارت به شرح زیر است: کلید موفقیت آن چیست؟ بی‌تردید هر تبلیغی یک احساس ویژه را در مخاطب برمی‌انگیزد. تبلیغ تلویزیونی مستر کارت شاید خاطرات زمان کودکی ما با پدرهای‌مان را زنده کند. براین اساس رمز موفقیت هر آگهی تاکید روی احساسی خاص است. در اغلب موارد آگهی‌های ناموفق از ناتوانی روی سازماندهی احساسات مخاطب رنج می‌برند. در این زمینه راجا راجامانار، یکی از مدیران ارشد مستر کارت، اظهارنظر جالبی دارد: «شا نیازمند خلق یک الگوی منحصر به فرد فرهنگی هستید. سپس باید گام به گام بدان بال و پر دهید و آن را تازه نگه دارید». بی‌تردید بازاریابی مبتنی بر نوستالژی یکی از بهترین ابزارها در این زمینه به حساب می‌آید.

۷-BMW: «طراحی شده برای لذت رانندگی»

BMW به‌عنوان یکی از غول‌های دنیای خودروسازی از مدت‌ها پیش در سراسر دنیای به فروش مدل‌های مختلف اتومبیل مشغول است. با این حال در آمریکای شمالی بسیاری از مردم تا مدت‌ها این برند را به خاطر شعار تبلیغاتی مشهورش به یاد داشتند: «ماشین سواری فوق حرفه‌ای». این شعار تبلیغاتی در دهه ۷۰ میلادی و از سوی یک آژانس تبلیغاتی کمتر شناخته شده به نام Ammirati & Puris ساخته شد. به گزارش سایت BMW، مخاطب هدف این شعار جوان‌های تازه فارغ‌التحصیل شده از دانشگاه با درآمد متوسط بود. کسانی که آماه هزینه پول‌های خود در راه علاقه‌مندی‌های‌شان هستند. بهترین راه برای جلب‌نظر چنین مخاطب‌هایی نظیر استفاده از نام افسانه‌ای برندمان است. دقیقا همان کاری که BMW انجام داد.

شعار تبلیغاتی جدید BMW با نام «طراحی شده برای لذت رانندگی» با هدف تاکید دوباره بر یکی از اصول خودروسازی مدرن خلق شده است. این اصل طراحی خودرو از سوی غول‌های اتومبیل‌سازی با هدف توسعه لذت رانندگی است. شعار تبلیغاتی BMW یکی از پراحساس‌ترین شعارهای تمام دوران‌هاست. بی‌تردید چنین شعاری توانایی اقناع مخاطب به منظور خرید یکی از محصولات این غول آلمانی را دارد.

۸- تسکو: «همه کمک‌های کوچک»

«همه کمک‌های کوچک» از آن دسته شعارهای تبلیغاتی است که در زمینه‌های مختلف قابل استفاده خواهد بود. همچنین این شعار توانایی لازم برای هماهنگی با پیام‌های مختلف برند تسکو را نیز دارد. این شعار می‌تواند به زمینه‌های مختلفی از جمله ارزش، کیفیت، سرویس و حتی مسئولیت در قبال محیط زیست نیز اشاره کند. به این ترتیب برند تسکو از این شعار در زمینه‌های مختلف فعالیتش استفاده کرد.

شعار برند تسکو، شاید یکی از بهترین شعارهای تبلیغاتی در عصر کنونی باشد. در حقیقت تسکو در الگوی بازاریابی‌اش خود را برندی برای مردم عنوان می‌کند. برهمین اساس یک شعار انعطاف‌پذیر و پر دامنه به خوبی با فعالیت بازاریابی‌اش هماهنگ خواهد شد.

ادامه دارد. . .

منبع: hubspot

موانع بازاریابی و فروش تلفنی

فرقی ندارد که شما برای برخورد با این موانع تا چه حد آمادگی دارید؛ شما هنوز قبل از رسیدن به خط پایان ارائه‌تان قرار است با یک یا دو مانع مواجه شوید و باید چگونگی برخورد و غلبه بر آنها را بدانید. پرداختن به موانع در روندی شش مرحله‌ای انجام می‌شود. برای کسب بهترین نتایج از فرمول آزموده شده و درست، به ترتیب زیر عمل کنید:

مرحله اول: وقفه

وقفه یا سکوت ترفندی قدرتمند است. وقتی از این ترفند در فروش تلفنی استفاده کنید، قدرتان حتی بیشتر از توان بالقوه‌اش می‌شود. اگر از نحوه کارکرد وقفه مطلع شوید، متوجه خواهید شد که این شیوه ازجمله باارزش‌ترین استراتژی‌هاست و فواید بی‌شماری دارد. وقفه‌ها در موارد زیر به کمک شما می‌آیند:

- به شما فرصتی برای تسلط داشتن بر خودتان می‌دهند: وقتی شما مانعی از سوی مشتری می‌شنوید، غریزه شما ممکن است قبل از آنکه مشتری صحبت کند شما را ترغیب به دفاع از خودتان کند و با پاسخی سریع به مشتری یورش ببرید. متوقف کردن مشتری در وسط بیان کردن مانعش، از بزرگ‌ترین اشتباهات در فروش است. تلفن‌کننده شاید این عمل را کاری تهاجمی یا ناشی از پررویی و سماجت فروشنده تلقی کند و در پی پایان دادن هرچه سریع‌تر به این تماس تلفنی باشد. این وقفه تنها باید یک‌لحظه - یا فقط چند ثانیه - باشد.

- ایجاد نگرانی می‌کند و روند گفت‌وگو را در کنترل شما قرار می‌دهد: این وقفه سبب ایجاد قدری ناراحتی و باعث تغییر کنترل بر مکالمه می‌شود. ضمن اینکه به فرد توقف‌کننده قدرت بیشتری نسبت به فرد مقابل می‌دهد. لحظه‌ای صبر کردن برای جمع‌وجور کردن خودتان به شما امتیاز ویژه‌ای می‌دهد.

- به خودتان شانسی برای گوش دادن به حرف‌های مشتری بدهید: علاوه بر اجازه دادن به مشتری برای تفکر درباره واکنش‌هایش، این وقفه به شما زمانی برای گوش دادن به مشتری می‌دهد؛ نه‌تنها زمانی برای گوش دادن به حرف‌های او، بلکه درک مانع واقعی.

اگر از وقفه‌ها بعد از مطالب مهمی که مشتری می‌گوید استفاده کنید، به بهترین شکل کارسازند. وقفه‌ها را به مدت دو یا سه ثانیه حفظ کنید.

مرحله دوم: تایید

چه مانع مشتری ازنظر شما موجه باشد و چه مسخره به نظر بیاید، او باید احساس کند که به او احترام می‌گذارید و دیدگاهش به نظر شما ارزشمند است. پس به حرف‌هایش گوش دهید و او را درک کنید. با انجام این کار به مشتری نشان می‌دهید که در مورد احساسات او نگرانید و بیشتر نگران او هستید تا فروش خودتان.

به رسمیت شناختن مانع مشتری، به معنای موافقت با او نیست. در اینجا صرفا چند شیوه ارائه می‌کنم تا شما بتوانید به کمک آنها بدون تایید آنچه لازم است به توافق با مشتری برسید:

- می‌توانم چیزی را که احتمالا سبب ناراحتی شما می‌شود درک کنم.
- واقعا سوال خوبی است خوشحال می‌شوم به شما پاسخش را بدهم.
- من نگرانی شمارا دراین‌باره درک می‌کنم.
- متشکرم، واقعا مهم است بتوانم نگرانی شمارا درک کنم.

تکنیک موثر دیگر وصل سوال معنادار دیگری به انتهای جمله تصدیقی‌تان است. با مطرح کردن این سوال شما نگرانی‌تان را منتقل و اعتماد مشتری را به خود جلب می‌کنید. برخی از جملات مورد علاقه من در این‌گونه موارد عبارت است از:

من نگرانی شما را در این مورد درک می‌کنم. به من بگویید چرا دراین‌باره چنین احساسی دارید؟

من می‌توانم جایی را که موجب نگرانی شما شده ببینم لطف می‌کنید توضیحات بیشتری به من بدهید؟

این تکنیک مرحله تایید را به مرحله بعدی با عنوان مرحله سوم(بررسی) وصل می‌کند.

مرحله سوم: بررسی

وصل سوالات بررسی‌کننده به تایید، به شما کمک می‌کند که به مرحله سوم قدم بگذارید. در مرحله سوال کردن است که شما اطلاعات بیشتری درباره مانع پیش روی مشتری کشف و جمع‌آوری می‌کنید. نمونه‌هایی از این سوالات شامل موارد زیر است:

- چه چیزی موجب نگرانی شما شده است؟
- آیا تامین‌کننده قبلی‌تان محصولی نامرغوب یا خدمات ضعیفی به شما تحویل داده است؟
- آیا مشتری‌تان تجربه منفی از فروشنده‌ای داشته است؟
- آیا علت نگرانی او صرفا شنیدن داستانی ترسناک از زبان دوست یا همکار است و نه یک تجربه شخصی؟

مرحله بررسی به شما در به دست آوردن درک بهتری از اندازه، شدت و هیجان مربوط به مانع پیش روی مشترک کمک می‌کند. با دانستن این اطلاعات شما آماده پاسخگویی موثرتر به این نگرانی‌ها می‌شوید. روند جست‌وجو می‌تواند شامل پرسیدن چند مورد باشد و فقط چند دقیقه وقت بگیرد. روند بررسی را کوتاه‌تر کنید و به مشتری اجازه دهید همه آنچه را می‌خواهد با شما در میان بگذارد. هرچقدر مشتری بیشتر صحبت کند، شما اطلاعات باکیفیت‌تری دریافت خواهید کرد. شما می‌خواهید به مشتری اطمینان خاطر دهید که او برای تبادل نگرانی‌هایش با شما فرصت کافی دارد، آن‌هم در یک سطح عمیق‌تر.

مرحله چهارم: جداسازی

مرحله چهارم یا جداسازی، فروشندگان برجسته را از فروشندگان حرفه‌ای صرفا خوب متمایز می‌کند. در مرحله جداسازی، شما از ابزارهای شک و تردید عبور و عامل اصلی نگرانی مشتری و موانع او را در خرید کشف می‌کنید. در این مرحله، سعی می‌کنید به‌دقت مشکل واقعی مشتری را شناسایی و اقدام به کشف تمام مشکلات، سدها و موانع پیش روی او درست در زمان حال و نه آینده، می‌کنید. اکثر مشتریان ترجیح می‌دهند مشکل واقعی آنان برملا نشود یا ممکن است آنها حتی تشخیص ندهند مشکل واقعی‌شان چیست. سوالات بررسی‌کننده‌تان به شما در تفکیک این موانع بر مبنای منطق، شک و تردید، ترس یا احتیاط کمک می‌کند.

سردرآوردن از مانع اصلی مشتری کاری ضروری است. بدون درک این علت، شما متوقف می‌شوید و قادر به پیشروی در ادامه روند فروش نیستید. برای اینکه به مرحله بعدی قدم بگذارید باید بدانید چه مشکلات، چالش‌ها، احساسات و انتظاراتی مشتری را از برداشتن گام‌های بعدی منصرف می‌کند.

بهترین راه برای جداسازی مانع واقعی، جلب حمایت مشتری است. اگر نگرانی او را به‌درستی تشخیص داده‌اید از او سوال‌هایی مشابه موارد زیر بکنید:

فرض کنیم ما بتوانیم راه‌حل مناسبی برای این نگرانی شما پیدا کنیم به من اجازه می‌دهید کار را ادامه بدهم؟

آیا این تنها این دلیلی است که شما را در ادامه دادن روند فروش به جلو باز داشته است؟

غیر از ... آیا دلیل دیگری وجود دارد که فکر می‌کنید بتواند سبب مخالفت شما با این خرید شود؟

اگر مشکلی وجود نداشت آیا آمادگی ادامه دادن کار را همین‌الان داشتید؟

تمام این نوشته‌ها، در صورت حل مانع پیش رو، در ترغیب مشتری به توجه کردن به انتخاب‌ها، خدمات یا محصولات شما بی‌نهایت موثرند. البته شما نمی‌توانید همیشه تقاضاهای دلخواه مشتری را در مورد قیمت، خدمات، یا زمان تحویل برآورده کنید، اما دست‌کم مشکل را تفکیک کرده‌اید و حالا می‌توانید بر خلق ارزش‌های‌تان تمرکز کنید و هنوز یک ترفند کارساز و موثر در ساختن فروش در اختیار دارید.

از کندوکاو و جست‌وجو برای یافتن پاسخ‌ها نهراسید. فروشنده‌ها اغلب از فشار آوردن به مشتری برای جمع‌آوری اطلاعات اکراه دارند چون آنها می‌ترسند با این کار مشتری را بیزار کنند و فرصت فروش را از دست بدهند، اما شما نمی‌توانید چیزی را که ندارید از دست بدهید! بدون مطرح کردن سوال‌های ضروری برای تشخیص مشکل واقعی، بعید است بتوانید نگرانی‌های مشتری را برطرف سازید.

مرحله پنجم: پاسخگویی

پس از شناسایی مانع، می‌توانید به مرحله پاسخ حرکت کنید. پاسخ شما مستلزم ارائه راه‌حل‌ها و مجاب کردن مشتری به خرید است. شما در ضمن باید در مشتری این اعتماد را ایجاد کنید که شرکت و محصول یا خدمات‌تان می‌تواند به او در دستیابی به هدف و خواسته‌های بسیار مهمش کمک کند. ارائه شما باید سرشار از شور و هیجان باشد. باید برای فرصتی که در اختیار شما و آنها قرار داده‌شده هیجان‌زده شوید و این شور و هیجان را به مشتری انتقال دهید. داشتن شور و هیجان موجب فروش می‌شود.

باید پاسخ‌هایی برای متداول‌ترین موانع پیش روی محصول یا خدمات‌تان ایجاد کرده باشید. به‌منظور اطلاع یافتن از اینکه آیا مدیر فروش‌تان راه‌حل‌های استاندار و از پیش نوشته‌ای برای متداول‌ترین موانع پیش روی شما دارد یا نه با او دراین‌باره صحبت کنید. شروع به خلق فایل مخصوص خودتان بکنید و پاسخ‌های‌تان را به‌دقت ردگیری کنید و ببینید کدام مورد بهتر از بقیه عمل می‌کند.

مرحله ششم: بستن قرارداد

مرحله بستن قرارداد فورا بعد از مرحله پاسخگویی می‌آید. بستن قرارداد لحظه‌ای است که شما به توافق درباره همکاری با مشتری می‌رسید. این شانس زمانی رخ می‌دهد که جسور باشید و گام‌های‌تان را با اعتمادبه‌نفس و جسارت بردارید. لذا ایمان شما در مورد داشتن راه‌حل مناسبی برای مشکل مشتری به او نیز انتقال پیدا می‌کند.

اکثر فروشنده‌های با عملکرد سطح بالا بین مرحله پاسخگویی به یک مانع و مرحله بستن قرارداد یا حداقل بستن قرارداد آزمایشی وقفه‌ای نمی‌اندازند. شما می‌خواهید برای مانع آنها راه‌حلی ارائه کنید و سپس از مشتری بخواهید از شما خرید کنند و از آنها می‌پرسید آیا حالا با شما در مورد بستن قرارداد موافق هستند یا نه؟ حتی افزودن جمله‌ای درباره بستن قرارداد به طرزی ساده و مفیدکننده - مثل آیا این کار منطقی است؟ - در انتهای پاسخ‌تان می‌تواند همچون ترفندی زیرکانه در بستن قرارداد آزمایشی عمل کند.

یک‌راست سراغ بستن قرارداد بروید. در اینجا چند روش بستن قرارداد را به طرزی موثر بیان می‌کنم:

هیچ ابهامی در این باره در ذهن من وجود ندارد که راه‌حل‌هایی که باهم آنها را بررسی کردیم دقیقا همان چیزی است که شما نیاز دارید. پس بیایید روند را ادامه دهیم و حالا شروع به بستن قرارداد کنیم.

من مطمئنم که شما با این ... هیجان‌زده می‌شوید. من دقیقا، همان‌طور که امروز درباره آنها باهم صحبت کردیم آن را انجام می‌دهم. بیایید کارهای دفتری را انجام بدهیم و بعد شما می‌توانید آن را همین حالا و بی‌درنگ داشته باشید.

منبع: hormond

ایستگاه بازاریابی

انواع ارائه یا معارفه برای فروش

شرایط مختلف نیازمند شیوه متفاوتی از ارائه، معرفی و فروش محصول هستند. در برخی از شرایط یک ارائه کامل در واقع نامناسب بوده و بیش از آنکه موجب جذب مخاطب شود، موجب آزار یا نفرت مشتری بالقوه می‌شود. به عنوان یک قانون تجربی می‌توان گفت، هر قدر سطح پایین‌تری از رابطه را با یک مشتری بالقوه ایجاد کرده باشید، باید نسبت به فروش دیدی ساده‌تر و راحت تر داشته باشید.

سخنرانی آسانسوری

زمانی که برای اولین بار با یک مشتری ملاقات می‌کنید، تنها صحبت و ارائه که باید داشته باشید، می‌تواند در قالب یک سخنرانی آسانسوری خلاصه شود. این یک سخنرانی و ارائه خیلی کوتاه است که شما و شرکت شما را معرفی کرده و یک یا دو مورد از منافع حاصل از همکاری با شما یا شرکت شما را ارائه می‌کند. یک سخنرانی آسانسوری موجب کنجکاوی بیشتر مشتری در مورد محصول شما می‌شود. اینگونه این مشتری شماست که از شما درخواست اطلاعات بیشتری می‌کند، به جای اینکه شما از وی اجازه بخواهید تا فرصت ادامه دادن به صحبت را به شما بدهند. سخنرانی آسانسوری شیوه‌ای خوب و مناسب برای معرفی خودتان است، حتی زمانی که قصد آنچنان جدی برای اقناع یک مشتری جهت فروش به وی را نداشته باشید، مثلا در رویدادهایی با هدف شبکه‌سازی یا مقاصد مرتبط دیگر.

