فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

برای کسب‌وکارآفرینی

پنجشنبه ۲۰ مهر ۱۳۹۶

Thu. 12 Oct 2017

۲۱ محرم ۱۴۳۹ - سال چهارم

شماره ۹۰۳- ۱۶صفحه - ۱۵۰۰تومان

www.forsatnet.ir

آینده کسب‌وکارهای مجازی در ایران چه می‌شود؟

شاید، «بازار مکاره مجازی» بهترین توصیف برای کسب‌وکارهایی است که در بستر فضای مجازی و به‌ویژه تلگرام شکل می‌گیرند...

۶

پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول از دورنمای اقتصاد جهان

رشد اقتصادی ایران امسال به ۳/۵ درصد می‌رسد

۲

فراز و فرود تغییرات نرخ‌های آزاد و مبادله‌ای در یک سال اخیر

رقابت دو دلار در ایران

دلار مبادله‌ای که توسط بانک مرکزی نرخ‌گذاری و عرضه می‌شود در روندی رو به رشد طی یک سال گذشته حدود ۲۶۰تومان گران شده و برگشت قابل توجهی به نرخ پایین‌تر نداشته است. اکنون دو نرخ آزاد و دولتی در شیبی رو به رشد در حال حرکت هستند. به گزارش ایسنا، در حال حاضر بازار ارز ایران دارای دو نرخ اصلی است؛ قیمتی که در بازار وجود دارد و نرخی دیگر در مرکز مبادلات ارزی. این مرکز از سال ۱۳۹۱ راه‌اندازی شد و بانک مرکزی کنترل آن را برعهده گرفت. در این مرکز حدود ۳۹ ارز با اختلاف با نرخ بازار آزاد توسط بانک مرکزی به‌طور روزانه قیمت‌گذاری می‌شود که پایین‌تر از بازار آزاد است...

۴

رئیس مجلس در نشست با مدیرعامل شرکت راه‌آهن تأکید کرد

ضرورت دریافت سرمایه‌گذاری‌های خارجی برای تکمیل ناوگان ریلی

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- کارآفرینی در حوزه ورزش
- چگونه به آنجا برسیم؟
- ۹ نکته برای استخدام فروشنده ماهر
- ۱۰ روش استفاده از زبان بدن در بازاریابی و تبلیغات
- تبلیغات زیر خط (BTL)
- بررسی یک کمپین موفق: دماغتون حس نمی‌کنه؟

اپل برای ساخت سریال تلویزیونی با «استیون اسپیلبرگ» وارد همکاری شد

۸ تا ۱۶

یادداشت

کلاف سردرگم نرخ بهره در ایران

سیامک قاسمی

کارشناس اقتصادی

در اقتصاد بین‌الملل بی‌تردید مهم‌ترین متغیر اقتصادی که ابزار سیاست‌گذاری پولی اقتصاد کشورها است، نرخ بهره یا interest rate است. بانک‌های مرکزی در کشورهای توسعه‌یافته با کاهش یا افزایش نرخ بهره، فرمان اقتصاد کشورها را به سمت سیاست‌های انبساطی یا انقباضی می‌چرخانند و با اعمال سیاست‌های انبساط پولی به دنبال مقابله با رکود اقتصادی...

۲

یادداشت

تولید؛ضامن تحقق اقتصاد مقاومتی

حسین راغفر

عضو هیأت علمی دانشگاه الزهرا

با محور قرار نگرفتن تولید در اقتصاد با توجه به ساختار...

۳

سپرده‌هایی که خرج پروژه‌های مشکل‌دار می‌شود

تبعات تزریق مُسکن‌های پرهزینه برای هپکو و آذراب

در حالی که دولت برای پرداخت مطالبات کارگران آذرآب و هپکو اقداماتی مانند ارائه تسهیلات بانکی را در نظر گرفته است، برخی معتقدند که چنین مشکلاتی ساختاری است و دولت باید چاره اساسی‌تری برای رفع آن بیندیشد، ضمن اینکه باید چنین پرداخت‌هایی از محل منابع دولت و از طریق سازمان برنامه و بودجه تخصیص یابد نه محل سپرده‌هایی که مردم به بانک‌ها سپرده‌اند و به آنها وکالت داده‌اند که در بهترین پروژه‌ها سرمایه‌گذاری کنند.

به گزارش ایسنا، در هفته‌های گذشته تجمعات کارگران در کارخانه تولیدی در استان مرکزی، حاشیه‌هایی را به همراه داشت. خیلی زود مشخص شد که یکی از مهم‌ترین موارد اعتراض این کارگران پرداخت نشدن و ناقص پرداخت شدن مطالبات آنهاست. برای یکی به مدت چهار ماه و دیگری از زمستان سال گذشته.

با بررسی‌های انجام شده مشخص شد مشکل قدیمی نیروی کار در واحدهای واگذار شده بار دیگر خود را به شکل دیگری نشان داده است. مشکل تکراری، وجود نیروی مازاد در واحدهای تولیدی دولتی است که پس از واگذاری به بخش‌خصوصی طبق مقررات تا زمان مشخصی همچنان مقید به حفظ آنها هستند. به‌ویژه در وضعیت نامناسب اشتغال که امکان جابه‌جایی دشوار شده و تعدیل نیروی کار امکان ایجاد بحران اجتماعی را تقویت می‌کند.

در عین حال رکود حاکم بر بنگاه‌های تولیدی منجر به آن شده که واحدهای تولیدی با زیر ظرفیت خود کار کرده و با مشکل عدم توانایی در تامین هزینه‌های خود از جمله مطالبات نیروی کار مواجه باشند. در کنار این موارد می‌توان به موضوع سوءمدیریت در این واحدها به اذعان مسئولان ذی‌ربط اشاره کرد.

ورود دولت به ماجرای آذراب و هپکو

پس از تجمعات پی‌درپی کارگران این دو کارخانه و حواشی که این تجمعات به دنبال داشت، دولت به این ماجرا ورود کرد. به این ترتیب که رئیس‌جمهوری بر رفع هر چه سریع‌تر مشکل دو شرکت آذرآب و هپکو تاکید کرد و به دنبال آن وزیر رفاه و وزیر اقتصاد اقداماتی را در دستور کار قرار دادند.

مهم‌ترین اقدامی که از سوی وزیر اقتصاد انجام شد دستور ویژه کرباسیان به عاملیت بانک‌های ملی و تجارت در جهت رفع این مشکل بود. در این زمینه محمدرضا حسین‌زاده - مدیرعامل بانک ملی ایران - گفت: پیرو تاکید رئیس‌جمهوری و دستور کرباسیان برای تامین منابع لازم به منظور رفع مشکلات کارگری شرکت‌های آذرآب و هپکو، بانک ملی ایران مبلغ ۲۰۰ میلیارد ریال برای شرکت آذرآب و بانک تجارت مبلغ ۷۰ میلیارد ریال برای شرکت هپکو را برای حل این مشکل اختصاص دادند.

به دنبال ارائه این تسهیلات بخشی از معوقات کارگران کارخانه‌های هپکو و آذرآب به حساب آنها واریز شد. با این حال مسائل مربوط به این کارخانه همچنان پابرجاست و نگرانی‌هایی را ایجاد کرده است مبنی بر اینکه ادامه این وضعیت چگونه ساماندهی خواهد شد؟ و با توجه به انتقاداتی که در زمینه سوءمدیریت این دو کارخانه مطرح می‌شود، برای ادامه فعالیت‌های آنها چه تصمیماتی لازم است اتخاذ شود؟

طبق آنچه کارشناسان گفته‌اند برآوردها نشان داده کارخانه هپکو ۴ هزار میلیارد ریال ارزش ریالی دارد در صورتی که ۸ هزار میلیارد ریال به بانک‌ها، بیمه تامین اجتماعی و امور مالیاتی بدهی دارد و از سوی دیگر در حالی کارخانه هپکو ۸ هزار میلیارد ریال بدهی دارد که در سال ۱۳۸۶ (نخستین سال واگذاری) بیش از ۲هزار و ۸۰۰ میلیارد ریال ماشین‌آلات از این کارخانه به فروش رسیده و سهامدار تنها ۳۰درصد از قیمت کلی هپکو را در همان سال پرداخت کرده است.

از سوی دیگر طبق آنچه مطرح شده شرکت آذرآب هم یکصد میلیارد تومان بدهی به سازمان امور مالیاتی، تامین اجتماعی، شرکت‌های دولتی، بازار و فروشندگان و تامین‌کنندگان مواد دارد و همه اینها در حالی است که این شرکت با ۵۰ میلیارد تومان بدهی به بانک‌ها در حال فعالیت است.

از آنچه گفته شد مشخص است این دو کارخانه نمونه‌هایی از خصوصی‌سازی‌های نادرست و صوری هستند که در دهه ۸۰ اتفاق افتاد و به این ترتیب دو شرکت توانمند و صاحب‌نام به دلیل سوءمدیریت، از چرخه تولید و اشتغال در کشور بازماندند. اکنون این انتقاد از سوی بسیاری مطرح می‌شود که چرا دولت نظارت مناسبی برای واگذاری‌ها نکرده و در ادامه نیز زمانی‌که سوءمدیریت محرز شده اقدام مناسبی نکرده تا ادامه فعالیت‌های این کارخانه به شکل قبل بحران ایجاد نکند؟

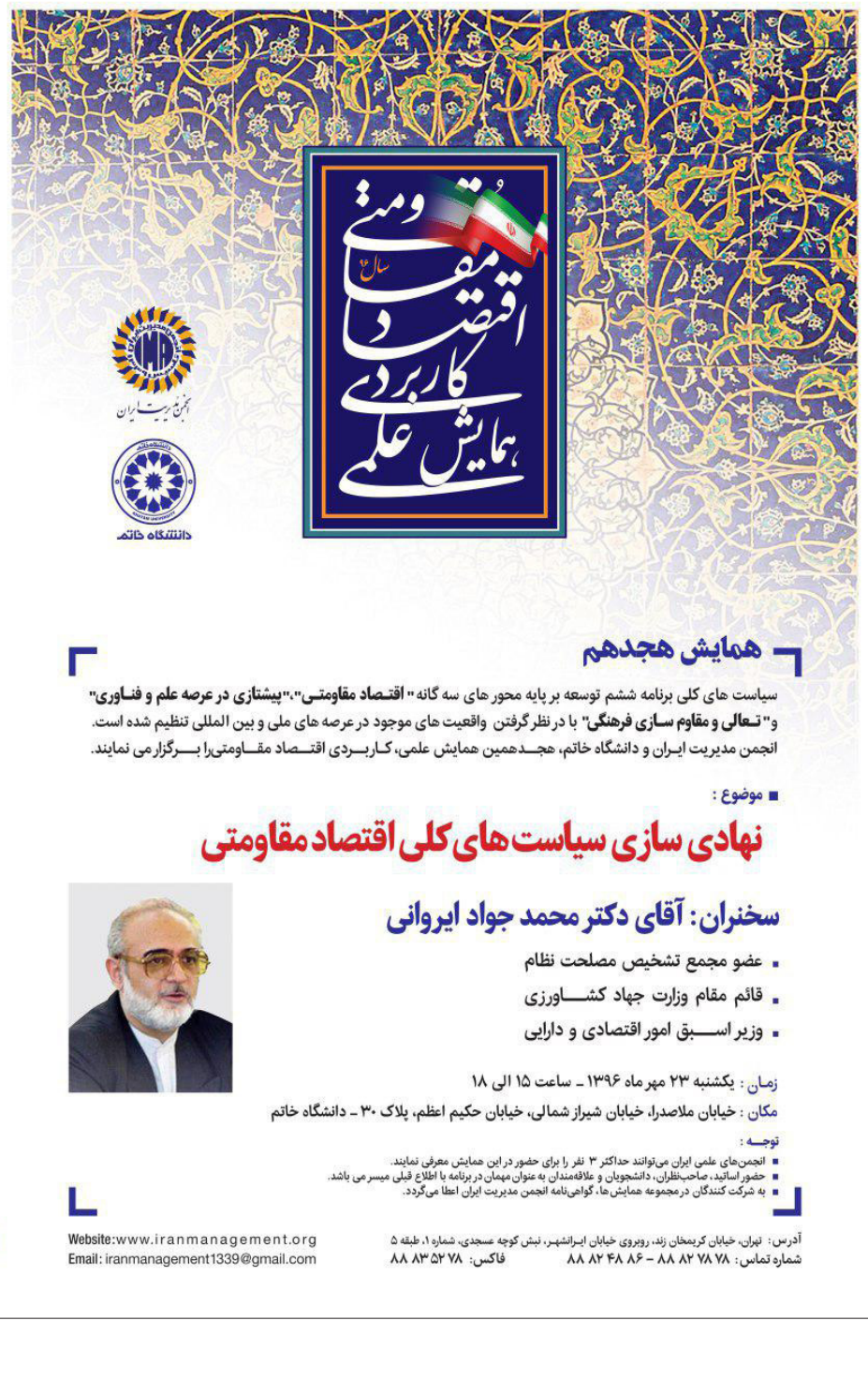
ارائه تسهیلات بانکی خوب یا بد؟

مهم‌ترین راهکار دولت برای ساماندهی وضعیت پیش آمده، ارائه تسهیلات بانکی به این دو کارخانه بود؛ اقداماتی که به زعم بسیاری از کارشناسان به‌رغم اینکه احتمالا می‌تواند مشکلات آنها را برای پرداخت مطالبات کارگران تا مدتی برطرف کند. به‌عنوان راهکاری از سوی دولت اتخاذ شد ولی چنین راهکاری با مخالفت‌هایی هم روبه‌رو شد. ابتدا ناظر بر اینکه اتفاقاتی که برای این دو کارخانه افتاده است، ساختاری است و تزریق این پول نمی‌تواند به حل مشکلات بینجامد، بلکه عمدتا نقش مسکنی را بازی می‌کند که به‌زودی تاثیر آن خواهد رفت و مشکلات ازدحام نیروی کار، فعالیت پایین‌تر از ظرفیت، عدم بهره‌مندی از بازار مناسب و... همچنان وجود داشته و در آینده نیز تضمینی برای برطرف شدن آنها نیست.

انتقاد دیگری هم که در این زمینه وجود دارد، موضوع ارائه تسهیلات بانکی است. بسیاری معتقدند چرا باید دولت برای حل مشکل در کارخانه از محل سپرده‌های مردم خرج کند؟ این در حالی است که اگر دولت تصمیم دارد مشکل کارخانه‌های واگذار شده را سامان دهد بهتر است از محل منابع خود این کار را کند. به‌ویژه در شرایطی منطق اعتبارسنجی ارائه این تسهیلات روشن نیست و همچنین معلوم نیست این تسهیلات با چه نرخی به شرکت‌ها واگذار شده است.

در این زمینه حیدر مستخدمین حسینی به ایسنا توضیح می‌دهد: دولت که در بانک‌ها سپرده‌گذاری نمی‌کند. مردم هستند که در بانک سپرده‌گذاری می‌کنند و این بانک‌ها هم وکالت دارند وجوهی که از مردم دریافت کرده را در بهترین پروژه‌ها به کار گیرند. سوال اینجاست؛ اینکه اکنون این منابع از بانک‌ها برای پرداخت معوقات کارگران به کار بسته شده چطور می‌تواند در وکالت بانک‌ها برای شرکت در فعالیت‌های اقتصادی سودده قلمداد شود؟

وی ادامه داد: دولت باید از منابع خود و از طریق سازمان برنامه و بودجه این پرداخت‌ها را انجام دهد. مثل همان پرداخت‌هایی که به هنگام بحران‌های طبیعی در نظر دارد، مطالبات کارگران این دو کارخانه را نیز باید به همان صورت پرداخت کند، نه از محل سپرده‌های مردم در بانک‌ها.



یادداشت

کلاف سردرگم نرخ بهره در ایران

سیامک قاسمی
کارشناس اقتصادی

در اقتصاد بین‌الملل بی‌تردید مهم‌ترین متغیر اقتصادی که ابزار سیاست‌گذاری پولی اقتصاد کشورها است، نرخ بهره یا interest rate است. بانک‌های مرکزی در کشورهای توسعه‌یافته با کاهش یا افزایش نرخ بهره، فرمان اقتصاد کشورها را به سمت سیاست‌های انبساطی یا انقباضی می‌چرخانند و با اعمال سیاست‌های انبساط پولی به دنبال مقابله با رکود اقتصادی و با اعمال سیاست‌های انقباض پولی به دنبال مبارزه با خطر افزایش تورم هستند.

در این کشورها وقتی صحبت از نرخ بهره پایه می‌شود که توسط بانک‌های مرکزی در دوره‌های مشخصی تعیین می‌شود منظور نرخ بهره بین‌بانکی یا overnight interest rate است. در اقتصادهای توسعه‌یافته نرخ بهره بین‌بانکی، پایین‌ترین نرخ بهره در این اقتصاد است و انواع نرخ‌های بهره دیگر در جامعه همه نرخی بیشتر از نرخ بهره بین‌بانکی داشته و با هارمونی مشخصی با کاهش نرخ بهره پایه توسط بانک مرکزی همه نرخ‌ها به همان نسبت کاهش و در صورت افزایش نرخ بهره پایه، بقیه نرخ‌های بهره در سطح جامعه نیز با همان هارمونی هماهنگ افزایش می‌یابد.

اما شرایط و نقش نرخ بهره یا نرخ سپرده در اقتصاد ایران به‌طور کلی متفاوت است. اولین ابهامی که در ایران وجود دارد، آن است که نرخ بهره پایه که افزایش یا کاهش آن ابزار سیاستگذاری پولی بانک مرکزی است، کدام نرخ بهره است؟ نرخ بهره بین‌بانکی در اقتصاد ایران که برعکس تقریباً همه اقتصادهای مهم در سطح جهان است از بسیاری از نرخ‌های بهره دیگر در جامعه بیشتر است. پس وقتی صحبت از نرخ بهره پایه در اقتصاد ایران می‌کنیم منظور کدام نرخ است؟ برخی از مرسوم‌ترین نرخ‌های بهره در شرایط کنونی اقتصاد ایران عبارتند از:

نرخ انواع سپرده‌های بانکی، نرخ انواع تسهیلات بانکی، نرخ پول در بازار آزاد، نرخ سود صندوق‌های سرمایه‌گذار، نرخ بهره بین‌بانکی، نرخ استقراض بانک‌ها از بانک مرکزی، نرخ سود اوراق خزانه اسلامی، نرخ سودآوراق خزانه اسلامی بانکی، نرخ بهره اوراق مشارکت شرکت‌ها، نرخ تسهیلات ترجیحی و موارد خاص بانکی و نرخ بازده تبدیل پول در قراردادهای اجاره ملک.

واقعیت این است که فضای پرابهام و غیرشفافی در مناسبات پولی جامعه در جریان است و دقیقا مشخص نیست نرخ بهره پایه و اصلی در اقتصاد ایران کدام نرخ است که کاهش یا افزایش آن منجر شود همانند اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته، همه نرخ‌ها با هارمونی مشخصی تغییر کنند.

بانک مرکزی هنوز به این سوال اساسی پاسخ روشنی نداده است که چرا در اعمال سیاست‌های پولی همه تمرکز و اهرم‌های قدرت خود را در کاهش یا افزایش سود سپرده بانکی می‌گذارد. آیا دیواری کوتاه‌تر از دیوار سپرده‌گذاران نیست؟ بانک مرکزی هنوز مشخص نکرده است که در حالی که نرخ بهره بین‌بانکی در اقتصاد ایران بالای ۲۰درصد است، چطور بانک‌ها برای نرخ سپرده باید سود ۱۵درصد پرداخت کنند؟

همین پراکندگی و عدم انتخاب نرخ سود پایه‌ای در اقتصاد ایران و فشار به کاهش سود سپرده که انتهای زنجیره گردش پولی در شبکه بانکی است به جای تلاش در جهت کاهش سود بین‌بانکی سبب شده است نرخ بهره کارکرد واقعی خود را در اقتصاد ایران از دست بدهد. انواع نرخ‌های بهره در اقتصاد ایران به جای اینکه در یک هارمونی مشخص با هم افزایش یا کاهش یابند، همانند ظروف مرتبطه شده‌اند، به‌طوری که کاهش دستوری یک یا چند نرخ منجر به افزایش برخی دیگر از نرخ‌های بازده پول یا همان نرخ بهره در جامعه می‌شود.

همین امر بیانگر این نکته است که انتظار جامعه از ارزش و بازده ریال در اقتصاد ایران متفاوت با نگاه دستوری سیاستگذاران پولی کشور است.

در نتیجه می‌توان انتظار داشت فشار همه‌جانبه برای کاهش نرخ بهره در بازارهای رسمی منجر به حرکت سرمایه‌ها به سمت بازارهای غیررسمی پولی شود.

در پایان می‌توان گفت تا نرخ بهره در اقتصاد ایران به مکانیزم‌های جهانی خود نزدیک نشود و نرخ‌های بهره در یک هارمونی واقعی قرار نگیرند و ارزش پول نه به صورت دستوری که براساس انتظارات بازار تعیین نشود، سیاست‌هایی همانند کاهش نرخ سپرده منجر به تأثیرات انبساطی در اقتصاد نشده، بلکه تنها در بلندمدت باعث جابه‌جایی منابع پولی مردم به سمت بازارهای غیررسمی می‌شود.

پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول از دورنمای اقتصاد جهان

رشد اقتصادی ایران امسال به ۳/۵ درصد می‌رسد

صندوق بین‌المللی پول در تازه‌ترین گزارش دورنمای اقتصاد جهان، بهبود رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۱۸ را پیش‌بینی کرد.

به گزارش «فرصت امروز»، صندوق بین‌المللی پول در تازه‌ترین گزارش خود تحت عنوان «چشم‌انداز اقتصاد جهانی» پیش‌بینی کرده است که رشد تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۱۷ به ۳.۵ درصد می‌رسد؛ این در حالی است که رشد اقتصادی ایران برای سال قبل ۱۲.۵ درصد برآورد شده بود. با این حال، صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده که اقتصاد ایران در سال آینده یعنی در سال ۲۰۱۸ رشد ۳.۸درصدی را تجربه می‌کند.

براساس گزارش صندوق بین‌المللی پول، رشد قیمت‌های مصرف‌کننده ایران در سال میلادی جاری به ۱۰.۵ درصد می‌رسد که در مقایسه با نرخ رشد ۹ درصدی در سال ۲۰۱۶ کمی افزایش را نشان می‌دهد؛ با این همه این وام‌دهنده جهانی انتظار دارد که نرخ رشد قیمت مصرف‌کننده در سال میلادی آینده به ۱۰.۱ درصد کاهش پیدا کند.

همچنین در گزارش «چشم‌انداز اقتصاد جهانی» پیش‌بینی شده است که تراز حساب جاری ایران در سال میلادی جاری به ۵.۱ درصد و در سال میلادی آینده به ۵.۹ درصد در مقایسه با ۴.۱ درصد در سال ۲۰۱۶ افزایش پیدا کند. صندوق بین‌المللی پول برآورد کرده است که نرخ بیکاری ایران نیز از ۱۲.۵ درصد در سال ۲۰۱۶ به ۱۲.۴ درصد در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ خواهد رسید.

دورنمای اقتصاد جهان در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸

صندوق بین‌المللی پول در جدیدترین گزارش خود از سلسله گزارش‌های چشم‌انداز اقتصادی جهان همچنین پیش‌بینی کرده است که رشد تولید جهان از ۳.۲ درصد در سال ۲۰۱۶ به ۳.۶ درصد در سال ۲۰۱۷ و ۳.۷ درصد در سال ۲۰۱۸ تسریع می‌شود. این نهاد جهانی برآورد کرده است که نرخ رشد تولید منطقه خاورمیانه، شمال آفریقا، افغانستان و پاکستان تحت تأثیر کندی رشد اقتصادی ایران پس از رشد پرشتابی که این کشور در سال ۲۰۱۶ تجربه کرد و همچنین کاهش تولید نفت کشورهای صادرکننده منطقه که در پیمان کاهش تولید اوپک شرکت کرده‌اند، به میزان قابل توجهی کند شده و به ۲.۶ درصد در سال ۲۰۱۷ در مقایسه با ۵ درصد در سال ۲۰۱۶ می‌رسد، اما نرخ رشد این منطقه در سال ۲۰۱۸ با تقاضای داخلی قوی‌تر در کشورهای واردکننده نفت و بهبود تولید نفت در کشورهای صادرکننده، به ۳.۵ درصد بهبود پیدا می‌کند.

برآورد کاهش قیمت نفت در گزارش صندوق بین‌المللی پول

صندوق بین‌المللی پول همچنین در این گزارش پیش‌بینی خود درباره قیمت جهانی نفت در سال جاری و سال آینده میلادی به حدود ۵۰ دلار در هر بشکه کاهش پیدا می‌کند.

برآورد صندوق بین‌المللی پول از قیمت نفت در سال جاری و سال آینده میلادی در حدود ۵۰ دلار در هر بشکه باشد. این در حالی است که پیش از این صندوق بین‌المللی پول در ماه آوریل برآورد کرده بود که قیمت نفت در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ میلادی ۵۵ دلار در هر بشکه خواهد بود. بر همین اساس، میانگین قیمت نفت در سال ۲۰۱۶ میلادی به ۴۲ دلار و ۸۴ سنت در هر بشکه افزایش پیدا کرد.

بر پایه این گزارش، صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده است که متوسط قیمت نفت در سال جاری میلادی یعنی سال ۲۰۱۷ برابر با ۵۰ دلار و ۲۸ سنت در هر بشکه و این رقم برای سال ۲۰۱۸ میلادی ۵۰ دلار و ۱۷ سنت به ازای هر بشکه باشد.

سیف و کرباسیان به واشنگتن می‌روند

وزیر امور اقتصادی و دارایی و رئیس‌کل بانک مرکزی ایران نیز برای شرکت در اجلاس پاییزه صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی به واشنگتن می‌روند. این اجلاس از ۱۷ مهرماه در شهر واشنگتن آغاز شده و تا ۲۳ مهرماه ادامه دارد. مسعود کرباسیان وزیر اقتصاد، ولی‌الله سیف رئیس‌کل بانک مرکزی، محمد خزاعی رئیس‌کل سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی ایران و حسین میرشجاعیان معاون وزیر اقتصاد از جمله اعضای هیأت اعزامی ایران به اجلاس پاییزه صندوق بین‌المللی پول هستند.

گفت‌وگو با مسئولان اقتصادی و بانک‌های مرکزی کشورهای عضو صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی و همچنین رایزنی با مسئولان این دو نهاد مالی وابسته به سازمان ملل در برنامه هیأت اعزامی ایران گنجانده شده است.

گفتنی است اجلاس مشترک بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول دو بار در سال، یکی در فصل بهار و دیگری در فصل پاییز برگزار می‌شود و این اجلاس محملی برای بررسی چشم‌انداز اقتصاد جهان در سال‌های پیش‌رو است.

گزارش ۲

چرا پدیده «رشد بدون اشتغال» در اقتصاد ایران ظهور کرده است؟

معادله چندمجهولی اشتغال

«رشد بدون اشتغال» پدیده‌ای است که ظرف یکی دو سال گذشته و همزمان با بهبود رشد اقتصادی کشور، بارها از آن پرده‌برداری شده است. نخستین‌بار، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی از این پدیده سخن گفت و عنوان کرد که امروز اشتغال در کشور ما ناشی از سرمایه‌گذاری و رشد به سرعت به دست نمی‌آید و با پدیده «رشد بدون اشتغال» روبه‌رو هستیم. علی ربیعی گفته بود در این نوع از رشد اقتصادی، نمی‌توان کیفیت زندگی مردم را تغییر داد، بنابراین نیازمند اجرای سیاست‌های مدون برای افزایش اشتغال در رشته‌های پرتقاضای شغل هستیم.

به گزارش خبرآنلاین، بررسی‌ها نشان می‌دهد در سال گذشته با وجود اینکه رشد اقتصادی از حالت منفی خارج و مثبت شده، اما نرخ بیکاری کماکان رو به افزایش بوده است، به‌طوری که نرخ بیکاری در سه ماهه دوم امسال به ۱۱,۷ درصد رسید.

این اتفاق حکایت از آن دارد که تصمیمات و سیاست‌ها در خصوص اشتغال‌زایی با وجود تأثیرگذاری روی روند تولید، ولی باعث نشده که سطح اشتغال بالا رود و نامعادله رشد بدون اشتغال ایجاد شده است. گزارش‌های کارشناسی نشان می‌دهد این نامعادله سه دلیل دارد: پایین بودن نرخ بهره‌وری نیروی کار، سرمایه‌بر بودن مشاغل ایجاد شده و عدم تأثیر اعطای تسهیلات به بنگاه‌های تولیدی روی افزایش نرخ اشتغال.

از سوی دیگر، بررسی‌ها بیانگر آن است که افزایش نرخ بیکاری عمدتا مربوط به افزایش نرخ مشارکت نیروی کار به ۴۱درصد بوده و علت آن ناشی از ورود مجدد برخی جویندگان کار به بازار کار بوده است. گزارش‌ها در عین حال، از افزایش تعداد جویندگان کار حکایت دارد، به‌طوری که تعداد آنها به شکل قابل توجهی بیش از ۷۰۰ هزار شغل جدیدی است که ایجاد شد. در همین حال، اشتغال ناقص هم در سطح بالای ۹,۲ درصد کل جمعیت شاغل باقی ماند.

ابرچالش بیکاری جوانان

بیکاری در گروه جوانان نیز در تابستان ۱۳۹۶ معادل ۲۴,۴ درصد بود. این شاخص در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به نقاط روستایی بیشتر بوده است. اگرچه روند تغییر نرخ بیکاری جوانان نشان می‌دهد که این شاخص نسبت به فصل مشابه در سال گذشته کاهش پیدا کرده است.

در حالی که بخشی از جمعیت در سن کار به نیروی کار می‌پیوندند، اما ایران تاکنون نتوانسته از امکانی که نیروی کار جوان در اختیارش گذاشته، به نحو احسن بهره ببرد. به گفته علی ربیعی، افراد دهه ۶۰ که جمعیتی بالغ بر ۹ میلیون نفر بودند، در دهه ۸۰ وارد بازار کار شدند و به دلیل عدم پاسخگویی مناسب به این جمعیت برای ورود به بازار کار هم‌اکنون با انباشت نیروی کار مواجه هستیم. این در شرایطی است که سالانه ۸۰۰ هزار نفر فارغ‌التحصیل دانشگاهی وارد بازار کار می‌شوند. مطابق پیش‌بینی مرکز پژوهش‌های مجلس، در صورتی که قرار باشد نرخ‌های رشد اقتصادی ایران در سال‌های آینده در محدوده معمول دهه‌های اخیر (نرخ‌های یک تا پنج درصد) باقی بماند و اقتصاد کشور به سمت «رشد اشتغال‌زا» متمایل نشود، نرخ بیکاری از سطح تقریباً ۱۱درصد کنونی به میزانی قابل توجه بالاتر می‌رود، به‌طوری که در سال ۱۴۰۰ در سناریوی خوشبینانه به حدود ۱۶درصد و در سناریوی بدبینانه به حدود ۲۶ درصد می‌رسد و به نظر می‌رسد حل این شرایط، همان چیزی است که از آن به‌عنوان «ابرچالش» یاد می‌شود. چندی پیش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارش ویژه به وضعیت اشتغال در کشور پرداخت و سناریوهایی درباره آینده اشتغال‌زایی در کشور بین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ ارائه داد. در این گزارش آمده که چنانچه نرخ مشارکت اقتصادی طی دوره ۱۳۹۴تا۱۴۰۰ برابر با ۳۷,۳ درصد باشد، آنگاه در بهترین حالت و با داشتن نرخ رشد ۵درصدی سالانه، در سال ۱۴۰۰ جمعیت بیکار برابر با ۴,۱۷ میلیون نفر و نرخ بیکاری ۱۵,۹ درصد خواهد بود.

چنانچه نرخ مشارکت طی دوره ۱۳۹۴تا۱۴۰۰ برابر با ۳۸,۷ درصد باشد، آنگاه در بهترین حالت (نرخ رشد ۵درصدی سالانه)، در سال ۱۴۰۰ جمعیت بیکار برابر با ۵,۱۶ میلیون نفر و نرخ بیکاری ۱۸,۹درصد خواهد بود. در صورت وجود نرخ مشارکت ۴۱درصد طی دوره ۱۳۹۴تا۱۴۰۰ نیز در بهترین حالت و سناریوی نرخ رشد ۵درصدی سالانه در سال ۱۴۰۰ جمعیت بیکار برابر با ۶,۷۸ میلیون نفر و نرخ بیکاری ۲۳,۵ درصد خواهد بود. این پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد اگر دولت می‌خواهد بر بیکاری غلبه کند، چاره‌ای جز این ندارد که رشد اقتصادی کشور را روی میانگین ۷ تا ۸ درصد برای سال‌های آینده نگه دارد و سرمایه داخلی و خارجی جذب کند.

۴ میلیون و ۸۵۰ شغل

براساس تکلیف قانون برنامه ششم توسعه، سالانه در کشور باید ۹۷۰ هزار شغل ایجاد شود؛ این نشان می‌دهد که طی پنج سال آتی باید ۴ میلیون و ۸۵۰ هزار شغل در کشور ایجاد شود؛ اتفاقی که نیازمند سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه است. اگرچه برخی تحلیلگران معتقدند اقتصاد ایران در بهترین حالت ممکن می‌تواند ۵۰۰ هزار شغل در سال ایجاد کند. آن‌طور که در اقتصاد تجربه شده، در دنیا ایجاد هر شغل به سرمایه‌گذاری و تخصیص منابعی نیاز دارد که کمترین مقدار آن ۵۰ تا ۶۵ هزار دلار است. بر این اساس، برای ایجاد ۱۰۰ هزار شغل حداقل ۵ میلیارد دلار و برای یک میلیون شغل ۵۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری لازم است که حدود ۲۰۰ هزار میلیارد تومان می‌شود.

دریچه

گزارش مجله «فوربس» از برنده امسال جایزه نوبل اقتصاد

نقش اقتصاد رفتاری در متن زندگی

دکتر بیل کانرلی، مشاور کسب‌وکار و نویسنده همکار مجله «فوربس» به‌مناسبت اعطای جایزه نوبل اقتصاد به ریچارد تیلر، اندیشه‌های این اقتصاددان را بررسی کرده است. او معتقد است اندیشه‌های ریچارد تیلر، برنده جایزه نوبل اقتصاد سال ۲۰۱۷ نکات مفیدی برای صاحبان کسب‌وکار دربر دارد؛ نکاتی که شاید بارزترین آنها مقوله «اثر موهبت» باشد که می‌گوید انسان‌ها معمولاً برای آنچه دارند بیش از آنچه ندارند ارزش قائل هستند.

به گزارش اتاق ایران، ریچارد تیلر به‌عنوان یکی از بزرگان مکتب اقتصاد رفتاری، بیشتر مطالعات خود را به اثبات غیرعقلایی بودن تصمیمات عوامل اقتصادی (خانوارها و بنگاه‌ها) معطوف ساخته است. به عقیده او، افراد ممکن است بسته به موقعیتی که در آن قرار می‌گیرند، واکنش متفاوتی در قبال دو گزینه کاملاً یکسان از خود نشان دهند. او برای اثبات این گفته از یک مثال کلاسیک استفاده می‌کند: فرض کنید در حالت اول به شما پیشنهاد می‌شود که روی شیر یا خط بودن نتیجه پرتاب یک سکه شرط‌بندی کنید؛ بدین‌صورت که اگر درست پیش‌بینی کردید ۱۰ دلار برنده شوید و اگر پیش‌بینی‌تان اشتباه از آب درآمد، ۱۰ دلار از دست بدهید. بسیاری از افراد از این شرط‌بندی اجتناب می‌کنند.