سخنرانی آسانسوری همچنین می‌تواند به عنوان مقدمه‌ای برای یک تماس از پیش هماهنگ نشده مورد استفاده قرار بگیرد. اما زمانی که علاقه و توجه مخاطب را تحریک کردید، باید قدری جریان انتقال اطلاعات به مخاطب را سرعت ببخشید. اصولا طول زمان یک تماس هماهنگ نشده بیشتر از یک سخنرانی آسانسوری است، اما با این وجود هدف نهایی آن ترغیب مخاطب برای کسب اطلاعات بیشتر است و نه نهایی کردن فروش. در حالت ایده‌آل تماس هماهنگ نشده شما آنقدر به مخاطب شما اطلاعات می‌دهد که وی ترغیب شود در جلسه‌ای با شما شرکت کند، اما دیگر فراتر از آن نمی‌رود. حجم بالایی از اطلاعات در مراحل اولیه چرخه فروش می‌تواند در واقع به ضرر شما تمام شود، چراکه مخاطب ممکن است تصور کند به قدر کافی از شما اطلاعات دریافت کرده و دیگر نیازی به اطلاعات بیشتر ندارد.

معارفه و ارائه کامل

در نهایت، وقتی به مرحله‌ای رسیدید که یک مخاطب در جلسه‌ای حضوری با شما شرکت کرد، دیگر زمان آن رسیده که تمام موانع خلق شده توسط خودتان را کنار گذاشته و یک معارفه کامل با وی داشته باشید. در این مرحله، شما حداقل یک بار پیش از این با مخاطب صحبت کرده‌اید و زمان کافی برای پرسیدن و کسب اطلاعات مربوطه را داشته‌اید. در این مرحله باید متوجه نقاط داغ و حساس مشتری - مهم‌ترین نیازها و مسائل مشتری که مرتبط با محصول شما است - باشید. اگر بدون توجه به آن اطلاعات قصد ارائه یک معارفه کامل از محصول خود را داشته باشید، در واقع در حال شلیک کردن در تاریکی هستید، چرا که نمی‌دانید چه نکات و مزیت‌هایی، بیشترین منفعت را برای مشتری خلق می‌کند.

خطر دیگر در رابطه با ارائه یک معارفه کامل و طولانی از محصول به مشتری در ابتدای رابطه خودتان، عدم وجود اعتماد کافی بین شما است. زمانی که با یک مشتری بالقوه صحبت می‌کنید، در واقع همیشه با کلیشه‌هایی منفی در ذهن مخاطب روبه‌رو هستید که عموم مردم در رابطه فروشنده دارند. به‌طور آگاهانه یا غیرآگاهانه، هر مشتری بالقوه انتظار دارد که فروشنده به تلاشی برای نهایی کردن و به نتیجه رساندن فروش دست بزند. اما اگر شما قدری سرعت پیشبرد این فرایند را، خصوصا در جلسات اول، کم کنید؛ در واقع آن پیش فرض کلیشه ای را در ذهن مخاطب از بین برده‌اید.

معارفه و ارائه هماهنگ نشده

سخنرانی آسانسوری شما بدون توجه به موقعیت، عموما باید یکسان باشد و یک موضوع را بیان کند، اما محتوای تماس هماهنگ نشده شما باید تا حدودی بسته مخاطب شما متفاوت باشد و ارائه و معارفه کامل شما باید تقریبا با توجه به اطلاعاتی که از مخاطب به دست آوریده‌اید تنظیم شده باشد. می‌توانید شکل کلی معارفه خود را با تهیه و استفاده از یک خلاصه کلی ثابت نگاه دارید و در هر جلسه با توجه به شخص مورد نظر خودتان که با وی جلسه دارید، مواردی را بر حسب موقعیت به ارائه خودتان اضافه کنید. اما باید توجه داشته باشید که ساختار اصلی معارفه در کل چرخه فروش ثابت باقی می‌ماند.

بهترین و معقول‌ترین نتیجه را از معارفه خود کسب کنید

هر یک از این انواع معارفه‌ها ابزاری حیاتی برای یک فروشنده به حساب می‌آیند. سبک دقیق معارفه‌های شما به شدت بستگی به نوع محصولی دارد که قصد فروش آن به مشتری مورد نظر خود را دارید. به یاد داشته باشید که حتی صحبت‌های شما در حین ارائه باید به‌صورت دوره‌ای مورد بازبینی قرار بگیرد، چرا که تکرار کردن مجموعه ای ثابت از کلمات و جملات برای مدتی طولانی به نظر می‌رسد که از قبل متن را حفظ کرده و برای آن آماده شده‌اید. اعمال تغییرات دوره‌ای همچنین موجب می‌شود راه‌هایی خلاقانه و البته اثربخش برای جلب توجه مخاطب خود پیدا کنید.

منبع: ibazaryabi

چرا رهبران امروزی باید قدرت روایت‌ها را درک کنند

شـرکت‌های امـروزی تنهـا در بازارهـای قدیمی کالا و سـرمایه با یکدیگـر رقابـت نمی‌کنند، بلکه برای شـرح اهداف خـود و جلب نظر مصرف‌کنندگان، باید در بازار رقابتی دیگری نیز پیروز شوند.

سال ۲۰۱۷، زمانی که سـخنرانی جک ما، بنیان‌گذار و رهبر شرکت علی‌بابا در مجمع جهانی اقتصاد شـروع شد، تمام راهروها پر از رهبران و خبرنگاران کسب‌وکار بود. درواقع همه منتظر بودند تا ببینند او نتایج انتخابات سال ۲۰۱۶ آمریکا را چگونه ارزیابی می‌کند و در مورد ترامپ که به‌تازگی او را ملاقات کرده بود، چه می‌گوید. جک ما گفت:

روند فعلی جهانی‌سـازی خوب است، اما می‌تواند بهبود یابد. طی ۳۰ سال گذشته، جهانی‌سازی تحت کنترل ۶۰ هزار شرکت بوده، اما در ۳۰ سال آینده می‌تواند شش میلیون کسب‌وکار را پوشش دهد.

جک ما به‌جای پاسـخ دادن به سـوال اصلی، گفت‌وگـو را تغییر داد. بـه عقیده او مشـکل اصلی اختـلاف آمریکا و چین نبـود، بلکه تفاوت چشـم‌انداز دو کشـور در خصوص جهانی‌شـدن بود. چند ماه بعد او با هـدف پیشـبرد برخی از سیاسـت‌های تجـارت الکترونیـک که برای کسـب‌وکارهای کوچک مفید بودند، مشارکت بی‌سابقه‌ای را با سازمان تجارت جهانی آغاز کرد. ممکن است هنوز نتوانیم در مورد روایت جک ما اظهارنظر قطعی کنیم، اما پاسـخ او نشـان می‌دهـد که دیگر کافی نیسـت در بازارهـای قدیمی سـرمایه و کارگـر و کالا و خدمات پیروز رقابت‌ها باشـیم. حالا شـرکت‌ها، دولت‌ها و دیگر بازیگران کسـب‌وکار مجبورند بازارهای جدیدی ایجاد کنند که از ویژگی‌ها و قواعد عملیاتی متفاوتی برخوردارند و در این بازارها به رقابت و حتی همکاری بپردازند.

بازارهایی برای روایت‌ها.

شـاید رونق ارز رمزها، مقاله‌های سـفید و آیکوها، مثال روشنی برای ایـن قضیه باشـد. دارایی‌ها و ارزهای رمزنگاری‌شـده نظیر بیت کوین، اتریـوم و ریپـل، به‌عنـوان نوآوری‌هـای تکنولوژیکی مدرن شـناخته می‌شـوند. اما روایت‌های مسری و فراگیر این دارایی‌ها، بیش از هر چیز دیگری ذهن مصرف‌کنندگان و سـرمایه‌گذاران را به خود مشغول کرده اسـت. انرژی عظیم موردنیاز برای اسـتخراج بیت کوین، نشان می‌دهد که چگونه واقعیت‌های امروزی، از تاثیر روایت‌ها بر دنیای فیزیکی شکل می‌گیرند (و برعکس).

اقتصاددانـان رفتـاری، کـه دنیل کانمـن و ریچارد تیلر نخسـتین پیشـگامان آنها بودند، نخستین گروهی بودند که پی بردند روایات، چه تاثیر و اهمیتی در تصمیم‌گیری‌های افراد دارند. آنها استدلال می‌کردند که «مغز آهسـته»ی تحلیلی ما غالبا به «مغز سـریع» حسی و بصری تبدیـل می‌شـود. هنگامی که می‌خواهیم تصمیم‌گیـری کنیم، به علت فقدان اطلاعات یا پیچیدگی‌های بیش‌ازحد، محاسـبات منطقی را کنار می‌گذاریم و به میانبرهای ذهنی روی می‌آوریم.

اما روایت‌ها، صرفا میانبرهایی ذهنی از دنیای واقعی نیسـتند و بیش از آنچـه فکـر می‌کنیم، در شـکل دادن دنیای واقعـی موثرند. روایات شرکت‌ها، تقاضای کالاها را افزایش می‌دهد، نیروی کار مستعد را جذب می‌کنـد و در حوزه بانکـداری و بیوتکنولوژی، به صدور مجوزهای لازم منجر می‌شـود. در دنیای اقتصاد، روایت‌هـا الهام‌بخش ما در راه‌اندازی کسـب‌وکارهای جدید هستند. گاهی نیز ما به‌واسـطه آنها، هزینه‌های تولیدی خود را کاهش می‌دهیم و محافظه‌کارانه اقدام می‌کنیم و برخی از ریسک‌ها را نمی‌پذیریم. بااین‌حال ما هنوز واقف نیستیم که شرکت‌ها چگونه برای آنکه روایت و ماجرای سرگذشت‌شـان بهتر شـنیده شود، باهم رقابت می‌کنند. این رقابتی است که برنده بازارهای قدیمی واقعی و حتی عرصه‌های مدنی و سیاسی را مشخص می‌کند.

به نظر می‌رسد که ما با یک پارادایم جدید استراتژی روبه‌رو هستیم. امـروز برنده شـدن در بازارهـای قدیمـی سـرمایه و کالا و خدمات، به‌طور فزاینده‌ای به این امر وابسـته اسـت که تا چه حد در بازار جدید روایت‌ها موفق عمل کنیم. بازارهای جدید، براسـاس محدودیت منابع جدیـد، یعنی منابـع ذهنی، شـناختی و هیجانی کـه رفتارهای ما را شـکل می‌دهند، سـاخته می‌شـوند. بازیگران در بازار روایت‌ها، با هم رقابـت می‌کنند تا نیازهای روان‌شـناختی و عاطفـی مصرف‌کنندگان، سـرمایه‌گذاران و دولت‌ها را تامین کننـد. نیازهایی که از دل بازارهای قدیمی حاصل‌شده‌اند.

شـرکت‌ها و سـازمان‌های بزرگی نظیر آمازون و علی‌بابا، نه‌تنها برای کسب سهم بیشـتری از بازار خرده‌فروشی و فین تک با یکدیگر رقابت می‌کننـد، بلکـه در قانع کـردن ذهنیت عمومی جامعـه، در خصوص اینکـه تکنولـوژی چگونه به بشـریت خدمت می‌کند نیـز باهم رقابت دارند. به‌عنوان‌مثال، روایت شـرکت آمازون این‌گونه ترجمه می‌شود که یک زنجیره تامیـن فوق‌العاده کارا که به کمک داده‌های بهینه‌سـازی شـده عمـل می‌کند، بـا هزینه‌هـای پایین‌تـر، ارزش بیشـتری برای مصرف‌کنندگان ایجاد می‌کند. از طرف دیگر، روایت علی‌بابا، سرگذشت پلتفرمـی اسـت که به شـرکت‌های کوچک و متوسـط کمک می‌کند دسترسـی بیشتری به بازار داشته باشـند. امری که به افزایش عرضه و کاهش نرخ بیکاری منجر می‌شـود. در کشورهایی مثل هند و سنگاپور که این دو شرکت رقیب اصلی یکدیگر محسوب می‌شوند، موفقیت آنها در جذب مصرف‌کنندگان، تامین‌کنندگان و رگولاتورها، به همان اندازه که به پیروزی در بازارهای واقعی الکترونیکی بسـتگی دارد، به پیروزی در بازار روایت‌ها نیز وابسته است.

روایت‌هـای تاثیرگذار بـا دو ویژگی تعریف می‌شـوند: آنها در درجه اول، بسـیار ماهرانه و مشـروح، از انگیزه‌ها و دلایـل صحبت می‌کنند: اهدافی بزرگ و ارزشمند که به بازیگران کمک می‌کند از منفعت‌خواهی شـخصی دست بردارند و به دنبال رفع نیازهای همگانی باشند و هویت مشـترکی را شـکل دهند. به‌عنوان‌مثال نخسـتین خط مقاله سـفید ساتوشـی ناکاموتو خالق بیت کوین، شـرح می‌دهد که چگونه یک پول کاملا توزیع‌شـده الکترونیکـی، به مردم کمک می‌کنـد بدون مراجعه کردن به موسسات مالی، پرداخت‌ها و تراکنش‌های مالی خود را به‌طور مستقیم با طرف مقابل انجام دهند.

ثانیـا، روایات موثـر، یک رابطه علـت و معلولی را به‌عنـوان مبنای فعالیت‌های خود مطرح می‌کنند. تولیدکنندگان اتومبیل‌های الکتریکی چینی و شرکت تسـلا، در بازار خرده‌فروشی رقیب یکدیگر هستند، اما در تبلیغ این ایده که وسایل نقلیه مسافربری برقی، بهترین راهکار برای کاهش نشر کربن هستند، با یکدیگر مشارکت می‌کنند.

روایت‌هـا با دنیای واقعـی در تعامل‌اند. دنیایی کـه بازیگران آن در تصمیم‌گیری‌هـای خـود، باورهای اصولـی (چراهـا) و باورهای مثبت (چگونگـی) را باهم ترکیـب می‌کنند. خروجی ایـن تصمیمات به‌طور بالقـوه خـط سـیر روایت‌هـا را تغییر می‌دهـد. بنابرایـن «روایت‌ها» به‌طورقطع با «داستان‌ها» متفاوتند. داستان‌ها جامع و مستقل از عوامل بیرونی هسـتند درحالی‌که روایت‌ها از پایانی باز برخوردارند. داستان‌ها، حسـاب‌های ذهنی تصمیمات «دیگران» هسـتند، درحالی‌که روایت‌ها درباره خود ما هسـتند. همان‌طور که جان هگل می‌نویسد: نرخ صحت و دقت روایت‌ها، به گزینه‌هایی که شما انتخاب می‌کنید و اقداماتی که انجام می‌دهید بسـتگی دارد. شـما هسـتید که خروجی آنها را تعیین می‌کنید.

بااین‌حـال این دو ویژگی ذکرشـده، بـرای مقیاس‌پذیری روایت‌ها کافـی نیسـتند. مقیاس‌پذیـری روایت‌هـا به اسـتراتژی نیـاز دارد. به‌عنوان‌مثال روایت «پردازش ابری»، نخسـتین بار با مسـائل حریم خصوصی و امنیت به چالش کشـیده شـد. اصطلاح پردازش ابری در سـال ۱۹۹۶ توسط نت سنتریک ابداع شـد، شرکتی که مثل همتای خود سـان میکروسیسـتمز، در دنیای کسـب‌وکار شکست خورد. اما بعدهـا زمانی که اریک اشـمیت مدیرعامل گـوگل این اصطلاح را در یـک کنفرانس تخصصی مطرح کرد، ایده آن دوباره اوج گرفت. خیلی زود مایکروسافت، IBM، آمازون، علی‌بابا و شرکت‌های دیگر به روایت پردازش ابری پیوسـتند و به دنبال آن یک اکوسیستم جدید صنعتی با مفاهیمی گسـترده ظهور کرد که سـازمان‌ها و شرکت‌های زیادی را تحـت تاثیـر خود قرار داد. روایت پردازش ابری نشـان می‌دهد که روایت‌هـا زمانی به رشـد و مقیاس‌پذیری می‌رسـند کـه رهبران در شکل‌دهی آنها عالی عمل می‌کنند.

گرچه بازار روایت‌ها، تحت اصول متفاوتی نسـبت به بازارهای سنتی عمل می‌کند، اما هردو با چالش‌های مشابهی روبه‌رو هستند (مثل عدم دسترسـی به تعادل بهینه و تحریف‌های سیاسـی). به‌علاوه همان‌طور که در رسـوایی کمبریج آنالیتیکا شـاهد بودیم، زیرساخت‌های ضعیف و تغییرات سـریع تکنولوژیکی این چالش‌ها را تشـدید می‌کند. هر چه روایت‌ها از اهمیت بیشـتری برخوردار می‌شـوند، وسوسـه استفاده از اطلاعات ناهمگام، شبکه متمرکز و ابزارها و فناوری‌هایی که احساسات و تمایلات مردم را منحرف می‌کنند، بیشتر می‌شود.

امروزه، درزمانی که روایت‌های پوسیده اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در حال محو شـدن هسـتند، رقابت بر سر روایت‌های جدید از همیشه شدیدتر شده است. شرکت‌ها برای اینکه بتوانند اعتماد مردم را در حوزه فناوری‌های جدیـدی نظیر هوش مصنوعـی، کلان داده، اتومبیل‌های خـودران و بیوتکنولوژی جلب کنند، به روایت‌های بسـیار موثر نیازی دارند. به همین دلیل هم بالاترین سـطح اسـتراتژی را در شـکل‌دهی روایات و بازارهای آن مشاهده می‌کنیم.