در حالت دوم اما شرط‌بندی به‌گونه‌ای دیگر برای شما توصیف می‌شود: فرض کنید به شما می‌گویند به‌صورت پیش‌فرض ۱۰ دلار باخته‌اید، اما یک شانس ۵۰-۵۰ دارید که با پیش‌بینی صحیح نتیجه پرتاب سکه، این زیان را به صفر برسانید و البته این احتمال نیز وجود دارد که نتیجه پرتاب سکه برخلاف پیش‌بینی شما باشد و زیان‌تان به ۲۰ دلار برسد. این حالت از لحاظ آماری و منطقی هیچ تفاوتی با حالت اول ندارد، اما به‌گونه‌ای تعریف شده است که پای اجتناب از زیان در میان باشد. بسیاری از افراد در این حالت ترجیح می‌دهند در شرط‌بندی شرکت کنند؛ در واقع، افراد ریسک‌های بزرگ‌تر را برای اجتناب از زیان می‌پذیرند. این مثال ساده در دنیای واقعی کسب‌وکار نیز به‌ویژه در ماه‌های پایانی سال مالی شرکت‌ها اتفاق می‌افتد. بسیاری از مدیران فروش در این ماه‌ها تلاش می‌کنند بخشی از درآمدهای سال جاری را به صورت‌های مالی سال آینده انتقال بدهند. اگرچه در حالت عادی شناسایی درآمد بهتر است زودتر انجام شود اما ظاهراً به دلیل اینکه مدیران ارشد شرکت‌ها اغلب تنبیه برای عملکرد پایین‌تر از حد برنامه‌ریزی‌شده را بیش از تشویق برای عملکرد فراتر از انتظار در دستور کار قرار می‌دهند، مدیران فروشی که از تحقق برنامه‌های فروش در سال جاری اطمینان یافته‌اند، سعی می‌کنند بخشی از درآمد سال جاری را به سال آینده منتقل کنند تا شانس بیشتری برای تحقق اهداف فروش در سال آینده داشته باشند.

اکنون فرض کنید که مدیر فروش یک شرکت در اوایل سال مالی از محقق شدن اهداف فروش شرکت اطمینان حاصل کرده است و فکر می‌کند با استفاده از یک رویکرد جدید در بخش فروش، ۵۰درصد شانس دارد که فروش را سه برابر کند. درعین‌حال این احتمال وجود دارد که در صورت شکست خوردن طرح، وی حتی نتواند فروش برنامه‌ریزی‌شده را محقق سازد. در این شرایط آیا مدیر فروش دست به این ریسک قمارگونه خواهد زد؟ منطق حکم می‌کند که مدیران ارشد شرکت، مدیر فروش را برای پذیرفتن این ریسک ۵۰-۵۰ که می‌تواند به سه برابر شدن فروش شرکت بینجامد، تشویق کنند. در دنیای واقعی اما چنین اتفاقی رخ نمی‌دهد و مدیران ارشد معمولاً از مدیران فروشی که نتوانسته‌اند برنامه‌های شرکت را محقق کنند، به‌شدت انتقاد می‌کنند.

یکی دیگر از مباحثی که تیلر آن را در قالب یک کتاب مطرح کرده، بحث «سقلمه زدن» به‌منظور اصلاح رفتارهای غیرعقلایی است. در گذشته کارکنان جدید یک شرکت می‌توانستند با پر کردن یک فرم خاص، ماهانه مبلغی از درآمدشان را به پرداخت هزینه بیمه بازنشستگی اختصاص دهند. امروز اما کارکنان به‌صورت پیش‌فرض در صندوق‌های بازنشستگی عضو هستند و مبلغ مربوطه از درآمدشان کسر می‌شود، مگر اینکه خودشان درخواست لغو عضویت دهند. درست است که در هر دو حالت، کارکنان از اختیار تام برای مشارکت یا عدم مشارکت در طرح‌های بیمه بازنشستگی برخوردار هستند اما شواهد تجربی حاکی از این است که در حالت دوم تعداد بسیار بیشتری از کارکنان عضو صندوق‌های بازنشستگی شده و برای تأمین آینده خود پس‌انداز می‌کنند.

از این استراتژی می‌توان در حوزه فروش نیز استفاده کرد؛ مثلاً می‌توان هزینه ضمانت و خدمات پس از فروش را به قیمت محصول اضافه کرد تا مشتری با پرداخت هزینه‌ای معقول، محصول مطمئن‌تری را خریداری کند. البته باید این امکان برای مشتری فراهم باشد که از دریافت ضمانت و خدمات پس از فروش چشم‌پوشی کند و در مقابل هزینه کمتری بپردازد، چراکه تحمیل خدمات به مشتریان و درنتیجه اخذ هزینه بیشتر از آنها ممکن است درنهایت باعث کاهش تقاضای محصولات شرکت شود.

به‌طورکلی ما با مطالعه آثار ریچارد تیلر متوجه می‌شویم که اتخاذ تصمیمات کاملاً درست در دنیای پیچیده امروز کار بسیار دشواری است و انسان‌ها برای فائق آمدن بر این دشواری، شیوه‌های دیگری را برای تصمیم‌گیری در پیش گرفته‌اند؛ شیوه‌های ساده‌تری که به افراد کمک می‌کنند تا مسائل مهم پیرامون خود را بهتر اولویت‌بندی کنند.

در دنیای کسب‌وکار نیز ما باید بدانیم که رایج‌ترین شیوه تفکر لزوماً بهترین شیوه نیست و بهتر است برای اتخاذ تصمیمات بهتر، بیشتر به جزییات توجه کنیم.

یادداشت

تولید؛ ضامن تحقق اقتصاد مقاومتی

حسین راغفر
عضو هیأت علمی دانشگاه الزهرا

بـا محور قـرار نگرفتن تولید در اقتصـاد با توجه به ساختار موجود کشور، اقتصاد مقاومتی نهادینه نخواهد شـد. در کتاب تأمین مالی صنعتی در ایران که توسط ریچـارد الیوت بندیک در سـال ۱۹۶۴ پس از سـفر او به ایران، چاپ شـده اسـت، آمده کـه در این اواخر به‌ویـژه با تغییر الگوهای مصرفی، دارایی‌های کلانی از محل واردات و مستغلات انباشته شده است و ایرانیان بخشـی از درآمدهای خـود را به دارایی‌هـای وارداتی تجملی، ساخت ویلاها، خریدوفروش زمین و سفرهای اروپایی اختصاص داده‌اند و این سـرمایه‌گذاری آسیب کمتـری را در بی‌ثباتی سیاسـی و اقتصادی می‌بینند. یکی از ابرچالش‌های اقتصاد ایـران نظام تدبیر و اداره امور سیاسـی، اقتصادی و اجتماعی است. این چالش بسترسـاز ظهور ابرچالش‌های راهبردی دیگری یعنی ابرچالش انرژی، آب و محیط زیست، ابرچالش جمعیت و اشـتغال و ابرچالـش نظام نوآوری و فناوری اسـت. نظام تدبیر و اداره امور ناتوان از پاسخگویی به نیازهای زیست‌بوم توسعه کشور در دنیای پرتلاطم حال و آینده اسـت که این درماندگی محصـول عوامل متعددی از جمله امنیت ملی و آینده‌نگری اسـت و در حال حاضر امنیت ملی مـردم موضوع فرعی در نظام تدبیر و اداره امور اسـت یا به اهداف دسـت چندم تبدیل می‌شود. نهادهای مستقر حاصل از نظام تدبیر، به جای اینکه در خدمت سعادتمندی، رفاه و بهزیستی مردم باشند، در خدمت منافع اصحاب ثروت هسـتند و این نظام تدبیر فاقد فلسـفه اقتصادی روشن و شفاف است. همچنین نظام تدبیر وابسـته به درآمدهای بـادآورده حاصل از فـروش منابع‌طبیعی و معدنی اسـت. اسـتقرار نظام اقتصادی سرمایه‌داری رفاقتی، وابستگی به درآمدهای بادآورده نفتی، رویش یک اقتصاد انگلی را در پی خواهد داشت که در سطح خرد به صورت باج‌گیری، رشد جرم و جرائم و در سـطح کلان به صـورت اقتصاد مافیایی نمود پیدا می‌کند. همچنین ناکارآمدی محصول نهایی ابرچالش نظام تدبیر و اداره امور است که سبب سقوط قدرت‌های جهانی از قبیل شوروی سابق شد، به‌طوری که در شـوروی سـابق هزینه تولید بالاتـر از بازارهای جهانی بوده و اختلاف طبقاتی نیز تشـدید شـده بود که در حال حاضر این شـرایط نیز در کشـور ما ایجاد شده است. مشکل اشتغال ایران کمبود سرمایه نیست. این در شـرایطی است که میزان تشکیل سرمایه ثابت ناخالـص به میزان ۹۰۰ هزار میلیارد تومان (به قیمت سـال ۱۳۸۳) در دهه ۸۰ بوده که این نشـان می‌دهد مشکل اشتغال ایران کمبود سرمایه نیست. اگر اقتصاد تولیدمحور نباشد، سیاسـت اقتصاد مقاومتی از کاغذ و برنامه‌های نوشـته شـده به مرحله اجرا درنمی‌آید و در حـال حاضر با محور قـرار نگرفتن تولید در اقتصاد کشـور با توجه به سـاختار موجود مملکـت، اقتصاد مقاومتی نهادینه نخواهد شد و باید توجه داشت که در تصمیم‌گیری‌ها مردم محور تصمیمات باشند.

منبع: ایسنا

صنعت

سرمایه‌گذاری ۱۲۰ میلیون دلاری آلمانی‌ها برای احداث نیروگاه خورشیدی در ایران

مدیر یک شـرکت ایرانی - آلمانـی از آغاز پروژه احداث فاز نخست نیروگاه خورشیدی ۱۰۰ مگاواتی در میبـد یزد خبر داد و گفت که ۱۲۰ میلیون دلار سرمایه مورد نیاز برای این پروژه به‌طور کامل توسط طرف آلمانی تأمین می‌شـود. «امیر اسلام نژاد» در گفت‌وگـو با ایرنـا اضافه کرد: این شـرکت ایرانی - آلمانـی در نظـر دارد کـه ۵۰۰ مـگاوات نیروگاه خورشـیدی در ایران احداث کند که کلنگ احداث ۱۰۰ مگاوات از این ظرفیت، امروز در میبد یزد به زمین زده می‌شـود. وی با اشاره به اینکه فاز نخست ایـن پروژه ۱۰۰ مگاواتی، شـامل احداث نیروگاهی بـه ظرفیت ۱۰ مگاوات اسـت، گفـت: منابع مورد نیاز فاز نخسـت این پروژه ۱۲ میلیون دلار و منابع موردنیـاز کل این پروژه ۱۲۰ میلیـون دلار برآورد شده است. اسلام‌نژاد در مورد زمان پیش‌بینی شده برای بهره‌برداری از این پروژه گفت: فاز نخست این پروژه به ظرفیت ۱۰ مگاوات، تا پایان امسـال و کل پروژه که هدف آن رساندن ظرفیت نیروگاه به ۱۰۰ مگاوات اسـت تا پایان سـال آینده بـه بهره‌برداری می‌رسـد. وی یکی از اهداف استراتژیک این شرکت ایرانی - آلمانـی را اسـتفاده از ظرفیت‌های محلی بـرای اجرای پروژه‌هـا ذکر کرد و گفـت: با اجرای پـروژه نیـروگاه ۱۰۰ مگاواتـی میبد، ۵۰۰ شـغل مسـتقیم و ۳هزار شغل غیرمسـتقیم برای منطقه میبد و یزد ایجاد می‌شـود. مدیر این شرکت ایرانی - آلمانـی در مورد تأمین تجهیزات پـروژه نیروگاه خورشـیدی ۱۰۰ مگاواتی میبد یـزد نیز گفت: ۶۰ درصـد از تجهیزات مورد نیـاز این پروژه وارد و ۴۰ درصد از تجهیزات شـامل کابـل، ترانس، تجهیزات کنترل، تجهیزات انتقـال و... از محل تولید داخل تأمین می‌شود.

رئیس مجلس در نشست با مدیرعامل شرکت راه‌آهن تأکید کرد

ضرورت دریافت سرمایه‌گذاری‌های خارجی برای تکمیل ناوگان ریلی

علـی لاریجانـی، رئیـس مجلـس در نشسـتی کـه بـا مدیرعامل و مسـئولان شـرکت راه‌آهن داشت گفت کارخانجات باید بـرای ارتباط با راه‌آهـن انگیزه‌مند شـوند کـه طرح‌هـای قانونـی در این خصوص قطعا با بار مالی مواجه می‌شود، لذا دولت باید اقـدام به ارائه لایحه کند. وی به تقویت مسـیرهای پـر رفت‌وآمد ریلـی از حیث مسـافران اشـاره کرد و گفـت: لازم اسـت در مسـیرهای اصلی همچـون تهـران - مشـهد و اصفهان - شـیراز مسـافر بیشـتری از طریق ریل جابه‌جا شـود که نیازمند تقویت ناوگان اسـت. وی در ادامه اظهار داشـت: باید بـه سـمت سـرمایه‌گذاری‌های خارجی حرکت کـرد و تمرکز روی منابع حاصل از مالیات بر ارزش افزوده تقریبا سـودی ندارد، چرا که این منابع صرف هزینه‌های جاری می‌شـود. به گزارش ایسنا، رئیس مجلس در پایان با تأکید بر اینکه باید به کارخانجات تسـهیلات داد تا حمل‌ونقل خـود را از طریـق ریـل صـورت دهند، خاطرنشـان کرد: کارخانجات باید برای ارتباط بـا راه‌آهن انگیزه‌مند شـوند که طرح‌های قانونـی در این خصوص قطعا با بار مالی مواجه می‌شود، لذا دولت باید اقدام به ارائه لایحه کند.

دستاوردهای شرکت راه‌آهن ایران

سعید محمدزاده در ابتدای این جلسه بـه ارائـه گزارشـی از عملکرد شـرکت راه‌آهن ایـران پرداخت و بـا بیان اینکه شرکت راه‌آهن از ابتدای سال ۹۲ تعرفه خود را افزایش نداده است، گفت: ما حتی یک ریال هم حق دسترسـی از مسافر یا کانتینر نمی‌گیریم و از سـال ۹۳ تاکنون درآمد ثابتی داریم که بخشـی از درآمد از محل هدفمنـدی یارانه‌ها یعنی ۲۰۰ میلیارد تومان در سال ۹۵ و ۲۰ میلیارد تومـان از ابتـدای امسـال بـود و البته بخشـی نیز معـادل ۱۸۰ میلیارد تومان بایـد از طریـق تهاتر انجام می‌شـد که مجلس موافقت نکرد. مدیرعامل شرکت راه‌آهن در ادامه با بیان اینکه سهم قطار از حمل‌ونقـل عمومی صرفـا ۱۰ درصد اسـت، عنـوان کرد: در سـال ۹۵ حدود ۲۳ میلیون نفر جابه‌جایی مسافر داشتیم که با سـرعت حداقلی ۱۴۰ کیلومتر در سـاعت بوده است. وی در ادامه به برخی از دسـتاوردهای این شـرکت اشـاره و تصریح کرد: کاهش زمان مسافرت میان تهـران و مشـهد از ۱۲ به ۱۰ سـاعت، افزایـش ظرفیت از ۵۵ قطـار در روز به ۲۰۰ قطار و راه‌اندازی قطارهای ۵ ستاره و قطارهای به مقصد کربلا در اربعین ۹۵ از مهم‌ترین دسـتاوردهای این شـرکت بوده اسـت. محمدزاده همچنین با اشاره به نرخ هزار تومانی مسـیر ریلی تهران - هشـتگرد، گفت: این قیمت برای جذب مسـافر اسـت و درحالی‌که روزانه حدود یـک میلیـون و ۲۰۰ هزار مسـافر وارد تهران شـده و به همین میزان نیز خارج می‌شود، البته برنامه داریم تا پایان برنامه ششم حدود ۵۰ میلیون مسافر حومه‌ای را منتقل کنیم.

بارهای دولتی از طریق خطوط ریلی جابه‌جا شود

مدیرعامل راه‌آهن در ادامه با تأکید بر اینکه باید با سیاسـت‌هایی که دولت در نظر دارد به انتقـال ۱۹۵ میلیون تن بار در سال برسـیم، اظهار داشت: متأسفانه در ایـران مترو با راه‌آهـن هیچ ارتباطی ندارد درحالی‌کـه در همه جای دنیا این اتفـاق رخ داده، لذا قصد داریم در نقاطی مترو را با راه‌آهن مرتبط کنیم که میدان راه‌آهـن تهران یکی از ایـن مقاصد بوده و در آینـده این اتفاق در مشـهد، اهواز، اصفهان و شیراز نیز خواهد افتاد. وی در ادامه با تأکید بـر ضرورت انتقال بارهای دولتی از طریق خطوط ریلی کشور عنوان کرد: مطلوب این اسـت که حداقل دولت مکلف شـود تا بارهای دولتی را به روی ریل بیاورد امـا برخی مخالفت‌ها در این زمینـه صورت می‌گیرد، لـذا حمل‌ونقل ترکیبـی باید مورد حمایت قـرار گیرد، چرا که هرچه بار روی ریل بیاید کشـتار جاده‌ای نیز کاهش خواهد یافت.

سهم اندک حمل‌ونقل ریلی در انتقال حومه‌ای

معـاون وزیـر راه و شهرسـازی در ادامه به مقایسـه سـهم برخی کشورها از حمل‌ونقـل ریلی حومـه‌ای پرداخت و عنـوان کـرد: حمل‌ونقل ریلـی آلمان ۵۸درصـد، انگلیس ۵۳ درصـد و ایران تنها ۲ درصد سـهم انتقـال حومه‌ای را دارد کـه این میـزان بایـد افزایش یابد. محمـدزاده همچنین ایـران را به لحاظ کریدورهـای بین‌المللـی دارای موقعیت ممتـازی دانسـت. مدیرعامل شـرکت راه‌آهـن در پایان با بیـان اینکه ترانزیت تاکنون نیم میلیـون تن بوده که به ۱.۵ میلیون تن باید افزایش یابد، خاطرنشان کرد: کریدور ایران با ترکیه با رشد مواجه بوده و حمل بار در شش ماه گذشته ۴۶ درصد افزایش یافته اسـت لـذا باید در بودجه ۹۷ به سیاسـت‌های بندهای ۲۴ و ۲۵ حوزه حمل‌ونقل توجه ویژه شود.

بررسی فرصت‌های اقتصادی گرجستان برای ایران

گرجستان دروازه ورود ایران به بازار اروپا

اقتصـاد بـاز کشـور ۴ میلیـون نفری گرجستان، رتبه بالای این کشور در اقتصاد جهان، روابط نزدیک بـا اتحادیه اروپا و از طرفی روابط خوب گرجی‌ها با کشـورمان باعـث شـده اسـت فعـالان اقتصـادی، گرجسـتان را دروازه ورود ایـران بـه اروپا بدانند. براساس آمارهای رسمی، گرجستان از نظـر آزادی اقتصـادی دارای رتبـه بالایی در جهان اسـت. گرجستان امسال بیست و پنجمین سالگرد استقلال خود را جشن می‌گیرد، در طول این ۲۵ سال روابط سیاسی ایران و گرجستان بدون هیچ تنشی در مناسـب‌ترین سـطح بوده است، با این وجود روابط اقتصادی دو کشـور گسترش مـورد انتظار را نداشـته و بـه گفته علی ربیعی، رئیس ایرانی کمیسـیون مشترک اقتصادی ایران و گرجستان، حجم مبادلات دو کشور در سال ۲۰۱۶ فقط ۱۳۸ میلیون بود. ارتباط مستمر مقامات دولتی و فعالان اقتصادی دو کشور با یکدیگر نخستین گام برای گسترش روابط اقتصادی است، از این رو در دو روزه گذشـته علاوه‌بـر برگزاری ششـمین اجلاس کمیسـیون مشـترک اقتصـادی ایـران و گرجسـتان، همایش تجاری با حضور فعالان بخش‌خصوصی دو کشور در تفلیس برگزار شد.

مروری بر روابط اقتصادی ایران و گرجستان

پـس از اعلام اسـتقلال گرجسـتان، ایران از نخسـتین کشـورهایی بود که اسـتقلال ایـن کشـور را به رسـمیت شـناخت و پـس از آن دو کشـور همکاری‌هـای هرچه بیشـتر منطقه‌ای و بسط و تعمیق مناسـبات فیمابین را در دسـتور کار خود قرار دادند. پس از گذشت چند ماه از استقلال گرجستان، روابط دیپلماتیک بین دو کشـور برقرار شـد. به گـزارش ایرنا، سـفر گئورگی کوئیریکاشـویلی نخست‌وزیر گرجستان به تهران و سفر محمدجواد ظریف، وزیر امـور خارجه ایران به تفلیس در سـال جـاری و در رأس یک هیـأت بلندپایه، نشـان‌دهنده اراده جـدی مسـئولان دو کشـور برای توسـعه هرچه بیشـتر مناسـبات است. توجه هر دو کشور به طرح‌های مشترک منطقه‌ای و دوجانبه می‌تواند سـطح مناسـبات تجاری را به مناسبات اقتصادی ارتقا دهد. در همین راسـتا دو کشـور طرح‌هایـی همچون انتقـال آب آشـامیدنی گرجسـتان به ایـران، انتقال گاز ایران به گرجسـتان، راهگذر حمل‌ونقل خلیج‌فارس ـ دریای سـیاه و اتصال خطوط برق دو کشـور از طریـق ارمنسـتان را مدنظـر دارند. اجرای طرح مشـترک پالایشـگاهی در گرجسـتان توسـط بخش‌خصوصی دو کشور نیز می‌تواند سمبل همکاری‌های فنی و سـرمایه‌گذاری مشـترک ایران و گرجسـتان باشـد. شـرکت مشترک جئوپـارس که توسـط بخش‌خصوصی دو کشـور تاسـیس شـد، یک مجتمع پالایشـگاهی ـ پتروشیمی را در منطقه سوپسـا احـداث خواهد کرد. مراسـم معرفـی پروژه بـا حضور نخسـت‌وزیر و وزیـر اقتصاد گرجسـتان در تفلیس برگزار شـد. ایـن مجتمع شـامل یک پالایشـگاه نفتی، کارخانه پتروشیمی و مرکز پشـتیبانی خواهد بود. ارزش این پـروژه ۱,۵ میلیـارد دلار خواهـد بود. امضـای یادداشـت تفاهم لغـو روادید میان دو کشـور نقطه عطفی در توسعه مناسـبات مردمی و اقتصادی دو کشور بـود. بـا اجرای ایـن یادداشـت تفاهم خطـوط هوایی مسـتقیم میـان تهران ـ تفلیس و دیگر شـهرهای دو کشـور مجـددا برقـرار و زمینه افزایش سـفر گردشـگران فراهم شـد، به‌طـوری که هم‌اینک پس از همسـایگان گرجستان (ترکیه، آذربایجان، ارمنستان و روسیه)، ایران رتبه اول رشـد سـفر گردشگران بـه گرجسـتان را دارد. آژانس‌هـای گردشـگری گرجـی نیـز بـا توجه به ظرفیت‌های گردشـگری ایران فعالیت خود برای جلب گردشگران گرجی برای سفر به ایران را افزایش داده‌اند.

موانع رشد مناسبات اقتصادی ایران و گرجستان

امـا در ایـن میـان برخی مشـکلات همچنان مانع رشـد مناسبات اقتصادی دو کشور اسـت. عدم ارائه خدمات مالی و بانکـی به اتباع حقیقی و حقوقی ایران از سـوی بانک‌هـای گرجسـتان یکی از مهم‌تریـن موانـع توسـعه همکاری‌های اقتصـادی و تجـاری دوجانبـه عنـوان شـده اسـت. باوجود ابلاغ بانک مرکزی گرجسـتان به بانک‌های این کشـور در خصوص برجام، بانک‌های این کشـور که همگی خصوصی هستند همچنان از ارائه هرگونـه خدمات بانکـی و مالی به اتباع ایرانی خـودداری می‌کنند. طرف گرجی طی مذاکـرات ضمن اذعـان به اهمیت حل این موضوع برای اقتصاد گرجسـتان و توسـعه مناسـبات اقتصادی و تجاری افزوده اسـت منتظر تصمیمات اتحادیه اروپـا برای ارائـه راهکارهـای ارتباطات بانکی و مالی با ایران اسـت و پیش‌بینی می‌شـود به زودی راهکاری مناسب برای رفـع این معضل اتخاذ شـود. با توجه به مزیت‌هـای موجـود اقتصاد گرجسـتان و مزیت بی‌شـمار اقتصـاد بزرگ ایران با جمعیت ۸۰میلیون نفری که به جمعیت ۳۰۰ میلیون نفری منطقه دسترسی دارد و ثبات سیاسـی کشـورمان و دسترسی ایـران به معـادن و منابع انرژی وسـیع، برقراری ارتباط تجاری میان دو کشوری کـه دارای اشـتراکات تاریخی دیرینه‌ای هسـتند، می‌تواند یک رابطـه برد - برد باشد.

معدن

ایران جزو ۱۲ کشور اول معدنی جهان است

رئیـس سـازمان نظام مهندسـی معـدن گفت که ایران در بین ۱۲ کشـور اول معدنـی دنیا قرار دارد. به گـزارش «فرصت امروز» به نقـل از خانه معدن ایران، نادعلی اسماعیلی در همایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری در معـدن و صنایع معدنی اظهار کـرد: در همایش و نمایشگاه فرصت‌های سرمایه‌گذاری در معدن بیش از ۲۰۰ شـرکت داخلی و خارجی حضـور دارند و حدود ۵۵ شرکت خارجی از ۱۵ کشور در این نمایشگاه حاضر هستند. وی ادامه داد: شـرکت‌هایی از فرانسه، آلمان، ایتالیا، ژاپن، اسـپانیا، لهستان، روسیه، ترکیه، آفریقای جنوبی، دانمارک، چین و کره‌جنوبی در این نمایشگاه حضور دارند. رئیس سـازمان نظام مهندسی با اشاره به توجـه ویژه وزیر جدید صنعت بـه بخش معدن افزود: طی یک ماه اخیر جلساتی در زمینه فعالیت‌های معدنی با حضور وزیر صنعت تشـکیل شده است. اسماعیلی با اشـاره به اینکه ایران جزو ۱۲ کشـور اول معدنی دنیا اسـت، گفت: بیـش از ۵۶ نوع ماده معدنـی در ایران شناسـایی شـده و در حال حاضر پروژه‌های زیادی در دسـت اجرا داریم که سرمایه‌گذاران خارجی می‌توانند در اجرای آنها نقش داشته باشند.

صادرات

پیش‌بینی صادرات ۱.۶ میلیارد دلاری لوازم خانگی تا سال ۹۹

معـاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت هدف‌گذاری صـادرات صنعت لوازم خانگی برای سال ۹۶ حدود ۶۰۰ میلیون دلار و برای سال ۹۹حدود ۱۶۰۰میلیون دلار و تا سال ۱۴۰۴حدود ۳ هزار میلیون دلار اسـت. به گزارش «فرصت امروز» از روابط عمومی وزارت صمت، رضا رحمانی در جلسـه هم‌اندیشی که با حضـور روسـای انجمن‌ها و اتحادیه‌هـای تولیدی، کارفرمایی، تعاونی، سـازندگان و تولیدکنندگان لوازم خانگی برگزار شـد، اظهار کرد: صنعـت لوازم خانگی از جمله صنایـع درآمدزای جهان اسـت و با توجه به نیـاز عمومی جامعه جهانی اهمیت ویـژه‌ای دارد. وی افـزود: سـال ۲۰۱۳ ارزش تولیدات لـوازم خانگی به ۴۳۱ میلیارد دلار رسـید که انتظار می‌رود نرخ رشـد واقعی سـالانه آن طی سـال‌های ۲۰۲۰ - ۲۰۱۳ به حدود ۴.۸درصد برسد. سهم قاره‌ها از گردش مالی این صنعت به ترتیب آسـیا - اقیانوسیه ۵۴درصد، اتحادیه اروپا ۱۸.۳درصد و آمریکای شـمالی ۱۶.۵درصد است. معـاون طرح و برنامه وزارت صنعـت، معدن و تجارت خاطرنشـان کـرد: بزرگ‌ترین شـرکت‌های فعال این صنعت در جهان شامل whirlpool، bosch، ele trolux، گروه شـرکت‌های Haier، Areelik، لوازم خانگی Ge،miele و لوازم خانگی LG و Samsung می‌شـوند. به گفتـه رحمانی، سـابقه فعالیت صنعت لوازم خانگی در ایران به بیش از ۵۰سـال می‌رسـد و نیاز روزافزون اقشـار جامعه به خرید و استفاده از لوازم خانگی نشان از اهمیت بازار این لوازم دارد. در واقع این صنعت، تامین نیاز خانوارها را برای استفاده از امکانات مدرن و مطمئن زندگی در فهرست ماموریت‌های خود دارد. معـاون طـرح و برنامه وزارت صنعـت، معدن و تجارت تصریح کرد: باید پذیرفت که مشتریان مجبور به تطبیق خود با محصولات این صنعت نیستند بلکه این تولیدکنندگان هسـتند که باید خود را با خواسته‌های بازار و در نهایت مشتریان انطباق دهند. رحمانی با اشاره به چشـم‌انداز توسعه صنعت لوازم خانگی ایران در افق سـال ۱۴۰۴ بیان کرد: براسـاس این چشم‌انداز حفظ جایگاه دوم منطقه و دسـتیابی به نام تجاری معتبر در جهان با تولید سالانه ۱۶ میلیون دستگاه و صادرات ۳ میلیارد در صنعت لوازم خانگی مدنظر قرار گرفته است. وی به اهداف کلی در صنعت لوازم خانگی اشاره کرد و گفت: ایجاد حداقل یک نام و نشـان تجاری در سطح بین‌الملل، ارتقای سطح کیفیت و استاندارد محصولات در سطح جهانی همچنین رسیدن به مقیاس اقتصادی تولید، ارتقای سطح فناوری و دستیابی به فناوری‌های جدید روز دنیا، افزایش صادرات و توسعه اشتغال پایدار از اهداف کلی در صنعت لوازم خانگی است. معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت به هدف‌گذاری صنعت لوازم خانگی تا افق سال ۱۴۰۴ اشاره و تصریح کرد: هدف‌گـذاری برای تولید یخچال و فریزر تا پایان سـال ۹۶ حدود ۲.۷ میلیون دسـتگاه و تا پایان سال ۹۹حدود ۳.۲ میلیون دستگاه و برای سال ۱۴۰۴حدود ۴ میلیون دستگاه اسـت. همچنین هدف‌گذاری برای تولید ماشین لباسشـویی تا پایان سال ۹۶حدود ۲.۵ میلیون دسـتگاه و تا پایان سال ۹۹حدود۳.۲ میلیون دستگاه و تا سال ۱۴۰۴حدود ۴ میلیون دستگاه خواهد بود. رحمانی ادامه داد: هدف‌گذاری برای تولید کولر آبی تا سـال ۹۶حدود ۲.۴ میلیون دستگاه و تا پایان سال ۹۹حدود ۲.۷میلیون دسـتگاه و تا سـال ۱۴۰۴حدود ۳میلیون دستگاه اسـت. همچنین هدف‌گذاری برای تولید اجاق‌گاز در سـال ۹۶حدود ۳.۵ میلیون دستگاه و تا پایان سال ۹۹حدود ۴ میلیون دستگاه و برای سال ۱۴۰۴حدود ۵ میلیون دسـتگاه اسـت. معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت به سهم صادرات صنعت لوازم خانگی از کل صادرات صنعتی اشاره کرد و گفت: براساس پیش‌بینی‌ها، سهم صادرات صنعت لوازم خانگی از کل صادرات صنعتی برای سال ۹۶حدود نیم درصد و برای سال ۹۹حدود ۷ دهم درصد و برای سال ۱۴۰۴حدود یک درصد است.

یادداشت

گزینه‌های احتمالی افزایش قیمت دلار

مرتضی ایمانی‌راد
کارشناس اقتصادی

این روزها پرسشی که همه دارند این است که جهش چند روز اخیر دلار منجر به افزایش بیشتر آن خواهد شد یا در همین حد متوقف می‌شود؟ از قبل مشخص بود که در نیمه دوم سال قیمت ارز تحرک بیشتری خواهد داشت، ولی آیا این تحرک شروع یک افزایش قابل توجه در نرخ دلار و ارزهای دیگر است؟

به نظر این طور نمی‌رسد. در چهار سال گذشته چندین بار قیمت دلار از بالا و پایین کانال ترسیم‌شده را شکسته، ولی همواره تغییرات خود را در این کانال حفظ کرده است و اگر این کانال بخواهد اعتبار خود را حفظ کند، قیمت دلار جای زیادی (حداقل این بار) برای افزایش ندارد. البته دلایل کافی هم برای این منظور وجود دارد.

عزم بانک مرکزی برای کنترل قیمت، وجود ارز کافی برای کنترل بازار، حساسیت قیمت دلار برای حفظ ثبات در بازار پول و شبکه بانکی از جمله تعدادی از این عوامل است که اجازه نمی‌دهد قیمت دلار فراتر رود. با توجه به اینکه در چهار سال گذشته تورم به‌طور کامل خود را در قیمت دلار نشان نداده است، بنابراین فرض قوی این است که دلار مستعد بالاتر رفتن از این مقادیر است و اگر بانک مرکزی دست به این اقدام نزند، در شرایط کمبود عرضه بازار خودش این کار را خواهد کرد.

این اتفاق را چندین بار در بعد از انقلاب تجربه کرده‌ایم. در این صورت در شرایط زیر کانال فوق از بالا شکسته و دلار افزایش بیشتری را تجربه خواهد کرد:

– افزایش‌های گاه و بی‌گاه دلار این فرضیه را برای مردم قوی‌تر کند که خرید دلار مکان امن‌تری برای حفظ دارایی‌های‌شان است یا سود بیشتری نصیب آنها خواهد کرد.

– در صورتی که فشار تحریم‌ها بر ایران بیشتر شود و مشکل جدی در انتقال ارزهای حاصل از صدور نفت و گاز ایجاد شود.

– در صورتی که مشکلات شبکه بانکی رفع نشود و بانک‌های بیشتری با عدم توانایی در پس‌اندازها و سود متعلقه مواجه شوند.

– در شرایطی که بانک مرکزی مصمم باشد که در سال جاری نرخ ارز را یکسان کند و اجازه دهد قیمت را مدیریت شده ولی از طریق نیروهای بازار تعیین کند.

دریچه

گذری بر دلایل افزایش قیمت دلار

دلار بی‌قیمت شد

نرخ دلار پس از چند روز افزایش، دیروز در بازار بی‌قیمت شد تا صرافی‌ها این ارز را از تابلوی معاملات خود حذف کنند.

به گزارش آنا، افزایش قیمت دلار که از حدود یک ماه پیش آغاز شده بود در روزهای اخیر با شتاب بیشتری دنبال شد تا قیمت این ارز در بازار به بالای ۴ هزار تومان برسد. تداوم حضور دلار در کانال ۴ هزار تومانی سبب شد تقاضای کاذب در بازار این ارز ایجاد شود و مردم صف خرید در جلوی صرافی‌ها ایجاد کنند.

به دنبال تغییرات لحظه‌ای قیمت دلار، صرافی‌ها از قیمت‌گذاری این ارز بازماندند و همین امر سبب شد دلار از تابلوی معاملات‌شان حذف شود و به‌اصطلاح دلار بی‌قیمت شد. با این حال برخی صرافی‌ها دلار را با قیمتی بین ۴۰۶۰ تا ۴۱۰۰ تومان به فروش می‌رساندند. تعدادی دیگر نیز با ثبت‌نام و تعیین سقف خرید، دلار را با قیمت‌هایی پایین‌تر می‌فروشند.

در این آشفته‌بازار دلار اما هنوز خبری از ورود بانک مرکزی برای کنترل قیمت نیست. رئیس کل بانک مرکزی نیز تنها به انتشار یادداشتی در کانال تلگرامی خود بسنده کرده است. ولی الله سیف طی یادداشتی در واکنش به نوسانات روزهای اخیر بازار ارز گفت: واقعیت‌های اقتصادی در هر کشوری شرایطی را اقتضا می‌کند و چیزی نیست که بشود با دستور آن را در یک شرایط خاص و ثابت نگه داشت.

به گفته سیف، بانک مرکزی نسبت به نوسان نرخ ارز بی‌تفاوت نیست و وظیفه دارد که از نوسانات هیجانی بازار ارز جلوگیری کند و اگر بانک مرکزی مداخله کند، ممکن است به شکل موقت بشود بازار را کنترل کرد، اما شرایط باز به همان شرایط قبل برمی‌گردد و این امر بازار را از پیش‌بینی‌پذیر شدن خارج می‌کند.

در مقابل، برخی اقتصاددانان نوسانات نرخ ارز را حاصل عدم دخالت و کنترل بانک مرکزی در این بازار می‌دانند. در همین رابطه، آلبرت بغزیان، استاد اقتصاد دانشگاه تهران گفت: اگر دولت بخواهد نرخ تورم را تک‌رقمی نگه داشته و اشتغال را رونق دهد، باید در کنترل بازار ارز ورود کند. قیمت دلار رو به افزایش است و این قیمت هرچقدر بیشتر شود مانند سمی برای اقتصاد کشور به شمار می‌رود.

وی با اشاره به لزوم ورود بانک مرکزی برای آرام کردن بازار دلار، ادامه داد: اگر اراده کنترل قیمت دلار توسط بانک مرکزی وجود داشته باشد، می‌تواند با تزریق ارز به بازار، شرایط را کنترل کرده تا اوضاع آرام شود.

فراز و فرود تغییرات نرخ‌های آزاد و مبادله‌ای در یک سال اخیر

رقابت دو دلار در ایران

دلار مبادله‌ای که توسط بانک مرکزی نرخ‌گذاری و عرضه می‌شود در روندی رو به رشد طی یک سال گذشته حدود ۲۶۰تومان گران شده و برگشت قابل توجهی به نرخ پایین‌تر نداشته است. اکنون دو نرخ آزاد و دولتی در شیبی رو به رشد در حال حرکت هستند.

به گزارش ایسنا، در حال حاضر بازار ارز ایران دارای دو نرخ اصلی است؛ قیمتی که در بازار وجود دارد و نرخی دیگر در مرکز مبادلات ارزی. این مرکز از سال ۱۳۹۱ راه‌اندازی شد و بانک مرکزی کنترل آن را برعهده گرفت. در این مرکز حدود ۳۹ ارز با اختلاف با نرخ بازار آزاد توسط بانک مرکزی به‌طور روزانه قیمت‌گذاری می‌شود که پایین‌تر از بازار آزاد است.

مهم‌ترین ارز در قیمت‌گذاری دلار است و مورد توجه متقاضیان قرار دارد، چرا که عمده مبادلات ایران براساس این ارز انجام می‌شود و تقاضای آن در قیاس با سایر ارزها قابل توجه است. دلار طی سال‌های اخیر نرخ‌های متفاوتی را تجربه کرده؛ از قیمتی که در مرکز مبادلات ارزی وجود دارد و برای برخی کالاهای تجاری اختصاص پیدا می‌کند تا نرخ ۱۲۲۶ که در دولت دهم برای برخی کالاهای اساسی تعیین و البته چندی بعد حذف شد و همچنین نرخی که در بازار آزاد مورد مبادله قرار می‌گیرد.

زمانی‌که مرکز مبادلات ارزی راه‌اندازی شد دلار با نرخی حدود ۲۴۰۰ تومان مورد مبادله قرار گرفت و روند تغییرات آن عمدتا بسیار کند پیش می‌رفت، حال چه زمانی‌که ارزان می‌شد و چه زمانی‌که گران، ولی به مرور و به‌ویژه در یکی دو سال گذشته روند افزایش دلار مبادله‌ای با شیبی تندتر پیش رفته است، به‌گونه‌ای که اکنون از حدود ۲۴۰۰ تومان در نیمه سال ۱۳۹۱ به ۲۳۴۱ تومان در نیمه سال ۱۳۹۶ رسیده است که در مجموع رشد بیش از ۱۰۰۰ تومان را برای این ارز نشان می‌دهد.

اما در طول یک سال گذشته دلار مبادله‌ای شیبی تند دارد و از ۳۱۵۵ تا ۳۴۱۱ رشد کرده که نشان‌دهنده افزایش تا ۲۶۰تومانی است. بررسی نرخ دلار دولتی طی سه ماه گذشته از این حکایت دارد که روند رشد در این مدت نسبت به یک سال گذشته تندتر است، به‌طوری که در این فاصله سه ماهه تا ۱۵۰تومان افزایش قیمت داشته و از حدود ۳۲۵۸تومان در تیرماه به ۳۴۱۱تومان در مهرماه رسید. در ادامه و در قیاسی محدودتر شیب رشد دلار باز هم تند است، به‌طوری که در یک ماه اخیر قیمت ۷۵ تومان اضافه شده و از ۳۳۳۵ به ۳۴۱۱تومان افزایش دارد.

بر این اساس دلار مبادله‌ای در طول یک‌سال حدود ۲۶۰تومان، سه ماه ۱۵۰تومان و یک ماه تا ۷۵تومان گران شده که در مجموع بیانگر تند شدن شیب افزایش قیمت در مرکز مبادلات ارزی و نرخ‌گذاری‌های دولتی است.

آن‌طور که پیش‌تر مسئولان بانک مرکزی بر آن تأکید داشته‌اند، با اجرایی شدن سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز، مرکز مبادلات ارزی نیز با کارکرد فعلی برچیده خواهد شد و دیگر نرخ‌گذاری در آن انجام نمی‌شود. البته طی ماه‌های گذشته نیز اقداماتی در راستای حذف ارز دولتی انجام شده که می‌توان به حذف ارز مسافرتی به‌عنوان نمونه آن اشاره کرد. همچنین در حدود دو سال گذشته از تعداد کالاهایی که واردات آنها با ارز دولتی انجام می‌شد نیز به مرور کاسته شده است.

اختلاف ۶۴۰تومانی دو ارز آزاد و دولتی

اما طی یکی دو ماه گذشته قیمت‌ها در بازار آزاد هم با نوسان قابل توجهی همراه شده و رشد قیمت دلار به‌گونه‌ای بوده که از کانال ۳۷۰۰تومان در اواخر مردادماه خارج و به بیش از ۴۰۰۰تومان در مهرماه افزایش یافته است که نشان‌دهنده رشد بیش از ۳۰۰تومانی قیمت دلار در بازار آزاد در مدتی اندک خواهد بود. دلار آزاد در حدود یک‌سال گذشته نیز از کانال ۳۵۰۰ تا ۳۶۰۰ به ۴۰۰۰تومان فعلی رسیده که افزایش تا بیش از ۴۰۰تومانی را به همراه دارد.

در حال حاضر اختلاف قیمت بین دو ارز بازار آزاد (حدود ۴۰۵۰ تومان) و مبادله‌ای (۳۴۱۱ تومان) به حدود ۶۴۰ تومان می‌رسد که بیانگر افزایش شکاف بین دو نرخ اصلی است؛ موضوعی که به‌طور قابل توجه در اجرایی شدن سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز سهیم خواهد بود. با این حال گرچه طی یک‌سال اخیر بازار ارز دو دوره شاهد عبور دلار از مرز ۴۰۰۰تومان بوده، اما در مجموع دولت یازدهم و اکنون دوازدهم توانسته فضای آرام‌تری را نسبت به دوره‌های قبل برای بازار ارز فراهم کند، چنانکه شرایط به‌گونه‌ای نبوده که بازار همواره در نوسان قرار گیرد یا ثبات چندانی نداشته باشد.

گمانه‌زنی‌ها درباره ارزش بیت‌کوین در سال‌های آتی

دیدگاه اقتصاددانان درباره بیت‌کوین چیست؟

پیش‌بینی ارزش بیت‌کوین در بازار جهانی برای فعالان بازار مالی اهمیت زیادی دارد. افزایش ارزش بیت‌کوین در سال‌های اخیر باعث شد سرمایه‌های زیادی وارد این بازار شود. حال تحلیلگران بازارهای مالی در سایت سی‌ان‌بی‌سی، اکونومیست، بلومبرگ و شبکه خبری سی‌سی‌ان به این سوال پاسخ داده‌اند که در سال‌های آتی ارزش بیت‌کوین چقدر خواهد بود.

آدام دیویس، تحلیلگر اقتصادی

ارزش بیت‌کوین‌ها که به‌عنوان ابزاری برای انتقال پول ایجادشده است در سال‌های اخیر افزایش یافت. هرچه سهم بیشتری از کالاها با استفاده از بیت‌کوین معامله شود، ارزش بیت‌کوین به‌عنوان ابزار معامله بیشتر می‌شود. در دنیای پول‌های کاغذی هم سیستم مشابهی وجود دارد و ارزش پول‌ها را حجم تجارت انجام‌شده با آنها تعیین می‌کند، ولی دولت با کنترل میزان عرضه و تقاضا تلاش می‌کند تا بازار را کنترل و از نوسان زیاد ارزش پول جلوگیری کند. ولی در بازار بیت‌کوین‌ها، دولت هیچ قدرتی برای کنترل عرضه و تقاضا ندارد به همین دلیل است که نوسان در این بازار بیشتر است. از طرف دیگر با توجه به افزایش استقبال از بیت‌کوین‌ها در دنیای امروز نسبت به سال‌های قبل، انتظار می‌رود متوسط ارزش هر بیت‌کوین در سال ۲۰۱۷ بیش از متوسط ارزش آن در سال قبل باشد. از نظر من متوسط ارزش هر بیت‌کوین در سال جاری به ۳۰۰۰ دلار می‌رسد که برای پولی که به‌تازگی ایجاد و استفاده‌شده، نرخ قابل قبولی است.

چارلی هایتر، مدیرعامل شرکت کریپتو کامپر

ارزش بیت‌کوین‌ها تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد. یکی از این عوامل را می‌توان عرضه و تقاضا دانست. در سال‌های اخیر نرخ رشد تقاضا بیش از نرخ رشد عرضه بیت‌کوین بوده است و به همین دلیل قیمت آن رشد کرد. عرضه و تقاضا دو اصل مهم و زیربنایی اکوسیستم بازار بیت‌کوین هستند و نوسانات آنها تأثیر زیادی روی قیمت دارد. از طرف دیگر چون این پول دیجیتال است، قوانین دنیای دیجیتال و تحولات ایجادشده در این بخش هم تأثیر زیادی روی ارزش آن دارد، بنابراین برای اینکه بتوانیم پیش‌بینی درستی از بازار بیت‌کوین‌ها داشته باشیم باید در ابتدا زیرساخت‌های این بازار را شناسایی کنیم و عملکرد هریک از آنها را به‌درستی درک کنیم.

به نظر من، با توجه به اینکه دنیای دیجیتال با سرعت بالایی در حال رشد است و می‌توان انتظار داشت که در آینده نزدیک سهم زیادی از اقتصاد دنیا به دنیای دیجیتال وابسته باشد، حضور و اهمیت پول‌های دیجیتالی و تقاضا برای بیت‌کوین‌ها هم بیشتر خواهد شد که این مسئله به افزایش قیمت بیت‌کوین منجر خواهد شد، ولی میزان این افزایش به میزان تقاضا بستگی خواهد داشت.

وان پیترسون، تحلیلگر بانک saxo

ارزش بیت‌کوین تا ۱۰ سال آینده به بیش از ۱۰۰هزار دلار می‌رسد که ۳۴۸۳درصد بیش از ارزش آن در ماه آگوست سال ۲۰۱۷ میلادی خواهد بود. من در ماه دسامبر سال ۲۰۱۶ یعنی زمانی‌که هر بیت‌کوین با قیمت ۷۵۴دلار مبادله می‌شد اعلام کردم در سال ۲۰۱۷ متوسط قیمت هر بیت‌کوین به مرز ۲۰۰۰دلار می‌رسد که از افزایش ۱۶۵ درصدی نسبت به متوسط ارزش آن در سال ۲۰۱۶ حکایت داشت. کمتر از پنج ماه بعد از این پیش‌بینی، ما شاهد رسیدن قیمت هر بیت‌کوین به مرز ۲۰۰۰ دلار بودیم. مطالعات تاریخی هم نشان می‌دهد که افزایش ارزش بیت‌کوین در سال‌های قبل هم بسیار زیاد بوده است. مثلا در سال ۲۰۱۳ ارزش هر بیت‌کوین در بازار ۱۵۰۰درصد رشد کرد. از طرف دیگر در سال‌های اخیر استقبال از این بازار افزایش چشمگیری پیداکرده است و می‌توان انتظار داشت که ارزش آن باز هم افزایش یابد.

کریس‌برنیسک،اقتصاددان‌ونویسنده

رابطه مثبت و قدرتمندی بین قیمت بیت‌کوین در بازار مصرف و میزان جست‌وجوی کلمه بیت‌کوین در گوگل وجود دارد. به عبارت دیگر هرزمانی‌که مردم متقاضی کسب اطلاعات بیشتر در این مورد هستند یا خرید خود را از این پول الکترونیکی افزایش می‌دهند، قیمت بیت‌کوین در بازار رشد می‌کند و هرزمانی استقبال از آن کم می‌شود قیمت بیت‌کوین هم تنزل پیدا می‌کند.

در اواسط ماه آگوست سال جاری قیمت هر بیت‌کوین در بازار جهانی تا مرز ۴۰۰۰دلار بالا رفت و در اواخر این ماه قیمت از مرز ۵۰۰۰ دلار گذشت، ولی با استناد به این روند افزایشی نمی‌توان گفت در سال‌های آتی قیمت بیت‌کوین همچنان رشد می‌کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد هر زمانی‌که ما شاهد افزایش ناگهانی قیمت بیت‌کوین در بازار بودیم، سقوط ناگهانی هم مشاهده شده است و من انتظار دارم تا اواسط سال ۲۰۱۸ قیمت بیت‌کوین در بازار جهانی به‌یکباره تنزل پیدا کند و در این شرایط سرمایه‌گذاران در بازار متضرر شوند. به نظر من این اتفاق در راه است همانطور که در ژوئن سال ۲۰۱۱ بعد از افزایش ناگهانی قیمت بیت‌کوین در بازار، شاهد افت ۹۳درصدی قیمت آن بودیم. در آوریل سال ۲۰۱۳ بعد از ایجاد یک حباب قیمتی در بازار بیت‌کوین‌ها، افتی ۷۱درصدی در قیمت مشاهده شد و درنهایت در نوامبر سال ۲۰۱۳ بازار بیت‌کوین‌ها شاهد سقوط ۸۵درصدی بود. پیش‌بینی من این است که تا اواسط سال بعد سقوطی بالغ بر ۸۷درصد در بازار بیت‌کوین‌ها ایجاد خواهد شد و به همین دلیل به سرمایه‌گذاران در این بازار توصیه می‌کنم با احتیاط در این مسیر گام بردارند.

منبع: آینده‌نگر

نرخنامه

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت(تومان)	نوسان
مثقال طلا	۵۳۹,۳۰۰	
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۲۴,۵۰۰	
سکه بهار آزادی	۱,۲۶۷,۰۰۰	
سکه طرح جدید	۱,۳۰۹,۰۰۰	
نیم سکه	۶۶۸,۰۰۰	▼
ربع سکه	۳۸۸,۰۰۰	▼
سکه گرمی	۲۵۳,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت(تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۰۱۵	▼
یورو اروپا	۴,۷۹۴	▼
پوند انگلیس	۵,۳۵۸	▼
درهم امارات	۱,۱۲۱	▼

بانکنامه

مدیرعامل بانک توسعه صادرات اعلام کرد

نقل و انتقال پول نفت از کانال اگزیم بانک

مدیرعامل بانک توسعه صادرات ایران اعلام کرد با توجه به روابط کارگزاری که بانک توسعه صادرات با بانک‌های دنیا دارد، این امکان را داریم که وجوه حاصل از فروش نفت خام را جابه‌جا کنیم. به گزارش روابط عمومی بانک توسعه صادرات ایران، تلاش‌ها برای ورود نفت و سایر حامل‌های انرژی به بازار سرمایه و تعیین قیمت این محصولات در بورس، اوایل سال ۱۳۹۰ شکل دیگری یافت و با تصمیم شورای عالی بورس و اوراق بهادار در خردادماه سال ۱۳۹۰، بورس انرژی به‌عنوان چهارمین بورس کشور به منظور عرضه محصولات و مشتقات نفتی، برق، گاز طبیعی، زغال سنگ و سایر حامل‌های انرژی تشکیل شد. با عرضه نفت خام در بورس شفافیت، سلامت بازار و نیز تقویت صادرات را شاهد خواهیم بود، چراکه به نظر می‌رسد عرضه نفت خام در بورس می‌تواند دست دلالان و واسطه‌گران را در بورس کوتاه کند و سرمایه‌گذاران خارجی با اطمینان بیشتری اقدام به خریدوفروش می‌کنند.

در ماه‌های اخیر اقدامات گسترده‌ای جهت فراهم کردن زیرساخت‌های لازم برای معاملات بین‌المللی نفت خام در بورس انرژی آغاز شده است. با پیگیری‌های مسئولان سازمان بورس، مدیران بورس انرژی، شرکت سپرده‌گذاری مرکزی، بانک توسعه صادارت و مساعدت شرکت ملی نفت ایران قرار است به‌زودی عرضه نفت خام صادراتی از طریق چهارمین بورس انجام شود تا طلسم عرضه این محصول در بازار سرمایه شکسته شود. علی صالح‌آبادی، مدیرعامل بانک توسعه صادرات ایران در گفت‌وگو با اگزیم نیوز در خصوص روند همکاری بانک توسعه صادرات با بورس انرژی گفت: حسب درخواستی که بورس انرژی و سازمان بورس و همچنین شرکت سپرده‌گذاری مرکزی از ما داشت، بنا شد در صورت عرضه نفت خام در بورس انرژی، مسئولیت تصفیه معاملات فی‌مابین به عهده بانک توسعه صادرات باشد. صالح‌آبادی گفت: پس از ارائه این پیشنهاد، بانک توسعه صادرات اعلام آمادگی کرد که عاملیت تسویه ارزی این وجوه را برای مجموعه نفت انجام بدهد. به گفته وی، با توجه به روابط کارگزاری که بانک توسعه صادرات با بانک‌های دنیا دارد، این امکان را داریم که وجوه حاصل از فروش نفت خام را جابه‌جا کنیم.

شرکت شهرکهای صنعتی کرمانشاه

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای
اجرای شبکه گاز فاز توسعه شهرک صنعتی سنقر

شرکت شهرکهای صنعتی کرمانشاه در نظر دارد مناقصه عمومی (اجرای شبکه داخلی گاز فاز توسعه شهرک صنعتی سنقر) به شماره(۲۰۰۹۶۱۱۱۵۰۰۰۰۱۰) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران وبازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۹۶/۰۷/۱۷ می باشد.

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : ساعت ۱۳:۳۰ روزدو شنبه تاریخ ۹۶/۰۷/۱۷ تا ۹۶/۰۷/۲۷ ساعت ۱۳:۳۰

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۳:۳۰ روز یکشنبه تاریخ ۹۶/۰۸/۰۷

زمان بازگشایی پاکت ها : ساعت ۱۴ روز دوشنبه تاریخ ۹۶/۰۸/۰۸

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف

آدرس: سه راه ۲۲ بهمن ابتدای بلوار نوبهار شرکت شهرکهای صنعتی کرمانشاه و تلفن : ۰۸۳۳۸۲۴۶۱۰۰(داخلی۲۰۴)

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱دفتر ثبت نام: ۰۲۱۸۸۹۶۹۷۳۷و۰۲۱۸۵۱۹۳۷۶۸

شرح پروژه	محل اجرا	حجم پروژه	مدت اجراء	مبلغ برآورد(ریال)	رتبه مورد نیاز
اجرای شبکه گازفاز توسعه	شهرک صنعتی سنقر	حدوداً ۱۵۲۰متر	۳ماه شمسی	۱/۴۳۲/۸۲۸/۶۵۷	۵تأسیسات

۷۰۱

روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی استان کرمانشاه

خبر

فعالیت صندوق تثبیت بازار سرمایه آغاز شد

با تصویب چارچوب کلی فعالیت و نحوه استفاده از منابع، آیین نامه‌ها و بودجه توسط هیأت امنا و امضای وزیر امور اقتصادی و دارایی صندوق تثبیت بازار سرمایه رسما فعالیت خود را آغاز کرد. در چهارمین جلسه هیأت امنای صندوق تثبیت بازار سرمایه به ریاست دکتر کرباسیان، وزیر امور اقتصادی و دارایی، چارچوب کلی نحوه استفاده از منابع، آیین‌نامه‌ها و بودجه این صندوق، به تصویب رسید و عملا فعالیت‌های این صندوق کار خود را آغاز کرد. این صندوق که در راستای اجرای ماده ۲۸ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور با هدف اطمینان‌بخشی و ایجاد ثبات در بازار سرمایه، در تیرماه ۱۳۹۶ بنای تأسیس آن گذارده شد، تأثیر بسزایی در حمایت از سهامداران و پیشگیری از نوسانات شدید بازار دارد. هدف اصلی از راه‌اندازی این صندوق، اطمینان‌بخشی برای مقابله با مخاطرات و نوسان‌های قابل توجه در بازار سهام و پوشش ریسک‌های خاص وارده بر بازار به منظور کاهش آسیب سهامداران خرد است. تشکیل این صندوق، به‌عنوان یکی از زیرساخت‌های بازاری کارآمد و عمیق، سبب افزایش ثبات، افزایش نقدشوندگی و کاهش ریسک بازار سهام کشور می‌شود.

اطلاعات مالی مانع بازگشایی نمادها نیست

قاسم محسنی با تأکید بر شفافیت اطلاعات در بازار سرمایه اظهار داشت: تمام شرکت‌های سهامی عام ثبت شده در شرکت بورس موظف هستند سالانه چهار صورتحساب منتشر کنند. به گزارش ایلنا، وی با بیان اینکه هر شرکتی باید هر سه ماه یک بار اقدام به انتشار صورتحساب خود کند و اطلاعات حسابرسی خود را در دید عموم قرار دهد، ادامه داد: شرکت‌های بورسی موظف هستند علاوه بر انتشار صورت‌های مالی خود در موعد مقرر، نسبت به انتشار اطلاعات مهم که در قیمت سهام تأثیرگذار است هم اقدام کنند. عضو شورای عالی بورس افزود: برخی اتفاقات مانند انعقاد قراردادهای جدید در یک شرکت، می‌تواند عامل تعیین‌کننده در قیمت سهام آن شرکت باشد، بنابراین باید توضیحات این موضوع در اسرع وقت به سهامداران و سرمایه‌گذاران اطلاع داده شود. محسنی با بیان اینکه علت بسته بودن نماد شرکت‌ها در بازار سرمایه ابهام در اطلاعات یا نبود اطلاعات کافی است، اظهار داشت: با انتشار دستورالعمل جدید، از این پس نحوه انتشار اطلاعات شرکت‌ها مانع انجام معاملات نیست. وی ادامه داد: قرار بر این است از این پس، در صورت نبود اطلاعات یا در صورت وجود ابهام در آن نماد شرکت‌ها چند ساعت یا در نهایت برای چند روز بسته باشد. این توقف چند ساعته در انجام معاملات یک هشدار به سرمایه‌گذاران خواهد بود.

بورس کالا

عرضه بیش از ۸۱ هزار تن وکیوم باتوم و قیر

تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی بورس کالای ایران روز چهارشنبه ۱۹ مهر ماه میزبان عرضه ۸۱ هزار و ۶۰۰ تن قیر و وکیوم باتوم بود. ۴۴ هزار تن وکیوم باتوم، ۳۷ هزار و ۶۰۰ تن انواع قیر، ۸۰۰ تن گوگرد، یک هزار و ۵۰۰ تن لوب کات، ۱۱ هزار و ۴۵۷ تن مواد شیمیایی و پلیمری در این تالار عرضه شد. براساس این گزارش، ۶ هزار و ۷۳۴ تن قیر و عایق رطوبتی در تالار صادراتی بورس کالای ایران عرضه شد. علاوه براین، ۴۸۴ تن سبد میلگرد مخلوط نیز در تالار محصولات صنعتی و معدنی عرضه شد. تالار محصولات کشاورزی بورس کالای ایران نیز در این روز شاهد عرضه ۲۷۰ هزار تن گندم خوراکی و دوروم بود. براساس این گزارش ۲۲۵ تن شکر سفید، یک هزار تن شکر خام، ۳۰۰ تن جو دامی و ۳۷ هزار قطعه جوجه یک روزه نیز در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد.

بورس انرژی

پیشتازی معاملات انواع حلال در بازار فیزیکی

طی معاملات روز کاری ۱۹ مهرماه ۹۶ بورس انرژی ایران، کالاهای سی اس او پالایش نفت شازند و حلال ۴۱۰ پالایش نفت آبادان در رینگ داخلی و حلال ۴۰۲ پالایش نفت اصفهان و بندرعباس در رینگ بین‌الملل عرضه شدند. از نکات مهم عرضه‌های روز چهارشنبه می‌توان به عرضه بیش از ۵ هزار مترمکعب حلال ۴۰۲ در رینگ بین‌الملل اشاره کرد.

حقوقی‌ها شاخص کل را مثبت نگه داشتند

بازار سهام در فاز احتیاط

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@journalist.com

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در آخرین روز کاری در هفته جاری با رشد ۹ واحدی به سطح ۸۴هزار و ۷۴۴ واحد رسید. در بازار روز چهارشنبه نماد پتروشیمی فناوران با ۱۶ واحد، نماد پالایش نفت تهران با ۱۵ واحد، نماد پالایش نفت اصفهان با ۱۳ واحد، نماد پتروشیمی پردیس با ۱۲ واحد و نماد سرمایه‌گذاری خوارزمی با ۷ واحد افزایش، بیشترین تأثیر را بر رشد پایان هفته شاخص کل بورس داشتند. در مقابل، نماد داده گستر عصرنوین های‌وب با ۱۵ واحد، نماد سرمایه‌گذاری غدیر با ۱۲ واحد، نماد صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس با ۱۱ واحد، نماد سایپا و نماد گسترش نفت و گاز پارسیان با ۹ واحد کاهش بیشترین تأثیر منفی را در جلوگیری از رشد بیشتر نماگر بورس داشتند. همچنین در بازار فرابورس ایران شاخص کل با رشد همراه بود و با افزایش ۴ واحدی به رقم ۹۲۹ واحد رسید. در بازار فرابورس، معامله‌گران ۲۳۸ میلیون و ۷۰۴ هزار برگه بهادار در قالب ۳۲ هزار و ۳۲۳ نوبت معامله و به ارزش ۱۶۱ میلیارد و ۲۵۹ میلیون تومان دادوستد کردند.

بورس تهران زیر سایه ریسک‌های سیاسی

به نظر می‌رسد با توجه به نزدیک شدن به زمان اعلام ضرب‌الاجل تأیید پایبندی ایران به مفاد برجام توسط رئیس‌جمهوری آمریکا، فعالان بازار سهام، احتیاط را در دستور کار خود قرار داده‌اند. بر این اساس دورنمای اقتصاد ایران در حالی زیر سایه سنگین اخبار سیاسی به‌ویژه آینده برجام تیره شده که به نظر می‌رسد افزایش نرخ ارز بیش از گذشته بر عدم اقبال سرمایه‌گذاران به بورس تهران تأثیرگذار است. این وضعیت باعث شده بی‌اعتمادی به آینده، همچنان در بازار سهام به چشم آید و استراتژی‌های کوتاه‌مدت‌نگر مبنای عملکرد اکثر معامله‌گران بورس تهران قرار گیرد. بدین ترتیب روز چهارشنبه بورس تهران نظاره‌گر معاملاتی به نسبت کم‌حجم در اغلب نمادهای معاملاتی بود که انتظار برای افزایش نرخ ارز دوباره گروه فلزات اساسی و پالایشی‌ها را به‌عنوان لیدر بازار سهام معرفی کرد؛ گروهی که به مدد حقوقی‌های خود شاهد بازارگردانی و حمایت در مقابل فروشندگان اغلب حقیقی بود و همین امر مانع از ریزش شاخص کل شد. در دادوستدهای روز چهارشنبه سهم‌های گروه فرآورده‌های نفتی عمدتا با رشد مواجه شده‌اند اما محصولات شیمیایی، اطلاعات و ارتباطات و تعداد زیادی از خودرویی‌ها روند کاهشی در قیمت پایانی را تجربه کردند.

با گروه‌های بازار سهام

در آخرین روز معاملاتی هفته نمادهای نفتی عمدتا با روند افزایشی مواجه بودند، البته این روند افزایشی چندان زیاد نبود و عموما به کمتر از یک درصد ختم می‌شد. در این گروه ۱۳ میلیون سهم به ارزش نزدیک به ۵میلیارد تومان در ۱۶۴۳ نوبت مورد دادوستد قرار گرفت، اما در گروه محصولات شیمیایی تعداد زیادی از سهم‌ها افت کمتر از یک درصدی در قیمت پایانی را تجربه کردند، هر چند تعداد زیادی از سهم‌های این گروه جزو نمادهایی بودند که تا حدودی به رشد شاخص دامن زدند. در گروه استخراج کانه‌های فلزی نیز روند قیمت سهم‌ها عموما کاهشی بود، علاوه بر این در گروه اطلاعات و ارتباطات نیز هر سه سهم های وب، آتیه داده پرداز و مبین وان کیش روندی کاهشی در قیمت پایانی را تجربه کردند. روز چهارشنبه در گروه اطلاعات ارتباطات ۱۲ میلیون سهم به ارزش پنج میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان دادوستد شد و در گروه استخراج کانه‌های فلزی نیز بیش از ۸ میلیون سهم به ارزش ۲میلیارد و ۶۰ میلیون تومان مورد دادوستد قرار گرفت. در بازار روز چهارشنبه که تعداد زیادی از سهم‌ها روند کاهشی در قیمت پایانی را تجربه کردند، قندی‌ها عمدتا با رشد مواجه بودند و تعدادی از آنها حدود یک درصد و تعدادی نیز حدود ۲درصد در قیمت پایانی افزایش یافتند. در این گروه ۳ میلیون و ۸۹۹ هزار سهم به ارزش نزدیک به یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان مورد دادوستد قرار گرفت. در بازار دوم بورس تهران نیز که به معاملات درون‌گروهی سهامداران عمده اختصاص دارد، ۲۲۷ میلیون سهم پارس‌خودرو به ارزش بیش از ۱۸،۵ میلیارد تومان میان سهامداران عمده این سهم با معاملات انتقالی همراه بود. ۷۵میلیون سهم سرمایه‌گذاری خوارزمی نیز به ارزش بیش از ۶ میلیارد تومان میان سهامداران عمده این سهم با معاملات انتقالی همراه شد. همچنین ۵۶ میلیون سهم ذوب‌آهن اصفهان به ارزش کمتر از ۴،۵ میلیارد تومان کدبه‌کد شد. ۲۲،۵ میلیون سهم سیمان داراب نیز به ارزش بیش از ۲،۵ میلیارد تومان میان سهامداران عمده این سهم با معاملات انتقالی همراه شد. همچنین ۷میلیون سهم فولاد مبارکه اصفهان به ارزش بیش از یک میلیارد تومان به کدهای انتقالی سهامدار عمده جابه‌جا شد. ۵ میلیون سهم سرمایه‌گذاری صندوق بازنشستگی نیز به ارزش بیش از ۷۰۰میلیون تومان کدبه‌کد شد.

یادداشت

کاهش کارمزد، حجم معاملات بازار سرمایه را افزایش می‌دهد

محسن خدابخش
مدیر نظارت بر بورس‌های سازمان بورس و اوراق بهادار

با ابتکار سازمان بورس و اوراق بهادار در کاهش ۷،۵درصدی نرخ کارمزدهای معاملاتی، هزینه‌های معاملات در بورس کاهش یافته و در نتیجه حجم معاملات و نقدینگی افزایش می‌یابد. یکی از عوامل اثرگذار در رونق بخشی به معاملات، کاهش هزینه‌های معاملاتی است زیرا هر چه هزینه‌های معاملاتی کاهش پیدا کند، افرادی که با دید کوتاه‌مدت سرمایه‌گذاری می‌کنند، سریع‌تر می‌توانند اقدام به خریدوفروش کنند و این مسئله منجر به افزایش حجم معاملات و نقدشوندگی در بازار خواهد شد. سازمان بورس و اوراق بهادار در نخستین گام، کارمزدهای خرد را ۲۵ درصد کاهش داد که در معاملات سهام بورس اوراق بهادار تهران حق نظارت سازمان بورس از خریدوفروش از ۰،۰۰۰۸ به ۰،۰۰۰۶ کاهش یافته است. در گام بعدی نیز کارمزد شرکت بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران ۲۰ درصد در معاملات سهام کاهش یافت؛ به‌طوری که کارمزد شرکت بورس از خریدوفروش از ۰،۰۰۰۸ به ۰،۰۰۰۶۴ ارزش معامله کاهش یافت. کارمزد کارگزاران نیز با کاهش اندک به میزان ۵درصد از ۰،۰۰۰۸ به ۰،۰۰۷۶ خریدوفروش رسیده که مجموع این تغییرات منجر به کاهش ۷،۵ درصدی هزینه معاملات شده است. با توجه به اینکه انتظار این است که با کاهش هزینه‌های معاملاتی حجم معاملات افزایش داشته باشد، به نظر می‌رسد در درآمد کارگزاران تغییری رخ ندهد، ولی درآمد سازمان از محل حق نظارت بر معاملات کاهش داشته باشد زیرا کاهش کارمزدهای سازمان بیش از کاهش سایر ارکان بوده است.

منبع: ایرنا

نگاه

تحلیل رسانه آمریکایی از بورس ایران

شبکه تلویزیونی سی ان بی‌سی با ارائه تحلیلی درباره بازار سهام ایران اعلام کرد شاخص بورس تهران باوجود کاهش یک درصدی در هفته اما ۲درصد در ماه، ۴،۵ درصد در سه ماه و ۷ درصد در شش ماه افزایش یافته است. به گزارش بورس پرس، در طول پنج ماه گذشته، حجم سرمایه‌گذاران در بورس تهران ۶۷ درصد افزایش یافته است. ایران از زمانی‌که معاهده هسته‌ای را امضا کرده با نتایج متفاوتی مواجه شده و از کسب‌وکار و سرمایه‌گذاران اروپا و آسیا استقبال کرده است. از سوی دیگر، ارزان بودن کالاهای ایرانی برای اروپایی‌ها و آسیایی‌ها، سرمایه‌گذاری در ایران را به صرفه کرده است. سرمایه‌گذاران ایرانی از بریتانیا، اروپا، ترکیه، روسیه، کره جنوبی و چین در حال ورود به بورس تهران هستند و بیشتر این علاقه‌مندی جهت سرمایه‌گذاری در بخش مصرف‌کننده، زیرساخت و انرژی ایران بوده است. با وجود تمایل بسیاری از ایرانی‌ها برای پیشبرد اقتصاد، بازار سهام ایران همچنان با پتروشیمی، معدن و فلزات ارتباط دارد. بخش بزرگی از عملکرد قابل اطمینان بورس تهران در سال جاری به افزایش قیمت کالاهای جهانی مرتبط است. علاوه بر این، بازار ارز نیز برای ایران مطلوب است.

دریچه

اجرایی شدن کاهش کارمزدها از روز شنبه

دستورالعمل جدید در خصوص کاهش نرخ کارمزدهای ارکان بازار سرمایه و کارگزاران از روز شنبه هفته آتی اجرایی می‌شود. بنابراین انتظار می‌رود از هفته آینده شاهد افزایش حجم معاملات در بازار سهام باشیم. روح‌الله میرصانعی، دبیرکل کانون کارگزاران بورس و اوراق بهادار با بیان مطلب فوق به سنا، از اجرایی شدن این دستورالعمل از روز شنبه هفته آتی، خبر داد و گفت: بعد از ابلاغ این دستورالعمل به نهادهای مذکور، از ۲۲ مهر شاهد کاهش کارمزدها خواهیم بود. وی در ادامه با تشریح این ابلاغیه گفت: همانطور که اعلام شده است طبق مصوبه اخیر، شاهد کاهش ۲۵ درصدی در کارمزد سازمان بورس، کاهش ۲۰درصدی در کارمزد شرکت بورس و فرابورس ایران و همچنین کاهش ۵درصدی کارگزاران خواهیم بود. همچنین سقف کارمزدهای دریافتی که در گذشته معادل ۲۰ میلیون تومان بود، طبق مصوبه اخیر به ۳۰ میلیون تومان افزایش یافت. این سقف در معاملات کارگزاران در بورس نیز به ۳۰ میلیون تومان رسیده است. وی در ادامه بیان کرد: برای کارگزاران دو تحول دیگر نیز ترسیم شده است. موضوع اول افزایش سقف کارمزد در بورس و فرابورس است و دومین موضوع افزایش سقف کارمزد بورس کالا از ۱۰ میلیون تومان به ۳۰ میلیون تومان است.