در یـک جامعـه اطلاعاتـی، منابـع ذهنـی از محدودیت بیشـتری برخوردارند و ازاین‌رو ارزشـمندتر از منابع مادی محسـوب می‌شـوند. به همین علت سـاخت روایاتی معنی‌دار که شـیوه فکر کردن، احساس کردن و عمل کردن ما را دوباره شکل دهد، مهم‌ترین چالش استراتژیک رهبری است. مسـئولیت «مدیر ارشـد روایت»، به عهده مدیرعاملان، کارآفرینان و سیاسـتمداران اسـت. روایت‌ها در اولویـت همه برنامه‌ها هستند و سایر اجزای استراتژی، از آنها پیروی می‌کنند.

منبع: WEFORUM/zoomit

کلید

فرآیندهای مدیریت عملکرد سازمانی (بخش سوم)

اثرات هدف‌گذاری و مدیریت بر مبنای اهداف سازمانی

نویسنده:حامدهدائی
روانکاو فروش ایران

تحقیقات وسـیعی در مورد هدف‌گذاری انجام شده و نشان داده که هدف‌گذاری در برنامه‌های تحول سازمان از اثربخشی خاصی برخوردار است. به طور کلی، نتایج تحقیقات انجام شده روی مدیریت بر مبنای هدف مثبت اسـت، اما این نتایج در مقایسـه با نتایج هدف‌گذاری، از یکپارچگی کمتری برخوردار است.

به نظر می‌رسـد هدف‌گذاری سـبب ایجاد نتایـج مثبتی در طیف وسـیعی از مشاغل و سازمان‌ها شود. نتایج هدف‌گذاری در مورد طیف زیادی از مشاغل مانند کاربران واردکننده داده، خدمه، کارمندان اداری، مهندسان و رانندههای کامیون بررسی و بهبودهایی ۱۱ تا ۲۷درصدی در عملکرد گزارش شـده است. چهار تحلیل عظیم دیگر نیز با شواهد فـراوان تجربی کـه از هدف‌گذاری حمایت می‌کننـد نتیجه گرفتند که دشـواری اهداف، خاص بودن اهداف و مشـارکت در هدف‌گذاری، نتایج مثبتـی دارند. تحلیل‌های طولانـی از این نتیجه‌گیری حمایت می‌کنند که کسب عملکرد، اثرات کوتاه‌مدتی ندارد. مطالعه‌ای میدانی از فرآیند هدف‌گذاری نتوانسـت رابطه خطی مثبتی میان دشـواری اهداف و عملکرد را نشـان دهد و نگرانی‌هایی در مورد قابلیت تعمیم روش از آزمایشـگاه به عمل ایجاد کرد. در تحقیقات بیشتر سعی شد تـا عوامل احتمالی تعدیل‌کننده نتایج هدف‌گذاری نظیر عدم قطعیت شغلی، میزان و کیفیت برنامه‌ریزی، نیاز افراد به توفیق، سطح آموزش، موفقیت‌های گذشته در نیل به اهداف و سبک سرپرستی تعیین شود. نقش این عوامل تعدیل‌کننده در مطالعات به اثبات رسیده است. برای مثال وقتی بافت فنی غیرقطعی باشد، اهداف از وضوح کمتری برخوردار خواهند بود و افراد نیاز خواهند داشت تا برای تعیین اهداف با معنا، کار و تحقیقات بیشتری انجام دهند.

تحقیقات انجام شـده در مورد مدیریت بر مبنـای هدف نیز فراوان است، شواهد و نتایج مختلفی را نشان می‌دهد. هیو و کی از نخستین افرادی بودند که داده‌های آماری در مورد نتایج برنامه مدیریت بر مبنای هدف در ارتباط با مدیریت در انجام کار، توافق در مورد اهداف، نگرش‌ها در مورد مباحث عملکـردی و بهبودهای فعلی و آتی در عملکرد ارائه دادند، اما مشـکلاتی را نیز گزارش دادند که زمانی مشاهده می‌شد که اهداف سـازمانی حول اهداف توسعه‌ای بوده است. تحقیقات دیگر نیز نتایج مختلفی را گزارش داده است. برای مثال رایا یک سری مطالعات طولانی مدت در پورکس انجام داد و بهبودهای مثبتی را در بهره‌وری، ارتباطات، ارزیابی عملکرد و آگاهی از اهداف یافت. بسـیاری از مدیران احساس می‌کنند که برنامه مدیریت بر مبنای هدف به سیستم سازمانی مرتبط نیست و این برنامه، سبب تاکید بیش از حد بر کاغذبازی و تولید شده است. کرول و توسی مطالعه‌ای بلندمدت را در مورد برنامه مدیریت بر مبنای هدف در شرکت بلک‌اند دکر انجام دادند. در ابتدا این برنامه را ارزیابی کرده، سپس از این داده‌ها استفاده کردند تا به شرکت کمک کننـد که ایـن برنامه را بازبینی و اصلاح کند. این امر سـبب افزایش اسـتفاده و رضایت از برنامه شـد. محققان نتیجه گرفتند که حمایت مدیریت ارشـد از برنامه مدیریت بر مبنـای هدف، مهم‌ترین عامل در اجرای این قبیل برنامه‌هاسـت. مطالعـه‌ای در مورد برنامه مدیریت بر مبنای هدف در دانشکده تحارت و اقتصاد دانشگاه ایالتی آیداهو نتایج مختلفی را نشان داد. دانشکده گزارش داد که در پی این برنامه، عملکرد آموزشـی و تحقیقاتی و نیز رضایتمندی کاهش یافته اسـت. بررسی سوابق نشان داد که افزایش اندکی در نتایج تحقیقات و بهبود شگرفی در فعالیت‌های خدماتی مشاهده شده است. محققان ناسازگاری میان بررسی‌های دانشکده و سوابق مشاهده شده را به ناخرسندی دانشکده از برنامه نسـبت دادند. تعلیم‌دهندگان احسـاس می‌کردند که برنامه مدیریت بر مبنای هدف بر خودمختاری و آزادی آکادمیک آنها تاثیرات منفی گذاشته است.

تحقیقات موجود بیان می‌کند که اگر برنامه مدیریت بر مبنای هدف به خوبی طراحی شـود می‌تواند نتایج سـازمانی مثبتی داشته باشد. بسیاری از برنامه‌های طراحی شده عمر کوتاهی دارند و بر پایه محکمی بنا نشـده‌اند، زیرا بدون عارضه‌یابی کافی از عوامل بافتی انجام شده‌اند. مدیریت بر مبنای هدف، تمرکز زیادی بر تناسب عمودی اهداف فردی و سازمانی دارد، اما در مواردی که وظایف گروه‌ها به هم وابستگی دارد تمرکز کافی بر تناسـب افقی وجود نداشته است. موارد زیر در افزایش احتمال موفقیت مدیریت بر مبنای هدف شناسایی شده است:

- این برنامه باید با عارضه‌یابی کافی همراه شود
- برنامه باید کل سازمان، یعنی سیستم‌های پشتیبان و سیستم‌های پاداش را باهم در نظر بگیرد.
- مدیران باید علاقه‌مند به شرکت در این برنامه باشند.
- این برنامه را باید برای سازمان سفارشی کرد.
- شـاید لازم باشد پیش از شـروع برنامه مدیریت بر مبنای هدف، از دیگر برنامه‌های تحول همچون تیم‌سازی یا تغییر ساختار سازمانی استفاده کرد.

آن دسـته از برنامه‌های مدیریت بـر مبنای هدف که تاکید بیش از حدی بر معیارها می‌کنند، تاکید کافی بر فرصت‌های پیش روی افراد، فقدان مشارکت زیردسـتان (با مدیری که اهداف را تحمیل می‌کند)، استفاده از فلسفه پاداش- تنبیه، برند- - بازنده نمی‌کنند و باید گفت که تاکید بیش از حد به استفاده از کاغذ بازی محکوم به شکست است.

ادامه دارد. . .

۲۰ روش بهبود رنک یا رتبه سایت در الکسا (Alexa)

افزایش رتبه الکسا (Alexa) و بهبود رنک و رتبه سایت در الکسا موضوعی است که تمام صاحبان کسب‌وکارهای آنلاین و به عبارت بهتر مالکان و مدیران سایت‌ها به دنبال آن هستند. همه سعی دارند با بهبود رتبه الکسا وب‌سایت خود مخاطبان بیشتری را جذب کنند، چرا که رتبه بالاتر در الکسا به معنی یافتن جایگاه بهتر در صفحات موتور جست‌وجوی گوگل است و این امر خود به خود منجر به شهرت بیشتر و اقبال بیشتر کاربران و در نهایت رشد و ترقی کسب‌وکار است. افزون بر اینها تبلیغ‌دهندگان به وب‌سایت‌های برخوردار از رتبه الکسای بالاتر هم تبلیغ‌های بیشتر و هم مبالغ بالاتری را می‌پردازند.

در این مقاله مجموعه‌ای از روش‌های آسان و کاربردی را برای شما آماده کرده‌ایم که می‌توانید از آنها برای افزایش رتبه الکسای (Alexa) خود استفاده کنید. به جرات می‌توان گفت بسیاری از این روش‌ها حاصل آزمایش‌ها و تجربیات بسیار زیادی است و می‌توانند نتایج مثبتی را برای ارتقا و بهبود رتبه الکسا شما به همراه داشته باشند.

نکته مهم و قابل توجه در اینجا این است که برای ارتقا و افزایش رتبه در الکسا برای طولانی‌مدت بهتر است که تمرکز خود را روی ارتقای کیفیت محتوا بگذارید. یادتان باشد محتوا همیشه پادشاه است. پس به جای اینکه برای افزایش مصنوعی رتبه در الکسا تلاش کنید تمام تمرکز خود را روی تولید محتوای ارزشمند بگذارید.

تولید محتوای سالم و دست اول و ارزشمند منجر به افزایش طبیعی ترافیک سایت شما می‌شود و یک راه عالی افزایش رتبه الکسا خواهد بود.

دوباره تأکید می‌کنم که علاوه بر اینکه از این روش‌ها استفاده می‌کنید اما به دنبال روش‌هایی برای تولید محتوای خوب برای رشد مخاطبان سایت خود باشید.

۱- نوار ابزار الکسا (Alexa toolbar) را نصب کنید

نصب نوار ابزار الکسا (Alexa toolbar) به عنوان اساسی‌ترین و نخستین قدم شما برای افزایش رتبه الکسا محسوب می‌شود. در اولین قدم نوار ابزار الکسا را نصب کنید و صفحه سایت خود را به عنوان صفحه خانگی (Home Page) در مرورگر قرار دهید.

۲- اشتراک الکسا را با توجه به ترافیک سایت خود خریداری کنید

همانطور که گفتیم نصب نوار ابزار الکسا به افزایش رتبه الکسا سایت شما کمک می‌کند. اما مشکل اینجاست که تمام بازدیدکنندگان از سایت شما که نوار ابزار الکسا را نصب نکرده‌اند و به عبارت دیگر خیلی از بازدیدکنندگان شما از طریق موبایل می‌آیند. الکسا برای ردیابی این دسته از بازدیدکنندگان سیستم هوشمند خودش را دارد اما خوب است که شما هم به الکسا برای پیگیری بیشتر بازدیدکنندگان تان کمک کنید. برای این منظور ویجت الکسا (alexa rank widget) را در سایت خود قرار دهید. ویجت رتبه‌بندی الکسا مانند یک نوار ابزار الکسا که در سیستم بازدیدکننده شما نصب شده است عمل می‌کند و در واقع هر کلیکی که بازدیدکننده شما می‌زند الکسا برایتان به عنوان کلیکی می‌شمارد که نوار ابزار الکسا را نصب کرده است. اگر این ویجت کار نکرد بهتر است نزد الکسا آبونه شوید و ماهانه چند دلاری را هزینه کنید.

من چند روز پیش این کار را انجام دادم و روزانه چند کلیک از همین طریق شکار می‌کنم!

۳- دیگران را به نصب و استفاده از نوار ابزار الکسا تشویق و ترغیب کنید

دوستان، همکاران، بازدیدکنندگان، وبلاگ‌نویسان و هر فردی که با سایت شما سروکار دارد را به استفاده از نوار ابزار الکسا تشویق کنید و اطمینان حاصل کنید که می‌دانند چگونه این کار را انجام دهند و چگونه از خدمات الکسا بهره جویند.

۴- نوار ابزار را در همه سیستم‌هایتان چه در خانه و محل کار نصب کنید

در هر جایی از یک دفتر کار خصوصی گرفته تا شرکت محل فعالیت یا حتی منزل‌تان نوار ابزار الکسا را روی همه مرورگرها نصب کنید و سایت خود را به عنوان صفحه خانگی قرار بدهید.

۵- از دوستان خود بخواهید در صفحه الکسا سایت شما نظر بدهند

گرچه از تأثیر این کار به‌طور کامل اطمینان نداریم اما به احتمال زیاد این کار می‌تواند به شما در بهبود رتبه الکسا کمک کند. بازبینی و رصد و نوشتن نکات خوب درباره سایت شما در الکسا شاید بتواند رتبه تان را ارتقا دهد.

۶- درباره الکسا در سایت خود مطلب بنویسید

مدیران سایت‌ها و بسیاری از بازدیدکنندگان علاقه‌مند به شنیدن چیزهای مهم و کاربردی درباره افزایش رتبه الکسا وب‌سایت خود هستند. بنابراین با این کلیدواژه به سمت سایت شما روانه می‌شوند و علاوه بر اینکه یک ترافیک هدفمند برایتان ایجاد می‌شود (هدفمند از این جهت که تمام افرادی که در جست‌وجوی این کلمه به سایت شما وارد شده‌اند نوار ابزار الکسا را نصب کرده‌اند!) به‌تدریج در رتبه‌بندی الکسا نیز تأثیر خواهد گذاشت.

۷- آدرس سایت خود را در انجمن گفت‌وگوهای مختلف (فروم‌ها) ثبت کنید

افرادی که در فروم‌های مختلف مشارکت می‌کنند اغلب وبمسترهایی (مدیران سایت‌های دیگر که خودشان جست‌وجوگر مطالبند) هستند که نوار ابزار الکسا را نصب کرده‌اند. اگر شما مقالات کاربردی و خوبی در سایت خود دارید بهتر است به ثبت‌نام در این انجمن‌ها اقدام کنید و بازخوردهای مناسبی از بازدیدکنندگان فروم‌ها بگیرید.

۸- درباره موضوعات مربوط به وبمسترها (مدیران سایت‌ها) مطلب بنویسید

درباره موضوعات مربوط به دامین و سئو سایت و جست‌وجوگرها مطالب خوبی تهیه کنید و بدانید چون اینها موضوعات مورد توجه مدیران سایت‌ها هستند پس کسانی که در جست‌وجوی این مطالب به سایت شما مراجعه می‌کنند نوار ابزار الکسا را نصب کرده‌اند و این برای ارتقا و افزایش رتبه الکسا به شما کمک می‌کند. همچنین می‌توانید این محتوای تولید شده را علاوه بر انتشار در شبکه‌های مجازی در فروم‌های تخصصی مورد توجه این وبمسترها نیز انتشار دهید.

۹- محتوای باکیفیت‌تر و مفیدتر تولید کنید

ایده اصلی این است که شما تا می‌توانید بازدیدکننده حرفه‌ای که نوار ابزار الکسا نصب کرده باشد به سایت خود جذب کنید. پس محتوای کپی شده و تکراری و دست چندم نمی‌تواند این افراد حرفه‌ای را به سایت شما بیاورد. به فکر تولید بهترین محتوا باشید.

۱۰- در سایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی یا انجمن‌ها و فروم‌های آسیایی مطلب بگذارید

بسیاری از مدیران سایت‌ها معتقدند در شرق آسیا کاربران علاقه بسیار زیادی به استفاده از نوار ابزار الکسا دارند. مشاهدات سایت‌های برتر این منطقه از آسیا موید این مطلب است. خب پس این پیشنهاد ما به شما است که اگر وقت و زمان و انرژی کافی را دارید در این صفحات مطالب خوب بنویسید و مطمئن باشید بیشتر بازدیدکنندگان نوار ابزار الکسا را نصب دارند و به ارتقای رتبه الکسا شما کمک می‌کنند.

۱۱- یک بخش ابزار وبمسترها در سایت خود بسازید

این روش خوبی برای جذب مدیران سایت‌هایی است که اغلب از سایت شما بازدید می‌کنند. شما یک بخش برای دستیابی به ابزارهای مورد نیاز این وبمسترها فراهم کرده‌اید و شاید برای شروع قرار دادن ابزار SEOTools که بسیار مورد توجه سئوکاران هست خوب باشد.

۱۲- یک صفحه در شبکه‌های اجتماعی درست کنید و لینک محتوای تولیدی خود را در آن بگذارید

با ثبت سایت‌تان در شبکه‌های اجتماعی با به اشتراک گذاشتن سایت‌تان در این شبکه‌ها ترافیک سایت‌تان به شدت بالا خواهد رفت. برای این کار می‌توانید از معروف‌ترین شبکه‌های اجتماعی مثل فیس‌بوک، گوگل پلاس، Hub Pages، Digg، Squidoo و Stumble Upon استفاده کنید. این کار تعداد زیادی بازدیدکننده را به سمت سایت شما روانه می‌کند و در ارتقای رتبه الکسا شما مؤثر است.

۱۳- از کمپین‌های تبلیغاتی پرداخت برای هر کلیک استفاده کنید

خریدن تبلیغات PayperClick در موتورهای جست‌وجو مثل گوگل یا Exact Seek برای جذب ترافیک بیشتر واقعاً مفید است. این افزایش بازدید زمانی بهتر هم می‌شود که شما تبلیغاتی مربوط به وبمسترها داشته باشید.

۱۴- یک مقوله یا دسته با عنوان الکسا در سایت خود ایجاد کنید

وقتی یک بخش ویژه الکسا در سایت خود ایجاد کنید می‌توانید تمام مقالات و اخبار مربوط به الکسا را در آنجا انتشار دهید. این به عنوان منبعی برای مدیران وب سایت‌ها و بازدیدکنندگان حرفه‌ای است که گاه و بی‌گاه به سایت شما مراجعه می‌کنند یا از موتورهای جست‌وجو به سایت شما می‌رسند.

۱۵- پربازدیدترین مطالب خود را مرتبا بهینه‌سازی کنید.

حتما شما هم تعدادی مطلب در سایت خود دارید که به‌طور مرتب و روزانه از موتورهای جست‌وجو بازدیدکننده دارند. بهتر است سراغ این مطالب پربازدید بروید و مثلاً یک ویجت یا ابزار یا گراف در انتهایش اضافه کنید یا مثلاً به بخش الکسای سایت خود پیوندش دهید.

۱۶- در سایت‌ها یا فروم‌های مختلف بنر یا لینک تبلیغاتی بخرید.

تبلیغاتی که مورد توجه مدیران سایت‌های دیگر قرار می‌گیرد همه جا پخش کنید و آنها را تحریک کنید که از سایت شما بازدید کنند. این کار باعث ارتقای چشمگیر و افزایش رتبه الکسا شما می‌شود.

۱۷- افراد متخصص برای تولید محتوا استخدام کنید تا در سایت شما مطلب بارگزاری کنند.

اینکه به‌طور مرتب افرادی باشند که محتوای حرفه‌ای و باکیفیت تولید کنند و در سایت شما انتشار دهند باعث جلب نظر مدیران سایت‌های دیگر می‌شود و آنها را به سمت سایت شما می‌کشاند. می‌توانید از افراد حرفه‌ای برای محتوانویسی به شکل دورکاری هم استفاده کنید.

۱۸- سایت خود را صفحه خانگی رایانه‌های کافی نت‌ها قرار دهید.

با پرداخت پول از صاحبان کافی‌نت‌ها بخواهید که نوار ابزار الکسا را در تمام سیستم‌هایشان نصب کنند و سپس سایت شما را به عنوان صفحه خانگی تمام رایانه‌های خود قرار دهند. قبول دارم که این کار ممکن است کمی سخت باشد و البته نتوان به کافی‌نت‌ها اعتماد کرد ولی امتحان کردنش ضرر ندارد.

۱۹- از فیس‌بوک و مای اسپس و سایر شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده کنید.

استفاده از برخی شبکه‌های اجتماعی در ایران به دلیل مشکلات فیلترینگ واقعاً سخت و انجام نشدنی است، اما موضوع مهم این است که شما بتوانید با قرار دادن تصاویر زیبا و جذاب در صفحه خود سیل عظیمی از کاربران شبکه‌های مجازی را به سمت سایت خود بکشانید و سپس محتوای خوب و باکیفیت برای مطالعه به آنها عرضه کنید.

۲۰- از ادسنس استفاده کنید

همچنین می‌توانید از ادسنس نیز بهره برید و افرادی که تمایل دارند قالب سایت‌شان نیز با تم ادسنس باشد. البته توجه داشته باشید که استفاده از برخی سایت‌های افزایش بازدید برای افراد تازه‌کار و سایت‌های نوپا مفید است و شاید برای افزایش رتبه الکسا سایت‌های با رتبه و رنک بالا چندان مفید نباشد.

کارمندان با بازدهی پایین را در روزهای ابتدایی شناسایی کنید

کارمندانی که بازدهی پایینی داشته و کارایی لازم را برای شرکت ندارند، باید در روزهای ابتدایی استخدام مشخص شوند و تصمیمی جدی برای آنها گرفته شود.

زمان‌بندی صحیح یکی از مهارت‌های اساسی مدیران است. آنها باید از این مهارت در تصمیم‌گیری‌های بخش نیروی انسانی و خصوصاً استخدام و اخراج کارمندان نیز استفاده کنند. به‌عنوان مثال در مورد افرادی که در روزهای ابتدایی کار عملکرد ضعیفی دارند، باید به سرعت عمل کرد. کارشناسان معتقدند حفظ این کارمندان و مماشات با آنها هیچ‌گاه باعث پیشرفت بیشتر کارمند یا شرکت نخواهد شد.

آمارها نشان می‌دهد کارمندانی که شروع خوبی در دوران کاری خود دارند، شانس بیشتری برای پیشرفت‌های آتی و حتی رسیدن به پست‌های مدیریتی خواهند داشت. در مقابل آنهایی که در ابتدای کار عملکرد و بازدهی ضعیفی داشته‌اند، در طولانی‌مدت نیز تنها منابع سازمان را به هدر خواهند داد.

با وجود این که اغلب مدیران از این حقایق اطلاع دارند، با نادیده گرفتن آنها و صبر بی‌اندازه برای بهبود عملکرد کارمندان، بازدهی شخصی و سازمانی را به حد زیادی کاهش می‌دهند. این در حالی است که مدیران سازمان‌های بزرگ به سرعت در مورد افراد ضعیف تصمیم‌گیری می‌کنند و با اخراج یا جابه‌جایی آنها، جلوی ضرر بیشتر برای سازمان را می‌گیرند. سؤال مهم این که چرا باید به سرعت در مورد این دسته از کارمندان تصمیم‌گیری و اقدام شود؟

شروع بد به‌راحتی جبران نخواهد شد

افرادی که روزهای ابتدایی کار خود را با بازدهی و عملکرد پایین شروع می‌کنند، قابلیت بازیابی عملکرد را دارند. البته به یاد داشته باشید که این بازیابی همیشه سقف مشخص خواهد داشت. خصوصاً زمانی‌که کمبودها مربوط به وظایف اصلی این کارمندان باشد و دیگران به خوبی آنها را انجام دهند، این بازیابی دشوارتر خواهد بود.

علاوه بر این، شروع بد باعث ایجاد بی‌اعتمادی بین تیم قبلی و مدیریت نیز می‌شود و با گذشت زمان بازیابی آن دشوار خواهد بود. از همه مهم‌تر آموزش، مربی‌گری و حفظ کارمند ضعیف، هزینه‌هایی را برای سازمان خواهد داشت. به بیان دیگر خرج کردن هزینه برای رساندن یک کارمند به حداقل نیازهای سازمان، به‌معنای ازدست دادن فرصت‌ها و همچنین سرمایه‌گذاری اشتباه روی نیروی انسانی است.

هرچه زودتر باید جلوی ضرر بیشتر را گرفت

در سازمان‌های بزرگ، تصمیم‌گیری در مورد عملکرد ضعیف کارمندان عموما یک ماه پس از استخدام آنها صورت می‌گیرد. در این مواقع سؤال اول این است که آیا فرد مورد نظر با ارزش‌های اساسی شرکت هم‌خوانی دارد؟ اگر پاسخ این سؤال هم منفی باشد، احتمال اخراج بالا خواهد بود. در موارد دیگر، شغل این فرد مورد بررسی قرار می‌گیرد و در صورت امکان با یک جابه‌جایی در موقعیت شغلی، بار دیگر فرصت بروز استعدادها داده می‌شود.

در این سازمان‌ها عموما پس از مشاهده عملکرد ضعیف، جلسه‌ای با کارمند مورد نظر ترتیب داده می‌شود. خود این افراد نیز قطعاً از عملکرد ضعیف خود و تلاش‌های بی‌فایده آگاه هستند و این جلسه افکارشان را راحت خواهد کرد. در این جلسات هر دو طرف می‌دانند که اشکالی در عملکرد وجود داشته و برای حل آن تبادل نظر می‌کنند. برگزاری زودهنگام این جلسات به خود آن کارمند هم کمک می‌کند. او می‌تواند اشکالات خود را زودتر کشف کرده و بدون خراب کردن رزومه کاری، به دنبال شغلی دیگر باشد. این اقدامات برای هر دو طرف سودمند است و جلوی هزینه‌های بی‌فایده را می‌گیرد.

نکته مهم این که اگر اکثر استخدام‌های جدید در شرکت شما با مشکل عملکرد ضعیف ابتدایی روبه‌رو هستند باید یک بازنگری کلی در روندهای کاری خود داشته باشید. فرآیند استخدام، جذب، آموزش‌های اولیه و حتی انتظارات از کارمندان باید بررسی شوند. شاید همین موارد دلیل استخدام‌های اشتباه شما یا هدایت غلط کارمندان جدید باشند.

در نهایت به این نکته توجه کنید که صدای درونی شما حاصل تجربه‌های سخت گذشته است. در نتیجه اگر در روزهای ابتدایی حس کردید کارمندی عملکرد مناسب ندارد، سریعا در مورد او تصمیم‌گیری کنید. نکته دیگر این که هیچ‌گاه برای رسیدن به حد متوسط یا کارکرد معمولی سرمایه‌گذاری نکنید. شما منابع و سرمایه کافی برای تربیت و آموزش کامل یک کارمند را ندارید. پس بهتر است از همان ابتدا، افرادی با عملکرد مناسب را جذب کنید. با این اقدام هزینه‌های بعدی شما سرمایه‌گذاری‌های سودده خواهند بود. فراموش نکنید که شرکت‌ها با تکیه بر انرژی و کارایی کارمندان عالی پیشرفت می‌کنند و کارمندان جدید عادی یا ضعیف دوران دشواری برای رسیدن به آن سطح خواهند داشت.

منبع: INC/zoomit

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

اصلاحیه

در آگهی چاپ شده شورا در مورخ ۹۷/۳/۲۴ چاپ شده که نام علی اکبر محمد زاده وقت حضور ۹۷/۴/۳۱ ساعت ۹/۴۵ صحیح می باشد که بدین وسیله اصلاح می گردد

۳۷۸

آگهی

در خصوص متهم هادی جامه بزرگی فرزند محمددایر بر مشارکت در نگهداری هروئین به میزان ۲۵ سانت تقدیم دادگاه های عمومی شهرستان بهارستان نموده که جهت رسیدگی به شعبه دادگاه انقلاب شهرستان بهارستان واقع در جاده ساوه کیلومتر ۲۵ نسیم شهر م هفت تیر ابتدای بلوار خیرآباد خیابان دادگستری دادگستری شهرستان بهارستان نگهداری هروئین به میزان ۲۵ سانت ارجاع و به کلاسه پرونده ۹۷۰۹۹۸۲۹۸۷۰۰۰۳۱۷ ثبت گردیده و وقت رسیدگی آن ۹۷/۵/۲۴ و ساعت ۹ تعیین شده است به علت مجهول المکان بودن متهم و به تجویز ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی دادگاههای عمومی و انقلاب در امور مدنی و دستور دادگاه مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود تا متهم پس از نشر آگهی و اطلاع از مفا دآن به دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر گردد

مدیر دفتر دادگاه کیفری شعبه دادگاه انقلاب شهرستان بهارستان

۳۸۹

آگهی

در خصوص متهم آقای علی قره گوزلو دایر بر نگهداری ۳۰ سانت مواد مخدر هروئین تقدیم دادگاه های عمومی شهرستان بهارستان نموده که جهت رسیدگی به شعبه دادگاه انقلاب شهرستان بهارستان واقع در جاده ساوه کیلومتر ۲۵ نسیم شهر م هفت تیر ابتدای بلوار خیرآباد خیابان دادگستری دادگستری شهرستان بهارستان ارجاع و به کلاسه پرونده ۹۷۰۹۹۸۲۹۸۶۵۰۰۴۲۵ ثبت گردیده و وقت رسیدگی آن ۹۷/۵/۲۴ و ساعت ۱۲ تعیین شده است به علت مجهول المکان بودن متهم و به تجویز ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی دادگاههای عمومی و انقلاب در امور مدنی و دستور دادگاه مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود تا متهم پس از نشر آگهی و اطلاع از مفا دآن به دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر گردد

مدیر دفتر دادگاه کیفری شعبه دادگاه انقلاب شهرستان بهارستان

۳۸۴

آگهی مزایده مرحله اول

برابر با دادنامه ۲۹۷-۲۲۸ اداره تعاون کار و رفاه اجتماعی بهشهر و پیرو آن مفاد برگ اجرائیه صادره از شعبه دوم و سوم دادگاه عمومی حقوقی شهرستان بهشهر موضوع پرونده اجرائی کلاسه ۱۳۶-۹۷۰-۹۶۱۸۸۹ اجرای احکام مدنی دادگستری بهشهر محکوم علیه شرکت بین المللی حمزه بهار نارنج محکوم است به پرداخت ۱۸۳۳۲۷۱۳۹ ریال در حق محکوم له بهناز قلی پور و ایضا مبلغ ۲۰۰۰۰۰۰ ریال نیم عشر من باب حق الاجرا و نظر به اینکه محکوم علیه موصوف با وصف ابلاغ مفاد برگ اجرائیه بوی در فرجه قانونی اقدامی را در جهت اجرا مفاد آن معمول نداشته فلذا اموال مشارالیه اموال معادل محکوم به و هزینه اجرائی وبشرح ذیل تامین و توقیف گردیده است اموال تعرفه شده واقع در بهشهر شهرک صنعتی متعلق به محکوم علیه می باشد اموال تعرفه شده به شرح ذیل می باشد دستگاه جت پرینتر به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال و دستگاه لوله بر به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰ ریال و دستگاه دلنی تولید دستمال حوله ای و توالت به مبلغ ۸۰۰۰۰۰۰ ریال و دستگاه جعبه چسبان به مبلغ ۸۰۰۰۰۰۰ ریال و جمع ارزش اموال توقیف شده به مبلغ ۲۷۰۰۰۰۰۰ ریال براورد می گردد نتیجتا اموال موصوف تحویل حافظ گردیده و اموال موضوع توقیف برای روز دوشنبه ۹۷/۵/۱۵ ساعت ۹ صبح الی ۱۱ از طریق مزایده و در شعبه سوم دادگاه عمومی حقوقی شهرستان بهشهر و براساس قیمت پایه بفروش می رسد طالبین می توانند جهت کسب اطلاع بیشتر و در مدت پنج روز قبل از روزیکه برای فروش معین شده است اموال موضوع مزایده را ملاحظه نمایند ضمنا مال موضوع آگهی متعلق به کسی خواهد شد که بالاترین قیمت را در جلسه حضوری مزایده و بصورت کتبی قبول کرده باشد توجها باینکه دایره اجرای احکام مامور اجرا می تواند پرداخت بهای مال مورد مزایده را عندالاقتضا بوعده قرار دهد در این صورت برنده مزایده باید ده درصد بهارا فی المجلس بعنوان سپرده بقسمت اجرا تسلیم نماید و حداکثر مهلت مزبور از یکماه تجاوز نخواهد کرد و در صورتی که برنده مزایده در موعد مقرر بقیه بهای اموال را نپردازد سپرده پس از کسر هزینه مزایده به نفع دولت ضبط و تجدید می گردد ضمنا تسلیم مال فقط بعد از پرداخت تمام آن صورت خواهد گرفت

م الف ۹۷/۲۰/۶۶۴۹ قاضی اجرای احکام مدنی دادگستری بهشهر

۳۸۷

آگهی احضار متهم

در پرونده کلاسه ۹۶۲۵۴۵ شعبه سوم دادیاری دادسرای عمومی وانقلاب شهرستان بهارستان آقای هادی اصغر زاده فرزند شعبان به موجب شکایت آقای محمدرضا نصرین کامران فرزند ایوب به اتهام بی احتیاطی در امر رانندگی منجر به ایراد صدمه بدنی غیر عمدی با وصف ترک صحنه تصادف تحت تعقیب قرار دارد باتوجه به معلوم نبودن محل اقامت وی و عدم امکان ابلاغ احضاریه و عدم دسترسی به او طبق ماده ۱۷۴ ق ا د ک مراتب یک نوبت در روزنامه کثیرالانتشار محلی /ملی آگهی و متهم ظرف مهلت یکماه از تاریخ انتشار احضار شود وپس از انقضای مهلت مذکور تصمیم لازم گرفته خواهد شد

دادیار شعبه سوم دادیاری دادسرای عمومی وانقلاب بهارستان

۳۸۶

آگهی حصر وراثت (نامحدود)

آقا/ اردوان دنیادیده فرزند نورمیرزا به شماره شناسنامه ۱۸۰۷۳ صادره از دلفان باتقدیم دادخواستی چنین اشعار داشته که شادروان مرحوم امیرمهدی دنیادیده فرزند اردوان به شماره شناسنامه ۴۲۰۰۷۰۰۲۲۰ صادره از دلفان متولد ۱۳۸۵/۰۷/۱۳ در تاریخ ۱۳۹۷/۰۴/۱۶ در شهرستان دلفان فوت نموده ورثه حین الفوت وی منحصر است به: اردوان دنیادیده فرزند نورمیرزا به شماره شناسنامه ۱۸۰۷۳ متولد ۱۳۵۹ نسبت با متوفی پدر افسانه محمدی کمره فرزند شاعلی به شماره شناسنامه ۴۲۰۰۰۲۴۵۲۷ متولد ۱۳۶۸ نسبت با متوفی مادر طبق نامه مالیات بر ارث شماره — مورخه - / - / - ارزش ماترک متوفی بیش از سی میلیون ریال است فلذا با انجام تشریفات مقدماتی دادخواست مزبور یک نوبت در روزنامه های کثیر انتشار آگهی میشود تاهر شخص حقیقی و حقوقی نسبت به موضوع اعتراض داشته یا وصیت نامه ای از متوفی در دست داردظرف حداکثر یک ماه (۳۰) روز پس از انتشار به شورای شعبه ۴ حقوقی دلفان تقدیم دارد والا مستندا به مواد ۳۶۱ و۳۶۲ قانون امور حسبی گواهی حصر وراثت صادر وبه اعتراضات خارج ازاین مواقعد ترتیب اثر داده نخواهد شد. م الف ۱۹۸

فرهاد گلمحمدی - مسئول شورای حل اختلاف شعبه چهار حقوقی شهرستان دلفان

آگهی ابلاغ اجراییه

احتراما به موجب دادنامه شماره۹۶۰۹۹۷۶۹۹۴۵۰۰۹۸۶ مورخ ۱۳۹۶/۱۲/۲۶، علی نوه کرد به نشانی مجهول المکان، محکوم به پرداخت مبلغ ده میلیون و هفتصد هزار ریال بابت اصل خواسته، به انضمام کلیه خسارات دادرسی وخسارت تاخیر تادیه ازتاریخ تقدیم دادخواست لغایت اجرای حکم در حق محکوم له می باشدمحکوم علیه مکلف است ظرف مدت سی روز پس از انتشار آگهی، نسبت به تقدیم دادخواست اعسار اقدام نماید و یا لیستی از اموال خود را به دایره اجرا معرفی و یا نسبت به تقدیم داخواست اعسار اقدام نماید، در غیر این صورت براساس ماده ۳ قانون نحوه ی اجرای محکومیت های مالی مصوب ۱۳۹۳/۰۷/۱۵ حکم اجرا خواهد شد. لذا اجرائیه موصوف به تجویز تبصره ۲ ماده ۳۰۲ قانون آیین دادرسی مدنی یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار آگهی می گردد. م الف ۲۰۰

شعبه ۵ حل اختلاف شهرستان دلفان

آگهی احضار

خانم زینب کریمی خوزنکلاید زی فرزند علی به اتهام کلاهبرداری در پرونده کلاسه ۹۶۰۴۴۶ شعبه نهم بازپرسی دادسرای عمومی و انقلاب زنجان حسب شکایت محمد ایمانی بدین وسیله به نامبرده ابلاغ می گردد ظرف مهلت یکماه از تاریخ انتشار آگهی جهت دفاع از اتهام انتسابی در این بازپرسی حاضر شوید در هنگام حضور ضامن وثیقه به همراه داشته باشد همچنین وکیل نیز می تواند داشته باشد بدیهی است در صورت عدم حضور با توجه به محتویات پرونده تصمیم مقتضی اتخاذ خواهد شد.