سه وجه مثبت کاهش کارمزدها

دبیرکل کانون کارگزاران اثر این تحولات را اینچنین تشریح کرد: کاهش کارمزد بورس‌های مختلف، معاملات روزانه و حجم معاملات را توسعه می‌بخشد که این موضوع می‌تواند نقدشوندگی بازار را تا حد زیادی افزایش دهد. از سوی دیگر در صورتی که نهاد ناظر تصمیمی در خصوص راه‌اندازی معاملات الگوریتمی یا پربسامد داشته باشد، کاهش کارمزدها کمک قابل توجهی به راه‌اندازی و توسعه این معاملات خواهد کرد.

اثر کمرنگ کاهش کارمزد برای ارکان

وی همچنین افزود: در خصوص اثرات مالی این ابلاغیه بر صورت‌های مالی ارکان‌های مختلف بازار، اظهارات بسیاری بیان شده است. باید توجه داشت که با وجود کاهش کارمزدها افزایش حجم معاملات شرکت‌ها می‌تواند زیان‌های مالی احتمالی را کاهش دهد. در نتیجه به نظر می‌رسد این استراتژی نمی‌تواند آثار مالی زیان‌آوری برای ارکان بازار داشته باشد. دبیرکل کانون کارگزاران طراحی این دستورالعمل را در راستای توسعه هرچه بیشتر بازار سرمایه بیان کرد و گفت: علاوه بر اینکه کاهش کارمزدها می‌تواند افزایش نقدشوندگی بازار را به همراه داشته باشد، دستورالعمل‌های اخیر در زمینه توقف و بازگشایی نمادها نیز می‌تواند اثر دوچندانی در افزایش حجم معاملات بازار سهام داشته باشد. در این صورت می‌توان عنوان کرد که از سه ضلعی افزایش نقدشوندگی بازار دو ضلع آن ترسیم شده است و سومین ضلع یعنی اصلاح ریزساختارهای بازار نیز در دستور کار قرار دارد. با توجه به تلاش‌های سازمان بورس و اوراق بهادار در زمینه جلوگیری از قفل شدن معاملات بازار سهام، پیش‌بینی می‌شود اصلاحات جدی در زمینه حجم مبنا و دامنه نوسان نیز در دستور کار قرار بگیرد.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

کشت و صنعت پیاذر در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که سیمان کرمان در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
غاذر	۵،۲۹۰	۴.۹۸
سکرما	۲،۰۰۷	۴،۹۱
کپشیر	۵،۹۰۴	۴،۸۵
ثاباد	۲،۳۴۳	۴،۸۳
غپاک	۱،۶۲۲	۴،۷۸
غمهرا	۲۷،۹۷۹	۴،۵۹
چکارن	۵،۴۰۹	۴،۴

بیشترین درصد کاهش

پتروشیمی آبادان صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. فیبر ایران در رده دوم این گروه ایستاد. شهد هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
شپترو	۲،۴۲۱	(۶.۷۱)
چفیبر	۵،۷۸۷	(۴،۹۸)
قشهد	۷،۷۰۴	(۳،۶۹)
سغرب	۲،۹۰۹	(۳،۶۸)
کهرام	۳،۲۸۷	(۳،۵۲)
وصنا	۱،۰۲۴	(۳،۴)
کساپا	۱،۴۱۵	(۳،۲۸)

پرمعامله ترین سهم

آلومینیوم ایران پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. سایپا در رده دوم این گروه ایستاد. فولاد مبارکه اصفهان هم در رده های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
فایرا	۱۷۷۵	۷۳،۶۷۵
خساپا	۱۰۵۱	۵۱،۴۳۲
فولاد	۱۹۳۹	۱۵،۹۸۹
خپارس	۸۰۲	۱۴،۹۶۸
سکرما	۲۰۰۷	۱۴،۱۴۶
پارسان	۱۹۳۰	۱۳،۵۵۹
خزامیا	۶۹۹	۱۲،۸۷۹

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را آلومینیوم ایران به خود اختصاص داد. داده گستر عصر نوین رتبه دوم را به دست آورد. سایپا هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
فایرا	۱۷۷۵	۱۳۰،۷۶۳
های وب	۴۴۹۴	۵۶،۶۵۰
خساپا	۱۰۵۱	۵۴،۰۴۱
آپ	۱۳۴۶۴	۳۲،۶۶۹
فولاد	۱۹۳۹	۳۱،۰۰۴
خاهن	۳۸۱۴	۲۹،۳۷۰
سکرما	۲۰۰۷	۲۸،۳۹۸

بیشترین سهام معامله شده

سایپا در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که داده گستر عصر نوین در این گروه دوم شد و آلومینیوم ایران در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خساپا	۱۰۵۱	۴۷۵۴
های وب	۴۴۹۴	۳۲۶۵
فایرا	۱۷۷۵	۲۶۱۱
چدن	۲۵۶۳	۲۰۳۷
سکرما	۲۰۰۷	۱۲۷۱
خاهن	۳۸۱۴	۱۲۶۴
خپارس	۸۰۲	۱۰۳۷

بالاترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته داروسازی زاگرس فارمد پارس به دست آورد. سایپا شیشه در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
ددام	۴۸۶۰	۹۷۲
کساپا	۱۴۱۵	۷۰۸
خکمک	۱۲۷۹	۶۴۰
کحافظ	۳۱۹۳	۶۳۹
خمحور	۲۳۹۸	۶۰۰
شپارس	۲۱۵۵	۵۳۹
قثابت	۲۰۰۶	۴۰۱

کمترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
کگاز	۳۷۶۵	۱.۷۹
وخارزم	۸۳۴	۲.۲۲
واعتبار	۱۵۰۰	۲.۷۸
ما	۱۴۸۱	۳.۲۸
وصنا	۱۰۲۴	۳.۳۹
وبانک	۱۸۲۰	۳.۵۱
پردیس	۱۲۲۰	۳.۶۵

اخبار

مردم خواستار معرفی نرم‌افزار داخلی به جای تلگرام هستند!

عضو حقیقی شورای عالی فضای مجازی در خصوص اخباری مبنی بر شایعه فیلتر شدن شبکه‌های اجتماعی اظهار داشت که موضوع فیلتر شدن تلگرام نیست. در حال حاضر یک نرم‌افزار خارجی به صورت گسترده در کشور ما در حال فعالیت است، که به تمام اطلاعات که در حال جابه‌جایی است دسترسی دارد و در این حوزه‌ها آسیب‌هایی را به جامعه وارد کرده است.

رضا تقی‌زاده، عضو حقیقی شورای عالی فضای مجازی در رابطه با گزارش نیروی انتظامی در خصوص اینکه ۴۳ درصد جرائم اینترنتی افزایش پیدا کرده، گفت: درحال حاضر نرم‌افزار غالب در کشور ما تلگرام است. متأسفانه بر اثر غفلت صورت گرفته، درصد زیادی از این جرائم متعلق به این نرم‌افزار است. طبیعتاً مدیران و مالکان این مؤسسه همکاری‌های لازم را با پلیس فتا نداشته‌اند که ما شاهد چنین جرائمی در این فضا هستیم.

وی افزود: طبق قانون فعالیت این نرم‌افزارها باید تابع قوانین و مقررات آن کشور باشد درحالی‌که اصلاً چنین چیزی وجود ندارد، لذا شاهد اظهارات جسورانه، گستاخانه و بی‌منطق مدیران این نرم‌افزار در این چند روز بوده‌ایم.

عضو حقیقی شورای عالی فضای مجازی در مورد خواستار معرفی نرم‌افزارهای داخلی به جای تلگرام شد و گفت: مسئولان جهت جایگزینی نرم‌افزار تولید داخلی، اظهار داشت: این مردم هستند که از مسئولان تقاضا دارند هر چه سریع‌تر یک نرم‌افزار جایگزین معرفی کنند. کار سختی هم نیست. اکثر کشورها هم از نرم‌افزار تولید داخلی خودشان که برای حفظ امنیت حریم خصوصی شهروندان است، استفاده می‌کنند.

وی در ادامه افزود: مسئولان باید جوابگوی این سوال باشند که حریم خصوصی شهروندان چگونه حفاظت می‌شود؟ وقتی اکثر افراد آگاهی و آموزش لازم و کامل از این نرم‌افزار را ندارند که محتوا و عکس‌های خانوادگی خودشان را در فضایی منتشر می‌کنند که هیچ شخصی جوابگو نیست، لذا باید مسئولان فکری در این مورد بکنند.

تقی‌زاده در مورد فیلترینگ این نرم‌افزار گفت: بحث فیلترینگ کلمه انحرافی است. باید یک نرم‌افزار داخلی ایجاد شود تا هر چه سریع‌تر اطلاعاتی که داریم روی نرم‌افزار جدید انتقال دهیم.

وی در مورد فعالیت کسب‌وکار برخی افراد در این نرم‌افزار اظهار داشت: حدود ۴۳ میلیون نفر از این نرم‌افزار استفاده می‌کنند که درصد بالایی از آنها به کارهای اقتصادی مشغول هستند حتی سازمان‌های دولتی در این نرم‌افزار فعال هستند، لذا باید این اطلاعات ملی در داخل کشور حفظ شود. این نشان‌دهنده این است که جای یک نرم‌افزار تولید داخلی در کشور خالی است.

وی در ادامه افزود: با وجود این همه سرمایه انسانی و متخصص بیکار در کشور می‌توان در این حوزه، ایجاد اشتغال کرد. اگر شرایطی فراهم شود که بخش خصوصی و داخلی هم گوشه‌ای از این کار را بگیرند، فکر کنم اتفاق خوبی انجام گیرد. در این صورت مردم با خیال راحت از این نرم‌افزار استفاده می‌کنند؛ این موضوعی است که مسئولان این امر باید دست به کار و در مورد آن تصمیم‌گیری کنند.

قابلیت شارژ سریع آیفون؛ از دروغ تا واقعیت

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های گوشی‌های هوشمند آیفون ۸ همواره بهره‌مندی از قابلیت شارژ سریع است، اما با معرفی و عرضه این گوشی به بازارهای جهانی این سوال برای بسیاری از کاربران به‌وجود آمده که آیا اپل در این باره مشتریان خود را فریب داده است یا خیر؟

به گزارش ایسنا، به نقل از وب‌سایت سافت بدیا، قابلیت شارژ سریع (Fast Charging) همواره در گوشی‌های اندرویدی مشاهده می‌شد و بسیاری از کاربران نیز در سراسر جهان از این قابلیت کاربردی استقبال بی‌نظیری کرده بودند. شرکت اپل هم یکی از ویژگی‌های گوشی جدید آیفون ۸ را همواره قابلیت شارژ سریع معرفی می‌کرد اما چیزی که بعدها بسیار مورد انتقاد قرار گرفت آن بود که این شرکت آمریکایی حتی در رویداد رونمایی از آیفون‌های جدیدش در ۱۲ سپتامبر نیز از توضیح دادن در خصوص این قابلیت طفره رفت و در واقع می‌توان گفت اصلاً در مورد ویژگی شارژ سریع توضیح خاصی ارائه نداد که این می‌تواند نشانه این باشد که اپل زیاد روی این امکان تمرکزی نکرده است.

اما هم‌اکنون کاربران بسیاری که از طرفداران گوشی‌های آیفون بوده و آیفون ۸ را خریداری کرده‌اند، از شارژ بسیار کند این گوشی ناراضی و شاکی هستند. آنها بر این باورند که آیفون ۸ حتی از حالت عادی سایر گوشی‌ها نیز دیرتر شارژ می‌شود.

آینده کسب‌وکارهای مجازی در ایران چه می‌شود؟

شاید، «بازار مکاره مجازی» بهترین توصیف برای کسب‌وکارهایی است که در بستر فضای مجازی و به‌ویژه تلگرام شکل می‌گیرند. براساس آنچه فرهنگ‌های لغت معنا کرده‌اند، بازار مکاره به جایی گفته می‌شود که در مدت چند روز در محلی برپا شود و بازرگانان از نقاط مختلف و کشورهای متعدد کالاهای خود را به آنجا ببرند و در معرض نمایش و فروش بگذارند.

این اتفاق اکنون در تلگرام هم رخ داده است؛ کسب‌وکارهایی که تلاش می‌کنند مشتری‌های خود را قانع کنند کالاها و خدمات موردنظر را بخرند و استفاده کنند؛ گاهی این کالاها، وسایل دم‌دستی است، مانند وسایل آشپزخانه و لباس و لوازم‌آرایشی و گاهی هم وسایل عجیب‌وغریب‌تر و بزرگ‌تر: «خرید تلویزیون از بانه! » کسب‌وکارهای تلگرامی حتی پا را فراتر گذاشته و به ارائه خدمات خاص هم وارد شده‌اند؛ از میان این کسب‌وکارها می‌توان به مشاوره تغذیه، مشاوره لاغری و چاقی و حتی مشاوره ازدواج اشاره کرد.

آخری جالب‌تر است؛ مشخصات ظاهری و روحی خودتان و فرد موردنظرتان را به نشانی ادمین کانال تلگرامی مورد نظر ارسال می‌کنید و او هم «کیس» موردنظر را برای شما می‌یابد؛ بعد هم حق معرفی و مشاوره را برایش کارت به کارت می‌کنید و او هم شاید همسر آینده‌تان را به شما معرفی می‌کند.

همه این اتفاقات، آن چیزی است که پیش از این در زندگی روزمره هم می‌افتاد؛ خریدوفروش‌هایی که در بازار یا مکان‌های مختلف و به‌صورت حضوری انجام می‌شد، اکنون به بستر فضای مجازی راه یافته و اتفاقا درآمدهای خوبی هم دارد.

چرا کسب‌وکارهای اینترنتی رونق گرفته است؟

«رونق زیاد» اصلی‌ترین مشخصه بازارهای مجازی است. تقاضا برای خرید کالا یا دریافت خدمات در این بازارها زیاد است و همین عامل سبب شده تا بخش زیادی از فعالیت‌های مرتبط با کسب‌وکار در این بازارها انجام شود. به تعبیری دیگر، این بازارهای مجازی «پاتوقی» ایجاد می‌کنند تا همه بتوانند از خدمات و کالاهای ارائه‌شده در این پاتوق‌ها استفاده کنند. «پاتوق» تعبیر عزیز بنی‌هاشمی، کارشناس توسعه بازار است که به نظر خودش، چندان هم زیبا نیست، اما ناچار به استفاده از آن هستیم.

او به «شرق» می‌گوید: «زمانی‌که مردم جایی را به‌عنوان پاتوق انتخاب می‌کنند و فعالان هم‌سنخ در حوزه کسب‌وکار هم آنجا جمع می‌شوند، فروشندگان نیز ناخودآگاه کالای خود را در آن محل عرضه می‌کنند.» او برای مثال، به دست‌فروشی در متروی تهران اشاره می‌کند: «چرا دست‌فروشان در متروی تهران کابل و شارژر و این‌جور کالاها را می‌فروشند؟ به دلیل اینکه مردمی که در مترو هستند، به این کالاها نیاز دارند؛ بنابراین، درباره تلگرام هم می‌توان گفت برخی فعالان بازار وقتی می‌بینند مردم در تلگرام وقت می‌گذرانند و امکان اشتراک گذاشتن مطالب هم در آنجا وجود دارد، تلاش می‌کنند بخشی از کسب‌وکارشان را در این شبکه اجتماعی مستقر کنند و نیازهای مردم را پاسخ دهند.»

این کارشناس توسعه بازار اعتقاد دارد مردم در بازارهای مجازی برای خریدن تحریک می‌شوند، چون دسترسی بیشتری به فروشندگان کالا دارند: «تلگرام امکانی ایجاد کرده که وقتی مردم پیامی را می‌بینند، با دوستان دیگرشان به اشتراک بگذارند؛ مثلاً برای گروه خانواده، گروه دوستان و گروه همکاران ارسال می‌کنند و به این صورت، یک پست تلگرامی که برای معرفی کالا و خدمات ایجاد شده، به سرعت منتشر می‌شود و همین عامل، سرعت رشد کسب‌وکار را بیشتر می‌کند؛ اینجاست که اگر یک فعال کسب‌وکار باهوش برای فروش برنامه‌ریزی کند، می‌تواند سود زیادی به جیب بزند.»

همه شغل‌ها مناسب فضای مجازی نیستند

این روزها در تلگرام، برای هر شغل و حرفه‌ای یک کانال یا گروه ایجاد شده و فعالان آن حرفه تلاش می‌کنند مردم را متقاعد کنند از کالاها و خدمات‌شان استفاده کنند.

با این حال، عزیز بنی‌هاشمی، کارشناس توسعه بازار، اعتقاد دارد هر کسب‌وکاری قابلیت مجازی شدن ندارد.

او می‌گوید: «همه فعالان کسب‌وکار باید به این موضوع توجه کنند که اگر چیزی مُد شد، نباید به سمت آن بروند.» پس از صحبت‌های بنی‌هاشمی، این سوال ایجاد می‌شود که چرا مردم ترجیح می‌دهند از فضای مجازی برای گسترش شبکه فروش استفاده کنند؟ او در این‌باره اعتقاد دارد: «توسعه سریع کسب‌وکار در فضای مجازی سبب شده بسیاری از کسب‌وکارها بدون اینکه احتیاج به سرمایه‌گذاری زیادی مانند مکان فیزیکی، انبار، مجوز و... داشته باشد، به راحتی به مصرف‌کننده یا مشتری پایانی دست پیدا کنند؛ همین عامل، اصلی‌ترین دلیل رواج کسب‌وکارهای مجازی است.»

اجرای کامل رجیستری موبایل ظرف ۴ ماه

جزییات پیاده‌سازی طرح رجیستری گوشی تلفن همراه توسط مسئولان اجرای این طرح تشریح شد که براساس اعلام مسئولان این طرح ظرف چهار ماه آینده کامل می‌شود. به گزارش مهر، حسین فلاح‌جوشقانی، سرپرست سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در یک برنامه تلویزیونی جزییات اجرای طرح ثبت و شناسه‌دار کردن گوشی‌های تلفن همراه را تشریح کرد.

وی گفت: در این طرح گوشی تلفن همراه مشترک براساس شماره سریال گوشی و نیز شماره سریال سیم‌کارت در سامانه وزارت صنعت، معدن و تجارت به ثبت می‌رسد و به محض روشن شدن در شبکه تلفن همراه این دو زوج شماره با پلتفرم شبکه مخابراتی کشور مطابقت داده می‌شود و در صورتی که مورد تأیید قرار گیرد امکان استفاده از آن در شبکه مخابراتی کشور وجود خواهد داشت.

فلاح‌جوشقانی ادامه داد: اما در صورتی که شماره سریال گوشی و شماره سیم‌کارت با اطلاعات سامانه وزارت صنعت مطابقت نداشته باشد به مشترک هشدار داده خواهد شد که در یک بازه زمانی تعیین شده گوشی را در سامانه به ثبت برساند، در غیر این صورت پس از اتمام بازه زمانی در نظر گرفته شده گوشی غیرمجاز شناخته شده و امکان استفاده از آن وجود نخواهد داشت.

سرپرست رگولاتوری با اشاره به اینکه سامانه ثبت اطلاعات گوشی به سامانه گمرک کشور متصل است، اضافه کرد: در این فرآیند سریال گوشی (IMEI) که از مبادی قانونی وارد کشور شده است در این سامانه مطابقت داده می‌شود و پس از آن وزارت ارتباطات می‌تواند این گوشی را شناسایی و فعال‌سازی کرده و امکان سرویس‌دهی آن را فراهم کند.

وی خاطرنشان کرد: فرآیند اجرای طرح رجیستری یک زنجیره کامل از گمرک شامل عمده‌فروشی، خرده‌فروشی و خریداران موبایل و نیز وزارت صنعت و سامانه ثبت و شناسایی گوشی بوده و در نهایت وزارت ارتباطات این زنجیره را تکمیل و یکپارچه می‌کند، در کنار آن نیز ستاد مبارزه با قاچاق نقش هماهنگ‌کننده را دارد.

این مقام مسئول در وزارت ارتباطات با تأکید بر اینکه هزینه‌ای بابت اجرای طرح رجیستری به مردم تحمیل نمی‌شود، گفت: مردم باید توجه داشته باشند که هیچ گونه هزینه اضافی بابت این طرح پرداخت نکنند.

وی تأکید کرد: در همین حال در حوزه نرم‌افزاری نیز تمامی تلاش این است که با مدیریت تقلب جلوی هر گونه نفوذ به این سامانه گرفته شود و سامانه به نحوی طراحی شده که نسبت به دور زدن و هر گونه نفوذ واکنش سریع نشان دهد.

فلاح‌جوشقانی گفت: پایش شبکه برای اجرای طرح رجیستری از اواخر مهرماه آغاز می‌شود و پس از آن قرار است این طرح روی دو برند خاص و چند مدل از این گوشی‌ها تست شود. باید زمانی برای تطبیق اجرای طرح برای واردکنندگان در نظر بگیریم.

سرپرست رگولاتوری با بیان اینکه پلتفرم فنی این پروژه نهایی شده و آماده اجرای مرحله نخست این طرح است، افزود: مردم باید بدانند که گوشی‌هایی که هم‌اکنون دست‌شان است و فعال بوده ارتباطی به این طرح نخواهد داشت و تنها گوشی‌هایی قرار است در این سامانه مطابقت داده شود که برای نخستین بار روشن می‌شوند.

اخبار

ارائه تمام خدمات الکترونیکی به صورت رایگان در کارپوشه ایرانیان

رئیس هیأت‌مدیره و مدیرعامل شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران گفت که در طرح کارپوشه ایرانیان، خدمات الکترونیکی مورد نیاز شهروندان به صورت رایگان ارائه می‌شود و این سامانه از امنیت بالایی برخوردار است. حسین مهری، رئیس هیأت‌مدیره و مدیرعامل شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان با اشاره به طرح کارپوشه ایرانیان که یکی از سرویس‌ها و خدمات الکترونیکی است، اظهار کرد: وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات به مدت سه سال اقدامات مهمی را در راستای اجرای طرح کارپوشه ایرانیان انجام داده است و خوشبختانه در مردادماه سال جاری این طرح به بهره‌برداری رسید.

وی افزود: شهروندان برای ثبت‌نام و عضویت در طرح کارپوشه ایرانیان می‌توانند به شعب مختلف وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات مراجعه و در سامانه الکترونیکی این نهاد اطلاعات خود را ثبت کنند و از خدمات الکترونیکی شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی بهره‌مند شوند.

رئیس هیأت‌مدیره و مدیرعامل شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران تصریح کرد: براساس این طرح خدماتی مانند ابلاغیه‌های قوه قضاییه، شهرداری‌ها، دادگستری، اخطاریه بانک‌ها، صورت حساب قبوض آب، گاز، برق و ... در بستر الکترونیکی انجام می‌شود و اطلاعات مورد نظر به E-BOX هر شخص ارسال می‌شود.

جلوگیری از پرداخت هزینه‌های زائد با طرح کارپوشه ایرانیان

مهری گفت: طرح کارپوشه ایرانیان به کاهش هزینه‌ها، افزایش دقت و سرعت در جابه‌جایی اطلاعات کمک می‌کند و هر شهروند با اجرای این طرح می‌تواند در هر نقطه و مکانی از دنیا E-BOX خود را کنترل کند. این یک تحول برای شهروندان و سیستم دولتی است، چراکه با استفاده از این طرح از پرداخت هزینه‌های زائد جلوگیری می‌شود.

وی افزود: امیدوارم شهروندان این سرویس را جدی بگیرند، چراکه منافع اصلی این طرح برای شهروندان است و این کارپوشه برای شهروندان به صورت رایگان طراحی شده است.

گوشی تاشوی زد تی‌ای اکسون ام این بار در Geekbench رویت شد

زد تی‌ای اکسون ام نام محصول آتی این شرکت چینی است. براساس اطلاعات به دست آمده، این گوشی زد تی‌ای تبدیل به نخستین گوشی هوشمند تاشو خواهد شد. چندی پیش اعلام کردیم با وجود انتظارها برای معرفی گلکسی ایکس سامسونگ بعد از شش سال به‌عنوان نخستین گوشی منعطف دنیا، اکنون زمزمه‌های رونمایی محصول خاص و منحصربه‌فرد دیگری به گوش می‌رسد. طبق این اخبار زد تی‌ای اکسون‌ام نخستین گوشی هوشمند تاشو بوده و تا مدتی دیگر معرفی خواهد شد.

بعد از مشاهده زد تی‌ای اکسون‌ام در FCC بیشتر درباره حقیقی بودن این شایعات مطمئن شدیم و حالا زد تی‌ای اکسون‌ام در بنچمارک Geekbench رویت شده است. حین مشاهده آن در وب‌سایت FCC دریافتیم این دستگاه به صورت پیش‌فرض همراه با اندرویدی ۷٫۱٫۲ نوقا عرضه می‌شود و حالا دقیقا همین نسخه از اندروید، در فهرست مشخصات زد تی‌ای اکسون ام در Geekbench ذکر شده است. این گوشی موبایل مجهز به ۴ گیگابایت حافظه رم بوده و از یک تراشه کوالکام متشکل از یک پردازنده چهار هسته‌ای قدرت خواهد گرفت. پیش‌بینی می‌شود این چیپست اسنپدراگون ۸۲۱ باشد. طبق شایعات، زد تی‌ای اکسون ام به یک نمایشگر دوگانه فول اچ‌دی مجهز خواهد شد. کاربر بعد از باز کردن جعبه آنها یک نمایشگر ۶٫۸ اینچی با رزولوشن ۱۹۲۰ در ۲۱۶۰ پیکسل در مقابل خود خواهد دید. پردازشگر گرافیکی Adreno 530 تراشه اسنپدراگون ۸۲۱، به خوبی از پس این نمایشگر برمی‌آید.

مشکل دریافت پیام متنی در گوشی‌های گلکسی اس ۸

تعدادی از خریداران و دارندگان گلکسی اس ۸ و گلکسی اس ۸ پلاس ظاهراً با مشکلی در گوشی خود روبه رو شده‌اند. به گزارش هم‌رسان به نقل از گیکی گجتز، تعدادی از دارندگان گوشی‌های گلکسی اس ۸ و اس ۸ پلاس گزارش کرده‌اند برخی پیام‌های متنی آنها از دست می‌رود. ظاهراً این مسئله برای تمامی اپراتورهای موبایلی آمریکا و هر دو مدل گوشی رخ داده است. البته این مسئله تمامی پیام‌های متنی را تحت تأثیر قرار نداده است. آن چیزی که به نظر اتفاق افتاده این است که برخی پیام‌ها دریافت می‌شوند و برخی دیگر نه. دارندگان هر دو مدل گوشی این مشکل را به ورایزن، AT&T، Sprint and T-Mobile گزارش داده‌اند، بنابراین به نظر نمی‌رسد این مشکل مربوط به اپراتورها باشد. در عوض ظاهراً ریشه این مشکل در هر دو مدل گوشی مربوط به مشکل نرم‌افزاری خاصی است.

تازه‌های فناوری

سیگیت از سریع‌ترین هارددیسک ۱۲ ترابایتی دسکتاپ جهان رونمایی کرد.

نگاه

سهام‌فروشی، راه میانبر توسعه خودروسازی

حدود سه سال از روزی که حسن روحانی رئیس‌جمهوری ایران برای فروش سهام خودروسازان داخلی به خارجی‌ها اعلام آمادگی کرد، می‌گذرد؛ در این مدت هرچند تمام یا بخشی از سهام سایت‌های شهرستانی به شرکت‌های خارجی واگذار شد، با این حال فروش سهام خودروسازان بزرگ به‌خصوص «پارس‌خودرو» مغفول ماند.

در این شرایط، پرسش بسیار مهم اینجاست که آیا وعده بزرگ رئیس‌جمهوری مبنی‌بر واگذاری سهام خودروسازان بزرگ داخلی به خارجی‌ها، در دولت دوازدهم محقق خواهد شد؟

بدون شک یکی از مهم‌ترین وعده‌های دولت یازدهم در صنعت خودرو، خصوصی‌سازی این صنعت مهم به‌شمار می‌رود؛ وعده‌ای که بنا بود خود را در قالب سهام‌فروش به خارجی‌ها نیز نشان دهد.

خیلی‌ها امیدوار بودند پس از اظهارات رئیس‌جمهوری در اجلاس داووس ۲۰۱۴، پروژه بزرگ واگذاری تمام یا بخشی از سهام خودروسازان بزرگ داخلی به سرمایه‌گذاران خارجی، کلید بخورد، با این حال و با وجود برخی اقدامات نسبی دولت در این ماجرا، پروژه موردنظر هنوز به‌طور کامل محقق نشده است.

در اجلاس ۲۰۱۴ داووس، حسن روحانی رئیس‌جمهوری، وعده فروش سهام خودروسازان کشور را حتی در حد ۱۰۰درصد، به خارجی‌ها داد و اعلام کرد دولت آمادگی لازم را برای این ماجرا دارد.

رئیس‌جمهوری همچنین در چند نوبت نیز از لزوم خروج دولت از صنعت خودرو صحبت به میان آورده و تاکید کرده «دولت» بنگاهدار خوبی نیست.

به اعتقاد وی، این «خروج» نه‌تنها می‌تواند در قالب سهام‌فروشی به داخلی‌ها انجام شود، بلکه امکان اجرای آن از ناحیه واگذاری سهام به بخش‌خصوصی خارجی نیز وجود دارد. در واقع از نظر رئیس‌جمهوری، خروج از بنگاهداری در صنعت خودرو، یکی از اصلی‌ترین برنامه‌ها و پروژه‌های ناتمام در این صنعت به‌شمار می‌رود که اگر توسط دولت دوازدهم به سرانجام برسد، نقش مهمی در توسعه خودروسازی کشور خواهد داشت.

به گزارش «عصر خودرو»، در این شرایط هرچند با توجه به کارنامه نه‌چندان قابل‌قبول دولت‌ها در خصوصی‌سازی صنعت خودرو، کارشناسان شانس زیادی را برای سهامداری خودروسازان خارجی در ایران متصور نبودند، با این حال در ادامه اتفاقاتی رخ داد که نشان داد دولت در این وعده خود جدی است.

واگذاری سایت بن‌رو (یکی از سایت‌های شهرستانی سایپا) به رنو فرانسه و همچنین فروش ۵۰درصد از سهام سایپای کاشان به سیتروئن، در واقع دو اقدام مهم برای عملی شدن پروژه دولت مبنی‌بر سهامداری خارجی‌ها در صنعت خودروی ایران به‌شمار می‌روند.

بر این اساس، سایت بن‌رو که فعلا میزبان محصولات سایپا است، در آینده نزدیک در اختیار رنو قرار خواهد گرفت و این شرکت فرانسوی به‌طور کامل مدیریت سایت موردنظر را برعهده می‌گیرد.

همچنین سیتروئن نیز به‌عنوان مالک ۵۰درصد از سهام سایت کاشان سایپا، محصولات مدنظر خود برای بازار ایران را در بخشی از این سایت به تولید خواهند رساند.

با این حساب، می‌توان ادعا کرد گام‌های اولیه سهام‌فروشی به خودروسازان خارجی، در دولت یازدهم برداشته شده و حالا نوبت برداشتن قدم‌های بزرگ‌تر است.

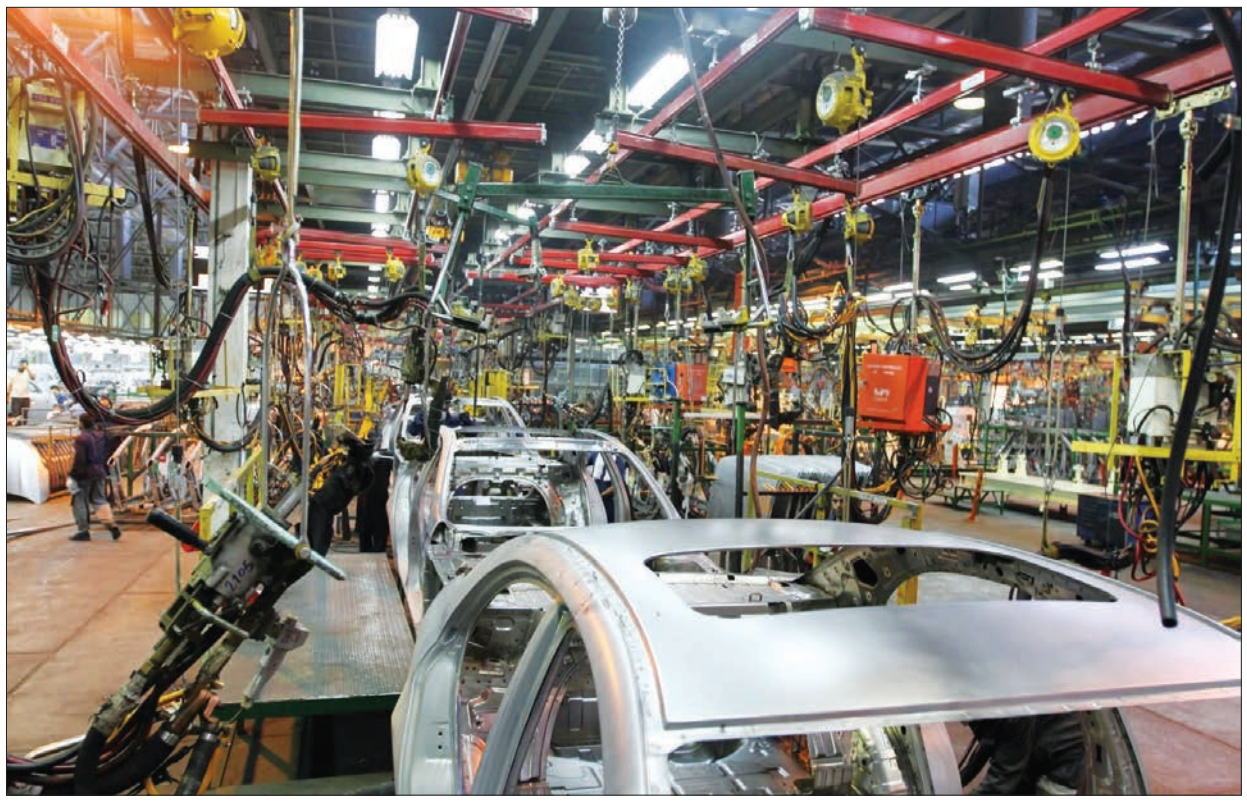
به‌نظر می‌رسد ابعاد اهداف دولت در پروژه سهام‌فروشی خودروسازان نیز گسترده‌تر از اینهاست؛ به‌نحوی‌که بعید است دولت دوازدهم و شخص حسن روحانی به سایت‌فروشی قانع و به‌دنبال واگذاری شرکت‌هایی مانند پارس‌خودرو نباشند.

البته طبعا ناتمام ماندن پروژه موردنظر در دولت یازدهم، نگرانی‌هایی را مبنی‌بر فراموشی آن ایجاد کرده، با این حال با توجه به تاکید ویژه و چندباره رئیس‌جمهوری روی این ماجرا، بسیار بعید است فروش سهام خودروسازان بزرگ داخلی به خارجی‌ها نیمه‌کاره بماند.

به‌نظر می‌رسد ناتمام ماندن این پروژه در دولت یازدهم، در درجه اول به فراهم نشدن زیرساخت‌های لازم از سوی دولت برای عملی شدن پروسه موردنظر است.

به اعتقاد بسیاری از کارشناسان، هرچند دولت در حرف نشان داده که در موضوع واگذاری سهام خودروسازان بزرگ به خارجی‌ها جدی و مصر است، با این حال در عمل، اقداماتی را که باید انجام می‌داده، نداده و از همین رو پروژه موردنظر کند پیش رفته است.

آیا خصوصی‌سازی صنعت خودرو محقق می‌شود؟



طبق آمار اعلامی از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، پنج خودروساز خصوصی کشور در مجموع ۵۹ هزار و ۲۷۵ دستگاه انواع محصولات سواری را در شش ماه به تولید رسانده و در نتیجه افزایش تیراژ تولید را تجربه کرده‌اند.