بازپرس شعبه نهم بازپرسی دادسرای عمومی وانقلاب زنجان

۳۹۱

آگهی احضار به

آقای رضا عادل مشهد سری فرزند مظفر آقای سیدعباس نعمتی فرزند سید مهدی به وکالت آقای جواد شاکری شکایتی علیه شما آقای رضا عادل مشهدسری فرزند مظفر در این شعبه نموده که به تاریخ ۹۷/۵/۳۰ راس ساعت ۸/۳۰ پرونده کلاسه ۹۷۰۱۰۱-۱۰۴ وقت رسیدگی تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۱۷۴ق ا د ک مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می گردد تا مشتکی عنه ظرف یکماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود اقدام نماید در غیراینصورت دادگاه غیابا رسیدگی اتخاذ تصمیم خواهد نمود.

مدیر دفتر شعبه ۱۰۴ کیفری دو بابلسر

۳۹۳

آگهی مزایده نوبت اول

بموجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۶۰۰۲۶ اجرای احکام مدنی شعبه اول دادگاه حقوقی گلوگاه محکوم علیه حسینعلی بابایی ریحان ابادی و فاطمه زهرا بابایی و محمد بابایی و معصومه بابایی و شعبان شهاب و ملوک خانم ریاحی فرزند کریم همگی به ادرس روستای ریحان اباد محکومند به تقسیم ماترک مرحوم عباسعلی بابایی و تحویل قدرالسهم خواهانها مرحوم باباجانی ریحان ابادی وخانم ماه ننه قلی زاده و چون محکوم علیهم با وجود ابلاغ اجرائیه و انقضای مهلت مقرر قانونی در برگ اجرائیه به مفاد قانون منع توقیف اشخاص در قبال تخلف از انجام تعهد و الزامات مواد مستخرجه از این قانون در برگ اجراییه قید گردیده عمل ننموده اموال محکوم علیه بشرح ذیل به نفع دائن تامین و توقیف و سپس مورد ارزیابی قرار گرفته بدین شرح یک قطعه زمین معرفی شده واقع در روستای ریحان اباد باغ مرکبات معروف به چمازی که قسمتهایی از حریم ان دیوار کشی شده و مابقی فاقد دیوار می باشد و دارای اشتراک اب روستایی است ملک تعرفه شده به مساحت ۶۹۲۰ متر مربع و دارای حدودا ۲۰۵ اصله درخت مرکبات می باشد با توجه به موقعیت قطعه زمین تعرفه شده به انضمام اشجار موجود در ملک از قرار متر مربعی ۳۵۰۰۰۰ ریال و برای مساحت کل قطعه زمین معادل ۲۴۲۲۰۰۰۰۰۰ ریال ارزیابی می گردد که نظریه کارشناس به اصحاب دعوی ابلاغ و حالیه قطعیت یافته است لهذا اموال قید شده در آگهی مزبور برای روز شنبه مورخه ۹۷/۵/۲۷ از ساعت ۱۰ صبح الی ۱۲ از طریق مزایده در اجرا ی احکام دادگستری گلوگاه به فروش می رسد طالبین می توانند جهت کسب اطلاع بیشتر به دفتر اجرا ی احکام مدنی دادگستری گلوگاه مراجعه نمایند مزایده از قیمت پایه شروع و برنده آن فردی است که بالاترین قیمت را در موعد مقرر کتبا و ارائه نماید برنده مزایده می بایست فی المجلس ده درصد بهای خریداری شده را به حساب سپرده دادگستری واریز و مابقی را ظرف یک ماه پرداخت نماید در صورت انصراف از خرید سپرده مزبور یعنی ده درصد پس ا زاحتساب هزینه مزایده به نفع صندوق دولت ضبط خواهد شد

م الف ۹۷/۸۲ رئیس شعبه اجرای احکام مدنی گلوگاه

۳۸۵

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۷۰۹۹۸۱۲۹۲۳۰۰۲۲۸ و ۹۷۰۹۹۸۱۲۹۲۳۰۰۲۲۸ ۹۷۰۹۹۸۱۲۹۲۳۰۰۲۲۸ تصمیم نهایی ۹۷۰۹۹۷۱۲۹۲۰۰۰۱۵۸ متهمین غلام باباتبان ف محمدعلی و غلام باباتبان ف محمدعلی همگی به نشانی مازندران بابلسر هادی شهر مسکن مهر بلوک ۲ ط ۵ واحد ۱۴ و سید مهدی احمد تبار سرخی ف سید عباس و سید مهدی احمد تبار سرخی ف سید عباس همگی به نشانی بابلسر بهنمیر روستای سرخدشت منزل شخصی اتهام ها مشارکت در سرقت از مسجد یک عدد سماور برنجی و هفتاد کیلو برنج و مشارکت در سرقت از مسجد یک عدد سماور برنجی و هفتاد کیلو برنج پرونده کلاسه های ۹۷۰۹۹۸۱۲۹۲۳۰۰۲۲۸-۹۷۰۹۹۸۱۲۹۲۳۰۰۲۲۸ متهمین غلام بابائی ف محمدعلی مازندران بابلسر هادی شهر مسکن مهر بلوک ۲ط۵ واحد ۱۴ و محمد تقی نسب به نشانی بابلسر پشت امامزاده ابراهیم متواری مجهول المکان شاکی سید مهدی احمد تبار سرخی ف سید عباس به نشانی بابلسر بهنمیر روستای سرخدشت منزل شخصی متولی مسجد اتهام ها مشارکت در سرقت از مسجد یک عدد سماور برنجی وهفتاد کیلوبرنج

رای دادگاه

بموجب کیفرخواست صادره از دادسرای عمومی وانقلاب شهرستان بابلسر اقایان غلام باباتبان ف محمدعلی متولد ۱۳۶۵ شغل ازاد متاهل با تحصیلات ابتدایی وشغل گچ کار و تحت قرار بلحاظ عجز از تودیع وثیقه بمبلغ ۶۰۰ میلیون ریال ودارای سابقه کیفری واقای محمد تقی نسب که بلحاظ متواری بودن مشخصات بیشتری از او در دست نیست متهم هستند به مشارکت در سرقت از مسجد شهید مفتح سرخدشت یک عدد سماور بزرگ برنجی و هفتاد کیلو برنج باتوجه به دلایل احصا شده در کیفرخواست از شکات هیات امنای مسجد فوق و اقرار صریح متهم ردیف اول و تصاویر ضبط شده از نامبردگان در محل و اظهارات مطلعین وصورتجلسه مرجع انتظامی بزه انتسابی محرز ومسلم است دادگاه ضمن تطبیق عمل نامبردگان با درجه پنجم از درجات مندرج در ماده ۱۹ قانون مجازات اسلامی مصوب ۹۲ و مستندا به ماده ۶۵۶-۶۶۷ از قانون مجازات اسلامی هر یک از نامبردگان را به تحمل شش ماه حبس تعزیری بااحتساب ایام بازداشتی مشترکا به رد اموال مسروقه از هفتاد کیلو برنج و سماور موصوف چرا که انچه در صفحه ۲۱ پرونده گویای تحویل به هیات امنای مسجد است اوراق ناقص سماور است در حق شاکی محکوم و اعلام می نماید رای صادره بالنسبه متهم ردیف اول باباتبان حضوری و بالنسبه متهم ردیف دوم غیابی است و ظرف مهلت بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی دراین دادگاه و سپس رای حضوری واخواهی شده ظرف ۲۰ روز پس از ابلاغ قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم تجدیدنظر استان مازندران است

رئیس شعبه ۱۰۴ دادگاه کیفری دو شهرستان بابلسر

۳۹۴

دادنامه

خواهان: شرکت مخابرات استان تهران با نمایندگی دفتر حقوقی شرکت مخابرات استان تهران به نشانی م هفت تیر ابتدای خ کریمخان روبروی قائم مقام ش ۳۲ ط ۷ خوانده: آقای جعفر نظری به نشانی اوین شهرک جعفریه بعد از آتش نشانی نبش ک سرو ۱ شرقی مشاور املاک شهرک خواسته: مطالبه طلب گردشکار: خواهان دادخواستی ادر خواستی به خواسته فوق به طرفیت خوانده تقدیم داشته که پس از ارجاع به این شعبه و ثبت به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی در وقت فوق العاده) مقرر شعبه به تصدی امضاکننده زیر تشکیل است و با توجه به محتویات پرونده نظر ختم رسیدگی را اعلام و به شرح زیر مبادرت به صدور رای می نماید. رای شورا: در خصوص دادخواست تقدیمی خواهان شرکت مخابرات استان تهران به طرفیت خوانده جعفر نظری به خواسته مطالبه مبلغ ۶۲/۲۹۱/۲۶۶ ریال بابت خسارات وارده به تاسیسات و مصنوعات مخابراتی و کلیه خسارات دادرسی لذا شورا با توجه به اظهارنامه ۷۳۵/۸۵۰۸۷۰۱ و صورتجلسه و گزارش خسارت مورخ ۱۳۹۵/۰۱/۱۸ نظر به اینکه مستندا ارائه شده حکایت از اشتغال ذمه خوانده داشته و خوانده دفاعی در قبال دعوای مطروحه معمول نداشته و دلیلی بر برائت ذمه خود اقامه و ارائه ننموده است. لذا مستندا به ماده ۱۹۸ قانون آئین دادرسی مدنی دعوای مطروحه را وارد و ثابت دانسته حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۶۲/۲۹۱/۲۶۶ ریال اصل خواسته در حق خواهان صادر و اعلام می نماید. همچنین به استناد ماده ۵۱۹ قانون آیین دادرسی مدنی حکم بر پرداخت هزینه های دادرسی به مبلغ ۱/۹۷۷/۲۸۸ و خسارات تاخیر تادیه از تاریخ تقدیم دادخواست تا اجرای حکم مطابق ماده ۵۲۲ قانون آیین دادرسی مدنی طبق شاخص بانک مرکزی احتساب و از خوانده اخذ و در حق خواهان پرداخت نماید. رای صادره غیابی بوده و ظرف مدت بیست روز از تاریخ قابل واخواهی در این شورا می باشد.

۱۱۰/۴۰۲۰۸ ات رئیس شعبه ۲۶۰۷ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۲۷ تهران

آگهی حصر وراثت

آقای سیدمحسن میرصادقی به شماره شناسنامه ۱۲۶۵ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۶۴۴/۷۹۱/۹۷ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان سیدحسین میرصادقی به شماره شناسنامه ۴۷ در تاریخ ۹۷/۳/۲۵ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:۱ سیدمحسن میرصادقی به ش ش ۱۲۶۵ ت ت ۱۳۵۶ صادره از تهران پسر متوفی ۲ آزیتا میرصادقی به ش ش ۱۱۲۴۲ ت ت ۱۳۵۴ صادره از تهران دختر متوفی ۳ مژگان میرصادقی به ش ش ۷۴۵۴ ت ت ۱۳۶۱ صادره از تهران دختر متوفی ۴ معصومه میرزارضائی ش ش ۲۱ ت ت ۱۳۳۷ صادره از قم همسر متوفی ۵ توران احمدی ش ش ۴۵ ت ت ۱۳۳۱ صادره از فیروزکوه همسر متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

۱۱۰/۴۰۴۱۶ ات رئیس شعبه ۷۹۱ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۵ تهران

آگهی حصر وراثت

خانم مریم جعفری به شماره شناسنامه ۷۴۵ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۵۸۹/۷۹۱/۹۷ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان زیبا طالبی به شماره شناسنامه ۴ در تاریخ ۹۶/۷/۲۵ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:۱ اسماعیل جعفرزاده به ش ش ۷۱۰ ت ت ۱۳۳۹ صادره از هشترود پسر متوفیه ۲ شوکت جعفرزاده ش ش ۷۱۴ ت ت ۱۳۳۱ صادره از هشترود دختر متوفیه ۳ مریم جعفری ش ش ۷۴۵ ت ت ۱۳۴۶ صادره از تهران دختر متوفیه و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

۱۱۰/۴۰۲۱۰ ات رئیس شعبه ۷۹۱ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۵ تهران

آگهی حصر وراثت

آقای مهدی همیشه بهار به شماره شناسنامه ۴۲۸۱ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۶۵۶/۷۹۱/۹۷ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان محمد همیشه بهار به شماره شناسنامه ۱۶۷۱ در تاریخ ۹۶/۱۱/۲۳ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:۱ ناصر همیشه بهار ش ش ۳۳۵۷ ت ت ۱۳۵۲ صادره از تهران پسر متوفی ۲مهدی همیشه بهار ش ش ۴۲۸۱ ت ت ۱۳۵۸ صادره از تهران پسر متوفی ۳ هادی همیشه بهار ش ش ۷۹۳۳ ت ت ۱۳۶۴ صادره از تهران پسر متوفی ۴ پروین همیشه بهار ش ش ۱۸۲۲۸ ت ت ۱۳۵۴ صادره از تهران دختر متوفی ۵ نسرین همیشه بهار ش ش ۱۱۲۹۳ ت ت ۱۳۶۱ صادره از تهران دختر متوفی ۶ نفیسه همیشه بهار ش ش ۰۰-۱۶۷۶۰۸۶۷ ت ت ۱۳۷۲ صادره از تهران دختر متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

۱۱۰/۴۰۴۱۱ ات رئیس شعبه ۷۹۱ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۵ تهران

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۱۲۶۰۵۰۰۱۹۱ شعبه۲۶۰۵ مجتمع شماره بیست و هفت شورای حل اختلاف شهر تهران تصمیم نهایی شماره خواهان: آقای اسرافیل فدائی کلویی فرزند یداله به نشانی استان تهران شهرستان تهران شهر تهران بازار عباس آباد سرای سلیمانی ب ۱۰ خوانده: آقای رضا [illegible] علوی به نشانی خواسته: مطالبه وجه بابت فاکتور و بیجک باربری گردشکار- خواهان دادخواستی به خواسته فوق بطرفیت خوانده تقدیم داشته که پس از ارجاع به این حوزه و ثبت به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی در وقت مقرر حوزه بتصدی امضاءکنندگان زیر تشکیل است و با توجه به محتویات پرونده پس از شور و تبادل نظر ختم رسیدگی را اعلام و به شرح زیر مبادرت به صدور رای می نماید رای شورا: در خصوص دادخواست تقدیمی خواهان اسرافیل فدایی کلویی به طرفیت آقای رضا علوی به خواسته مطالبه وجه به مبلغ ۱۷۹/۱۲۵/۰۰۰ به انضمام هزینه های دادرسی و تاخیر تادیه و با توجه به محتویات پرونده و فاکتور مضبوط برابر با اصل شده و بیجک باربری در پرونده به شماره ۲۷۹۱ در صفحه ۳ پرونده که حکایت از مدیونیت مشارالیه دارد و نظر به اینکه علیرغم ابلاغ قانونی در جلسه رسیدگی مقرر مورخ ۹۷/۲/۱۵ حضور نیافته و لایحه دفاعیه ای که مبنی بر برائت ذمه خویش و رد دعوی خواهان باشد ارائه ننموده و همگی دلالت بر صحت ادعای خواهان می باشد لذا دعوی خواهان مقرون به صحت تشخیص و به استناد ماده ۹ قانون شوراهای حل اختلاف و مواد و ماده ۱۹۸ قانون آیین دادرسی مدنی حکم به محکومیت خوانده جمعا به مبلغ ۱۷۹/۱۲۵/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و هزینه های دادرسی به مبلغ ۴/۵۷۸/۰۰۰ ریال طبق ماده ۵۱۹ قانون آیین دادرسی مدنی و خسارت تاخیر تادیه از زمان تقدیم دادخواست مورخ ۹۶/۱۰/۱۳ لغایت اجرای حکم در حق خواهان صادر و اعلام می گردد رای صادره غیابی و ظرف مهلت ۲۰ روز از تاریخ ابلاغ قابل واخواهی در شورا می باشد و پس از آن به مدت بیست روز از تاریخ ابلاغ قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم عمومی خواهد بود.