خودروسازان نیمه دولتی در شش ماهه نخست سال جاری افزایش ۱۷.۹ درصدی تیراژ تولید را تجربه کردند، این در حالی است که خودروسازان بخش‌خصوصی طی این مدت توانستند رشد ۴۵درصدی را به ثبت برسانند.

این موضوع نشان‌دهنده همان بحث همیشگی خصوصی‌سازی صنعت خودرو است که کارشناسان این حوزه بارها درباره آن سخن گفته‌اند و راه نجات و ارتقای این صنعت را خصوصی‌سازی و پایبندی به اصل ۴۴ قانون اساسی دانسته‌اند.

به گزارش پدال نیوز، دولتی بودن اقتصاد، یکی از مهم‌ترین معضلات اقتصاد ایران طی سه دهه اخیر بوده که خود عاملی در جهت کاهش بهره‌وری و کاهش نرخ رشد اقتصادی شده است.

در این خصوص طی سال‌های اخیر، شعارهایی مبنی‌بر کاهش نقش دولت در اقتصاد ملی سر داده شد، اما راه به‌جایی نبرد. تا جایی که سیدحسن روحانی با شعار خصوصی‌سازی بر سرکار آمد و حتی در همایش بین‌المللی صنعت خودرو نیز به آن اشاره کرد.

پیگیری خصوصی‌سازی در دولت یازدهم و دوازدهم

محمد بیاتیان، کارشناس حوزه خودرو و عضو سابق کمیسیون صنایع درباره اینکه چرا هنوز وعده‌ها برای خصوصی‌سازی صنعت خودرو عملی نشده است، به «دنیای خودرو»، می‌گوید: حرف خصوصی‌سازی فقط در حد شعار بوده و عملیاتی نشده است، اما چرا تا امروز اقدامی در این خصوص صورت نگرفته است؟

متاسفانه باید گفت در دولت، حوزه تولید خودرو، صنعت خودرو، مدیریت خودروسازی و سهامداری تحت چنبره دولت و افراد نزدیک به دولت است و در واقع خودروسازی تبدیل به حیاط خلوتی برای دولت‌ها شده است.

همین موضوع باعث شده است تا دولت‌ها از این صنعت دل نکنند و همچنان بر این حوزه سیطره داشته باشند. به نظر من دولت یازدهم و در ادامه آن دولت دوازدهم هم به خاطر همین قصه تا امروز در این عرصه اقدام خاصی صورت نداده‌اند و بعید است در سال آخر اتفاق قابل‌توجهی در حوزه مدیریت خودرو توسط دولت انجام بشود. یعنی دولت هیچ اراده‌ای برای بردن صنعت خودروسازی به سمت خصوصی‌سازی نشان نداده است.»

محمد بیاتیان، همچنین درباره اینکه خصوصی‌سازی چه نفعی برای خودروسازی خواهد داشت نیز می‌گوید: «در وهله اول شاهد افزایش کیفیت خودروها خواهیم بود، یعنی بازار رقابتی خواهد شد. افزایش کیفیت از لوازم اصلی رقابت در بازار خودرو است. فکر می‌کنم در آن صورت باید با بسیاری از برندهایی که در هیچ‌کدام از کشورهای دنیا تولید نمی‌شوند، خداحافظی کنیم.»

ارتقای صنعت ۵۰ ساله خودروسازی به وسیله خصوصی‌سازی

رضا انصاری، عضو کمیسیون صنایع مجلس دهم هم اذعان داشت که با تحقق خصوصی‌سازی واقعی و ایجاد شرایط رقابتی در صنعت خودرو، شاهد شکوفایی خودروسازی در ایران خواهیم بود.

انصاری تاکید کرد: «چنانچه خصوصی‌سازی در صنعت خودرو به‌طور صحیح شکل گیرد و بسته سیاستی خوبی برای رقابت‌پذیری صنعت طراحی شود، قطعا این جریان موجب رشد و شکوفایی صنعت خودروی کشور خواهد شد.»

از دیگر سو رضا علیزاده، نایب‌رئیس اول کمیسیون صنایع مجلس دهم، تاکید کرد: خصوصی‌سازی با روش فعلی، اثرگذار نخواهد بود و این امر در صنعت خودرو باید به معنای واقعی کلمه رخ دهد.

نایب‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، ضمن انتقاد از حمایت بی‌رویه دولت از خودروسازان گفت: «با چنین شرایطی نه‌تنها صنعت خودروی ایران رقابتی نخواهد شد بلکه با برداشتن حمایت‌های دولت بی‌شک این صنعت به زمین خواهد خورد.»

به گفته نایب‌رئیس کمیسیون صنایع، تنها راه نجات صنعت خودروی ایران، خصوصی‌سازی است، البته نه به شیوه واگذاری‌هایی که در این مدت صورت گرفته است. تا زمانی که وزرا در تعیین مدیرعامل و هیأت‌مدیره شرکت‌ها نقش مستقیم دارند و همچنان سایه دولت بر این صنعت وجود دارد و موجب ایجاد بازار انحصاری شده است، قطعا این روند دردی را از این صنعت دوا نخواهد کرد.

سایه دولت اجازه ارتقا به صنعت خودرو را نمی‌دهد

وقتی آخرین آمار اعلامی از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، در مورد میزان رشد خودروسازان خصوصی را مورد بررسی قرار می‌دهیم، می‌بینیم این بخش‌خصوصی در خودروسازی عملکرد قابل دفاعی داشته است.

این موضوع در حالی است که به‌رغم آنکه خودروسازان بخش‌خصوصی همچنان سهم کمی از بازار خودروی کشور را در دست دارند، تیراژ تولید آنها در پنج ماه ابتدای سال‌جاری در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته افزایش ۴۵،۵۶درصدی داشته است.

همین موضوع نشان‌دهنده این است که وزیر در دولت دوازدهم باید مبحث خصوصی‌سازی این صنعت را که جزو الزامات است و بارها به آن اشاره شده ، به‌طور جدی‌تری مورد پیگیری قرار دهد.

تازه‌های خودرو

رونمایی از طرح مفهومی پژو L750 R هیبریدی.

اخبار

اعتراض انجمن صنفی واردکنندگان خودرو به اقدام سازمان حمایت

انجمن صنفی واردکنندگان خودرو نسبت به بیانیه اخیر سازمان حمایت در رابطه با «معرفی شرکت‌های غیرقانونی پیش‌فروش خودرو» که با ذکر نام این شرکت‌ها و به قصد تخریب آنان شکل گرفته است، اعتراض کرد.

به گزارش کارپرس، انجمن صنفی واردکنندگان خودرو در واکنش به بیانیه اخیر سازمان حمایت در رابطه با «معرفی شرکت‌های غیرقانونی پیش‌فروش خودرو» که با ذکر نام این شرکت‌ها و به قصد تخریب آنان شکل گرفته است، با انتشار مطلبی نکات زیر را به اطلاع می‌رساند:

در ابتدا باید اشاره کنیم که سازمان حمایت اگرچه در یک‌سال اخیر مواضع منفعلانه‌ای در بازارهای مختلف داشته است این بار و درست در زمانی‌که موضوع ثبت سفارش خودروهای خارجی نزدیک به گشایش و رفع موانع بود با صدور اطلاعیه‌ای مغرضانه بار دیگر موجب تشویش بازار و اتهام‌زنی به برخی شرکت‌ها شد. این سازمان با صدور بیانیه‌ای قطعی در مورد هفت شرکت فروش خودروی خارجی به نقض صریح ماده ۶۹۸ قانون مجازات اسلامی که به تشویش اذهان عمومی برخلاف حقیقت و با قصد اضرار به غیر اشاره می‌کند، مرتکب شده است که به نظر می‌رسد سازمان حمایت در این مورد دچار توهمی بزرگ است که خود را در جایگاه قوه قضاییه می‌پندارد. این در حالی است که اگر کوچک‌ترین حسن نیتی در صدور بیانیه آن سازمان بود خریداران یا مصرف‌کنندگان را به سمت شرکت‌های قانونی مدنظر خود سوق می‌داد، نه اینکه جهت حذف و از میدان خارج کردن رقبای تجاری دوستان خود با ذکر نام آنها موجب تشویش اذهان عمومی و ناامنی اقتصادی در جامعه شود.

این در شرایطی است که نام بردن از شرکت‌هایی که به هیچ عنوان اتهامات و زیاده‌گویی‌های سازمان حمایت در موردشان به اثبات نرسیده است تنها به قصد تخریب آنان و سوق دادن مشتریان به سمت شرکت‌های به اصطلاح نماینده رسمی بوده و هدف دیگری را دربر ندارد. حال آنکه نماینده بودن این شرکت‌ها و صلاحیت‌شان که به تایید وزارت صنعت و سازمان حمایت رسیده محل بحث است که در ادامه به آن خواهیم پرداخت. درست همین چند ماه پیش بود که شاهد سکوت معنادار این سازمان در قبال پیش‌فروش و اخذ وجوه غیرقانونی از مردم برای خودروی پژو ۲۰۰۸ از سوی ایران خودرو بودیم؛ اتفاقی که اگرچه با قانون‌شکنی بزرگ‌ترین خودروساز کشورمان همراه بود، اما هیچ واکنش و هشداری را از سوی سازمان حمایت به‌عنوان به اصطلاح پرچمدار حمایت از حقوق مصرف‌کننده شاهد نبودیم و به نوعی از اتفاقاتی که در پیش‌فروش این محصول افتاد شانه خالی کرد که این نیز از مصداق‌های بی‌کفایتی این سازمان است. البته جای تعجب نیست چرا که این سازمان در یک‌سال اخیر تنها به فعالیت کاغذی و انتشار بیانیه‌های مغرضانه و در جهت تامین مواضع عده‌ای خاص بوده و خاصیت دیگری در احقاق حقوق مردم و شرکت‌ها نداشته است.

تولید خودروی ژاپنی به جای پژو ۴۰۵

مدیرعامل ایران خودروی خراسان گفت که مدیریت ارشد ایران خودرو به‌شدت به دنبال جایگزین کردن پژو ۴۰۵ است.

زاهدی‌فر در گفت‌وگو با ایلنا، در خصوص همکاری با برندهای شرق آسیا گفت: در گذشته به سبب اعمال تحریم‌های بین‌المللی با تنها کشوری که می‌توانستیم کار کنیم چین بود. اکنون مذاکراتی را با سایر کشورهای شرق آسیا شروع کردیم. خودروی سوزوکی گرند ویتارا یکی از این محصولات بود و امیدواریم از سال جدید یک خودروی جدید ژاپنی را تولید کنیم.

زاهدی‌فر تصریح کرد: بنا به دستور مدیرعامل ایران خودرو حداقل ۱۰درصد محصولات این شرکت به خودروهای چینی اختصاص خواهد یافت.

وی در خصوص صحبت‌های ترامپ و احتمال خروج آمریکا از برجام گفت: در سال‌هایی که کشور درگیر تحریم بوده ما توانستیم به تولید خودرو و تامین نیاز بازار داخلی ادامه دهیم، هرچند در بخش توسعه، آنطور که باید نتوانستیم برنامه‌های خود را محقق کنیم.

وی افزود: رئیس‌جمهور آمریکا اظهار داشته که کشورش از برجام خارج خواهد شد، اما سایر کشورها در این توافقنامه باقی خواهند ماند. ضمن آنکه ما در ۳۰ سال گذشته هیچ همکاری خاصی با آمریکا نداشته‌ایم که امروز بخواهیم تحت تاثیر قطع همکاری خودروسازهای آمریکایی با کشورمان قرار بگیریم.

وی تصریح کرد: اگر اروپایی‌ها به همان سیاستی که در دو سال اخیر در پیش گرفتند ادامه دهند ما در صنعت خودرو به مشکل برنخواهیم خورد.

زاهدی‌فر ادامه داد: در این سال‌ها نیز چین در صنعت خودروسازی رشد خوبی داشته است و حداقل به ۸۰درصد اعتبارات جهانی لازم در این صنعت رسیده است.

زاهدی فر ادامه داد: با توجه به تحولات سیاسی که در دنیا رخ داده و امکان خروج آمریکا از برجام ممکن است پیامدهایی را در بازار خودرو شاهد باشیم.

مدیرعامل ایران خودروی خراسان در خصوص تاریخ توقف تولید پژو ۴۰۵ گفت: ما در اینجا یک کارخانه تولیدی هستیم و سیاست‌های کلان و استراتژی‌ها را تهران مشخص می‌کند، اما چیزی که من می‌توانم بگویم این است که مدیریت ارشد ایران خودرو به‌شدت به دنبال جایگزین کردن پژو ۴۰۵ است. واحد برنامه‌ریزی ما نیز در این خصوص برنامه‌های خاص خود را دارند و اگر تغییری در وضعیت سیاست خارجی کشور و برجام حاصل نشود این اتفاق به‌زودی رخ خواهد داد.

طرح «کسب‌وکار» مخابرات ایران، ۱۲۰ گیگ ترافیک و تا ۱۰ ترابایت فضای ابری

شرکت مخابرات ایران، سرویس‌های جدید اینترنت کسب‌وکار با بسته‌های متنوع به صورت پس‌پرداخت یا پیش‌پرداخت تا ۱۶ مگابیت بر ثانیه و تا ۱۲۰ گیگابایت حجم و تا ۱۰ ترابایت فضای ابری امکانات ویژه همانند فضای ذخیره‌سازی ابری و آنتی‌ویروس رایگان را برای مشتریان اینترنت پرسرعت ارائه می‌کند.

به گزارش ایران اکونومیست به نقل از روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت مخابرات ایران، بسته کسب‌وکار یک با حجم دانلود اختصاصی ۹۶ گیگابایت ترافیک بین‌الملل به همراه ۲۴ گیگابایت ترافیک کشوری با سرعت تا ۱۶ مگابیت بر ثانیه به همراه فضای ذخیره‌سازی ابری به صورت پیش‌پرداخت و سالانه است.

اپل برای ساخت سریال تلویزیونی با «استیون اسپیلبرگ» وارد همکاری شد

اپل اعلام کرده که برای تولید قسمت‌های جدید از سریال «داستان‌های شگفت‌انگیز» یا Amazing Stories با کانال تلویزیونی Amblin متعلق به استیون اسپیلبرگ و همچنین تولیدات جهانی NBC وارد همکاری می‌شود.

به گزارش دیجیاتو، در مورد این سریال باید بگوییم که مجموعه‌ای داستانی با تم علمی و تخیلی و ترسناک است که توسط شخص استیون اسپیلبرگ ساخته شده و بین سال‌های ۱۹۸۵ تا ۱۹۸۷ میلادی توسط کانال NBC پخش می‌شد. علاوه بر این هر کدام از قسمت‌های «داستان‌های شگفت‌انگیز» روی موضوع جدیدی تکیه دارد.

در جریان این دو سال سریال مذکور توانست پنج جایزه امی را دریافت کند و مخاطبان زیادی را به سمت خود جلب کرد.

حالا اپل اعلام کرده که با همکاری Amblin و NBC در نظر دارد ۱۰ اپیزود جدید برای این سریال بسازد و برای این منظور هم بودجه‌ای بالغ بر ۵ میلیون دلار را در نظر گرفته است. طبق گزارش وال استریت ژورنال، اسپیلبرگ نیز قرار است به‌عنوان مدیر تولید با این پروژه همکاری داشته باشد.

گفتنی است شرکت کالیفرنیایی هم‌اکنون دو سریال دیگر به نام‌های سیاره اپلیکیشن‌ها یا Planet of the Apps و همچنین Carpool Karaoke را نیز در حال پخش دارد و انتظار می‌رود که به لطف همکاری تازه آن با این کارگردان مطرح آمریکایی بتواند وارد رقابت مستقیم با نام‌های بزرگ این صنعت از جمله آمازون و نتفلیکس شود.

نگاه

نکاتی برای رشد تجارت الکترونیک از طریق شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی تاثیر فوق‌العاده زیادی روی رشد تجارت الکترونیک دارند. مهم این است که برندها بهترین روش متناسب با کار خود را پیدا کنند. حضور پیدا کردن در شبکه‌های اجتماعی و تلاش برای جذب فالوئر، به منظور علاقه‌مند کردن مردم به یک تجارت الکترونیک کافی نیست. طبق تحقیقات انجام‌شده توسط Compass متوسط نرخ تبدیل کاربر رسانه‌های اجتماعی به مشتری برند بسیار ضعیف است. اگر بخواهیم دقیق‌تر بگوییم، فروشگاه‌هایی که دارای ۵ هزار فالوئر یا بیشتر هستند، نرخ تبدیل‌شان به تفکیک شبکه‌های اجتماعی به شکل زیر است:

-فیس‌بوک: ۹ تا ۲۳درصد

-توییتر: ۹ تا ۲۷درصد

-اینستاگرام: ۹ تا ۳۲درصد

اندرو مولز (Andrew Molz)، یک متخصص در زمینه تجارت الکترونیک است. او با استفاده از فروشگاه ساز شاپیفای (Shopify) یک وب‌سایت طراحی کرده و تنها با استفاده از شبکه‌های اجتماعی توانسته میزان فروش خود را به ۲.۲ میلیون دلار برساند. او تا به حال با استارت‌آپ‌های زیادی همکاری کرده و تجربیات زیادی در این زمینه دارد. در ادامه این مقاله به نقل از زومیت به بررسی چهار استراتژی او برای رشد در شبکه‌های اجتماعی می‌پردازیم.

۱- شبکه اجتماعی متناسب با خودتان را پیدا کنید

BeardBrand یک شرکت مبتنی‌بر اینترنت است که مخاطبان آن را مردان طرفدار ریش‌های پرپشت تشکیل می‌دهند. آنها یک رسانه اجتماعی قدرتمند طراحی کرده‌اند و بیشتر فروش‌شان از همین طریق انجام می‌شود. آنها با انتخاب شبکه اجتماعی مناسب توانسته‌اند به خوبی بدرخشند و از این طریق فروش خود را بالا ببرند. بخشی از این تصمیم براساس ضرورت به وجود آمده است. مولز می‌گوید: «اگر فعالیت‌های یک برند کم باشد، نمی‌تواند تاثیر خوب و زیادی روی مخاطب بگذارد. شبکه‌های اجتماعی مانند Tumblr و یوتیوب در موفقیت این برند سهم چشمگیری داشتند.» همچنین برخی شبکه‌های اجتماعی دیگر نیز از روش‌های دیگری کمک می‌کنند که یک برند مخاطبان مورد نظر خود را پیدا کند. به‌عنوان مثال سایت Reddit اجتماعات کوچکی با موضوعات مختلف می‌سازد و کاربران در گروه‌های مورد علاقه خود عضو می‌شوند. آنها همچنین می‌توانند در صورت تمایل گروهی را با ویژگی‌های مورد نظر خود بسازند.

۲- در مکالمات مشارکت داشته باشید

شما باید اینترنت را به‌طور دائم زیر نظر داشته باشید. مخصوصا شبکه‌های اجتماعی و سایت‌هایی که به برند شما مرتبط هستند. ابزارهای زیادی وجود دارند که با قیمت کمی قابل خریداری بوده و هر سایت یا شبکه اجتماعی را که صحبت مرتبط با برند شما در آن در جریان باشد به شما اطلاع‌رسانی می‌کند. همچنین شما می‌توانید استراتژی مخصوص خودتان را نیز در این زمینه پیاده‌سازی کنید. بسیاری از مردم از خدمات Google Alerts استفاده می‌کنند تا از آخرین اخبار روز مطلع شوند. مولز می‌گوید: «استراتژی اطلاع از آخرین موضوعات و مکالمات تنها محدود به پیگیری اخبار مرتبط نمی‌شود. شما می‌توانید استراتژی خود را گسترش دهید. به‌عنوان مثال اخبار و پیشرفت‌های رقبای خود را نیز تحت نظر داشته باشید.» روش‌های زیر به شما در این کار کمک می‌کنند:

-کلمات کلیدی مرتبط را جست‌وجو کرده و از این طریق مشتری‌های بالقوه را شناسایی کنید.

-مشتری‌های راضی و ناراضی را برای برقراری ارتباط در شبکه‌های اجتماعی پیدا کنید.

-بدون صحبت از برندتان، اطلاعات خوب و مفیدی را در اختیار دیگران قرار دهید.

-روشی پیدا کنید و متوجه شوید که مخاطبان‌تان بیشتر در چه مکان‌هایی آنلاین هستند.

-اینفلوئنسرها و سفیران شناخته شده برای برندهای مرتبط را پیدا کنید.

تحت نظر داشتن شبکه‌های اجتماعی به شما فرصت می‌دهد که ببینید برندتان از طرف دیگران چگونه دیده می‌شود. البته فراموش نکنید که گاهی اوقات دانستن برخی چیزها ناراحت‌کننده است و باید خودتان را برای بدترین شرایط آماده کنید.

۳- از شور و شوق مشتری‌های خود بهره ببرید

مولز در توضیح این روش برند Diamond Candles، یک برند مرتبط با فروش شمع را مثال زده است. داخل این شمع‌ها حلقه‌هایی به ارزش ۱۰دلار قرار دارد. همچنین نوشته‌های داخل هر کدام از شمع‌ها قرار دارد که به خریداران می‌گوید احتمال دارد با خرید شمع بعدی، حلقه‌ای به ارزش ۱۰۰ تا ۵ هزار دلار دریافت کنند. انجام این کار شور و اشتیاق مخاطبان را نسبت به خرید شمع‌های این شرکت چندین برابر کرده است. این شرکت پول کافی برای تبلیغ و بازاریابی نداشت. در نتیجه تمرکز خود را روی تولید محتوا از طریق مشتری‌ها گذاشت. زمانی‌که مشتری‌ها حلقه خود را پیدا می‌کردند، با آن عکس گرفته و در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کردند. این موضوع باعث شد مشتری‌ها به‌طور ناخواسته برای برند تبلیغ کنند و دوستان‌شان نیز برای خریدن این شمع‌ها ترغیب شوند.

۴- محتوای فصلی تولید کنید

اغلب خرده‌فروشان اهمیت رویدادهای فروش را درک می‌کنند و محصولات خود را به مناسبت تعطیلات یا شروع فصل جدید به حراج می‌گذارند. اما معمولا اهمیت محتوای فصلی و غیرمرتبط با حراج را نادیده می‌گیرند. تولید محتوای مرتبط با تعطیلات و رویدادهای خاص در شبکه‌های اجتماعی از دو جهت حائز اهمیت است:

۱- این پست‌ها معمولا مورد استقبال قرار گرفته و زیاد دیده می‌شوند. به‌عنوان مثال می‌توانید یک مطلب مرتبط با تعطیلات بنویسید و تصویر حال و هوای شرکت را در آستانه تعطیلات منتشر کنید. ۸۷درصد پست‌های فیس‌بوک تنها زمانی تحت تأثیر قرار می‌گیرند که عکس داشته باشند، بنابراین اهمیت عکس‌ها را دست کم نگیرید.

۲- دومین دلیل اهمیت چنین پست‌هایی، زمینه احساسی آن است. تعطیلات و رویدادها احساسات مردم را هدف قرار داده و شادی و هیجان را در آنها چند برابر می‌کند، بنابراین چنین پست‌هایی باعث می‌شوند که مخاطب با برند شما درگیر شده و از طریق گذاشتن دیدگاه با آن ارتباط برقرار کند.

رویدادهای فصلی بهترین زمان برای فروش ویژه و حراج‌ها هستند. همچنین بهترین فرصت برای اشتراک‌گذاری محتوای مرتبط و برقراری ارتباط با مشتری‌ها به حساب می‌آیند، بنابراین تمرکز خود را روی تولید محتوای مرتبط بگذارید و محتواهای مرتبط با حراج را اولویت دوم قرار دهید. رویدادهای محلی، تعطیلات، تغییر فصل و رویدادهای مهم ورزشی را دنبال کرده و محتوایی مرتبط با این رویدادها تولید کنید.

اهمیت شبکه‌های اجتماعی در تجارت الکترونیک بسیار زیاد است و این خبر موضوع جدیدی نیست. مهم این است که شما بتوانید فرصت‌های موجود را جست‌وجو کرده و از شبکه‌های اجتماعی برای بهبود تجارت الکترونیک خود استفاده کنید. استفاده کردن از این فرصت‌ها کلید رشد برند است.

منبع: INC

ستاری: ایجاد زیست‌بوم کسب‌وکار نیازمند همکاری اتاق ایران است

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری گفت که دولت برای تعریف و ایجاد زیست‌بوم کسب‌وکار در حوزه دانش‌بنیان در کشور نیازمند همکاری اتاق ایران به‌عنوان نماینده بخش‌خصوصی است. به گزارش ایرنا، سورنا ستاری در حاشیه نشست با جمعی از فعالان اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران در جمع خبرنگاران وجود نیروی انسانی توانمند را یک قابلیت بزرگ برای کشور دانست و گفت: انطور که ما برای معادن زیرزمینی کشور ارزش قائل شده‌ایم، هیچ‌گاه به سرمایه انسانی به‌عنوان پایه اقتصاد توجه نداشته‌ایم.

وی ادامه داد: آن چیزی که در بحث شرکت‌های دانش‌بنیان مطرح است سرمایه‌های انسانی موجود در کشور است و اینکه بخش‌خصوصی چطور می‌تواند روی این سرمایه‌ها حساب کند.

یادداشت

چرا آموزش کارآفرینی بسیار مهم است؟

مارال مختارزاده
کارشناس ارشد کارآفرینی

چگونه می‌توان اطمینان حاصل کرد که آموزش‌های فعلی در مدارس و دانشگاه‌ها مهارت‌های لازم برای بازار کار و رشد کارآفرینی را در اختیار افراد قرار می‌دهد؟ با توجه به اینکه کارآفرینی در حمایت از جوانان برای تامین آینده اقتصادی‌شان و ایجاد فرصت‌های جدید برای کسب‌وکار، نقش مهمی ایفا می‌کند، آیا می‌توانیم کارآفرینی را به خوبی آموزش دهیم؟ اصلا چرا آموزش کارآفرینی مهم است؟

در اینجا به نقل از مدیر اینفو از سه زاویه مختلف به بررسی این موضوع می‌پردازیم: بازار کار: اهمیت مزایای کارآفرینی برای بازار کار و اقتصاد بدیهی است. خوداشتغالی ابزاری قدرتمند برای ایجاد کسب‌وکار و تقویت اقتصاد است. امروزه وجود نگرش کارآفرینی نه‌تنها برای کارآفرینان بلکه برای کارمندان نیز حائز اهمیت است.

مدیریت مدارس: در حال حاضر در بسیاری از کشورها، مدارس هم مانند شرکت‌ها اداره می‌شوند. درحالی‌که بودجه دولتی در بسیاری از کشورها کاهش یافته است، فشار بر مدارس و دانشگاه‌ها برای در دسترس بودن، مقرون به‌صرفه بودن و پاسخگو بودن به دانشجویان موفق و علاقه‌مند افزایش یافته است. این بدین معنی است که مدیریت، معلمان و... باید بتوانند مهارت‌های اساسی کارآفرینی را ایجاد کنند و در جذب، حفظ و موفقیت چنین دانش‌آموزانی بکوشند، بنابراین استفاده بهینه از منابع، مدیریت دانشگاه‌ها و مدارس را با چالشی بزرگ مواجه کرده است. این دقیقا همان چیزی است که کارآفرینان برای ایجاد کسب‌وکارشان به‌دفعات و با موفقیت باید از پس آن برآیند.

مزایای آموزش کارآفرینی برای یادگیرندگان

برای افزایش مشارکت، موفقیت و رقابت‌پذیری، دانش‌آموزان نیاز به مداومت و عزمی قوی در ایجاد اندیشه کارآفرینی دارند. اگر تحصیلات دانش‌آموزان موجب ایجاد ذهنیت کارآفرینی‌شان شود، احتمال موفقیت آنان بیشتر خواهد شد. علاوه بر این، دانش‌آموزانی که در یادگیری کارآفرینی مشارکت داشتند، در بیشتر موارد نسبت به این موضوع علاقه نشان داده و اذعان کرده‌اند که این نوع یادگیری بیشتر سرگرم‌کننده بوده و با ایجاد تجربه‌ای مفید بسیار بهتر از روش‌های سنتی نتیجه داده است.

خبر خوب

خبر خوب این است که شما می‌توانید مهارت‌های کارآفرینی را بیاموزید. مهارت‌های کارآفرینی، ذاتی نیستند. مهارت‌هایی مانند تفکر انتقادی، حل مسئله، ارتباطات، تحمل ریسک، کار تیمی و اعتمادبه‌نفس، هدیه‌هایی طبیعی هستند که می‌توان آنها را آموخت. چگونگی به دست آوردن این مهارت‌ها بسیار متفاوت است و راه‌های بسیار زیادی برای انجام این کار وجود دارد، اما مطمئنا جامع‌ترین روش، آموزش کارآفرینی است. این مفهوم، نیاز به دید و استراتژی متفکرانه در استخدام و آموزش کارمندان دارد.

نمونه‌های خوب

تعداد روزافزون مدارس کارآفرینی در داخل و خارج از اروپا نشان می‌دهد که این کشورها در مسیر توسعه کارآفرینی حرکت می‌کنند. پروژه TES یکی از بزرگ‌ترین طرح‌های آموزش کارآفرینی در اروپا است که هدف از آن حمایت از پیشرفت حرفه‌ای معلمان در آموزش کارآفرینی و توسعه محیط‌های یادگیری (مدارس ابتدایی، متوسطه و حرفه‌ای) است. یادگیری کارآفرینی ابزار بسیار قدرتمندی برای بهبود دسترسی گروه‌های محروم به بازار کار است.

پروژه ادیسون با شراکت انگلستان، هلند، ایرلند، اتریش، ایتالیا و اسپانیا بر آموزش مربیان تمرکز دارد، زیرا این پیش‌نیازی حیاتی برای آموزش کارآفرینی است. ویژگی‌های مشترک برای آموزش کارآفرینی این است که مدیران مدارس متعهد به پیشرفت کارآفرینی در جوامع خود باشند، فرهنگ کارآفرینانه را در مدارس یا دانشگاه‌ها رواج دهند. در بعضی موارد از شروع فعالیت‌های جدید و کسب‌وکارهای کوچک حمایت کنند. همه اینها نیازمند همکاری نزدیک بین ذی‌نفعان مختلف و تمایل به یادگیری نوآورانه به جای استفاده از مسیرهای یادگیری سنتی است.

عضو هیأت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران ضمن درخواست حمایت دولت گفت:

استارت‌آپ‌ها حاصل نبوغ فکری جوانان ایرانی است

ابراهیم رزاقی گفت: «لازم است دولت با حمایت از نخبگان ایرانی و وضع قوانین جدید در راستای حمایت از استارت‌آپ‌ها، تا تکنولوژی همراه شود و به صنعتی شدن کشور کمک کند.»

ابراهیم رزاقی، عضو هیأت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، در گفت‌وگو با نوبان، گفت: «استارت‌آپ‌ها ارتباط مستقیمی با کاهش هزینه‌ها و افزایش میزان اشتغال‌زایی دارند، به‌طوری که در شرایط فعلی اقتصاد ایران می‌توان از امکانات کسب‌وکارهای نوپا برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و حذف واسطه‌ها بهره برد.»

استاد اقتصاد دانشگاه تهران افزود: «۴۰ تا ۵۰درصد قیمت تولید کالاها به سود واسطه‌ها تمام می‌شود و این موضوع، کسب‌وکار بسیاری از تولیدکنندگان را به ورطه نابودی کشانده است.»

او ادامه داد: «استارت‌آپ‌ها با ظهور خود در حل شدن بسیاری از مشکلات اقتصادی تأثیر گذار بوده‌اند، به‌طوری‌که با حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تعدیل قیمت خدمات، فعالیت آنها هم به سود مصرف‌کننده و هم به سود تولیدکننده خواهد بود.»

رزاقی بیان کرد: «یکی از مشکلات ما این است که دلار ارزان‌قیمت برای واردات خارجی‌ها ارائه می‌شود، درحالی‌که تولیدکنندگان داخلی از هیچ حمایتی برخوردار نیستند به همین دلیل است که اغلب هیچ تولیدکننده‌ای توان رقابت با کالاهای وارداتی را ندارد. مسئله اساسی این است که بسیاری از مشاغل با پرداخت نکردن به‌موقع حقوق شاغلان، بسیاری از فعالان را به جمع کثیر بیکاران اضافه کرده است؛ درحالی‌که استارت‌آپ‌ها که اغلب با تکیه بر نبوغ فکری نخبگان شکل می‌گیرند، تا به حال توانسته‌اند بسیاری از جوانان را بدون حمایت‌های دولتی به چرخه کار وارد کنند.»

به گزارش نوبان، این کارشناس اقتصادی بیان کرد: «لازم است دولت با عرضه دلار گران‌تر به خارجی‌ها و حمایت از نخبگان ایرانی و همچنین ارائه یارانه‌های دولتی به مشاغل جدید و فعالیت‌های اساسی و از سوی دیگر وضع کردن قوانین جدید در راستای حمایت از استارت‌آپ‌ها با تکنولوژی همراه شود و به صنعتی شدن کشور کمک کند که این امر در راستای اندیشه امام مبنی بر استقلال اقتصادی است و از وابستگی اقتصادی به دیگر کشورها به میزان زیادی می‌کاهد.»

استادتار قزوین:

اتاق بازرگانی در بهبود فضای کسب‌وکار نقش اساسی دارد

استادتار قزوین گفت که اتاق بازرگانی به‌عنوان پارلمان بخش‌خصوصی نقش مهمی در شناسایی و حل موانع تولید و رونق و بهبود فضای کسب‌وکار در استان دارد. به گزارش مهر، سی و ششمین نشست شورای گفت‌وگوی دولت و بخش‌خصوصی استان قزوین با حضور استاندار، مدیران اجرایی و فعالان بخش‌خصوصی روز چهارشنبه در استانداری برگزار شد. عبدالمحمد زاهدی در این جلسه گفت: بخش‌خصوصی به منظور شناسایی و معرفی مسائل و مشکلات بخش‌های مختلف اقتصادی باید برای مدیران نقش مشاور را داشته باشد. زاهدی افزود: یکی از ضعف‌های مدیران این است که فکر می‌کنند همه‌چیز را می‌دانند. درحالی‌که افرادی که در عرصه تولید و کار و عمل ظاهر شده‌اند بیش از ما به مسائل مختلف اشراف دارند و به تجربه و نظر کارشناسی آنها نیازمندیم. وی بخش‌خصوصی و اتاق بازرگانی را از گروه‌های موثر برای ارائه نظرهای کارشناسی به مدیران دانست و گفت: این مجموعه را به‌عنوان پارلمان بخش‌خصوصی می‌شناسیم و سرمایه فکری و فنی بخش‌خصوصی بیش از سرمایه مالی آن ارزش دارد بنابراین مدیران باید از این ظرفیت نهفته به خوبی استفاده کنند. زاهدی یادآور شد: شناسایی و تحلیل مشکلات واحدهای تولیدی موجود و ارائه راهکار برای حل آنها، دادن مشورت به مدیران، ارائه خدمات آموزشی به فعالان اقتصادی و دادن اطلاعات در زمینه بازار کار و وضعیت صنعت از مواردی است که اتاق بازرگانی به‌عنوان مهم‌ترین تشکل بخش‌خصوصی می‌تواند در آنها نقش‌آفرین باشد. وی اظهار داشت: با شناسایی شرایط بهبود محیط کسب‌وکار استان درخواست می‌کنیم ارائه آمار و اطلاعات اقتصادی استان استخراج شده و در اختیار قرار گیرد تا بتوانیم برای آنها برنامه‌ریزی کنیم.در این نشست علیرضا کشاورز قاسمی، رئیس اتاق بازرگانی قزوین ضمن اشاره به کسب رتبه نخست کشوری توسط شورای گفت‌وگوی قزوین در سال جاری از نظر نوع مصوبات گزارشی از فعالیت شورا ارائه کرد. در ادامه منوچهر حبیبی، معاون امور اقتصادی استانداری قزوین ضمن ارائه گزارشی از جلسات شورای گفت‌وگوی دولت و بخش‌خصوصی گفت: حضور پررنگ و موثر اتاق بازرگانی در تمامی جلسات اقتصادی استان موجب شده بسیاری از موانع کسب‌وکار با اظهار نظرهای کارشناسی پارلمان بخش‌خصوصی استان به نتیجه برسد.

همایش ملی کارآفرینی و توسعه صادرات در محمودآباد

همایش ملی کارآفرینی، توسعه صادرات و بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار اواخر مهرماه امسال در مجتمع نفت محمودآباد برگزار خواهد شد.

دکتر امیرحسین آزادنیا، دبیر این همایش روز چهارشنبه در گفت‌وگو با ایرنا، در محمودآباد گفت: این همایش یکروزه با حضور صاحبان صنایع و کسب‌وکار و مدیران بانک‌های عامل و مدیران اقتصادی و متولی در حوزه اشتغال و اقتصاد در تاریخ ۲۷ مهرماه امسال به میزبانی مجتمع آموزشی و ورزشی نفت محمودآباد برگزار خواهد شد.

وی گفت: در سالی که از سوی مقام معظم رهبری به نام «اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال» مزین شده است این همایش به همت استانداری مازندران و فرمانداری شهرستان محمودآباد و دانشگاه پیام نور استان مازندران، خانه صنعت، معدن و تجارت استان و با همکاری دانشگاه‌های مطرح کشور مهرماه جاری با حضور جمعی از صاحب‌نظران دانشگاهی، کارآفرینان، صاحبان کسب‌وکار و دستگاه‌های اجرایی برگزار خواهد شد.

وی افزود: همایش مذکور با هدف بحث و تبادل نظر میان صاحب‌نظران کسب‌وکار، صاحبان صنایع و مسئولان اجرایی به منظور ارائه راهکارهای اثربخش در اقتصاد مقاومتی، تولید، اشتغال و دستیابی به راهبردهای موثر رویارویی با چالش‌های نوین تصریح کرد: این همایش در ۱۶ محور اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال، مدیریت استراتژیک، مدیریت زنجیره تامین، مدیریت نوین بانکداری و بیمه، مدیریت بیمارستانی و حوزه سلامت، نوآوری، کارآفرینی و توسعه پایدار، مدیریت مالی، ریسک و سرمایه‌گذاری، مدیریت توسعه شهری و محیط زیست، کسب‌وکار بین‌الملل و توسعه صادرات، توانمندسازی کسب‌وکار و توسعه صادرات، کسب‌وکارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش‌بنیان، ارائه تجربیات موفق در حوزه کسب‌وکار و کارآفرینی و سایر موضوعات مرتبط به مدیریت و کارآفرینی و با حضور مقامات کشوری و استانی برگزار خواهد شد.

حمایت از طرح‌های کارآفرینی و کسب‌وکار فناورانه دانشجویی

رئیس صندوق رفاه دانشجویان گفت که این صندوق برای حمایت از طرح‌های کارآفرینی و کسب‌وکار فناورانه دانشجویی برنامه‌ریزی دارد. به گزارش فارس، ذوالفقار یزدان‌مهر، رئیس صندوق رفاه دانشجویان در بیست و ششمین نشست روسای پارک‌های علم و فناوری در سالن شهدای جهاد علمی وزارت علوم گفت: پارک‌های علم و فناوری با هدف توسعه فناوری و کسب‌وکارهای دانش‌محور و فناورانه تشکیل شد که این ظرفیت می‌تواند ما را به توسعه متوازن برساند. پارک‌های علم و فناوری در ظرفیت‌سازی برای ورود به بازار کار نقش اساسی دارند که یکی از این نقش‌ها ایجاد حلقه‌ای واسط با هدایت و آموزش و ظرفیت‌سازی برای ورود کارآفرینانه دانش‌آموختگان است. وی با اشاره به ماموریت صندوق رفاه دانشجویان در زمینه حمایت از فناوری گفت: صندوق رفاه دانشجویان با بیش از ۴۰ سال سابقه تنها متولی رسمی اعطای تسهیلات به دانشجویان به جز دانشجویان وزارت بهداشت بوده است و در این زمینه ماموریت زمینه‌سازی رشد استعدادهای دانشجویان و تامین رفاه لازم برای دانشجویان مستعد و کم‌بضاعت را داریم. وی ادامه داد: ماموریت اصلی صندوق رفاه تامین بخشی از نیازهای دانشجویان است تا با دغدغه‌ها و نگرانی‌های کمتری به تحصیل بپردازند و تاکنون نیازهای بسیاری از آنان رفع شده، اما با توجه به نیاز مهم ایجاد فرصت اشتغال به منظور کمک به آماده‌سازی دانشجویان برای ورود به عرصه کسب‌وکار به‌ویژه کارآفرینی و نیز با توجه به تاکید مقام معظم رهبری و ضرورت توجه به تولید و اشتغال، صندوق رفاه دانشجویان حمایت از اشتغال دانشجویی را در برنامه خود قرار داده است که در این زمینه دانشجویان دکترا دام ویژه تمرکز بر تحقیق را دریافت می‌کنند که بر این اساس ماهانه ۷۰۰ هزار تومان در اختیار آنان قرار می‌گیرد.یزدان‌مهر گفت: به منظور حمایت از دانشجویان کارآفرین به طرح‌هایی که اجرایی بودن آنها طی فرایندی به تایید مراکز رشد دانشگاهی رسیده و در حال اجرا باشند و دست‌کم یک نفر دانشجو در طرح مشارکت داشته باشد، بر حسب شرایط تسهیلات ۴درصد تعلق می‌گیرد. سقف تسهیلات قابل پرداخت نیز به هر دانشجو حداکثر ۱۰۰ میلیون تومان و مبلغ تسهیلات اعطایی با توجه به تعداد دانشجوی شاغل در طرح تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان است که طی سه مرحله پرداخت می‌شود.

کسب‌وکارهای نوپا امکانی برای حل معضل‌های لاینحل شهری

امروزه ارتباطات و فناوری اطلاعات در جهان به کمک مدیران شهری آمده است تا آنان بتوانند برای سامان دادن به حل مشکل‌هایی که ممکن است شهروندان را درگیر خود کند از این فناوری‌ها بهره گیرند امکانی که در کشور ما هم عده‌ای به فکر استفاده از آن

به گزارش ایرنا، امروز کلانشهرهای ایران با مسائل و مشکلاتی دست و پنجه نرم می‌کنند که نه‌تنها گرفتاری بزرگی برای مدیران شهری محسوب می‌شود بلکه زندگی عادی شهروندان را نیز درگیر خود کرده است.

معضل‌هایی مانند ترافیک و فرهنگ رانندگی، دست‌فروشی و سد معبر، مدیریت پسماند و تفکیک زباله (خشک و تر) که از دیرباز تا همین امروز، مردم و مسئولان و متولیان امور شهری را به تنگ آورده است به نحوی که نتوانسته‌اند به خوبی از پس حل آنها برآیند.

این در حالی است که جهانیان خیلی زودتر از ما با به خدمت گرفتن ارتباطات و فناوری اطلاعات چنین معضل‌هایی را به سرانجام رسانده و علاوه بر کاهش هزینه‌های مدیریت شهری، زندگی همراه با آسایش و آرامشی را برای شهروندان خود رقم زده‌اند.

استفاده از ارتباطات و فناوری اطلاعات در جهان بسرای بهبود زندگی شهری به قدری پیشرفته شده است که اکنون آنان با هوشمند کردن اشیای به‌جای تحت نام اینترنت اشیا مشکل‌ها را به زانو درآورده و آنان را به خدمت بهبود زندگی انسانی گرفته‌اند! امری که در ایران ما هم شاید دور از انتظار نباشد که عده‌ای برای آن تلاش کنند.

البته جوانان علاقه‌مند و فعال ایرانی به عرصه استفاده از ارتباطات و فناوری اطلاعات برای کمک به بهبود زندگی شهری آمده‌اند. عده‌ای با راه‌اندازی اتاق‌های فکر و ارائه ایده‌های خلاقانه و برخی هم وارد عرصه‌های دیگر شده و گم‌کم چهره زندگی در کلانشهرهای ایران را تغییر خواهند داد. پیشتر «حسین بوربشه» استاد آی‌تی دانشکده علوم و فنون جدید دانشگاه تهران در گفت‌وگو با ایرنا، گفت: اکنون کسب‌وکارهای فضای مجازی کارهای مردم را تسهیل کرده که همین موضوع رضایت عمومی را به دنبال داشته است.

کلید ۳۰

تبلیغات زیر خط (BTL)

تبلیغات زیر خط (BTL)، سایر کارکردهای تبلیغات را در برمی‌گیرد تا فرآیندهای فروش را حمایت کند. عمده تبلیغات زیر خط در مواردی همچون آزمون به دست آوردن، ایجاد وفاداری یا مشوق‌های دیگر برای فروش، جنبه قانونی تبلیغات است.

تخفیف‌ها به‌طور قانونی از درآمدهای بالا کم می‌شوند و بسته به اینکه چطور استفاده می‌شوند خرج تبلیغات و کسب‌وکار می‌شوند.

به گزارش هورموند، همواره چانه‌زدن روش معمول کسب‌وکار بوده و هنوز در بیشتر جاها وجود دارد.

در غرب به‌اصطلاح پیچیده و پیشرفته، هنر مذاکره ازدست‌رفته است. از تخفیف گرفتن خجالت می‌کشند و اگر همه‌چیز سلف‌سرویس باشد راحت‌تر هستند.

بدون صحبت کردن به سوپرمارکت‌ها می‌رویم و هرچه می‌خواهیم برمی‌داریم و در این فرآیند این امکان وجود دارد که به بسیاری از تبلیغات پاسخ دهیم.

اگر در سوپرمارکت محله‌تان راه بروید، تنوع پیشنهادها را می‌بینید؛ پول یکی را بدهید دوتا ببرید! یک عدد بخرید یکی هم مجانی ببرید! نصف قیمت! ۵۰ درصد تخفیف! آیا تفاوتی بین اینها هست؟ دوتای آخری تقریبا شبیه هستند، نصف قیمت و ۵۰ درصد تخفیف، یکی هستند.

یکی بخرید و یکی مجانی ببرید، تأثیر متفاوتی دارد. خرید را بیشتر می‌کند و برای مدتی طولانی مشتری به سمت رقیب نمی‌رود. از طرفی نقطه قیمت اصلی را حفظ می‌کند، چون هم کالا رایگان ارائه می‌شود هم قیمت ثابت می‌ماند. قیمت اجرای این طرح بالاست. اگر تولیدکننده‌ای بخواهد به کاهش فروش ۵ پوندی برای هر کالا برسد باید قیمت فروش عمده را با همین مقدار کم کند.

زمانی‌که دیوید پیرسون به‌عنوان مدیری جوان در حوزه برند در پدیگری پت فوتز فعالیت می‌کرد، شکل تازه‌ای از محصول خاص در دهه میلادی ۷۰ را ابداع کرد. واضح بود که بسته‌های خاص مؤثرتر بودند و مؤثرترین‌ها عرضه‌های تخفیف‌دار بودند.

بودجه‌بندی برای عرضه کلی ضروری بود و محدودیت در عرضه به بازار هم وجود داشت. او بسته‌هایی خاص با قیمتی پایین ارائه کرد. روی هر بسته «قیمت پایین خاص» زده می‌شد. درنتیجه مشتری تخفیفی قابل‌توجه نسبت به قیمت معمول انتظار داشت. سطح تخفیف مشخص نبود و به‌عنوان تولیدکننده در حد توان آن را متنوع می‌کردند. از نیروی فروش می‌خواستند که از خرده‌فروش درخواست عرضه بیشتر کند تا به عرضه اصلی نزدیک شود. این روش موفقیت‌آمیز بود و چندین سال با همین روش پیش رفتند.

از آن روز خرده‌فروش‌ها بحث‌های جبرانی را یاد گرفتند. این بحث‌ها در زمینه قدرتش بر تأمین‌کننده بود. خواسته‌های خرده‌فروش را برآورده کنید وگرنه شما را حذف می‌کنیم. این تهدید نافذ است و توافق بر سر یک محصول خاص، هزینه‌هایی به همراه دارد و باعث می‌شود خرده‌فروش هزینه تولیدکننده را برای موافقت با سهم محصولش، به‌منظور سهمیه‌بندی آن در پایان سال پرداخت کند.

سوءاستفاده از قدرت، موردبررسی قرار گرفته اما ثابت نشده است. هیچ تأمین‌کننده‌ای شواهدی را برای ثابت کردن این امر فراهم نمی‌کند. آنها از اینکه کسب‌وکارشان را از دست دهند می‌ترسند. فقط شرکت‌های بزرگ که کسب‌وکار جهانی دارند می‌توانند به همه نیازهای خرده‌فروشان پاسخ ندهند. خرده‌فروشان گرایش فزاینده‌ای دارند که به سراسر دنیا سفر کنند. خرده‌فروشی بسته به دانش محلی، یک کسب‌وکار بومی است و به‌راحتی در فرهنگ‌ها نفوذ نمی‌کند. نمونه‌های زیادی از خرده‌فروشانی وجود دارند که در کشور خود حکومت کرده‌اند، ولی نتوانسته‌اند کسب‌وکار بین‌المللی راه‌اندازی کنند، مگر اینکه خرده‌فروشی در جعبه بوده، یعنی فرمولی که نیاز به تغییر نداشته و ثابت بوده است. دیدیم که برند مارکس و اسپنسر نتوانستند در آمریکا کار کنند و سینس بری تجربه‌ای ناامیدکننده داشت.

خرده‌فروشان فست فود مثل مک‌دونالد و برگر کینگ مدتی به‌طور محلی کار می‌کردند، اما الان جهانی شده‌اند. از شرکت‌های موادغذایی، والمارت با مالکیتش در انگلیس و تسکو با تلاش‌های هوشمندانه‌اش در اروپای شرقی و آسیای جنوب شرقی نشان می‌دهند که این کار ممکن است، اگرچه تسکو در آمریکا تجربه سختی داشته است.

بیشتر تبلیغات در تلاش برای کاهش قیمت هستند یا برای حمایت از فهرست، طراحی می‌شوند. مارکترها معمولا از وفاداری از طریق چنین طرح‌هایی حرف می‌زنند. این نوع تبلیغات، نقش خود را دارد، به شرطی که تأثیرش را خیلی بزرگ جلوه ندهیم.

۱۰ روش استفاده از زبان بدن در بازاریابی و تبلیغات را بدانید

آیا فکر می‌کنید در حوزه بازاریابی و تبلیغات می‌توان از نشانه‌های غیرکلامی هم بهره برد؟ ما به شما می‌گوییم بله و ۱۰ راه را که از زبان بدن در بازاریابی و تبلیغات استفاده می‌شود، به شما نشان می‌دهیم.

در این نوشتار به نقل از بازده با ما همراه باشید تا ببینید چگونه می‌توان از زبان بدن در بازاریابی و تبلیغات برای افزایش درآمد و تأثیرگذاری بیشتر استفاده کرد.

۱- مسیر توجه مشتری را به سمت کالا یا خدمات متمایل کنید

عموما در تبلیغات یک تمرکز اصلی برای دنبال کردن هدف وجود دارد. مثلا عبارت «اینجا کلیک کنید» توجه مشتری را به خود جلب می‌کند تا به موضوع مورد نظر شما برسد.

درواقع زبان بدن در بازاریابی و تبلیغات یک روش غیرکلامی است که تمرکز مشتری را به سمت هدفی که شما می‌خواهید متمایل می‌کند. مثلا می‌توان در تبلیغات شخصی را نشان داد که نگاهش در جست‌وجوی کالا یا خدمات مورد نظر شماست و به آن سو خیره شده است.

انسان‌ها به‌طور غریزی تمایل دارند به چیزی که دیگران نگاه می‌کنند و دنبالش می‌روند توجه نشان دهند. بنابراین اگر شما گزینه «همین الان خرید کنید» را در تبلیغات‌تان بگنجانید سعی کنید یک مدل تبلیغاتی هم کنارش داشته باشید که نگاهش به محصول یا خدمات شماست و پیام اصلی برند و کسب‌وکار شما را جست‌وجو می‌کند.

۲- چشم‌ها به‌عنوان یک نشانه عمل می‌کنند

این یک قاعده کلی است که افراد وقتی برای نخستین بار به یک عکس نگاه می‌کنند قبل از هرچیز چشم‌هایش را می‌بینند، بنابراین وقتی از تصویری استفاده می‌کنید که چشم‌هایش به کالا یا خدمات شما خیره شده است و آن مسیر را دنبال می‌کند، خواه ناخواه مشتریان‌تان را به توجه به آن سمت و سو سوق می‌دهید.

۳- اشاره کردن روش غیرکلامی خوبی است

اشاره کردن روش غیرکلامی مناسبی است تا به مخاطب‌تان این پیام را برسانید که به همان طرفی که مدنظر شماست نگاه کند و توجهش به آن سمت جلب شود. به همین دلیل است که معمولا آرشیو عکس‌هایی که به نوعی در حال اشاره کردن به موضوعی هستند یا به جای خاصی نگاه می‌کنند یا به هر ترتیب جهت خاصی دارند بسیار محبوب هستند

درواقع این یک راه بسیار عالی برای جذب افراد به تمرکز روی محصول یا خدمات شماست.

۴- به چهره‌های شاد و خوشحال توجه می‌شود

ما در مغزمان نورون‌هایی داریم که به نورون‌های آینه‌ای معروف هستند و این نورون‌ها تمایل دارند به شکل آینه‌وار از تصویری که می‌بینند تقلید کنند و معمولا به خاطر احساس همدلی وقتی یک صورت با نوع خاصی احساس را می‌بینیم به‌طور ناخودآگاه آن احساس در ما تبلور می‌یابد.

مثل زمانی‌که شخصیت یک فیلم در حال گریه کردن است و صورت ما ناخودآگاه حالت حزن و اندوه و گریه به خودش می‌گیرد. با توجه به این نظریه استفاده از چهره‌های شاد و خوشحال ایده خوبی به نظر می‌رسد، چرا که اگر افراد با صورت‌هایی پریشان و ناخوشایند در تبلیغات استفاده کنیم این احساس پریشانی و گیجی و ناخوشایندی به مشتری هم انتقال می‌یابد، اما وقتی یک شخصیت با صورت خندان و خوشحال محصول یا خدمات را تبلیغ می‌کند، این احساس شادی و موفقیت به مخاطب (مشتری) هم انتقال می‌یابد و نشان از یک خرید خوب و خوشایند و موفقیت‌آمیز دارد.

۵- بچه‌ها در تبلیغات خیلی مهم هستند

مغز ما عاشق نگاه کردن به کودکان است، بنابراین اگر محصول شما امکان استفاده از یک نوزاد یا کودک را در تبلیغات خود دارد معطل نکنید و از یکی از این بچه‌های تودل برو استفاده کنید.

مغز ما همواره نگاه کردن به نوزادان را بسیار دوست دارد، بنابراین اگر امکان استفاده از تصویر یک نوزاد در تبلیغات شما وجود دارد، حتما از آن استفاده کنید.

یادتان باشد تصویر بچه‌ها بخش دیگری از مغز انسان‌ها مخصوصا زنان را فعال می‌کند که از آنان فردی با شخصیت خونگرم ومهربان می‌سازد و این احساس مهربان بودن میل به خرید را افزایش می‌دهد.

۶- گشاد کردن حدقه چشم یا همان مردمک مهم است

چارلز داروین در ۱۸۷۰ نشان داد زمانی‌که حس ترس بر ما غلبه می‌کند (بیشتر در زمان پرواز یا جنگیدن) مردمک چشم‌مان بیش از حالت طبیعی گشاد می‌شود تا امکان رصد محیط بیشتر فراهم شود. وقتی ما بتوانیم بیشتر و دقیق‌تر ببینیم امکان زنده و سالم ماندن‌مان از خطرات اطراف بالا می‌رود. جالب است بدانید این گشاد شدن چشم‌ها زمانی‌که به چیز مورد علاقه و دوست داشتنی هم نگاه می‌کنیم اتفاق می‌افتد.

در ۱۹۶۵ یک روان‌شناس به نام اکهارد هس رابطه میان مردمک چشم و نسبت اندازه آن با حالات درونی انسان را مورد بررسی قرار داد. تحقیقات وی در دانشگاه شیکاگو نشان داد که مردمک چشم انسان به تصاویر عاطفی واکنش نشان می‌دهد. اگر تحریکی برای انسان خوشایند باشد، مردمک باز می‌شود و اگر ناخوشایند باشد، مردمک جمع می‌شود. علاوه بر این محققان دریافتند افراد به اشخاصی که مردمک چشم گشادتری دارند توجه بیشتری نشان می‌دهند. بنابراین اگر می‌خواهید جذابیت محصول و خدمات تان و به عبارت بهتر جذابیت تبلیغات‌تان را افزایش دهید سعی کنید با استفاده از فتوشاپ اندازه مردمک چشم را گشادتر نشان دهید. اگر به بیشتر تبلیغات دقت کنید می‌بینید عموم تبلیغ‌کنندگان از این ترفند استفاده می‌کنند.

۷- از روان‌شناسی رنگ‌ها استفاده کنید

تحقیقات نشان می‌دهند که رنگ‌ها تا حد زیادی بر روحیه و درک ما از محیط و اطراف‌مان تأثیرگذار هستند.

۸- فرمایش پول را فراموش نکنید!

استفاده یا عدم استفاده از نماد پول یا واحد پول روش بسیار مهمی برای افزایش میزان فروش است که برای این موضوع به دو روش می‌توان اقدام کرد؛ اول اینکه محققان دریافتند که حذف نماد $ (در کالاهای خارجی یا نوشتن عبارت تومان کنار کالاهای داخلی) از جلوی اعداد به تعدیل شدن قیمت برای مشتریان کمک می‌کند.

در روش دوم به این شیوه عمل کنید که در صورت امکان قبل از اینکه لیست قیمت اصلی را ارائه دهید یک لیست با قیمت بالاتر اعلام کنید و بعد از آن قیمت اصلی را اندکی پایین‌تر است بیان کنید. مثلا در مورد فروش یک شامپوی مخصوص فروشنده در پیام تبلیغاتی بیان می‌کند که بیشتر محصولات مانند این شامپو بیش از ۱۰۰ هزار تومان قیمت دارند، درحالی که ما فقط با ۳۹ هزار تومان این کالا را به شما عرضه می‌کنیم.

۹- به جای توجه به گروه‌های کانونی به عملکرد خود اعتماد کنید

بسیاری از افراد برای سنجش و ارزیابی تبلیغات‌شان از دوستان و اعضای خانواده خود سوال می‌کنند، اما باید گفت این اصلا روش خوبی برای ارزیابی کارایی و اثرگذاری پیام تبلیغاتی شما نیست.

اغلب مغز منطقی ما تصمیمات متفاوتی نسبت به مغز عاطفی ما می‌گیرد و باید گفت تصمیمات مغز عاطفی است که اغلب منجر به تصمیم رفتار خرید ما می‌شود.

به این مثال توجه کنید؛ در یک آزمایش پژوهشگران از ۳۰ آدم سیگاری که قصد ترک سیگار داشتند، خواستند که به سه تبلیغ ترک سیگار مختلف از تلویزیون نگاه کنند که در پایان همه آن تبلیغ‌ها شماره تماس با بخش ترک سیگار مؤسسه ملی سرطان پخش می‌شد. در این پژوهش این افراد باید اثر بخشی این سه تبلیغ A، B، C را به ترتیب انتخاب می‌کردند. در پایان تماشای تلویزیون این افراد تبلیغات مربوط به کمپین A و B را بهتر و مؤثرتر تشخیص دادند و کمپین C را کم اثرتر از بقیه بر شمردند. همچنین پژوهشگران این تبلیغات را به تعدادی از کارشناسان حوزه ترک سیگار هم نشان دادند که آنها هم تبلیغات کمپین A و B را بهتر تشخیص دادند.

سپس پژوهشگران از این افراد سیگاری خواستند درحالی‌که درون دستگاه MRI هستند و اسکن مغزی می‌شوند به این تبلیغات نگاه کنند. نتیجه بررسی اسکن مغزی بسیار جالب و عجیب بود چراکه در زمان پخش تبلیغ کمپین C فعالیت قشر فوقانی مغز بسیار زیاد شد و نشان از تأثیر بیشتر و بهتر این آگهی بر فرد داشت حال آنکه این فرد قبلا اعلام کرده بود کمپین A و B برایش جالب‌تر بوده است! البته در بررسی بعدی هم مشخص شد که تماس‌ها با مرکز ترک سیگار کمپین C دهها برابر آن دو گروه منتخب دیگر بوده است و مردم به کمپین سوم واقعا اقبال خرید نشان داده‌اند.

بنابراین برای ارزیابی اثرگذاری پیام تبلیغاتی خود سراغ گروه‌های کوچک متمرکز نروید و بگذارید محصول یا خدمات‌تان در یک گوشه از بازار امتحان شود و پاسخ‌های واقعی خرید مردم را داشته باشید.

۱۰- نشان دهید که محصول تان آماده مصرف است

شما باید به‌طور غیرمستقیم به مشتریان خود نشان دهید که محصول‌تان کاملا آمادگی استفاده را دارد. مثلا اگر تبلیغ یک خوراکی را می‌کنید عکس همان خوراکی را در وضعیتی که یک قاشق داخلش قرار دارد بگذارید تا به مشتری‌تان این پیام را بدهید که این خوراکی منتظر است تا توسط شما به راحتی و سرعت مصرف شود. این‌کار شما به مغز پیام می‌دهد که میل به خوردن این خوراکی بسیار بالا است.

اگر گزینه انتخابی شما آگهی الف است کاملا درست حدس زده‌اید. این وضعیت که به آن اثر ترسیم بصری گفته می‌شود به شکل غیرکلامی گرایش مشتری را تغییر می‌دهد و اعلام می‌کند که این محصول آماده خریداری و مصرف است.

دو محقق به نام‌های رایان الدر و اردنا کریشنا در تحقیقات خود متوجه شدند که اگر در تبلیغات محصول در دست غالب (معمولاً دست راست) نشان داده شود میزان فروش را به‌شدت افزایش می‌دهد.

در نهایت اینکه یادتان باشد پیام‌های غیرکلامی و غیرمستقیم در تبلیغات‌تان می‌تواند تا حد زیادی روی میزان فروش تأثیر بگذارد. خوشحال می‌شویم اگر نظرات و تجربیات خود را از طریق این صفحه با ما به اشتراک بگذارید.

منبع: ساینس آو پیپل

ایستگاه تبلیغات

بررسی یک کمپین موفق: دماغتون حس نمی‌کنه؟

باورش سخت است که Febreze، یکی از برندهای P&G، در زمان ورود به بازار با شکست بزرگی مواجه شود و تا مرز ورشکستگی پیش برود، اما این برند با تغییر در فرآیند بازاریابی‌اش توانست به بزرگ‌ترین فروشنده خوشبوکننده هوا در بازار تبدیل شود و نام پرفروش‌ترین محصولات این حوزه را یدک بکشد.

به گزارش ام بی‌ای نیوز، نام کمپین موفق برند «Happy Breath» بود. این کمپین بازاریابی مصرف‌کنندگانی با ذائقه‌های مختلف بویایی را هدف قرار می‌داد؛ برخی مصرف‌کنندگان فقط می‌خواهند مشکل را از بین ببرند، درحالی‌که گروه دیگر دل‌شان می‌خواهد با عطرهای مختلف، فضای خاص خودشان را خلق کنند. به عبارت دیگر برند با گروه بزرگی از مخاطبان روبه‌رو بود؛ مادری که سعی می‌کرد بوهای ناخوشایند را هنگام تمیز کردن خانه از بین ببرد یا فردی که می‌خواست بعد از یک روز پرمشغله به اتاقی با عطر وانیل قدم بگذارد. کمپین یکپارچه در پلتفرم‌های یوتیوب، گوگل‌پلاس، فیس‌بوک و توییتر اجرا شد. تصاویر به کار رفته در این پلتفرم‌ها همه از لوگوی برند و پس‌زمینه آبی یا سفید استفاده می‌کردند و کاورفوتوی کمپین این سوال را مطرح می‌کرد: «آیا بینی‌تان قدرت تشخیص بوها را از دست داده است؟» طراحان کمپین بر این باور بودند که بینی انسان بعد از مدتی حساسیت خود را نسبت به بوها از بین می‌برد، درحالی‌که این بوهای ناخوشایند همچنان وجود دارند، بنابراین در آگهی‌های کمپین سعی شد توجه افراد مختلف به بوهای ناخوشایند جلب شود. آگهی‌های تلویزیونی کمپین، دوستان و خانواده‌هایی را نشان می‌داد که عزیزان‌شان را به اتاقی می‌بردند که نسخه اغراق‌شده از بوهای اتاق یا اتومبیل‌شان بود.

Tillamook؛ برندی که از قضاوت شدن واهمه نداشت

شاید باورتان نشود، اما شرکتی در دنیا وجود دارد که در جریان یک کمپین، از مردم عادی خواست در تصمیم‌گیری‌های مهم آن نقش داشته باشند. Tillamook که در وب‌سایتش خود را برندی متشکل از مزرعه‌دارانی مستقل معرفی می‌کند، تأکید زیادی روی شفافیت دارد.

ماجرا از این قرار است که این شرکت که بیش از ۱۰۰ سال قدمت دارد با همکاری آژانس 72andSunny در لس‌آنجلس فعالیتی را با هدف عمیق‌تر کردن رابطه‌اش با مشتریان راه انداخت.

به گزارش ام بی‌ای نیوز، شرکت‌کنندگان در این فعالیت می‌توانستند در جلسات هیأت‌مدیره شرکت، ایده‌های‌شان را مطرح کنند و حتی تقاضای محصولات جدید داشته باشند و در رویدادهای غذایی متنوع شرکت کنند.

مدیر بازاریابی برند در مورد این کمپین گفته است که «مردم این روزها به ماهیت غذایی که می‌خورند، اهمیت زیادی می‌دهند. ما همیشه در سیاست‌های‌مان شفاف عمل کرده‌ایم. پس چرا از مخاطبان‌مان نخواهیم که در تصمیم‌گیری‌ها با ما شریک باشند و به آنها نقش بیشتری ندهیم؟»

نزدیک کردن مشتریان و شرکت و تأکید بر نقش کشاورزان و دامداران در تولید محصولات مهم‌ترین هدف این کمپین بود. بنا به اظهارات آژانس، در کمتر از ۲۴ ساعت از شروع کمپین، نزدیک به ۱۶۰۰۰ نفر ثبت‌نام کردند؛ ایده کمپین مشتریان را قللقک داده بود. درواقع کمپین فوق، ورای یک کمپین تبلیغاتی معمولی بود. برند می‌خواست همکاری‌ای را که بیش از ۱۰۰ سال بین کشاورزان وجود داشت، حالا به مشتریان خود نیز منتقل کند. Tillamook قصد داشت به صدای رسای برندهای لبنی تبدیل شود و به مشتریانش نشان دهد که شعار کیفیت و طبیعی بودن محصولات، تنها یک شعار نیست. این تنها کار برند برای نزدیک شدن به مخاطبانش نبود. Tillamook در کمپین دیگری با نام «Dairy Done Right» سعی در نمایش استانداردهای بالای برند داشت. کمپین که جایزه Effie را برای برند به ارمغان آورد، با تأکید بر ساختار Tillamook که بر همکاری مزرعه‌داران استوار بود، به ارزش‌های برند یعنی ترجیح کیفیت بر سود تأکید می‌کرد. بر این اساس، Tillamook برندی بود که تنها به تولید محصولات لبنی «درست» اهمیت می‌داد.

کمپین که از رسانه‌های تلویزیون، آگهی‌های چاپی و دیجیتال بهره می‌گرفت، با تمام توان روی تعهد برند بر کیفیت و شفافیت تمرکز کرد. در ویدئوهای آنلاین برند، محصولات Tillamook مقابل یک پس‌زمینه مینی‌مال نمایش داده می‌شد که روی «شفافیت و دوری از حقه» برند تأکید داشت. هر آگهی ویدئویی با اتکا به کپشن، پیام ساده‌ای مرتبط با کیفیت محصولات را منتقل می‌کرد. دامنه پیام‌ها از شعار تیتروار «ما مزرعه داریم و نه سهامدار» به اصالت تولیدات آنها در «پنیر» و «محصولات لبنی استاندارد، بدون هورمون‌های افزودنی رشد» متغیر بود. فارغ از پیام آشکار کمپین، پیام دیگری در این آگهی‌ها نهان است؛ درحالی‌که رقبای برند سعی در نمایش عجیب و خارق‌العاده محصولات‌شان داشتند، Tillamook تنها به کیفیت محصولاتش تکیه می‌کرد.

تبلیغات خلاق

بازاریابی نوین

برترین استراتژی‌های بازاریابی اینترنتی برای کسب‌وکار شما

با ظهور اینترنت استراتژی بازاریابی اینترنتی به یکی از موضوعات داغ روز تبدیل شده است.
در این مقاله به نقل از ibazaryabi، ما ۱۰تا از بهترین استراتژی‌های بازاریابی اینترنتی را برای کسب‌وکار شما در نظر گرفته‌ایم.

از طراحی وب صحیحی استفاده کنید

ما اغلب به طراحی وب به‌عنوان تاکتیک بازاریابی نگاه نمی‌کنیم، ولی این کار نگاه مشتریان را به شما جذب می‌کند.
طراحی وب، هسته اصلی بازاریابی اینترنتی شماست. طراحی شما باید واضح، برای خواندن راحت و جذاب باشد. در ضمن یکی از مشخصات مهم برای سایت شما قابلیت استفاده در موبایل است.

استفاده از بازاریابی موتورهای جست‌وجو و بهینه‌سازی آن

سئو باعث می‌شود در جست‌وجوهای اینترنتی سایت شما در صدر جست‌وجو باشد. این مهم است که در کلمات مورد جست‌وجو سایت شما جزو بالاترین‌ها باشد تا سرویس‌های شما دیده شوند.

استفاده از برنامه‌های مرتبط

برنامه‌های مرتبط برای تمام کسب‌وکارها حیاتی نیست، اما اگر مثلا کسب‌وکار شما از پلتفرم خاصی برای خود استفاده می‌کند، اشتراک اطلاعات در این نرم‌افزارها می‌تواند بازار شما را گسترش دهد.

استفاده از مربی یا مشاور

اگر در کار بازاریابی اینترنتی متخصص نیستید می‌توانید از مشاوران یا مربی‌های فراوانی استفاده کنید که شما را در این امر یاری می‌کنند.
در کسب‌وکارهای کوچک که احتیاج به تمرکز روی کسب‌وکارهای دیگر است، مشاور می‌تواند کمک شایانی را به شما بکند.

استفاده از بازاریابی ایمیلی

فرستادن ایمیل صرف کافی نیست. شما باید لیست‌های ایمیلی جداگانه‌ای داشته باشید که دارای نیازهای مشترکی باشند.
برای هر کدام از این دسته لیست‌ها باید ایمیل‌های شخصی شده‌ای را ارسال کنید.
به عادات خرید مشتریان دقت داشته باشید و از اطلاعات آنها برای توسعه استراتژی خود استفاده کنید.

یک لیست ایمیل انتخابی داشته باشید

یک لیست ایمیل انتخابی به شما اجازه می‌دهد مشتریان پیش شما بیایند و کمپین‌های ایمیلی و مکاتبات را دریافت کنند.
این به شما اجازه می‌دهد به مشتریان جدید وصل شوید.

استفاده از مقالات و اخبار

بودن نام شما و اطلاعات شما در مکان دیگری در وب به شما این امکان را می‌دهد که شرکت و کسب‌وکار خود را گسترش بدهید.
دیدن نام شما در مکان‌هایی که کاربران به دنبال اطلاعات هستند به شما کمک می‌کند که مورد اعتماد آنان واقع شوید.

نوشتن مطالب مطبوعاتی آنلاین

وقتی اقدام به نوشتن مطالب مطبوعاتی می‌کنید، دارید اطلاعات خود را در یک فرمت استاندارد نشر می‌دهید.
این کار به روزنامه‌ها و بلاگ‌ها این امکان را می‌دهد برای شما پست بگذارند و شما بدون هیچ تلاشی منتشر شوید.

استفاده از مباحثات و تشکرات

مردم از مباحثه استقبال می‌کنند. شما می‌توانید آنها را ترغیب کنید برای شما بازاریابی کرده و در ازای آن خدمات یا محصولی را دریافت کنند. با این کار شما به راحتی می‌توانید باعث افزایش فروش یا ارتباطات شوید.