۱۱۰/۴۰۴۰۹ ات رئیس شعبه ۲۶۰۵ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۲۷ تهران

آگهی حصر وراثت

خانم سکینه نعمتی به شماره شناسنامه ۹۳ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۹۷۱-۶۴۹/۹۷ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان محرم عبدی به شماره شناسنامه ۹۸۳۳۳ در تاریخ ۹۶/۵/۲۳ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:۱ سکینه نعمتی ش ش ۹۳ ت ت ۱۳۲۶ صادره از اردبیل مادر متوفی ۲ ملیکا عبدی ش ش ۰۰۲۰۰۰۸۳۵۵۴ ت ت ۱۳۸۲ صادره از تهران دختر متوفی ۳ محمدرضا عبدی ش ش ۰۰۲۰۱۵۸۷۴۳۳ ت ت ۱۳۸۸ صادره از تهران پسر متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد

۱۱۰/۴۰۴۱۳ ات رئیس شعبه ۷۹۱ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۵ تهران

آگهی حصر وراثت

خانم زهرا حسنی به شماره شناسنامه ۱۵۵۸ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۶۵۵/۷۹۱/۹۷ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان تقی حسنی به شماره شناسنامه ۴۷۹ در تاریخ ۹۶/۱۲/۲۰ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:۱ حسن حسنی ش ش ۱۰۱۵۷ ت ت ۱۳۶۴ صادره از تهران پسر متوفی ۲ اعظم حسنی ش ش ۱۳۱۶۷ ت ت ۱۳۶۰ صادره از تهران دختر متوفی ۳ مرضیه حسنی ش ش ۸۰۰ ت ت ۱۳۵۳ صادره از خمین دختر متوفی ۴ زهرا حسنی ش ش ۱۵۵۸ ت ت ۱۳۵۶ صادره از تهران دختر متوفی ۵ زهره حسنی ش ش ۱۰۷۶۳ ت ت ۱۳۵۷ صادره از تهران دختر متوفی ۶ شهربانو محمدی ش ش ۵۵۴ ت ت ۱۳۳۲ صادره از گلپایگان همسر متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

۱۱۰/۴۰۴۱۲ ات رئیس شعبه ۷۹۱ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۵ تهران

آگهی حصر وراثت

آقای حامد کاکاوند به شماره شناسنامه ۲۵۱۵۰ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۶۵۸/۷۹۱/۹۷ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان علی کاکاوند به شماره شناسنامه ۱۶ در تاریخ ۹۶/۸/۶ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:۱ حامد کاکاوند ش ش ۲۵۱۵۰ ت ت ۱۳۶۵ صادره از تهران پسر متوفی ۲ حمید کاکاوند ش ش ۰۰۱۸۷۹۱۴۳۳ ت ت ۱۳۷۳ صادره از تهران پسر متوفی ۳ ناهید کاکاوند ش ش ۵۶۸ ت ت ۱۳۵۲ صادره از تهران دختر متوفی ۴ الهام کاکاوند ش ش ۹۵۰۷ ت ت ۱۳۶۰ صادره از تهران دختر متوفی ۵ الهه کاکاوند ش ش ۳۲۹۴ ت ت ۱۳۶۳ صادره از تهران دختر متوفی ۶ مریم کاکاوند ش ش ۰۰۱۳۳۶۱۵۰۱ ت ت ۱۳۶۹ صادره از تهران دختر متوفی ۷ سرور گودرزی ش ش ۴۰۵ ت ت ۱۳۳۸ صادره از ملایر همسر متوفی مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

۱۱۰/۴۰۴۱۵ ات رئیس شعبه ۷۹۱ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۵ تهران

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۰۲۰۴۰۰۰۸۴۱ تصمیم نهایی ۹۷۰۹۹۷۰۲۰۸۲۰۰۴۶۳ شاکی فاطمه قاسمی ف اسمعیل به نشانی تهران شهرستان ورامین کارخانه قند ک ارژنی ۱۰ متری ۴ سمت راست پ ۱۶ متهم علی فراقه اتهام مزاحمت برای بانوان و اطفال در اماکن عمومی یا معابر به تاریخ ۹۷/۴/۲ در وقت مقرر جلسه شعبه ۱۰۲ دادگاه کیفری دو ورامین به تصدی اینجانب تشکیل پرونده کلاسه مقرر تحت نظر است ملاحظه می شود شاکی در جلسه حاضر ولی متهم علیرغم انتشار آگهی در جلسه حاضر نبوده ووکیل معرفی نکرده و لایحه دفاعیه نیز ارائه ننموده است دادگاه پس از بررسی اوراق و محتویات پرونده ختم دادرسی را اعلام و با استعانت از خداوند متعال و تکیه بر شرف ووجدان بشرح ذیل مبادرت به صدور رای می نماید

رای دادگاه

در خصوص اتهام علی فراقه مجهول المکان دایر بر مزاحمت برای بانوان موضوع شکایت خانم فاطمه قاسمی با نظر به کیفرخواست صادره از دادسرای عمومی وانقلاب ورامین شکایت شاکی گزارش مرجع انتظامی گواهی گواهان تعرفه شده شاکیه نشر آگهی ابلاغ حضور متهم در مرجع تحقیق و این مرجع بزه انتسابی به نامبرده محرز و مسلم است که مستندا به مواد ۳۶ق ا د ک ۱۳۹۲ و مواد ۱۴-۲-۱۸-۱۹۹ قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲ و ماده ۶۱۹ کتاب تعزیرات ۱۳۷۵ حکم بر محکومیت متهم به تحمل شش ماه حبس تعزیری با احتساب ایام بازداشت قبلی و ۷۴ ضربه شلاق تعزیری صادر واعلام می نماید رای صادره غیابی وظرف ۲۰ روز پس از تاریخ ابلاغ قابل واخواهی در این مرجع و سپس قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم محترم تجدیدنظر استان تهران است

م الف ۶۵۶ دادرس دادگاه شعبه ۱۰۲ دادگاه کیفری دو شهرستان ورامین ۱۰۳ جزائی سابق

۳۸۱

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی ودادخواست و ضمائم به

کلاسه پرونده: ۹۷/ش۴/ ۳۸۷ وقت رسیدگی: ۹۷/۵/۲۹ ساعت ۹/۴۵ صبح خواهان زهرا شرفی خوانده مهدی قمری خواسته فک پلاک خواهان دادخواستی تسلیم دادگاههای عمومی نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۴ شورای حل اختلاف ورامین ارجاع گردیده و وقت رسیدگی تعیین شده به علت مجهول المکان بودن خوانده به درخواست خواهان و دستور دادگاه و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی میشود تا خوانده از تاریخ نشر آخرین آگهی ظرف یک ماه به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت نماید و در وقت مقرر بالا جهت رسیدگی حضور بهم رساند چنانچه بعدا ابلاغی به وسیله آگهی لازم باشد فقط یک نوبت و مدت آن ده روز خواهدبود

م الف ۶۸۲ دبیر حوزه ۴ شورای حل اختلاف ورامین

۳۸۲

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمائم به رسول فرازجی ف حسین و خدیجه مهری کهق

خواهان بانک ملت دادخواستی به طرفیت خوانده رسول فرازجی ف حسین و خدیجه مهری کهق به خواسته مطالبه وجه مطرح که به این شعبه ارجاع و به کلاسه پرونده ۹۷۰۹۹۸۲۸۲۲۵۰۰۱۳۶ شعبه ۱۵ شورای حل اختلاف شهرستان قزوین ثبت گردیده و وقت رسیدگی آن ۹۷/۶/۴ و ساعت ۱۶ تعیین که حسب دستور دادگاه و طبق موضوع ماده ۷۳ قانون ائین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی ازجراید کثیرالانتشار آگهی می شود تا خوانده ظرف یکماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد

مسئول دفتر شعبه شورای حل اختلاف شعبه ۱۵ شورای حل اختلاف شهرستان قزوین

۳۸۰

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمائم به ابراهیم بخشی پور ف حاجی

خواهان بانک ملت دادخواستی به طرفیت خوانده ابراهیم بخشی پور به خواسته مطالبه وجه مطرح که به این شعبه ارجاع و به کلاسه پرونده ۹۷۰۹۹۸۲۸۲۲۳۰۰۱۲۴ شعبه ۱۳ شورای حل اختلاف شهرستان قزوین ثبت گردیده و وقت رسیدگی آن ۹۷/۶/۳ و ساعت ۱۶/۳۰ تعیین که حسب دستور دادگاه و طبق موضوع ماده ۷۳ قانون ائین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی ازجراید کثیرالانتشار آگهی می شود تا خوانده ظرف یکماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد

مسئول دفتر شعبه شورای حل اختلاف شعبه ۱۳ شورای حل اختلاف شهرستان قزوین

۳۷۹

آگهی ابلاغ وقت جلسه دادسرای عمومی وانقلاب شهرستان بهارستان

بدینوسیله به آقای سیف اله نژد قربانی اقجه کند فرزند جمعقلی مجهول المکان حسب اعلام شاکی سودابه قنبایی دایر بر توهین به اشخاص عادی وفق ماده ۱۸۰ قانون ائین دادرسی کیفری در این روزنامه کثیرالانتشار درج نموده لذا لازم است جهت اخذ توضیح وا خرین دفاع ظرف یکماه پس از تاریخ نشر اگهی حاضر و از خود دفاع نمائید والا وفق مقررات غیابا رسیدگی واعلام نظر خواهد نمود.

مدیر دفتر شعبه پنجم دادیاری دادسرای عمومی وانقلاب شهرستان بهارستان

۳۸۸

آگهی ابلاغ وقت جلسه دادسرای عمومی وانقلاب شهرستان بهارستان

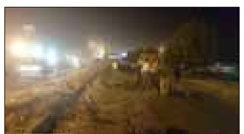
بدینوسیله به آقای وحید رفیعی فرزندشرف مجهول المکان حسب اعلام شاکی مریم مستی کرده ده فرزندعلی دایر بر ترک انفاق وفق ماده ۱۸۰ قانون ائین دادرسی کیفری در این روزنامه کثیرالانتشار درج نموده لذا لازم است جهت اخذ توضیح وا خرین دفاع ظرف یکماه پس از تاریخ نشر آگهی حاضر و از خود دفاع نمائید والا وفق مقررات غیابا رسیدگی واعلام نظر خواهد نمود.

مدیر دفتر شعبه پنجم دادیاری دادسرای عمومی وانقلاب شهرستان بهارستان

۳۸۳

اخبار

اجرای پروژه‌های عمرانی بدون قطع درخت



بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- سرپرست سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری بندرعباس گفت: هر کجا که نیاز باشد با استفاده از ظرفیت‌های مکانیزه و علمی نسبت به جا به جایی درخت اقدام می کنیم. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس، رضا حیدری‌زاده با اعلام این خبر اظهار کرد: حفظ و نگهداری از درخت‌ها و فضای‌سبز شهر به عنوان یک سرمایه طبیعی ارزشمند، ضروری است و در اجرای پروژه‌های عمرانی باید درخت‌ها و فضای‌سبز حفظ شوند. سرپرست سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری بندرعباس با تاکید بر حفظ و نگهداری درختان موجود معابر بیان کرد: لازم است با حفظ درختان موجود در حاشیه معابر، ضمن حفظ ریه تنفسی موجود، بستر کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی فراهم شود. وی با اشاره به اینکه اجرای پروژه‌های عمرانی در شهر، امری اجتناب‌ناپذیر است و شهر نیازمند توسعه و پیشرفت است، ادامه داد: گاهی اوقات در مسیر اجرای برخی پروژه‌ها درخت‌هایی قرار دارند، اما در تلاش هستیم به منظور اجرای پروژه‌های عمرانی هیچ درختی قطع نشود و هر کجا که نیاز باشد، با استفاده از ظرفیت‌های مکانیزه و علمی نسبت به جا به جایی درخت اقدام می کنیم. حیدری‌زاده با بیان اینکه از ابتدای سال ۹۷ تاکنون برای اجرای طرح‌های عمرانی تعداد ۱۴۰ اصله درخت که در مسیر اجرای پروژه‌های عمرانی قرار داشته، جابجا و در مکان‌های دیگر کاشت شده‌اند، خاطرنشان کرد: در طرح عریض شدن بلوار غدیر تعداد ۱۵۰ اصله درخت جابجا و جهت کاشت به کمپ خلیج فارس و ناحیه ویژه منطقه سه منتقل شده است.

شهردار قدس خبر داد:

توسعه فضای سبز شهری با هدف بهبود وضعیت محیط زیست

شهرقدس - خبرنگار فرصت امروز- مسعود مختاری با اشاره به پروژه‌های در حال اجرای این سازمان به منظور افتتاح در هفته دولت، اظهار داشت: توسعه فضای سبز شهری با هدف بهبود وضعیت محیط زیست شهری، افزایش سرانه فضای سبز و زیباسازی سیمای شهر در شمار برنامه‌های راهبردی شهرداری قدس قرار دارد وی در تشریح جزئیات بوستان‌های در دست احداث، افزود: طراحی و اجرای عملیات عمرانی احداث بوستان‌های واقع در انتهای بلوار نسترن، تقاطع بلوار شهدا به مساحت ۲۵۰۰ مترمربع، بلوار شهدای اصناف به مساحت ۲۲۰۰ مترمربع و شهرک کارکنان شهرداری در ۲ قطعه به مساحت ۲۲۰۰ مترمربع در حال انجام است. این بوستان‌ها در مراحل پایانی احداث قرار دارند که در هفته دولت افتتاح خواهند شد. شهردار قدس با اشاره به احداث زمین‌های بازی فوتبال در ۱۰ بوستان نقاط مختلف شهر، گفت: به منظور استفاده هر چه بیشتر و بهتر شهروندان به‌ویژه جوانان و نوجوانان از زیرساخت‌های ورزشی، شهرداری قدس طراحی و احداث ۱۰ زمین بازی فوتبال در بوستان‌های سطح شهر را در دستور کار قرار داده است که به‌تدریج شاهد بهره‌برداری از آنها خواهیم بود. وی خاطرنشان کرد: از دیگر اقدامات مهم در جهت توسعه فضای سبز شهری می‌توان به احداث بوستان گل محمدی در محدوده پارک جنگلی کوشان طیور به مساحت ۱۰ هزار مترمربع، احداث پارک شهری شامل محوطه‌سازی، فضای سبز و وسایل بازی کودک در ورودی این پارک جنگلی به مساحت ۱۰ هزار مترمربع و احداث پارک طبقاتی در خیابان‌های هجرت ۱ و ۲ که عملیات اجرایی آن به‌زودی آغاز می‌شود، اشاره کرد. مسعود مختاری با اشاره به عملیات ساماندهی محوطه ورودی ورزشگاه شهدای شهرقدس گفت: با توجه به وضعیت نامناسب ورودی این ورزشگاه و برگزاری مسابقات مهم ورزشی در آنجا، اقدام به ساماندهی از قبیل خاک‌برداری و بازسازی محوطه و فضای سبز این مجموعه خواهیم کرد تا محوطه ورودی آن به شکل مناسب بازسازی شود.

افزایش ۱۰ درصدی اهدا کنندگان خون استان ایلام در سه ماهه اول سال جاری

ایلام- هدی منصوری- مدیرکل سازمان انتقال خون استان ایلام با اعلام این خبر گفت: آمار اهدا کنندگان خون به سازمان در سه ماهه اول سال جاری تعداد ۳ هزار ۴۸۶ نفر می باشد که این رقم نسبت به مدت مشابه سال گذشته با رشد ۱۰ درصدی مواجه بوده است. دکتر مهدی اکبری دهبالایی با بیان اینکه مرکز انتقال خون ایلام در ایام رمضان در دو نوبت صبح و شب اقدام به خونگیری کرده است اظهارداشت: در این مدت یک هزار ۴۲۴ نفر به سازمان مراجعه نمودند که از این تعداد یک هزار ۹۱۹ نفر واجد شرایط اهدای خون بودند. مدیرکل انتقال خون استان ادامه داد: با توجه به درخواست مردم شهرستان های تابعه برای اهدای خون ، سازمان با در نظر گرفتن جوانب لازم، آمادگی خود را جهت حضور در بیمارستان ها اعلام می دارد. وی بیان داشت: با رایزنی های صورت گرفته، تاکنون شهرستان های، سرابله، ایوان و مهران با اعلام آمادگی همکاری درصد راه اندازی فضای مناسب برای حضور کارکنان سازمان در مکان های مشخص شده می باشند. دهبالایی در ادامه سهم اهدای خون زنان در ایلام را بین ۶ تا ۷ درصد عنوان کرد و گفت: سال گذشته، در بحث اهدای خون بانوان ایلامی جز سه استان برتر کشور قرار گرفت که امیدواریم در سال جاری تعداد مراجعه کنندگان بانو به سازمان افزایش یابد.

ارتباط مدیران عامل شرکت گاز خراسان رضوی با شهروندان از طریق سامانه سامد

مشهد- صابر ابراهیم بای - مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی با حضور در سامانه الکترونیکی مردم و دولت "سامد"، بصورت تلفنی پاسخگوی مشکلات و درخواست های مردم استان خواهد بود. این برنامه در راستای تاکید استاندار محترم در خصوص ارتباط بیشتر مدیران با مردم از طریق بستر سامانه ارتباط مردم و دولت انجام خواهد شد. طبق زمان بندی انجام شده مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی در روز یکشنبه ۳۱ تیرماه ۹۷، از ساعت ۱۰ الی ۱۲ در محل سامانه سامد بصورت برخط پاسخگوی تماس هم استانی های عزیز خواهد بود. شهروندان گرامی می‌توانند از طریق تماس با تلفن ۱۱۱ در ساعات اعلام شده نظرات، مشکلات و مسائل مختلف خود در حوزه گاز طبیعی را به بصورت مستقیم و بی واسطه با مدیرعامل شرکت گاز استان مطرح کنند. درخواست‌های مطرح شده از طریق کد رهگیری که سامانه در اختیار شهروندان قرار خواهد داد ظرف مدت زمان ۲۰ تا ۳۰روز مورد بررسی قرار خواهد گرفت. یادآور می شود؛ با روی کارآمدن دولت تدبیر و امید نهضت بزرگ گازرسانی روستایی در خراسان رضوی آغاز شد. بصورتی که از ابتدای سال ۹۲ تا پایان ۹۶، ۸۴۶ روستا به شبکه سراسری گاز کشور متصل شد و عملیات اجرایی گازرسانی به روستاهای واجد شرایط باقی مانده فاقد گاز استان نیز در اردیبهشت ماه سال جاری به دستور رئیس جمهوری آغاز شد.

برگزاری چهاردهمین گردهمایی مسئولین امور فرهنگی و دینی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی کشور در محلات

اراک- مینو رستمی- چهاردهمین گردهمایی مسئولین امور فرهنگی و دینی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی سراسر کشور به مدت ۲ روز به میزبانی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی و در شهر محلات برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی گردهمایی۲ روزه مسئولین امور فرهنگی و دینی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی سراسر کشور با محوریت اقامه نماز، امر به معروف و نهی از منکر، مباحث قرآنی، اقدامات فرهنگی در رعایت الگوی مصرف آب و ..... با حضور حجت الاسلام و المسلمین یزدان پرست مشاور وزیر و مسئول امور فرهنگی و دینی وزارت نیرو،حجت الاسلام مهاجری مسئول امور فرهنگی و دینی شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور ، مسئولان امور فرهنگی و دینی شرکت های مادر تخصصی و جمعی از مسئولین کشوری و استانی برگزار شد.

جلسه هماهنگی با شرکت های حمل و نقل و نماینده پیمانکاران خود مالک در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین برگزار شد.

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- با حضور مدیر و مسئولین شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین و نمایندگان شرکت های حمل و نقل و به منظور تعامل بیشتر و همچنین طرح و بررسی موضوعات پیش رو در بخش حمل و نقل این جلسه تشکیل شد. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین در دیدار با نمایندگان شرکت های حمل و نقل منطقه، تعامل و همکاری دو سویه را عامل اصلی پیشبرد اهداف سازمان به خصوص در بخش حمل فرآورده های نفتی برشمرد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین ، مسعود شرفی مدیر منطقه قزوین در این جلسه ضمن تشکر از زحمات این قشر خدوم جامعه در سوخترسانی زمستان۹۶، نوروز۹۷ و همچنین در شرایط اضطرار افزود: دفاع از حقوق قانونی این قشر زحمتکش از اهداف مهم این شرکت می باشد. این مقام مسئول تصریح کرد: بزودی ۵٪ مطالبات قبلی شرکتهای حمل و نقل از این شرکت بابت بیمه های تامین اجتماعی پرداخت خواهد شد.

تقدیر مدیر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت از مدیرعامل برق منطقه ای خوزستان

اهواز- شبنم قجاوند- مدیر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت از مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان به خاطر راه اندازی " سامانه تدارکات الکترونیکی دولت" و " تحقق دولت الکترونیک" تقدیر و تشکر کرد. سید امیر اصغری توچائی در لوح تقدیر اهدایی به محمود دشت بزرگ آورده است؛ در راستای پیشبرد و راه اندازی سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و در جهت تحقق دولت الکترونیک و اهداف ترسیمی دولت تدبیر و امید در سال مزین به شعار حمایت از کالای ایرانی، مصدر خدمت ارزشمندی گردیده اید. لذا ضمن اغتنام فرصت و به مصداق حدیث شریف (من لم یشکر المخلوق، لم یشکر الخالق) بدینوسیله از تلاش های ارزشمند شما تقدیر و تشکر می گردد. در ادامه این لوح تقدیر آمده است: مزید توفیقات جنابعالی را در کلیه عرصه های خدمتی از درگاه احدیت مسئلت می نمایم.

در مجمع عمومی عادی سالیانه ذوب آهن اصفهان عنوان شد :

نقشه راه ذوب آهن اصفهان برای افق ۱۴۰۴ ،تحقق عدد ۶ میلیون تن است

اصفهان - قاسم اسد- مجمع عمومی عادی سالیانه ذوب آهن اصفهان با حضور سهامداران ، نمایندگان صاحبان سهام ، اعضای هیات مدیره و نماینده سازمان بورس و اوراق بهادار تهران ، در سالن همایش های بین المللی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان یکشنبه ۲۴ تیرماه برگزار شد . با توجه به اینکه در دستور جلسه این مجمع ، انتخاب هیأت مدیره جدید نیز قرار داشت ، نمایندگان سهامداران عمده ذوب آهن در جایگاه هیأت رئیسه قرار گرفتند و بهروز خالق نماینده سازمان تأمین اجتماعی ریاست مجمع را عهده دار شد . در این مجمع صورتهای مالی شرکت مشتمل بر تراز نامه در تاریخ ۱۳۹۶/۱۲/۲۹ ، صورت سود و زیان و صورت جریان وجوه نقد برای سال مالی منتهی به ۱۳۹۶/۱۲/۲۹ ، با اکثریت آرا مورد تصویب مجمع قرار گرفت. مهندس منصور یزدی زاده مدیرعامل ذوب آهن اصفهان در ارائه گزارش هیأت مدیره مربوط به عملکرد سال ۹۶ و برنامه های آتی این شرکت گفت : تفاوت اساسی بین فرایند تولید در این شرکت و سایر تولیدکنندگان داخلی وجود دارد. ذوب آهن اصفهان است تنها شرکت فولادی بزرگ کشور است که تولید آن به روش کوره بلند انجام می شود در حالی که عمده تولید فولاد کشور به شیوه احیاء مستقیم است و یکی از دلایل سودهی آنها این است که از یارانه گاز و برق استفاده می کنند و ذوب آهن اصفهان از این یارانه بی بهره است و بر این اساس تفاوت سهم انرژی ذوب با بقیه شرکت ها ۴۳۶ تومان به

ازای هر کیلوگرم است . اهمیت تامین پایدار مواد اولیه/مهندس یزدی زاده تصریح کرد : یکی از نقاط بحران خیز برای هر شرکت فولادی بحث تامین مواد اولیه است که غافل شدن از آن مشکلات جدی را ایجاد می نماید. تلاش داریم با مدیریت شرایط ، روند پایداری را برای تامین منابع و مواد اولیه ایجاد نماییم زیرا پشتوانه تولید به شمار می روند. وی گفت : در خصوص نیروی انسانی ،ما میزبان ۱۴ هزار و ۵۰۰ نفر پرسنل هستیم که مدیریت آنها بسیار مهم است. با افزایش تولید ، سرمایه در گردش، تامین پایدار منابع اولیه ، آب ، مدیریت هزینه ها و همت و تلاش کارکنان انشا... شرایط شرکت بهبود می یابد. افزایش سرمایه ۸۰ درصدی ذوب/ مهندس یزدی زاده گفت : این شرکت با دو چالش مواجه است : چالش اول شمولیت ماده ۱۴۱ است که شرکت باید از آن خارج شود در این راستا خوشبختانه امسال وارد فاز سود شده و روند بهبود را آغاز نمودیم و برای خروج از آن برنامه ریزی و اقدام جدی را در نظر داریم.افزایش سرمایه از طریق تجدید ارزیابی تجهیزات تولیدی شرکت در سال ۹۷ برای خروج از ماده ۱۴۱ در دستور کار قرار دارد. سرمایه در گردش ۲۰۰ میلیارد تومانی پشتوانه تامین مواد اولیه قرار می گیرد/ وی گفت : بحران تامین آب یکی از مشکلات جدی است که از سال های گذشته آغاز شد و در سال ۹۷ ادامه یافت. از زمان حضور بنده در شرکت موضوع پایداری آب اولویت اصلی بود که با همکاری خوب پرسنل ، مسئولین محترم استانداری و سایر مسئولین ، این موضوع تثبیت شد .وی افزود در حال حاضر تامین مواد اولیه پایدار در اولویت است که در این خصوص نیازمند سرمایه در گردش هستیم . پروژه های کاهش مصرف آب خدمت به صنعت و جامعه/ مدیرعامل ذوب آهن اصفهان اظهار داشت : صرف نظر از پایداری آب ، کاهش مصرف آن هم بسیار مهم است که در این راستا پروژه های بسیاری در گذشته تعریف شده و امسال نیز پروژه های جدیدی به آنها اضافه می شود تا با کاهش مصرف آب خدمتی به صنعت و مردم استان داشته باشیم . نتیجه این اقدامات کاهش ۲۸ درصدی مصرف آب است. پیش بینی ما برای سال ۹۷ ، مصرف ۶/۸ لیتر آب به ازای هر کیلوگرم تولید فولاد است. همچنین استفاده از پساب شهرهای فولادشهر و نجف آباد در دستور کار قرار دارد که در تامین آب شرکت بسیار موثر است .

در آیین تقدیر از سرآمدان روابط عمومی ایران؛

روابط‌عمومی مناطق نفت‌خیز جنوب برنده تندیس زرین سرآمدی شد

اهواز - شبنم قجاوند- روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب "نشان ۴ ستاره تندیس زرین سرآمدی" را در هفتمین دوره آیین تقدیر از سرآمدان روابط عمومی ایران کسب کرد. مراسم اختتامیه هفتمین دوره آیین تقدیر از سرآمدان روابط عمومی ایران روز چهارشنبه ۲۷ تیرماه ۹۷ با حضور محمد سلطانی‌فر معاون مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در سالن جابربن حیان دانشگاه تربیت مدرس برگزار شد. روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب در دومین حضور خود در این دوره، با کسب ۷۱۲ امتیاز طبق آرای ممیزان و ارزیابان، "تندیس ۴ ستاره زرین سرآمدی" را به خود اختصاص داد. این تندیس به دلیل تعهد به سرآمدی و طی مسیر سرآمدی بر اساس مدل تخصصی شده EFQM به رضا طاهری رئیس روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب اعطا شد. روابط عمومی مناطق نفت خیز جنوب سال گذشته در اولین حضور خود در این دوره توانست با ۶۸۵ امتیاز، "تندیس ۴ ستاره سیمین سرآمدی" را به خود اختصاص دهد.

مدیر کل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم خبر داد:

بازگشائی بلوار آیت‌الله العظمی بروجردی همزمان با میلاد با سعادت حضرت امام رضا(ع)

قم- خبرنگار فرصت امروز- مدیر کل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم از بازگشائی فاز سوم بلوار بزرگ آیت‌الله العظمی بروجردی(ره) حد فاصل شهرک قدس تا شهرک پردیسان همزمان با آخرین روز دهه مبارک کرامت و میلاد حضرت شمس‌الشموس علی بن موسی الرضا(ع) خبر داد. به گزارش شهرنیوز؛ حمیدرضا عابدی خرسند با اشاره به افتتاح ۲۰۰ پروژه‌ی شهرداری قم در ایام مبارک دهه کرامت از آغاز ماه ذی‌القعده و ولادت حضرت فاطمه معصومه(س) تا روز ولادت حضرت امام رضا(ع) گفت: طبق برنامه‌ریزی که از قبل برای افتتاح و بهره‌برداری از پروژه‌های شهرداری قم انجام شده بود، این افتتاحیه‌ها به صورت منطقه محور و به ترتیب در هر شب از این دهه مبارک در یکی از مناطق شهر قم برگزار می‌گردد. وی با اعلام هزینه بالغ بر ۴۰۰۰ میلیارد ریال اعتبار برای

اجرای این پروژه‌ها اظهار داشت: این پروژه‌ها در بخش‌های مختلف عمرانی، خدماتی، ترافیکی، فرهنگی و فضای سبز در تمامی مناطق هشتگانه شهر قم اجرا شده و در اختیار شهروندان عزیز قرار خواهد گرفت. مدیر کل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم شاخص‌ترین پروژه‌ی قابل افتتاح در دهه مبارک کرامت را پروژه عظیم بازگشائی فاز سوم بلوار آیت‌الله العظمی بروجردی(ره) دانست و گفت: فاز سوم این بلوار بزرگ حدفاصل بلوار ولیعصر(عج) در شهرک قدس تا بلوار امام صادق(ع) شهرک پردیسان به طول ۶ کیلومتر و عرض ۷۰ متر و با اعتباری بالغ بر ۱۳۰۰ میلیارد ریال مراحل نهایی عملیات اجرایی خود را سپری می‌کند. مدیر کل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم در پایان با اعلام اتمام عملیات عمرانی در مسیر فاز سوم بلوار بزرگ آیت‌الله العظمی بروجردی(ره) گفت: طبق وعده مجموعه شهرداری قم به محض اتمام دیگر قسمت‌های عملیات اجرائی شامل بخش‌های ترافیکی، ایمنی و فضای سبز این پروژه و همزمان با میلاد حضرت امام رضا(ع) در اختیار مردم قرار خواهد گرفت.

سرپرست شهرداری کرج:

تاثیر نقوش اسلامی در ارتقای هویت شهری انکارناپذیر است

کرج- خبرنگار فرصت امروز- سرپرست شهرداری کرج با تاکید بر لزوم توجه به ارتقای سطح هویت شهری، گفت: تاثیر معماری و نقوش اسلامی بقاع متبرکه در ارتقای سطح هویت شهری انکارناپذیر است. محمدرضا احمدی نژاد در آستانه روز تجلیل از امامزادگان و بقاع متبرکه با اشاره به نقش بقاع متبرکه به عنوان فضای عمومی در شکل گیری احساس تعلق و ارتقای سطح هویت شهری، اظهار کرد: بی شک شهرها با مجموعه ای ازعملکردهای چند منظوره در قالب بسته های اجتماعی، اقتصادی، دینی، فرهنگی و جغرافیایی؛ تجلی و معنی پیدا می کنند. وی با بیان اینکه افزایش سطح مشارکت عمومی اقشار مختلف مردمی در فعالیت هایی فرهنگی، هنری، دینی،

اجتماعی و اقتصادی در قالب هویت های شهروندی، نقش بی بدیلی را در راستای توسعه شهرها ایفا می کند، گفت: امروزه شهرها مرکز توسعه تعاملات اجتماعی محسوب می شود و مردم در این زنجیره رابطه مستقیمی با جامعه برقرار می کنند. سرپرست شهرداری کرج بیان کرد: بقاع متبرکه به عنوان فضای عمومی شهری، تاثیر بسزایی در ارتقای حس هویت و تعلق خاطر شهروندان دارد، به همین منظور طراحی و برنامه ریزی در فضاهای عمومی شهر به ارتقای روابط شهروندی و تعاملات اجتماعی کمک شایانی می کند. احمدی نژاد در بخش دیگر سخنان خود فرصت بالای گردشگری مذهبی را از جمله مهمترین کارکرد امامزادگان و بقاع متبرکه دانست و گفت: تاثیر فضای معماری و نقوش اسلامی بقاع متبرکه در ارتقای سطح هویت شهری انکار ناپذیر است.

بررسی ساختار سازمانی مدیریت بهره برداری شرکت گاز استان سمنان

سمنان - زیاری - بررسی های مطالعاتی و بازدید های میدانی به منظور بررسی ساختار سازمانی شرکت گاز استان سمنان با حضور مجید کشاورز رئیس مهندسی ساختار شرکت ملی گاز ایران و کارشناسان ارشد واحد مهندسی ساختار شرکت ملی گاز ایران طی دو روز انجام گرفت . رئیس امور مالی و پشتیبانی شرکت در توضیح این خبر گفت: در این اقدام علاوه بر بررسی ساختار واحدهای بهره برداری ادارات گاز شهرستان های مهدیشهر، دامغان، شاهرود، میامی، آرادان و گرمسار، از ادارات شهرهای دیباج، کلاته رودبار، ایوانکی و انبار کالا نیز بازدید به عمل آمد. در این دیدارها روسای ادارات ضمن ارائه گزارش از وضعیت اقلیمی، جمعیتی وگازرسانی هر شهرستان، مطالبات همکاران نواحی در خصوص ساختار سازمانی و نظام گریدینگ را مطرح نمودند. همتی افزود: با توجه به پراکندگی روستاهای استان ز مناطق شهری و فواصل بسیار زیاد از خطوط

تغذیه و انتقال گاز؛ تیم مهندسی ساختار با حضور در محل پروژه فعال گازرسانی به روستای فولاد محله از نزدیک در جریان روند امور قرار گرفتند. رئیس امور مالی و پشتیبانی شرکت گاز استان سمنان با اشاره به شرایط اقلیمی و جغرافیایی و ضریب پراکندگی جمعیت خاص استان هدف از این بازدیدها و بررسی را تعیین میزان گستردگی مناطق شهری و روستایی، کارشناسی نیازهای جدید چارت سازمانی امور بهره برداری با لحاظ نمودن سیاست شرکت ملی گاز ایران در خصوص فرآیند برون سپاری فعالیت های گازرسانی اعلام و با تاکید بر لزوم پویایی و منعطف بودن ساختار سازمانی تصریح کرد: با توسعه و تغییر در فعالیت های هر سازمان و واگذاری وظایف شغلی جدید، ارتقای سمت های سازمانی و غنی سازی شغلی امری ضروری و اجتناب ناپذیر بوده و بلوغ شرکت، نیاز به تجدید ساختار متناسب با نیاز سازمانی را می طلبد. لطف اله همتی افزود: در جلسه اختتامیه این برنامه که با حضور تیم مهندسی ساختار و اعضای هیئت مدیره و هیئت رئیسه شرکت گاز استان در ستاد این شرکت برگزار گردید رؤسای امور مهندسی و بهره برداری و رؤسای واحدهای ستادی ضمن ارائه گزارش از وضعیت فعلی ساختار سازمانی متبوع خود مطالبات واحدها را در زمینه اصلاح ساختار مطرح نمودند.