راه‌اندازی وبلاگ

راه‌اندازی وبلاگ می‌تواند دلایل متعددی داشته باشد. از جمله ارسال کلمات کلیدی جدید یا بهینه‌سازی استراتژی سئو شما.
علاوه بر اینها شما در وبلاگ می‌توانید پیشنهاد داشته باشید، اطلاعاتی را به اشتراک بگذارید یا با مشتریان خود مرتبط شوید.
یک رابطه پایدار با مشتری می‌تواند باعث اعتماد آنها به شما شود.
یک استراتژی آنلاین قوی می‌تواند باعث آمدن مشتریان جدید شود و ارتباطات قوی‌تری بسازد.

منبع: thebalance

۹ نکته که برای استخدام فروشنده ماهر باید به آن توجه کنید

اگر بدانید کجا و چطور بگردید، پیدا کردن یک فروشنده ماهر و عالی غیرممکن نیست. بسیاری از مدیرعامل‌ها و مدیران فروش می‌گویند یافتن یک فروشنده ماهر غیرممکن است، ولی برخی سازمان‌ها مرتبا فروشنده استخدام می‌کنند. استخدام فروشنده ماهر مهم‌ترین بخشی است که می‌تواند شرکت‌تان را به سوددهی برساند، از این‌رو هیچ‌گاه جست‌وجوی افراد مستعد را متوقف نکنید. بازار رقابتی است. در ادامه به نقل از بازده، ۹ نکته برای استخدام یک فروشنده ماهر را به شما می‌گوییم.

۱- مصاحبه

زمان‌تان را با پرسیدن سوالات شخصیتی تلف نکنید اینکه فرد برای شرکت‌تان گزینه خوبی است یا نه ظرف چند ثانیه اول مشخص خواهد شد. سوالات بالقوه زیادی هستند که باید از یک فروشنده بپرسید.
در ادامه به برخی از این سوالات اشاره می‌شود.

- معمولا چند ساعت کار می‌کنید؟
- بالاترین موفقیت شما در فروش چه بوده است؟ - چه مشتری‌ای را جلب کردید و چرا این فروش انقدر خاص بوده است؟
- اگر مدیر خرید یک مجموعه در ازای دریافت رشوه، فروش هنگفتی را برای‌تان رقم بزند چه احساسی خواهید داشت؟
- درباره فرصت‌های فروشی که از دست داده‌اید بگویید. اگر همان شرایط تکرار شود، چه کاری را متفاوت انجام می‌دهید؟
- با توجه به شغل قبلی که داشتید (البته اگر به‌تازگی فارغ‌التحصیل نشده‌اید)، بگویید دوست داشتید مدیرعامل یا مدیر فروش چه چیزی را متفاوت انجام می‌داد؟
- دو ویژگی شخصیتی‌تان را نام ببرید که می‌خواهید برای فروشنده بهتر شدن تغییرشان دهید.
- آیا محصولات یا خدمات ما را دوست دارید؟
- آیا می‌توانید محصولی را بفروشید که به آن ایمان ندارید؟
- از نظر شما فروش یک مهارت ذاتی است یا اکتسابی؟
- از چه کاری بیشتر لذت می‌برید؟ فروش یا مدیریت؟

فراموش نکنید، فروشنده‌ای که در حال مصاحبه با او هستید نیز مشغول مصاحبه با شماست. اگر می‌خواهید بهترین استعدادهای فروش را جذب کنید باید خودتان و دیدگاه شرکت‌تان را به او بفروشید.

۲- بهترین مکان برای استخدام

همیشه برای استخدام بیش از یک بازار را بگردید. فروشنده‌های بالقوه زیادی وجود دارند. هریک از آنها از روش‌های مختلفی (شبکه‌های اجتماعی، روزنامه، کارگاه‌های شغلی، استخدام‌های آنلاین و...) برای یافتن فرصت‌های شغلی استفاده می‌کنند. بودجه‌ای را برای این کار درنظر بگیرید و از کانال‌های مختلف استفاده کنید تا بهترین فرد را شناسایی کنید.

۳- صدا و زبان بدن

خوب است با کاندیدای احتمالی تان مکالمه تلفنی داشته باشید. صدای او چطور است؟ آیا صدایی قوی دارد؟ حاکمانه حرف می‌زند؟ فروشنده‌مآبانه صحبت می‌کند؟ آیا این موارد برداشت مناسبی از شرکت‌تان ارائه می‌کند؟

رمز مدیریت موفق افراد این است که درک کنید آنها واقعا از دوران حرفه‌ای‌شان چه می‌خواهند؟ قابل اعتماد باشید، صریح باشید. فروشنده‌ها (مانند همه مردم) می‌توانند جریان‌های قابل اعتماد اطراف‌شان را شناسایی کنند

در پی تماس تلفنی، یک مصاحبه حضوری ترتیب دهید. به‌عنوان بخشی از این فرآیند، در زبان بدن تبحر پیدا کنید و بررسی کنید آیا این فروشنده اعتماد به‌نفس و ارتباط چشمی دارد یا نه. نحوه دست دادن (آیا محکم دست می‌دهد؟) و تمام ویژگی‌هایی که والدین‌تان به شما یاد داده‌اند در این جلسه نمود پیدا می‌کند. به نظر ساده‌لوحانه می‌آید، ولی باور کنید تأثیرگذار است.

۴- یادداشت تشکر

مصاحبه امیدوارکننده بود. از یک کاندیدا راضی بودید و می‌خواهید پیشنهادتان را مطرح کنید، ولی صبر کنید؛ آیا یادداشت تشکر از او دریافت کرده‌اید؟ یک نامه کاغذی عالی است ولی یک ایمیل نیز کفایت می‌کند.
هرچند هنر از یاد رفته یادداشت تشکر در عصر مجازی به فراموشی سپرده شده‌است، ولی مهم است. یک توصیه شخصی: من یک فروشنده بالقوه را استخدام نمی‌کنم مگر اینکه در مدت چند روز پس از مصاحبه، یادداشتی از او دریافت کنم.

۵- ارزش کارشناسان منابع انسانی

استخدام‌کنندگان خدمت ارزشمندی به شما ارائه می‌کنند و برای یافتن کاندیداهای مناسب وقت و انرژی زیادی صرف می‌کنند. با این‌حال، پیش از اینکه کارشناس منابع انسانی‌تان را به این کار بگمارید، باید شروط جبرانی‌تان را مشخص کنید تا طرح پرداختی‌تان را درک کند (یعنی اینکه اگر این فروشنده در مدت چندین هفته یا چندین ماه برای شرکت کاری انجام ندهد چه اتفاقی خواهد افتاد). کارشناسان منابع انسانی پیدا کنید که در حرفه شما تخصص دارند؛ هرچه درباره بازیگران این عرصه بیشتر بدانید شاهد تفاوت بیشتری در یافتن استعدادهای جدید برای شرکت‌تان خواهید بود.

۶- فروشنده فعلی و کارکنان

بازاریابی کلامی بهترین شیوه بازاریابی برای شرکت‌تان است. فروشنده شاد دوست دارد داستانش را درباره محیط کاری عالی این شرکت، طرح‌های تشویقی فوق‌العاده و محیط کاری قوی، با دیگران به اشتراک بگذارد. اگرچه ضرورتا این‌گونه نیست، ولی پاداش یک تا ۵ میلیون تومانی برای یافتن یک فروشنده خوب می‌تواند انگیزه خوبی برای کارکنان شرکت باشد تا فرد مستعدی را به شرکت وارد کنند.

۷- آماده‌سازی

«پیش از آنکه تشنه شوید به‌دنبال آب باشید.» – ست گودین
وقتی نوبت به فرآیند استخدام می‌رسد این جمله گودین کاملا بجا است. استخدام یک فرآیند فعال است، نه یک پاسخ واکنشی. قطعاً رویدادی هم نیست که تنها یک بار اتفاق بیفتد. این فرآیند باید جاری و مداوم باشد. حتی وقتی از تیم‌تان راضی هستید، لازم است آنها را مدیریت کنید، بهبود ببخشید و رشد دهید.
رمز مدیریت موفق افراد این است که درک کنید آنها واقعا از دوران حرفه‌ای‌شان چه می‌خواهند؟ قابل اعتماد باشید، صریح باشید. فروشنده‌ها (مانند همه مردم) می‌توانند جریان‌های قابل اعتماد اطراف‌شان را شناسایی کنند.

۸- بازده روی سرمایه‌گذاری استخدام

بازده روی سرمایه‌گذاری‌تان را درک کنید. ما به‌عنوان اهالی کسب‌وکار با بازده روی سرمایه‌گذاری آشنا هستیم؛ با این حال، آیا تا به‌حال از نقطه نظر یک استخدام‌کننده به این قضیه فکر کرده‌اید؟ چه مقدار پول صرف برنامه استخدامی کرده‌اید؟ چند نفر از استخدامی‌های‌تان به مدت یک سال در شرکت باقی مانده‌اند، سه سال؟ ۱۰ سال؟ چه میزان زمان و هزینه صرف آموزش فروشنده‌های جدید کرده‌اید؟

۹- معرف

چرا باید کسی که در شرکت شما مصاحبه می‌کند شما را به یک معرف بد هدایت کند؟
سعی کنید دو لایه پایین‌تر بروید. بله، نخستین معرف را خبر کنید، ولی از آن معرف بخواهید معرف دیگری معرفی کند. به این ترتیب، اطلاعات واضح‌تری دریافت می‌کنید. سوالات بهتر، پاسخ‌های بهتری به همراه دارند. درباره اینکه دوست دارید چه اطلاعاتی برای اطمینان از معرف‌ها داشته باشید به دقت فکر کنید. چه دلیلی دارد به‌دنبال سه رفرنس استاندارد باشید اگر از آنها دعوت به عمل نیاورید؟ تماس بگیرید. این کار به متقاضی اثبات می‌کند که شما در رسیدگی به امور جدی و پیگیر هستید (زیرا در ۹۹درصد موارد، این رفرنس به کارمند احتمالی‌تان می‌گوید که شما تماس گرفته‌اید).
همین! یک یا چند استراتژی استخدامی فوق را به‌کار بگیرید تا تیم فروش قدرتمندی داشته باشید. موفق باشید!

منبع: flipboard

بازاریابی خلاق

ایستگاه بازاریابی

برای بازاریابی مؤثر در منزل به چه استراتژی‌هایی نیازمندید؟

کار کردن در منزل مزایای زیادی دارد و هر کسی که در منزل کار می‌کند دلیل خاص خودش را دارد. برخی به دلیل اینکه می‌توانند از فرزندشان مراقبت کرده و پرستار بچه استخدام نکنند (با این کار پول‌شان را نیز پس‌انداز می‌کنند) یا چون دیگر مجبور نیستند روزانه برای رفتن به کار در رفت‌وآمد باشند، کار کردن در منزل را ترجیح می‌دهند. برخی نیز دوست دارند رئیس دیگری جز خود نداشته باشند.
به گزارش دیجیاتو، اگر شما نیز به هر دلیلی در منزل کار می‌کنید، باید دیگران را از آن باخبر کنید. در زیر استراتژی‌هایی که می‌تواند در این کار به شما کمک کند آورده شده است.

– شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، توییتر و اینستاگرام می‌توانند به راحتی کار شما را به همه معرفی کنند. برای درک اثر آنها کافی است به این توجه کنید که اگر دوستان یا فالوئرها، پست‌های شما را برای دیگران بفرستند به چه سرعتی می‌توانید در ذهن‌ها نقش ببندید.

– وبلاگ

حتما برای کسب‌وکارتان وبلاگ ایجاد کنید و در آن کارتان را به شکلی توضیح دهید که توجه دیگران را جلب کند. می‌توانید در وبلاگ داستان شروع کارتان را بگویید یا محصولات‌تان را معرفی کنید. مردم از دیرباز به شنیدن داستان علاقه‌مند بودند و هستند.

– خبرنامه

اگر به دلیل وقت کم نمی‌توانید وبلاگ داشته باشید، می‌توانید همه اطلاعات گفته شده را در قالب خبرنامه بنویسید. مثلا اگر در کار گیاهان دارویی هستید، خبرنامه‌ای درباره محصولاتی که در آینده خواهید داشت منتشر کنید. اگر کارهای هنری دستی انجام می‌دهید اطلاعات مختصری درباره آن در خبرنامه بنویسید. با این کار مردمی که به حوزه کاری شما علاقه‌مندند به سمت‌تان جذب می‌شوند.

– تبلیغ

با معرفی صحیح لینک‌های دیگر سایت‌ها در صورتی‌که دیگران نیز در عوض همین کار را برای شما کنند، می‌توانید توجه زیادی را به خود جلب کنید. با دادن درصد کمی از فروش‌تان برای این تبلیغ به راحتی در دید مردم ظاهر شوید.

– تخفیف

تخفیف یکی از بهترین راه‌های جلب مشتری است. تخفیفاتی برای محصولات‌تان بگذارید، اما برای آن زمان تعیین کنید. اگر این کار را به‌طور مداوم انجام دهید مردم به بازدید از سایت‌تان عادت می‌کنند.

– کارت بازرگانی

روشی قدیمی اما مؤثر است. می‌توانید کارت‌های بازرگانی خودتان را به راحتی در مراسم‌ها، اتوبوس‌ها یا همایش‌ها پخش کنید. اگر کارت شما به درستی طراحی شده باشد حتما می‌تواند توجه مردم را به خود جلب کند.
حتما اطلاعات مربوط به کار یا محصولات، وب‌سایت و لوگوی‌تان را روی آن درج کنید. فکر نکنید که این کار از مد افتاده زیرا هنوز مردم به دلیل راحتی حمل، این کارت‌ها را در کیف پول خود نگه می‌دارند.
کار کردن در منزل چالش‌برانگیز و البته انگیزشی است، از این رو امیدواریم مواردی را که در بالا گفته شد به کار گیرید و بتوانید کار یا محصول‌تان را معروف کنید.

منبع: successstory

بررسی بیشترین حقوق‌های ورزشکاران و عوامل دستیابی به این دستمزدها

کارآفرینی در حوزه ورزش

ترجمه: علی آل‌علی

شاید صحبت از کارآفرینی در حوزه ورزش برای بسیاری از خوانندگان عجیب و نامانوس جلوه کند. در نخستین برخورد ممکن است سراغ شیوه‌های مدیریت تیم‌های ورزشی به منظور دستیابی به سود بیشتر رفته و اهمیت حوزه مدیریت ورزشی را برجسته سازیم. اگرچه مدیریت سازمان و تیم‌های ورزشی نقش انکارناپذیری در گردش مالی عظیم این صنایع دارد، با این حال حوادث اصلی در زمین مسابقه رقم می‌خورد. بر همین اساس تعجبی ندارد که شاهد دریافت حقوق‌های نجومی از سوی ورزشکاران حرفه‌ای باشیم.

اگر زمانی مبارزه گلادیاتورها در روم باستان خیل عظیمی از مردم را به سوی میدان‌های نبرد روانه می‌کرد، در حال حاضر شیوه تفریح توده مردم تغییر کرده است. اکنون افراد در استادیوم‌های ورزشی یا پشت تلویزیون خانگی‌شان مسابقات مورد علاقه خود را دنبال می‌کنند.

پرسشی که پیش از پرداختن به اسامی ورزشکاران باید مورد بررسی قرار گیرد این است که دلیل پرداخت مبالغ هنگفت از سوی باشگاه‌ها به ستارگان‌شان چیست. نخست باید توجه داشت که در سودآوری عظیم صنعت ورزش جای هیچ شک و تردیدی نیست. بر این اساس تیم‌های حرفه‌ای به دنبال درخشش و مطرح شدن در سطح جهانی هستند. خوشبختانه راه‌های زیادی برای دستیابی به این اهداف وجود دارد. یکی از راه‌ها جذب ستاره‌های حرفه‌ای هر رشته است. به‌عنوان مثال لبران جیمز، بازیکن بسکتبالی است که علاوه بر تأثیرگذاری در زمین مسابقه از نظر تبلیغات، وجهه عمومی و ارتقای روحیه جمعی تیم نیز تأثیر بسیار بالایی دارد. همه این شرایط دست به دست هم می‌دهند تا شاهد پرداخت حقوق‌های نجومی از سوی باشگاه‌ها باشیم. البته باید اشاره کرد که تنها منبع درآمد بازیکنان، حقوق دریافتی از باشگاه‌ها نیست. المان‌هایی مانند کسب‌وکارهای مستقل بازیکنان و میزان حضورشان در دنیای رسانه و مد نیز در دستمزدها نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

کریستیانو رونالدو

در صدر این فهرست یکی از بهترین بازیکنان دنیای فوتبال قرار دارد. کریستیانو رونالدو به هنگام ترک خانه برای بازی در آکادمی باشگاه اسپورتینگ شاید حتی فکر کسب موفقیت‌های کنونی را نمی‌کرد. جابه‌جایی رکورد باشگاه رئال مادرید و لیگ قهرمانان اروپا رونالدو را تبدیل به برترین گلزن تاریخ رئال و لیگ قهرمانان کرده است. شاید این عملکرد برای توجیه درآمد ۹۳ میلیون دلاری این بازیکن در سال جاری کافی باشد، با این حال رونالدوی پرتغالی حضور گسترده‌ای در عرصه مد و پوشاک نیز دارد. پایه‌گذاری برند پوشاک CR7 بخش عمده‌ای از فعالیت این بازیکن افسانه‌ای را در حوزه مد شامل می‌شود. همچنین کریستیانو به تازگی اقدام به تأسیس هتل‌های زنجیره‌ای نیز کرده است که بدون شک سطح درآمد وی را تا حد قابل توجهی افزایش خواهد داد.

لبران جیمز

بازیکن افسانه‌ای تیم کلیولند کاوالیرز افتخاراتی نظیر فتح سه عنوان NBA، کسب مدال طلای المپیک و دریافت عنوان ارزشمندترین بازیکن NBA را یدک می‌کشد. فصل گذشته کارشناس شبکه ESPN جیمز بزرگ را موتور خستگی‌ناپذیر امتیازگیری نامید. اگرچه این بازیکن سرشناس حضور به مراتب کمرنگ‌تری در حوزه مد و تبلیغات دارد، اما کسب افتخاراتی نظیر فتح سه عنوان متوالی محبوب‌ترین بازیکن NBA وی را تبدیل به قهرمان افسانه‌ای بسیاری از دوستداران این رشته ورزشی کرده است. این بازیکن ۲۰۳ سانتی‌متری با کسب ۲۷۸۱۰ امتیاز در تمام بازی‌ها یکی از نزدیک‌ترین افراد به شکستن رکورد این حوزه و بدل شدن به یگانه ستاره این حوزه است.

خرید بخشی از سهام باشگاه لیورپول و از همه مهم‌تر ثبت قرارداد مادام‌العمر با برند نایکی یکی از مهم‌ترین منابع درآمدی این بازیکن آمریکایی است. همه این عوامل لبران را با ۸۶٫۲ میلیون دلار درآمد تبدیل به نفر شماره دو این فهرست کرده است.

باید توجه داشت که در سودآوری عظیم صنعت ورزش جای هیچ شک و تردیدی نیست. بر این اساس تیم‌های حرفه‌ای به دنبال درخشش در سطح جهانی هستند که یکی از این راه‌ها جذب ستاره‌های حرفه‌ای هر رشته است

لیونل مسی

رقیب سرسخت کریستیانو رونالدو در سال‌های اخیر نه‌تنها در زمین فوتبال بلکه در دنیای تجارت نیز رقابت تنگاتنگی با رونالدو دارد. این ستاره آرژانتینی نیز مانند رقیب پرتغالی خود، بخش زیادی از درآمدش را از اسپانسرهای گوناگون تأمین می‌کند. در واقع رقابت میان این دو فوق ستاره به نوعی به منافع تجاری بزرگ‌ترین برندهای حوزه ورزشی یعنی نایک و آدیداس گره خورده است. در یک‌سو نایک از همکاری با رونالدو سود می‌برد و از سوی دیگر آدیداس تمام تلاش خود را برای تجهیز مسی به به‌روزترین محصولاتش می‌کند.

شاید حضور لیونل مسی در جایگاه سوم این فهرست با توجه به انفعال وی در حوزه کسب‌وکار خصوصی و تبلیغات مد کمی عجیب به نظر برسد. به هر حال این ستاره باشگاه بارسلونا علاقه چندانی به راه‌اندازی خط تولید پوشاک اختصاصی خود ندارد. با این حال مسی راهکار خلاقانه‌ای را برای جلب توجه رسانه‌ها و به تبع آن کسب درآمد بیشتر یافته است. این راهکار انجام اقدامات خیرخواهانه و انسان‌دوستانه بدون ایجاد حاشیه است. البته رسانه‌ها که فعالیت‌های ستاره‌های ورزشی را زیر نظر دارند نسبت به اقدامات مسی کاملا آگاه هستند و یکی از عوامل رسانه‌ای شدن اقدامات وی نیز همین است. به‌عنوان مثال مسی سرمایه‌گذاری عظیمی روی بهبود وضعیت رفاهی شهر رؤسا‌ریو (محل تولدش) کرده است. همه این موارد حقوق ۸۰ میلیون دلاری را در سال جاری میلادی برای وی به ارمغان آورده است.

راجر فدرر

دنیای تنیس پر از اتفاقات عجیب‌وغریب است. قهرمانی‌های لحظه آخری و رقابت‌های نفسگیر که ساعت‌ها به طول می‌انجامد هرساله مردم زیادی را برای تماشای گرند اسلم‌ها روانه ورزشگاه‌ها می‌کند. در مقایسه با سایر ورزشکاران در حوزه تنیس اسپانسرها اهمیت بیشتری دارند. تعداد محدود مسابقات حرفه‌ای سطح اول در طول سال که به چند گرند اسلم محدود می‌شود بازیکنان بزرگ این عرصه را به جست‌وجوی منبع تکمیلی درآمد کشانده است. همچنین راکت، پیراهن، توپ، ساعت، ساک و کفش‌های مورد استفاده این بازیکنان در طول مسابقه گزینه‌های مناسبی برای تولیدکنندگان به منظور نمایش محصولات‌شان به عموم مردم است.

یکی از مزیت‌های راجر فدرر در مقایسه با سایر تنیسورهای بزرگ محبوبیتش در خارج از اروپا و آمریکاست. در واقع بیشتر طرفدارهای این تنیسور ۳۶ساله در آسیا و آفریقا زندگی می‌کنند. این جمعیت عظیم در کنار طرفداران اروپایی و آمریکایی راجر فدرر را تبدیل به گزینه محبوب برند آدیداس و ژیلت کرده است. همین امر درآمد ۶۴میلیون دلاری در سال جاری را برای وی به ارمغان آورده است.

نکته جالب در مورد فدرر حفظ محبوبیتش در چهارگوشه دنیای به‌رغم ناکامی‌های پیاپی چند سال اخیرش است. این امر اهمیت برندسازی در حوزه ورزش و تبلیغات را به خوبی نمایان می‌سازد.

کوین دورانت

کمتر پیش می‌آید که یک ستاره ورزشی هم در زمین مسابقه عملکرد درخشانی داشته باشد و هم در دنیای تجارت هوش سرشاری از خود نشان دهد. کوین دورانت با عقد قراردادی نجومی در سال ۲۰۱۶ با گلدن استیت درآمد خود را تا حد زیادی افزایش داد. با این حال دستمزد باشگاهی تنها منبع درآمد دورانت نیست. وی همکاری نزدیکی با برندهای نایک، بیتز، مؤسسه بیمه خانوادگی آمریکا و شرکت بازی‌سازی 2K دارد. تنها قراردادی که کوین با برند نایکی برای ۱۰سال امضا کرد در حدود ۳۰۰ میلیون دلار ارزش دارد. این اقدامات هوشمندانه دورانت در خارج از زمین مسابقه به همراه انتقال جنجالی‌اش در فصل گذشته وی را با ۶۰٫۶ میلیون دلار درآمد در سال جاری به یکی از پولسازترین بازیکنان حال حاضر NBA تبدیل کرده است.

منبع: بیزینس اینسایدر

پیشنهاد کسب‌وکار

خدمات صداگذاری - کتاب‌ها، ویدئوهای یوتیوب و ویدئوهای فروش، همه نیازمند صداگذاری هستند، شما به راحتی می‌توانید بادر اختیار داشتن یک میکروفون خوب و ارتباط اینترنتی این کار را انجام دهید.

تفکر استراتژیک

برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب‌وکار (۱)

چگونه به آنجا برسیم؟

پیمان احمدی
گرایش برنامه‌ریزی استراتژیک DBA

وقتی مدیران عملیاتی «چه چیزی» (اهداف کمی و مقاصد کلان سازمان) را بدانند و درک کنند، می‌توانند با «چگونگی» (برنامه‌های جزئی عملیاتی و مالی) کنار بیایند. برنامه‌های مالی و عملیاتی به دو سوال پاسخ می‌دهند: برای رسیدن به اهداف عملکردی مبتنی بر برنامه استراتژیک، چه تاکتیک‌ها و ابتکار عمل‌هایی باید دنبال شود؟ نتایج مالی مورد انتظار حاصل از اجرای تاکتیک‌ها کدامند؟

- آیا ویژگی‌های لازم برای محصولات و خدمات ارائه شده تغییر کرده است؟ اگر چنین است، چگونه باید به این تغییرات پاسخ دهیم؟

- چه اتفاق‌هایی در صنعت و وضعیت رقبای‌مان رخ داده است که آن قدر اهمیت دارد که باید در اهداف خودمان لحاظ کنیم؟

چرا به تفکر استراتژیک نیاز داریم؟

به‌عنوان مدیر، در واحدی از سازمان کار می‌کنید و این سازمان واحدهای مختلفی دارد. هر روز تصمیم‌های متعددی می‌گیرید- تصمیم‌هایی که می‌تواند به سازمان کمک کند یا به آن آسیب بزند- و این موضوع به میزان استراتژیک بودن این تصمیم‌ها بستگی دارد. برای گرفتن تصمیمی که بهترین نتایج را برای سازمان داشته باشد، باید پیامدهای گسترده آن را در نظر داشته باشید. همچنین باید به این نکته توجه داشته باشید که همواره اطلاعات محدود و مبهمی برای تصمیم‌های پیچیده در اختیار دارید. برای تصمیم‌گیری عاقلانه‌تر، باید تفکری استراتژیک داشته باشید، اما داشتن تفکر استراتژیک یک فرآیند است و باید مهارت‌های آن را یاد بگیرید و به‌طور درستی به کار ببندید.

با تسلط بر فرآیند تفکر استراتژیک و تمرین مهارت‌های آن، به یک متفکر استراتژیک در سازمان تبدیل خواهید شد. سناریوهای مختلف و پروژه‌های مرتبط باید نسبت به امکان‌پذیری مالی، نیازمندی‌های منابع و ریسک کلی آنها ارزیابی شوند.

برنامه‌ریزی عملیاتی

یک برنامه عملیاتی، اهداف کمی و کلان استراتژیک سازمان را به مجموعه‌ای از پروژه‌ها و تاکتیک‌های واضح، تقاضاهای منابع و نتایج مورد انتظار برای چند دوره زمانی در آینده، که معمولا (اما نه همیشه) یک سال است، تبدیل می‌کند. اساسا یک برنامه عملیاتی مانند یک برنامه پروژه است که جهت تضمین تحقق بخشیدن به استراتژی یک سازمان طراحی شده است. اغلب برنامه‌ریزی عملیاتی، یکپارچه‌سازی است. استراتژی، تاکتیک‌ها را هدایت می‌کند و تاکتیک‌ها، منجر به تولید نتایج می‌شوند. به‌طور پایه‌ای، تاکتیک‌ها و پروژه‌ها تعریف شده در یک برنامه عملیاتی نیازمند ارتباط مستقیم با اهداف و مقاصد کلان کلیدی در برنامه استراتژیک هستند. اگر هیچ ارتباطی میان یک تاکتیک منفرد و یک یا چند هدف کمی یا مقصود کلان وجود نداشته باشد، مدیریت باید این سوال را مطرح کند که آیا اصلا تاکتیک و پروژه‌های مرتبط با آن واقعا مورد نیاز هستند یا خیر. متدولوژی‌های BPM برای تضمین وجود این ارتباطات هستند.

برنامه‌ریزی عملیاتی می‌تواند یا تکنیک محور یا بودجه‌محور باشد. در یک برنامه تاکتیک محور، تاکتیک‌ها برای دستیابی به اهداف کمی و مقاصد کلان موجود در برنامه استراتژیک، پایه‌گذاری شده‌اند. برعکس، در یک برنامه بودجه محور، یک برنامه مالی یا بودجه‌ای پایه‌ریزی شده است که به ارزش‌های مالی مورد نظر منجر می‌شود. سازمان‌هایی که بر مبنای به روش‌ها عمل می‌کنند، از برنامه‌ریزی عملیاتی تاکتیک‌محور استفاده می‌کنند. این بدان معناست که آنها فرآیند برنامه‌ریزی عملیاتی را با تعریف پروژه‌ها و تاکتیک‌هایی که می‌توانند جهت رسیدن به یک هدف به‌خصوص مورد استفاده قرار گیرند، آغاز می‌کنند. به‌عنوان مثال، اگر یک کسب‌وکار، یک رشد ۱۰درصدی در حاشیه سود (نسبت تفاوت میان درآمد و هزینه‌ها تقسیم بر درآمد) را هدف قرار دهد، ابتدا مشخص خواهد کرد که برای افزایش حاشیه سود آیا توسط افزایش درآمد برنامه‌ریزی کند یا با کاهش هزینه‌ها یا از طریق ترکیبی از این دو، حاشیه سود را افزایش دهد. اگر بر درآمد تمرکز کند، این سوال مطرح می‌شود که آیا برای ورود به بازارهای جدید برنامه‌ریزی کند یا فروش خود را ارتقاء دهد یا محصولات جدیدی عرضه کند، یا ترکیبی از اینها را اعمال کند.

شناسایی اهداف بالقوه

به‌طور منظم (به‌طور معمول در بیشتر سازمان‌ها یک یا دو بار در سال) فعالیت‌های مختلف واحد و نقش گروه‌های کاری را مرور کنید. به دنبال فرصت تعیین اهداف در حوزه‌هایی باشید که بیشترین اثر را داشته باشند. اعضای تیم را جمع کنید تا درباره اهداف بالقوه واحد فکر کنید. پرسش‌های زیر می‌تواند به کشف اهداف کمک کند.

- چه اقدام‌هایی برای حمایت و حرکت در راستای استراتژی شرکت باید انجام بدهیم؟ آیا استراتژی شرکت تغییر کرده است؟ اگر چنین است، این تغییر چه اهدافی را به ما توصیه می‌کند؟

-چه استانداردهایی را باید در انجام کارهایمان رعایت کنیم؟

- چه بهبودهایی در بهره‌وری و کارآمدی واحد، آثار مثبتی بر کل سازمان خواهد داشت؟

- چه مزایایی را می‌خواهیم به مشتری‌های‌مان عرضه کنیم؟ چه چیزهایی باید به آنها بدهیم تا رقابتی‌تر بشویم یا همچنان رقابتی باقی بمانیم.

نکته: کارهای با اولویت را زمان‌بندی کنید. فعالیت‌های مهم و استراتژیک را در برنامه زمانی خود بگنجانید، بنابراین برنامه شما با وظایف و جلسات حاشیه‌ای پر نمی‌شود.

به یاد داشته باشید که برخی وظایف ضروری هستند، اما برای پشبرد اهداف ما اهمیتی ندارند. برای نمونه، باید گزارشی تا پایان روز ارائه بشود (ضروری و فوری) اما تکمیل به موقع آن نقش اندکی در اهداف گروه شما دارد (غیر مهم). اگر به انجام وظایف ضروری اما غیرمهم بپردازید این خطر وجود دارد که اقدام‌های استراتژیک ارزشمند در حاشیه قرار بگیرند.

با شناسایی فعالیت‌های با اولویت بالا، راحت‌تر می‌توانید تصمیم بگیرید چگونه از زمان خود استفاده کنید، بر چه وظایفی تمرکز کنید و به چه ترتیبی آن را انجام بدهید. می‌توانید کارهای خود را به چند بخش تقسیم کنید. تصمیم بگیرید کدام بخش را امروز، فردا، هفته بعد یا ماه بعد انجام بدهید. با این روش، راحت‌تر می‌توانید متوجه شوید کدام کارها کمتر استراتژیک هستند و می‌توانید به سایر اعضا واگذار کنید یا به‌طور کلی آنها را کنار بگذارید.

از «کاربرگ اولویت‌بندی اقدام ها» در بخش نکات و ابزارها برای این گام تفکر استراتژیک استفاده کنید. نحوه اولویت‌بندی اقدام‌ها، بعد دیگری از به کار گرفتن مهارت‌های تفکر استراتژیک است. در هر موقعیت کسب‌وکار- مدیریت پروژه، برنامه‌ریزی کارهای روزانه، گرفتن یک تصمیم، یا حل یک مشکل- زمان و انرژی زیادی می‌تواند صرف شمار زیادی از کارها بشود. دو شیوه اولویت‌بندی برای اقدام‌ها وجود دارد؛ تعیین مهلت‌های زمانی و در نظر داشتن تصویر جامع.

ادامه دارد...

۱۰ تکنیک روان‌شناسی قیمت‌گذاری که باید بدانید

برای قیمت‌گذاری محصول اصول مختلفی بیان شده است و در اینجا ما از تکنیک‌های روان‌شناسی برای قیمت‌گذاری محصول سخن می‌گوییم. قیمت‌گذاری استراتژیک بحثی جدید در آمیخته بازاریابی است. تا مدتی پیش در بسیاری از شرکت‌ها بخش حسابداری را مسئول تعیین قیمت می‌دانستند و این بخش قیمت را بر پایه هزینه‌های داخلی و سطح مطلوبی از سود قرار می‌داد، ولی امروزه با آشکار شدن نقش فوق‌العاده قیمت در تعیین موفقیت فعالیت بازاریابی، قیمت را بعد از محصول (product) دومین عاملی دانسته‌اند که بازاریابان باید روی آن نظارت کنند.

اما نکته ناراحت‌کننده این است که بسیاری از افراد فعال در حوزه قیمت‌گذاری محصول از اصول این قیمت‌گذاری آگاهی کافی ندارند و نمی‌دانند دقیقا چه کارهایی باید انجام دهند.

در ادامه به نقل از بازده، ۱۰ تکنیک روان‌شناسی قیمت‌گذاری آمده است.

۱. قیمت‌گذاری مقایسه‌ای محصولات

قیمت‌گذاری مقایسه‌ای عبارت است از مقایسه قیمت محصولات رقبا و تعیین قیمتی در همان محدوده برای محصولات برند خود. گاهی اوقات از این استراتژی با عنوان قیمت‌گذاری رقابتی یا competitive pricing هم یاد می‌شود.

طبق تحقیقات انجام گرفته توسط دانشگاه استنفورد، افراد به‌طور معمول عادت به مقایسه قیمت محصولات مختلف در قبال ارزش دریافتی از آنها دارند. به گفته این محققان، مشتریان مقایسه قیمت را به دلیل ترس از فریب خوردن و به منظور کم کردن این ریسک انجام می‌دهند و از این رو قیمت‌گذاری مقایسه‌ای از سوی شما، می‌تواند آنها را متقاعد به خرید کند.

البته باید توجه داشت که تعیین قیمت‌های بسیار پایین برای محصولات، اشتباه بزرگی است که می‌تواند شانس شما را برای متقاعدسازی مشتری از بین ببرد، چرا که اگر قیمت محصولات شما بسیار پایین‌تر از رقبای‌تان باشد مشتریان بالقوه را نسبت به برند شما بی‌اعتماد خواهد کرد.

حال که می‌دانید مقایسه کردن بخشی از مکانیزم ذهنی مشتری است و پایین آوردن بیش از حد قیمت نیز برند شما را بی‌اعتبار می‌سازد، نکته‌ای که همواره باید به آن توجه داشته باشید این است که شما در کلاس قیمتی انتخاب شده برای محصولات خود باید ارزش‌هایی را به مشتریان خود ارائه کنید که در جدال مقایسه با سایر محصولات و برندها، برند شما را منحصر به فرد ساخته و مشتری را در مورد هزینه پرداختی در قبال دریافت این ارزش متقاعد کند.