در پی شیوع مسمومیت با احتمال آلودگی آب، مدیر عامل آبفار مازندران اعلام کرد :

روستای« بندپی» نوشهر زیر پوشش آبفار مازندران نیست

ساری - دهقان - در پی شیوع مسمومیت تعدادی از اهالی روستای بندپی شهرستان نوشهر و احتمال آلودگی آب، مدیر عامل آبفار مازندارن ضمن بیان اینکه این روستا تحت پوشش آبفار نیست،گفت: همکاری لازم جهت نمونه برداری از آب و آزمایش، گندزدایی و مهار این بیماری در اسرع وقت انجام شد. مهندس مجید عبدالهی مدیر عامل شرکت در گفتگویی اظهار داشت: اواخر هفته گذشته تعدادی از اهالی روستای بندپی شهرستان نوشهر با علائم مسمومیت به مراکز درمانی مراجعه کردند که پزشکان احتمال آلودگی آب را دادند. وی افزود: این روستا تحت پوشش شرکت آب و فاضلاب روستایی مازندران نیست و به صورت شورایی و هیئت امنایی

اداره می شود و علیرغم تلاش و درخواست شرکت از مسئولان روستا برای زیر پوشش قرار گرفتن، متاسفانه همکاری لازم صورت نگرفت. مهندس عبدالهی ادامه داد: به محض اطلاع از وضعیت اورژانسی در این روستا، اکیپهای فنی و کارشناسان کنترل فنی شرکت با هماهنگی مرکز بهداشت استان برای کنترل کیفیت آب آشامیدنی و مدیریت بر تامین و توزیع آب با حضور در محل نسبت به نمونه برداری از آب،شستشوی مخزن ذخیره ،خطوط انتقال و شبکه توزیع اقدام کردند و علاوه برکلرزنی و گندزدایی، مدیریت بهداشتی موقت بر آب شرب روستا را نیز به عهده گرفتند مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب روستایی مازندران گفت: با توجه به خرابی و از کار افتادن دستگاه کلرزنی موجود،یک دستگاه کلرزنی نیز تحویل مسئولان روستا شد.

نوشدارو

۴ فعالیت حیاتی برای افزایش تاثیر بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی

فارغ از اینکه یک فروشگاه محلی یا یک فروشگاه آنلاین را اداره می‌کنید، بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی یکی از مسائلی است که به طور حتم باید به انجام آن مبادرت کنید. این ابزار می‌تواند به شما در جذب مشتریان احتمالی، ایجاد برندی قدرتمند و در نهایت رشد کسب‌وکار شما کمک کند. با این وجود، مشابه هر کانال بازاریابی دیگر، موانعی در این حوزه نیز وجود دارند. یکی از این موانع و اشتباهات، انتقال پیام برند شما به مخاطبان نادرست است. اگر می‌خواهید از این اشتباهات جلوگیری کنید، در رعایت نکات بعدی در کسب‌وکار خود تلاش کنید:

نحوه کار با هر کدام از پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی را بیاموزید

برای انجام کارآمد بازاریابی در شـــبکه‌های اجتماعی نخستین قدم انتخاب شبکه اجتماعی مناسب برای انجام این کار است. بیشتر کسب‌وکارهای سراسر دنیا از فیس‌بوک به این دلیل بهره می‌برند که بیشترین تعداد کاربران را دارد. اما ایراد کار جایی است که بسیاری از آنها حتی زحمت یادگیری نحوه کار هر کدام از این پلتفرم‌ها را به خود نمی‌دهند. مطمئن شوید که شما نیز مرتکب چنین اشتباهی نمی‌شوید و این کار را با صرف زمان برای آموزش خود صورت دهید. منابع آنلاین زیادی در این حوزه وجود دارند، منابعی نظیر پست‌های بلاگ یا دوره‌های آموزشی آنلاین مواردی از این دست هستند، که می‌توانند به شما در یادگیری دانش مناسب در مورد شبکه‌های اجتماعی یاری‌رسان باشند.

به مخاطبان خود گوش فرادهید

به یاد داشته باشید که کسانی که در شبکه‌های اجتماعی شما را دنبال می‌کنند به احتمال زیاد مشتریان بالقوه یا بالفعل شما هستند. نقطه تماسی برای گوش دادن به صحبت‌های این افراد ایجاد کنید. اگر شکایت‌های زیادی در مورد خدمات مشـــتری خود دریافت می‌کنید، آن‌گاه شاید بهتر باشد تمرکز خود را بر این خدمات هدایت کنید. ممکن است مشتریان شما انتقاداتی در مورد زمان تحویل محصول یا خدمت خود داشته باشند، در این صورت تلاش کنید که این بازخوردها را به شکلی ملموس دنبال کنید و بدین ترتیب کسب‌وکار خود را بهبود دهید.

برای ایجاد یکپارچگی از سیستم‌های خودکار استفاده کنید

قطعا اســپم کردن دنبال‌کنندگان صفحات اجتماعی با پســت‌های پی‌درپی امر مطلوبی برای کسب‌وکار شما محسوب نمی‌شود، در عین حال نباید اجازه دهید که به دلیل فواصل طولانی انتشار مطالب، مشتریان شما را به کلی فراموش کنند. از ایجاد یک توازن اطمینان حاصل کنید. شما می‌توانید با استفاده از ابزارهای مدیریت رسانه‌های اجتماعی نظیر Hootsuite یا Buffer به خودکارســازی بارگذاری پســت‌های خود بپردازید. با استفاده از چنین ابزارهایی، شما یا مسئول شبکه‌های اجتماعی شــما، می‌توانید بــه زمان‌بندی زودتر از موعد محتوا بپردازید و بدین ترتیــب از عدم توقف تلاش‌های بازاریابی شبکه‌های اجتماعی خود اطمینان حاصل کنید. این اقدام می‌تواند زمان بیشتری برای تعامل با فالوئرها و پاسخگویی به پیام‌ها یا نظرات آنها در اختیار شما قرار دهد.

فعالیت خود در حوزه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی را رهگیری و بررسی کنید

یکــی از رایج‌ترین خطاهای صــورت گرفته در بازاریابی شــبکه‌های اجتماعی، عدم رهگیــری و اندازه‌گیری کارآمدی کمپین‌های شما محسوب می‌شود. اگر به انجام این کار نپردازید، شما نمی‌توانید از موفقیت تلاش‌های صورت گرفته در شبکه‌های اجتماعی خود مطمئن شوید. از رهگیری و جمع‌آوری داده‌ها اطمینان پیدا کنید تا بدین ترتیب بتوانید به تحلیل اقدامات خود بپردازید و در ادامه به انجام تغییرات ضروری برای راهبرد بازاریابی شبکه‌های اجتماعی خود مبادرت کنید. فیس‌بوک و توئیتر، ابزارهای تحلیل دقیق شــبکه‌های اجتماعی را در اختیار شــما قرار می‌دهند تا بدین ترتیب بتوانید به راحتی به جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز خود بپردازید.

منبع: imarketor

مدرسه مدیریت

ارزش‌گذاری استارتاپ‌ها و چالش‌های پیش‌رو

مترجم: مارال مختازاده

کارشناس ارشد کارآفرینی

برای کارآفرینان جذب ســرمایه‌گذار خطرپذیر نقطه مهمی است. اغلب کارآفرینان با نخستین پیشنهاد از ســمت ســرمایه‌گذار هیجان‌زده می‌شوند و به‌دنبال امضای معامله هســتند. اما نکته‌ای که وجود دارد، تردیدهایی اســت که درنهایت بر کارآفرینان غلبه می‌کند. این موضوع چالش عمده‌ای اســت و گریبانگیر بســیاری از بنیان‌گذاران استارتاپ‌ها و شــرکت‌های نوپا می‌شود. نبودن پول نقد کافی، چالشی است که استارتاپ‌ها با آن دست و پنجه نرم می‌کنند. از این رو برای تامین مالی، چشم به سرمایه‌گذاران خارجی می‌دوزند، تمایل زیادی در گرفتن وجوه نقد برای پوشش هزینه‌های‌شان دارند و در موارد زیادی پیروی از تصمیمات مالی این چنینی دلیل اصلی شکست شرکت‌های نوپا می‌شود.

در اینجا توصیه‌ای در مورد ارزیابی و ارزش‌گذاری استارتاپ‌ها می‌خوانیم:

ارزش‌گذاری درعین‌حال که علم اســت، هنر خاص خود را می‌طلبد: ارزیابی شــرکت‌ها معمولا براســاس پتانســیل آنها برای سودآوری در آینده انجام می‌شود. با توجه به اینکه تصویر مشخصی از آینده وجود ندارد، بنابراین ارزش‌گذاری شرکت‌ها در بهترین حالت با حداقل خطا تخمین‌زده می‌شود. برای شرکتی باثبات و با سهم قابل‌توجه در بازار، این برآورد می‌تواند با درجه خاصی از دقت انجام شود. اما ارزش‌گذاری استارتاپ‌هایی با محصولات یا خدمات نوآورانه بسیار دشوار است. دلیلش این است که بسیاری از مشتریان، چنین استارتاپ‌هایی را به درســتی نمی‌شناســند. به همین دلیل چگونگی افزایش و جذب مشتریان فرایندی دشوار است. ارزیابی چنین شرکت‌هایی مستلزم در نظر گرفتن عدم قطعیت در برآورد آینده آنهاست.

اصول خاصی برای رســیدن به تخمینی صحیح وجود دارد: مشــتریان: اگر این شــرکت بتواند نشــان دهــد که کاربران یا مشــتریان برای مدتی طولانی از محصول یا خدمتش اســتقبال کرده‌اند، می‌توان به ارزش‌گذاری مناســب این استارتاپ امید داشت. تعداد کاربران و مشتریان به محصول، خدمت و ساختار هزینه این کســب‌وکارها بســتگی دارد. درآمد: شاخص دیگر این است که آیا کاربران حاضر هستند برای محصــول یا خدمــت موردنظر هزینه کنند؟ اگر این شــرکت قادر به درآمدزایی باشــد، نکته بعدی روند رشــد درآمد و ســودآوری در طی زمان است. البته باید توجه داشــت که موارد بالا تنها شاخص هستند و نمی‌توان آنها را شــواهد قطعی دانســت. تجزیه و تحلیل عمیق‌تر از این پارامترها برآورد بهتری را رقم خواهد زد. پارامترهای دیگری مانند شــهرت بنیان‌گذاران یا همه کسانی که از این شرکت و ارزش سهام آن حمایــت می‌کننــد نیز وجــود دارد. همان‌طور که می‌بینیــد اینها عناصر کیفی‌تری هســتند و اغلب عددگذاری برای آنها دشــوار است. همین نکته، جنبه خلاق ارزش‌گذاری استارتاپ‌ها را برجسته می‌کند. ارزیابی استارتاپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا با توجه به ماهیت پویایی که دارند، همواره نوعی چالش محسوب می‌شــود. برای ایجاد روشی ارزشمند و منطقی در ارزش‌گذاری اســتارتاپ‌ها، بهره‌گیری از تفکر خلاقانه حائز اهمیت اســت. احتمالا مشاوران حرفه‌ای در ارزیابی این اســتارتاپ‌ها می‌توانند کمک‌کننده باشند. در مورد این مشــاوران حداقل دو رویکرد زیر باید در نظر گرفته شــود: معمولا متخصصان امور مالی در برآوردهای‌شــان محافظه‌کارند. البته عکس متخصصان امور مالی، متخصصان حقوقی در برآوردهای‌شان تهاجمی عمل می‌کنند. هر دوی این دیدگاه‌ها می‌تواند به شما در ارزش‌گذاری استارتاپ‌تان کمک کند.

منبع: entrepreneurship. edu. in/modirinfo

فرصت امروز

روزنامــه مدیریتــی-اقتصــادی

| یکشنبه | ۳۱ تیر ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۱۷ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

آدرس: میرزای شیرازی-نبش کوچه چهارم - پلاک ۶۸-واحد ۴

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغـات خلاق

مسیر موفقیـت

۳ اقدامی که در هنگام دریافت پیشنهاد کاری باید انجام دهید

به قلم: جولیان کرامر نویسنده حوزه کسب‌وکار

مترجم: امیر آل‌علی

به طور کل در هنگامی که پیشــنهاد کاری‌ای را دریافت می‌کنیــد، لازم اســت اقداماتی را صورت دهیــد که روند استخدامی شــما به خوبی طی شــود. درواقع این موضوع حتی در رابطه با فرصت‌های شــغلی مورد علاقه شــما نیز صادق اســت. در بســیاری از موارد مشاهده شده است که برخی از افراد به محض دریافت پیشــنهاد کاری که به آن تمایل دارند، بدون در نظر گرفتن دیگر موارد تعیین‌کننده اقدام به قبول آن کرده و این موضوع باعث می‌شود تا شما با ریسکی جدی مواجه باشید. بدون شک تحت این شرایط همه چیز احتمالی خواهد بود و ممکن اســت انتظار شــما تفاوت‌های فاحشی را با واقعیت موجود داشته باشد. در این رابطه اکثر صاحب نظران بر این باور هســتند که افراد باید بــرای خود زمان بخرند. این موضوع به این معنا اســت که شما نیاز به فضایی دیگر برای کنترل احساسات خود دارید. این موضوع به شــما کمک خواهــد کرد تا از تصمیم صرفا احساســی فاصله گرفته و از نیروی عقل خود نیز به خوبی اســتفاده کنید. با این حال این موضوع تنها یک قدم ساده و اولیه محســوب شده و به همین دلیل در ادامه به بررسی اقدامات ضروری در این رابطه خواهیم پرداخت.

۱- مسائل حقوقی را به طور کامل مطرح کنید

در واقع تاثیر اولیه شــما بر کارفرما خود از اهمیت بسیار بالایی برخوردار خواهد بود. به همین دلیل لازم است تا از همان ابتدا خود را به‌عنوان فردی حرفه‌ای نشان دهید. در بســیاری از موارد مشاهده شده است که افراد به علت عدم توجه و طرح پرسش‌های ضروری خود با مسائل و مشکلات متعددی مواجه می‌شوند. به همین دلیل نباید این موضوع را به‌عنوان نوعی بی‌ادبی تلقی کنید. فراموش نکنید که کار شــما ممکن اســت به موقعیتی طولانی مدت تبدیل شود، به همین دلیل تحت این شــرایط محل کار عملا خانه دوم شما خواهد بود. به همین دلیل بسیار مهم است که در این خانه احســاس خوبی داشته باشــید. در این رابطه توصیه می‌شود تا سوال ابتدایی شما ارتباط میان شغل پیشنهادی و مهارت‌های‌تان باشــد. درواقع بهتر است تا علت انتخاب خود را جویا شوید. با این اقدام شما انتظارات و توانایی‌های خــود را مورد ارزیابــی قرار داده و قادر بــه برنامه‌ریزی به مراتــب بهتری خواهید بود. در ایــن رابطه فراموش نکنید کــه همواره کاغذ و قلم جهت مکتوب کردن موارد مهم در اختیار داشــته باشید. ســعی کنید که این باور را در خود شــکل دهید که مصاحبه کاری یــک گفت‌وگوی دو نفره محسوب شده و شما تنها پاسخ‌دهنده به سوالات نخواهید بود. همچنیــن توجه و طرح پرســش در رابطه با فرهنگ ســازمان و همچنین اهداف و چشم‌انداز آن از دیگر موارد مهم در این زمینه محسوب می‌شود.

۲- از جزئیات غافل نشوید

در مورد نخســت توجه ما روی مــوارد پایه متمرکز بود، بــا این حال این موضوع به معنای عــدم توجه به جزئیات نیســت و باید در مرحله دوم مــورد توجه کامل قرار گیرد. درواقع شــما باید مزایای کاری خــود را بیابید. برای مثال ممکن اســت به طــور همزمان چندین فرصت شــغلی به شما پیشنهاد شود، بدون شــک کلیات تمامی پیشنهادها ماهیتی تقریبا یکسان خواهند داشت. تحت این شرایط در صورتی که وارد جزئیات نشوید، این احتمال وجود دارد که تصمیمی را اتخاذ کنید که بهترین گزینه موجود نیســت. در این مرحله همچنین لازم است تا مواردی نظیر دستمزد و پاداش را با انتظارات خود تطبیق دهید، با این کار شــما قــادر خواهید بود تا بیشــترین شــباهت‌ها را بیابید و این موضوع در تصمیم‌گیری شــما تاثیر بسزایی خواهد داشت. با این حال توجه داشــته باشــید که تمامی این پرسش‌ها باید در یک جلســه یا یک تماس تلفنی مطرح شــوند، در غیراین صورت بدون شــک کارفرما این اقدام شما را نوعی بی‌احترامی یا عدم تمایل به کار تلقی خواهد کرد.

۳- مانند یک حرفه‌ای مذاکره کنید

بدون شک در بهترین شرایط نیز تمامی موارد موجود مطابق خواست شــما نخواهد بود. با این حال این موضوع به معنای کنار آمدن با آنها نبوده و تنها کافی است مانند فردی حرفه‌ای در رابطه با اعمال تغییرات با کارفرمای خود پای میز مذاکره بنشینید. فراموش نکنید که در راستای پیشرفت در کار خود لازم اســت تا اشتیاق و آسایش جسمی و روانی کافی داشته باشــید. به همین دلیل تا زمانی که قرارداد را امضا نکرده‌اید، فرصت خواهید داشت تا شرایط را به نفع خود تغییر دهید. با این حال توجه داشته باشید که صرفا نباید به منافع خود توجه داشته باشید. درواقع به ازای هرآن‌چیزی که می‌خواهید لازم است تا امتیازاتی را نیز برای شرکت قائل شوید.

منبع: fastcompany