۲. محدود کردن گزینه‌ها

محدود کردن گزینه‌ها باعث مقابله با فلج تحلیلی می‌شود. فلج تحلیلی زمانی به وجود می‌آید که تعداد گزینه‌ها باعث شود در فرد برای انتخاب یکی از آنها آشفتگی به وجود آید و نتواند یکی را انتخاب کند. در آزمایشی که در دانشگاه ییل انجام شد از شرکت‌کنندگان خواسته شد که یا یک بسته آدامسی را که به آنها ارائه شده بود بخرند یا پول خود را نگه دارند. تنها ۴۶درصد از افراد تصمیم به خرید آدامس گرفتند.

زمانی‌که دو بسته آدامس با قیمت‌های متفاوت به آنها ارائه شد این آمار به ۷۷درصد افزایش یافت. همین آزمایش برای تعداد بیشتری از بسته‌های آدامس نیز انجام شد، ولی تغییر قابل ملاحظه‌ای مشاهده نشد.

۳. توصیف مناسب محصول

به شکل کلی عوامل محیطی و محتوای عبارت‌های توصیفی به کار رفته در معرفی محصول می‌تواند تأثیر به سزایی روی ذهنیت مشتری از میزان مناسب بودن قیمت آن داشته باشد. برای نمونه اگر محصول یکسانی در دو فروشگاه مختلف با قیمت‌های متفاوتی به فروش برسد، اما به دلیل شیک و لوکس بودن یکی از آنها قیمت بالاتری روی محصولات گذاشته شود کسی به این قیمت مازاد اعتراض نکرده و حتی بسیاری از افراد رغبت بیشتری به خرید این محصول پیدا می‌کنند.

بنابراین حین قیمت‌گذاری باید به ویژگی‌های محیطی توجه کرده و همچنین از عبارات صحیحی برای توصیف محصول استفاده شود، بنابراین شرایط محیطی و استفاده از عبارات توصیفی مناسب در مورد محصولات و خدمات خود را حتما در قیمت‌گذاری آنها لحاظ کنید.

۴. استفاده از قانون وبر

اجازه دهید قانون وبر را با ذکر یک مثال توضیح دهیم. اگر یک وزنه یک کیلوگرمی را به یک وزنه سه کیلوگرمی بیفزاییم تفاوت وزن ایجاد شده به خوبی حس می‌شود، اما اگر همان وزنه یک کیلوگرمی را به وزنه صد کیلوگرمی اضافه کنیم تفاوت محسوس نخواهد شد. به عبارت دیگر، نسبت دو محرک به یکدیگر است که در تشخیص تفاوت اهمیت دارد. این پدیده را قانون وبر خوانده‌اند، زیرا نخستین بار توسط وبر دانشمند فیزیولوژیست آلمانی بیان شد.

اما این قانون چه کاربردی در قیمت‌گذاری دارد؟ براساس قانون وبر، یکی از فعالیت‌های مهم واحد بازاریابی در قیمت‌گذاری محصولات یا خدمات درصدی را پیدا کند که موجب واکنش منفی مصرف‌کنندگان نشود و برای کاهش قیمت محصولات در مواردی همچون تخفیف دادن یا جایزه به دنبال عددی باشد که برای مصرف‌کننده معنادار باشد و تفاوت آن را به صورت ملموس احساس کند.

۵. پایین آوردن قیمت بدون کاهش کیفیت

از آنجا که در بسیاری موارد قیمت مهم‌ترین فاکتور انتخاب مشتری در کلاس‌های مشابه محصولات است، دغدغه پایین‌تر آوردن قیمت همواره از اولویت‌های مدیران است. یکی از روش‌های رایج در بسیاری از کسب‌وکارها برای پایین آوردن قیمت، علی‌الخصوص در ابتدای کار نیز کاهش بهای تمام شده محصول از طریق کاهش کیفیت مواد اولیه به‌کار رفته در آن است.

نکته اینجاست که هر چند ممکن است هنگام خرید محصول، در ابتدا قیمت پایین‌تر توجه مشتری را به خود جلب کند، اما این کیفیت محصول است که سبب وفاداری مشتری به برند شما می‌شود. توجه به کیفیت به نوعی سرمایه‌گذاری بلندمدت برای برندها محسوب می‌شود و طرفداران آنها را روز به روز بیشتر می‌کند، لذا باید در زمان قیمت‌گذاری محصولات سوددهی بلندمدت در نظر گرفته شود.

در چنین دیدگاهی کاهش قیمت از طریق کم کردن سطح کیفی محصول شاید چندان هوشمندانه و عقلایی نباشد.

یکی از موارد دیگری که تمرکز بر آنها جایگزین مناسبی برای کاهش کیفیت خواهد بود، هزینه‌های جانبی محصولات است. به‌عنوان مثال چنانچه بتوانید هزینه نگهداری و تعمیر و سایر هزینه‌های جانبی را تا حدودی کاهش دهید به قیمت‌گذاری متعادلی خواهید رسید که تمایل بیشتری را برای خرید در مشتری ایجاد خواهد کرد.

۶. ایجاد تنوع هدفمند در قیمت

تحقیقات انجام شده حاکی از آن است که داشتن تنوع در قیمت و اندازه محصولات حاوی اثرات روانی معناداری در رفتار خرید مشتریان مؤثر بوده و به‌طور مشخص افراد در زمان مواجهه با تنوع بیشتر مجذوب محصولاتی با قیمت و اندازه متوسط می‌شوند.

به‌عنوان مثال، طبق آزمایش انجام شده وقتی محصولی در دو سایز بزرگ و متوسط ارائه شود میزان فروش محصول بزرگ بیشتر از سایز متوسط است، اما اگر همین محصول در سایز کوچک، متوسط و بزرگ ارائه شود گرایش مردم به خرید سایز متوسط محصول بیشتر خواهد بود.

نتیجه‌گیری هوشمندانه از این پدیده آن است که در زمان تصمیم‌گیری برای تدارک بسته‌های مختلف محصول، قیمت‌گذاری آنها به صورت هدفمند و با رویکرد هدایت مشتری به سمت تصمیمی که در ذهن خود دارید به انجام برسد. به بیان دیگر اگر هدف شما آن است که خرید محصول در محدوده قیمتی A به انجام برسد تعریف دو بسته محصول با پیشنهاد قیمتی بالاتر و پایین‌تر از آن می‌تواند مشتری شما را به سمت تصمیمی که دلخواه شماست هدایت کند.

۷. توجه به مشتری هدف و توان پرداخت او

فارغ از محصولی که آن را به فروش می‌رسانید، شما همواره با سه دسته از مشتریان از حیث توان مالی مواجه هستید:

- افرادی که درآمد کمی دارند و نمی‌توانند هزینه زیادی برای خرید محصولات شما اختصاص دهند.
- افرادی که درآمد متوسطی دارند و گاهی محصولات شما را خریداری می‌کنند.
- افرادی که درآمد بالایی دارند و می‌توانند هزینه زیادی برای خرید محصولات شما در نظر بگیرند.

تجربه متعارف گویای این واقعیت است که تنها تعداد محدودی از افراد هستند که محصولات گران‌قیمت را می‌خرند و بیشتر آنها افراد محافظه‌کاری هستند که حاضر نیستند هزینه زیادی برای خرید محصولات بپردازند. به بیان دیگر تعداد افراد در دسته اول بیش از دسته دوم و تعداد افراد در دسته دوم بیشتر از دسته سوم است.

نکته مهم آن است که در زمان تعیین قیمت به‌عنوان یکی از المان‌های کلیدی از آمیخته بازاریابی، ضروری است تا توان مالی و قدرت خرید مشتریان بالقوه در بازار هدف خود را سنجیده و با قیمت پیشنهادی تطابق دهید تا از تناسب کافی بین این دو اطمینان حاصل شود.

۸. استفاده از قیمت‌های غیررند

یکی از مواردی که تأثیر روانی چشمگیری روی مشتری شما خواهد داشت عدم استفاده از قیمت‌های رند در مورد محصولات است. اثرات این موضوع از چند جنبه مهم قابل بررسی است:

- نخستین نکته در مورد عدم قیمت‌گذاری رند تلقین روانی این موضوع به مشتری است که قیمت براساس محاسبات پیچیده انتخاب شده و بدون پشتوانه یا اصطلاحا «سر سری» نیست.
- نکته دوم اینکه معمولا در مقایسه بین دو محصول مشابه حتی کمترین اختلاف قیمت نیز می‌تواند منجر به تغییر در تصمیم مشتری شود. یعنی گاهی اوقات چند واحد پول پایین‌تر موجب افزایش فروش شما در مقابل رقبای‌تان خواهد شد.
- و در نهایت اینکه اگر چه بین ۱۰۰۰ تومان و ۹۹۹ تومان تفاوت تنها یک تومان است، اما اولی یک قیمت چهار رقمی است و دومی یک قیمت سه رقمی! همچنین ذهن مشتری قیمت اول را هزار تومان و دومی را نهصد و خرده‌ای (!) تومان برداشت می‌کند. به بیان ساده‌تر، همین فاصله یک تومانی در ذهن مشتری نمودی بسیار بزرگ‌تر از ارزش واقعی خود پیدا خواهد کرد.

۹. کاهش احساس منفی پس از خرید

نوروا کونومی به ما می‌گوید که مغز انسان به ترتیبی برنامه‌ریزی شده که خرج کند تا زمانی‌که برایش احساس درد به وجود آید. به عبارتی مرز بین خریدن و نخریدن جایی است که درد احساس شده از سود ادراک شده بیشتر می‌شود. محققان برای اینکه درد ناشی از خرید کردن کاهش و خشنودی پس از خرید افزایش یابد، راه‌هایی را به بازاریابان و فروشندگان پیشنهاد می‌کنند.

یکی از این راه‌ها ارائه چارچوبی برای ارزش محصول در برابر هزینه آن است که برای مشتری جذابیت بیشتری داشته باشد. شکستن قیمت به ماه و روز به جای بیان هزینه سالانه می‌تواند نمونه‌ای از تغییر چارچوب باشد. برای مثال اگر استفاده از خدمات شما برای مشتری سالانه ۶۰۰هزار تومان هزینه دارد، به جای بیان این عدد می‌توانید به او بگویید که برای هر ماه فقط کافی است ۵۰هزار تومان بپردازید یا اینکه هزینه هفتگی استفاده از خدمات شما کمتر از ۱۵هزار تومان است.

۱۰. استفاده از کلمات مناسب برای تهییج مشتری

استفاده درست از کلمات در تبلیغات نیز اهمیت فراوانی دارد. برای مثال به جای «۵ هزار تومان» گفتن «تنها ۵ هزار تومان» روی فروش تأثیرگذار خواهد بود. فروش محصولات به صورت یک بسته (باندل) نیز از استراتژی‌هایی است که در رفتار خرید مشتری تأثیر مثبت می‌گذارد.

منبع: فوربس

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۲۸۲۱۵۰۰۰۳۹شعبه ۵شورای حل اختلاف شهرستان قزوین تصمیم نهایی شماره ۹۶۰۹۹۷۲۸۲۱۵۰۰۳۸۶ خواهان :آقای رضا پور کاظم خرشتمی فرزند علی به نشانی قزوین –مینودرالهیه پ ۱۷ خوانده :آقای رضا مرادی فرزند نوروز به نشانی خواسته :مطالبه وجه چک گردشکار :خواهان دادخواستی به خواسته فوق به طرفیت خوانده به شورای حل اختلاف شهر قزوین تقدیم داشته که به این شعبه ارجاع ،پس از ثبت پرونده به کلاسه فوق واجرای تشریفات قانونی در وقت جلسه شعبه پنجم شورای حل اختلاف قزوین بتصدی امضاکننده ی زیر تشکیل است پس از بررسی اوراق پرونده واخذ نظریه کتبی مشورتی اعضا محترم شورا ختم دادرسی را اعلام وبا استعانت از خداوند متعال به شرح زیر مبادرت به صدور وانشاء رای می نماید.

« رای قاضی شورا »

درخصوص دعوی خواهان رضاپور کاظم خرشتمی فرزندعلی به طرفیت خوانده رضا مرادی فرزند نوروز به خواسته مبلغ ۲۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال وجه چهار فقره چک بانکی به شمارگان ۲۵۵۳۴۸۷-۲۵۵۳۴۸۸-۴۴۲۹۷۱-۴۴۲۹۷۰ازحساب جاری به‌شماره‌های ۱۷۷۴۲۷۶۹۳-۹۲۰۱۲۰۲۵۲۴۶۹۱ عهده‌بانک های رفاه کارگران وسامان بااحتساب خسارت دادرسی وتاخیر تادیه بدین شرح که خواهان مدعی شده به موجب چهار فقره چک فوق مبلغ ۲۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال از خوانده طلبکار می باشده مشارالیه بلوصف مراجعات متعدد از تادیه دین خودامتناع می نماید شورابا عنایت به خواسته مطروحه ومداقه درمفاد مدلول چک های موصوف که برطبق مقررات قانونی صادر شده وعلی الاصول وجودبدهکاری آن دربد خواهان ظهوردراشتغال واستمرار ذمه خوانده واستحقاق خواهان درمطالبه وجه آن دارد واز آن جایی که خوانده دعوی با وصف ابلاغ قانونی از طریق نشراگهی درجلسه دادرسی حاضرنشدهولایحه دفاعیه‌ای نیزبه‌این مرجع تقدیم ننموده‌وبدین ترتیب‌مستندات‌دعوی‌وخواسته‌مطروحه‌مصون‌ازهرگونه‌ایرادوتعرض خوانده باقی مانده از این روشورا باتوجه به مراتب مطروحه دعوای خواهان راوارد وثابت دانسته‌وبااستنادبه‌مواد۱۹۸و۵۱۵و۵۱۹و۵۲۲ازقانون آیین دادرسی دادگاههای عمومی وانقلاب در امورمدنی وتبصره الحاقی به ماده ۲ قانون صدور چک مصوب ۱۳۷۶ مجمع تشخیص مصلحت‌نظام‌وماده‌واحده‌استفساریه‌تبصره‌مذکورومواد۳۱۰و۳۱۳ازقانون تجارت و مواد۹و۲۷ از قانون شوراهای حل اختلاف خوانده رابه پرداخت ۲۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به‌عنوان اصل خواسته و ۷۵۵۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی وپرداخت هزینه انتشار آگهی در روزنامه کثیر الانتشار طبق تعرفه درحق خواهان محکوم واعلام می دارد که اجرای احکام شورا مکلف است که خسارت تاخیر تادیه چک فوق الذکر را از تاریخ سررسیدآن مورخ ۸۵/۵/۳۰–۸۵/۵/۲۰–۸۵۴/۲۸–۸۵۴/۲۲–۸۵۴لغایت‌اجرای حکم‌برطبق شاخص بانک مرکزی محاسبه واز خوانده اخذودرحق خواهان ایصال نمایدرای صادره غیابی بوده وظرف مدت بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در همین شعبه وپس از گذشت مدت مذکور ظرف بیست روز قابل تجدید نظرخواهی نزد محاکم محترم عمومی حقوقی قزوین می باشد./

قاضی شعبه پنجم شورای حل اختلاف شهرستان قزوین -مهدی کلانتری

آگهی مزایده نوبت اول فروش اموال غیر منقول

بشرح کلاسه پرونده ۹۵۲۴۲۸اجرای احکام مدنی شورای حل اختلاف شهرستان تاکستان به موجب اجرائیه صادره از این دادگاه محکوم علیه آقای محمد طاهرخانی اقایی فرزند نورالله محکوم است به پرداخت ۱۳۰۰۰۰۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته ومبلغ ۳۸۰۰۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی و حق الوکاله در حق محکوم له علیرضا رحمانی فرزنداحمدعلی به وکالت فاطمه طاهرخانی نظر به اینکه محکوم به توسط محکوم علیه در حق محکوم له کارسازی نگردیده است وبه استناد به توقیف پلاک ثبتی شماره ۲۶۵۴ فرعی از یک اصلی بخش ۸ قزوین که عبارت است از دو سهم مشاع از دوازده سهم ششدانگ یک قطعه زمین واقع در تاکستان منطقه خربزه جالیزگاه بصورت باغ انگور بارده و دارای یک باب الونک دو طبقه سیمانی بمساحت حدود ۱۲ متر مربع مجموعا ۲۴ متر مربع است ملک مورد بازدید طبق اظهار مالک از چاه اب موسوم به چاه اب خربزه جالیزگاه معروف به چاه رضا بخش دارای حقابه است و سیستم ابیاری باغ از چاه فوق بصورت قطره ای می باشد متعلق به شخص ثالث نورالله طاهرخانی اقائی فرزند هیبت اله در ر استای استیفا محکوم به و باتوجه به ارزیابی کارشناسی از قرار هر متر مربع ۷۰۰۰۰ ریال و در مجموع به قیمت معادل ۲۳ میلیون و سیصد و سی هزار تومان از طریق مزایده در تاریخ ۹۶/۸/۱۰ ساعت ۱۱ الی ۱۲ از ماخذ کارشناسی بفروش می رسد که هر کس بالاترین قیمت از ماخذ کارشناسی را اعلام نماید برنده مزایده شناخته شده و فی المجلس باید ده درصد پیشنهادی را نزد صندوق سپرده دادگستری تودیع و مابقی را ظرف دو هفته تا نسبت به انتقال سند به نام خریدار اقدام شود لازم به ذکر است در صورت انصراف خریدار ده درصد مذکور به نفع دولت ضبط خواهد شد طرفین نیز می توانند در مزایده شرکت نمایند محل مزایده نیز دفتر اجرای احکام مدنی تاکستان خواهد بود

مدیر دفتر اجرای احکام مدنی شورای حل اختلاف شهرستان تاکستان

۷۰۲

آگهی حصر وراثت

سپهبار اتش سودا دارای شناسنامه شماره ۷۸ به استنادشهادتنامه و گواهی فوت و فتوکپی شناسنامه ورثه درخواستی به شماره ۸۵ تقدیم این شورا نموده و چنین اشعار داشته که شادروان نیما اتش سودا به شماره شناسنامه ۴۲۴۰۵۴۵۸۲۱ در تاریخ ۹۶/۷/۶ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به سپهبار اتش سودا ف ولی ش ش ۷۸ ت ۵۰/۸/۹ ش م ۴۲۵۰۲۹۴۵۵۲ ص از کهگیلویه ولی متوفی و زینب بازرگانی نسب ف فایز ش ش ۶۱۶ ت ۵۸/۷/۱ ش م ۴۲۵۰۲۱۱۶۹۱ص از کهگیلویه مادر متوفی و امید اتش سودا ف سپهبار ش ش اختصاصی متولد ۸۵/۱۱/۲۹ ش م ۴۲۴۰۶۵۱۰۱۸ ص از کهگیلویه برادر متوفی وسینا نام پدر سپهبار ش ش ۸۸۲ ت ت ۹۳/۲/۱۳ ش م ۴۲۴۰۸۵۷۵۸۹ص از کهگیلویه برادر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک مرتبه آگهی می گردد تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورای حل اختلاف سرفاریاب تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد

رئیس شورای حل اختلاف سرفاریاب سید هدایت اله خشنودی

۶۶۰

آگهی درخواست انحصار وراثت

به اطلاع می رساند زهرا شکوهیان دارای سند سجلی ۲۶۲-۱۳۵۲ درخواستی به خواسته صدور گواهی انحصار وراثت تقدیم شورای حل اختلاف دهدشت نموده که به کلاسه ۱-۹۶۰۹۹۸۷۴۲۸۱۰۰۵۵۹ ثبت شعبه اول شورا گردیده وطی آن اظهار نموده که مرحوم علی رحیم روان فرزند علی نقی در تاریخ ۹۶/۷/۷ به رحمت ایزدی پیوست ورثه حین الفوت وی عبارتند از زهرا شکوهیان ف یدالله ش ش ۲۶۲-۱۳۵۲ همسر متوفی ومحمد ابخون ف راه علی ش ش ۱۱۰-۱۳۲۲ مادر متوفی و نوروز روان ف علی رحم ش ش ۶۰۰۰۰۳۶۲۹۹-۱۳۶۹ فرزند متوفی و بهروز روان ف علی رحم ش ش ۶۴۷۵-۱۳۶۷ فرزند متوفی و فرشید روان ف علی رحم ش ش ۶۴۷۰۴۲۳۰۲۱-۱۳۷۲ فرزند متوفی و بهنام روان ف علی رحم ش ش ۶۰۰۰۰۱۱۱۱۳-۱۳۶۹ فرزند متوفی و محمد روان ف علی رحم ش ش ۴۲۴۰۴۲۴۶۹۰-۱۳۶۷ فرزند متوفی و احمد رضا روان ف علی رحم ش ش ۶۰۰۰۱۹۸۵۷۴-۱۳۷۹ فرزند متوفی و فرزاد روان ف علی رحم و یکتا روان ف علی رحم ش ش ۴۲۴۰۶۶۱۸۴-۱۳۸۶ فرزند متوفی ولاغیر اینک با انجام تشریفات مقدماتی و به استناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی مراتب را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد

رئیس شورای حل اختلاف شماره یک دهدشت

۶۶۳

د ادنامه

خواهان بهتاش عزیزی ف غضنفر به نشانی استان کهگیلویه وبویر احمد شهرستان کهگیلویه شهر دهدشت امام خمینی جنوبی خوانده ابراهیم پور مند ف اسماعیل به نشانی کهگیلویه و بویر احمد مجهول المکان خواسته اعسار از پرداخت هزینه دادرسی

رای دادگاه

در خصوص دعوی خواهان بهتاش عزیزی ف غضنفر به طرفیت خوانده ابراهیم پورمند ف اسماعیل به خواسته اعسار از هزینه دادرسی در مرحله بدوی پرونده کلاسه ۹۶۱۹۲۰۰۳۴۰ شعبه دوم دادگاه عمومی حقوقی دهدشت با عنایت به مفاد دادخواست تقدیمی شهادت نامه تقدیمی از سوی خواهان موده ای گواهی گواهان که همگی حاکی ازعدم تمکن مالی خواهان از پرداخت هزینه دادرسی می باشد و اینکه خوانده دلیل معارضی مبنی بر عدم پذیرش دلایل خواهان و گواهی گواهان به دادگاه ارائه ننموده لذا دعوی خواهان راوارد وثابت تشخیص و مستندا به ماده ۵۰۶-۵۰۷ ق ا د م حکم به معافیت موقت خواهان از پرداخت هزینه دادرسی مرحله بدوی صادر واعلام می داردر ای صادره حضوری و ظرف بیست روز پس از ابلاغ قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم محترم تجدیدنظر مرکز استان کهگیلویه و بویر احمد می باشد

دادرس شعبه دوم دادگاه عمومی حقوقی د هدشت

۶۵۹

آگهی مزایده وفروش اموال غیر منقول نوبت دوم موضوع پرونده ۹۶۰۵۱۸ شعبه اول اجرا

نظر به اینکه بموجب پرونده اجرائی فوق محکوم علیه تاج الدین گنجی فرزند خداخواست محکوم به پرداخت ۲۲۹۱۳۱۷۰۸ ریال بابت اصل خواسته و هزینه تاخیر تادیه در حق محکوم له و مبلغ ۳۷۷۴۷۸۹۶ ریال بابت هزینه دادرسی که از اموال محکوم علیه یک قطعه زمین به ادرس سه راه جاده طولیان سر فاریاب که براساس نقشه J.P.S۲۵۳۵ متر مربع می باشد با حدود اربعه شمال به زمین آقای عبدالمجید ولایتی جنوب به زمین محور دهدشت سرفاریاب شرق به زمین علی حسین فروزنده غرب به باقی مانده زمین محکوم علیه و خط لوله گاز که جدیدا به ایستگاه تقویت گاز متصل می شود محمود وموقعیت دارد و از زمینهای کشاورزی طولیان که کاربری زراعی دارد و فاقد سند ثبتی است که من حیث المجموع قیمت کل زمین ۲۷۸۸۵۰۰۰۰ ریال و در قبال بدهی محکوم علیه معرفی توقیف و در تاریخ ۹۶/۸/۷ ساعت ۱۰ صبح در دفتر دادگاه به فروش می رسد قیمت ملک به مبلغ مذکور طبق نظر کارشناس اعلام گردیده ملک متعلق به شخص می باشد که بیشترین قیمت را پیشنهاد نماید متقاضیان پنج روز قبل از تاریخ فوق الذکر می توانند ملک را مشاهده نمایند

دادرس شعبه اول اجرای احکام مدنی دادگستری دهدشت مسعود مرادی

۷۰۰

آگهی درخواست انحصار وراثت

به اطلاع می رساند اقای مهدی همت زاده دارای سند سجلی ۱۵۸۰-۱۳۶۵ درخواستی به خواسته صدور گواهی انحصر وراثت تقدیم شورای حل اختلاف دهدشت نموده که به کلاسه ۱- ۹۶۰۹۹۸۷۴۲۸۱۰۰۵۶۶ ثبت شعبه اول شورا گردیده وطی آن اظهار نموده که مرحوم لحاک همت زاده فرزند علی در تاریخ ۹۴/۱۲/۲۷ به رحمت ایزدی پیوست ورثه حین الفوت وی عبارتند از نازی رضائی ده گرد ف علی حسین ش ش ۴۴۲-۱۳۲۵ همسر متوفی و مهدی همت زاده ف لحاک ش ش ۱۵۸۰-۱۳۵۶ فرزند متوفی و شهباز همت زاده ف لحاک ش ش ۱۵۸۲-۱۳۵۹ فرزند متوفی و کاظم همت زاده ف لحاک ش ش ۱۵۸۳-۱۳۶۰ فرزند متوفی و سلطنت همت زاده ف لحاک ش ش ۱۵۸۱-۱۳۵۸ فرزند متوفی ولاغیر اینک با انجام تشریفات مقدماتی و به استناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی مراتب را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد

رئیس شورای حل اختلاف شماره یک دهدشت

۶۶۲

آگهی درخواست انحصار وراثت

به اطلاع می رساند اقای صالح شفائی دوک دارای سند سجلی ۳۶۳-۱۳۵۴ درخواستی به خواسته صدور گواهی انحصار وراثت تقدیم شورای حل اختلاف دهدشت نموده که به کلاسه ۱- ۹۶۰۹۹۸۷۴۲۸۱۰۰۵۶۴ ثبت شعبه اول شورا گردیده وطی آن اظهار نموده که مرحومه فلک ناز شفائی دوک فرزند شعبان در تاریخ ۸۰/۷/۲۴ به رحمت ایزدی پیوست ورثه حین الفوت وی عبارتند از شعبان شفائی زاده ف علی شیر ش ش ۸۸-۱۳۰۶ پدر متوفیه و ماهی جان شفائی دوک ف عبدالحسن ش ش ۶۶-۱۳۱۵ مادر متوفیه و صالح شفائی دوک ف صدراله ش ش ۳۶۳-۱۳۵۴ فرزند متوفیه و رعنا شفائی دوک ف صالح ش ش — ۱۳۸۰ ولاغیر اینک با انجام تشریفات مقدماتی و به استناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی مراتب را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد

رئیس شورای حل اختلاف شماره یک دهدشت

۶۶۱

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

کلاسه پرونده ۹۶۰۴۰۳ شعبه ۱۴ شورای حل اختلاف گرگان بدینوسیله به آقایان مجتبی ذوالفقاری دهکردی فرزند علی یار و محمد صفری هفشجانی فرزند علمدار مجهول المکان اخطار می گردد. خواهان محمد عسکری دادخواستی به طرفیت شما به خواسته الزام و محکومیت خواندگان به حضور در احد از دفترخانه جهت انتقال سند مالکیت خودرو نیسان پانرول سورمه ای نقره ای مدل ۷۲ به شماره انتظامی ۷۱- ۹۶۴ ب ۸۳ به دادگستری گرگان تقدیم نموده است. پس از ارجاع به این شعبه و ثبت آن به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی تعیین وقت رسیدگی و صدور اخطاریه جهت طرفین نظر به اینکه خوانده / خواندگان مجهول المکان می باشد لذا مستندا به ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی مراتب دریک نوبت دریکی از روزنامه های کثیرالانتشار درج می گردد تا خوانده / خواندگان در دفتر شعبه ۱۴ شورای حل اختلاف حاضر و نسخه ثانی دادخواست و ضمائم و اخطاریه را دریافت نموده. درجلسه دادرسی که به روز شنبه تاریخ ۹۶/۸/۲۷ ساعت ۱۵:۳۰ تعیین شده است شرکت نمایند. چنانچه نیاز به آگهی مجدد باشد فقط یک نوبت و مدت آن ده روز خواهد بود.

مدیر دفتر شعبه ۱۴ شورای حل اختلاف گرگان

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

بدین وسیله به آقای حمید پاشایی بوربور فرزند محمدعلی و حسین پاشایی بوربور فرزندمحمدعلی و مهدی پاشایی بوربور فرزند محمد علی فعلا مجهول المکان به تجویز ماده ۳۴۴ قانون آئین دادرسی کیفری اعلام می گردد در کلاسه ۹۶۰۶۲۸-۱۰۱/۹ مورخ ۹۶/۸/۲۴ ساعت ۱۰ صبح به اتهام شما دائر بر مبنی بر تمرد نسبت به مامورین دولتی در حین انجام وظیفه و ایضا اتهام آقای حمید پاشایی بوربور دایر بر تخریب عمدی خودروی دولتی موضوع گزارش مرجع انتظامی در پرونده رسیدگی خواهد شد لهذا مقتضی است جهت دفاع از اتهام انتسابی در این دادگاه حاضر شوید درغیراینصورت وفق مواد ۲۱۷-۲۱۸ قانون فوق الذکر اتخاذ تصمیم خواهد شد این آگهی در یک نوبت منتشر شده چنانچه من بعد نیازی به انتشار آگهی باشد برای یک نوبت منتشر و مهلت آن ده روز خواهد بود

م الف ۱۰۶۹ مدیر دفتر شعبه ۱۰۱ دادگاه کیفری دو شهر تاکستان

۶۵۶

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمائم به خانم ازیتا علیخانی و انیتا علیخانی و آقای علیرضا علیخانی همگی فرزند صفر و فاطمه عباس قلی بیگ فرزند یدالله

خواهان امیر علی علی خانی و.. به وکالت خانم لیلا شهسواری دادخواستی به طرفیت خوانده ازیتا علیخانی و انیتا علیخانی و علیرضا علیخانی همگی فرزند صفر و فاطمه عباس قلی بیگ فرزند یدا... به خواسته خلع ید مطرح که به این شعبه ارجاع و به کلاسه پرونده ۹۵۰۹۹۸۲۸۴۷۱۰۰۸۴۳ شعبه دادگاه عمومی بخش ضیا اباد ثبت گردیده و وقت رسیدگی آن ۹۶/۸/۲۳ و ساعت ۱۱ تعیین که حسب دستور دادگاه و طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین 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

متصدی امور دفتری دادگاه شعبه دادگاه عمومی بخش ضیا اباد

۶۵۷

آگهی مزایده وفروش اموال منقول نوبت اول موضوع پرونده کلاسه ۹۶۰۱۹۹ شعبه اول اجرا

نظر به اینکه بموجب اجرائیه فوق محکوم علیه سهراب بهرامی نژاد محکوم است به پرداخت مبلغ ۸۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال بعنوان پیش قسط و اقساط معوق در حق محکوم له و مبلغ ۶۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال نیم عشر اجرائیه در حق صندوق دولت گردیده که اشخاص ثالثی برای محکوم علیه اموالی معرفی نموده اند که به شرح ذیل اعلام می گردد اموال مبلمان فروشی میز سی دی پشت دار و میز ال سی دی قوس دار و میز سی دی تخت و جلو مبل کشودار و بوفه تک درب سینه و میز ال سی دی شیشه ای و کمد سه تکه و رخت اویز ایستاده و بوفه استندوکری و اینه شمع دانی و مبل جلو تک گل و مبل تخت و مبل ال ۵ نفره و مبل اتشی مشکی طلایی و مبل کف تخت تکی گل دار و مبل تاج دار کرم و سرویس خواب پرنس و سرویس خواب پارس میز غذاخوری شش نفره که طبق نظر کارشناس خبره ۴۱۳۰۰۰۰۰۰ ریال ارزیابی و کارشناسی گردیده و ملک مسکونی متعلق به محمد بهرامی نژاد فرزندمحمد به نشانی دهدشت روستای ده بردی که ملک تعرفه شده عبارت است از ششدانگ عرصه و اعیان یکباب خانه به مساحت عرصه ۷۲۲/۱۶ که در قطعه دو بخش شش استان کهگیلویه واقع شده در عرصه فوق ساختمان از مصالح سنتی سنگ وگچ مجموعا به زیربنای ۱۴۲ مترمربع احداث شده است ساختمان فاقد نما کف موزائیک اندود داخلی سفیدکاری و طاق ضربی و دارای اب و برق وگاز می باشد وطبق نظر کارشناسی ۲۶۰۰۰۰۰۰۰ ریال ارزیابی وکارشناسی گردیده و یک دستگاه سواری پراید سفید به شماره پلاک الصاقی ایران ۴۹-۴۲۳ص ۱۸ مدل ۱۳۸۸ و تخلفات معوقه راهنمایی و رانندگی ۹۰۰۰۰۰ ریال و خودروی فوق دوگانه سوز لاستیک ها مستعمل واز ناحیه گلگیر جلو سمت چپ جلو تعویضی می باشد تاریخ انقضا بیمه نامه ی شخص ثالث ان در مورخه ۹۷/۱/۲۶ هزینه پارکینگ تا تاریخ ۹۶/۷/۱۳ مبلغ چهل و پنج هزار تومان که توسط کارشناس ارزیابی و قیمت ۱۰۲۰۰۰۰۰۰ ریال ودر قبال بدهی محکوم علیه معرفی توقیف ودر تاریخ ۹۶/۸/۶ ساعت ۱۰ صبح در دفتر دادگاه به فروش می رسد قیمت خودرو مبلغ مذکور طبق نظر کارشناس اعلام گردیده ملک متعلق به شخصی می باشد که بیشترین قیمت را پیشنهاددهنده متقاضیان پنج روز قبل از تاریخ فوق الذکر می توانند خودرو را در پارکینگ اتش زمزم مشاهده نمایند.

دادرس شعبه اول اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان کهگیلویه

۶۴۲

دادنامه

خواهان زینب شکری ف نصرت الله به نشانی تهران پاکدشت م معلم انتهای بلوار دادگستری روبروی اداره تبلیغات اسلامی موسسه حقوقی علیرضا میرزایی خواندگان غلامرضا شیردل ف محمد حسین و صدیقه اکبری ف محمود همگی مجهول المکان خواسته مطالبه وجه گردشکار دادگاه با توجه به محتویات پرونده ختم رسیدگی را اعلام و بشرح ذیل مبادرت به صدور رای مینماید

رای دادگاه

در خصوص دادخواست خانم زینب شکری به طرفیت غلامرضا شیردل و صدیقه اکبری به خواسته مطالبه مبلغ ۵۸۰۰۰۰۰۰۰ ریال از خوانده ردیف اول و مبلغ ۲۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال از خوانده ردیف دوم بابت بدهی با احتساب جمیع خسارات دادرسی و خسارت تاخیر تادیه از تاریخ تنظیم دادخواست لغایت اجرای حکم واعسار از پرداخت هزینه دادرسی که متعاقبا ضمن پرداخت هزینه دادرسی دعوای خود را در بخش اخیر استرداد نمود با استناد به کپی مصدق رسیدهای واریز وجه محتویات پرونده کلاسه ۹۴۰۳۷۳ شعبه شش دادگاه کیفری یک تهران و عندالزوم شهادت شهود دادگاه باتوجه به پرداخت هزینه دادرسی نسبت به بخش اخیر ستون خواسته با استناد به بند الف ماده ۱۰۷ قانون ائین دادرسی مدنی قرار ابطال دادخواست صادر واعلام می نماید و نسبت به اصل دعوای خواهان با عنایت به رسیدهای بانکی که دلیل بر پرداخت وجوه واریزی توسط خواهان برای خواندگان است و باتوجه به ماده ۲۶۵ قانون مدنی که اصل را بر پرداخت مال بر عدم تبرع دانسته است فلذا چنانچه کسی چیزی به دیگری بدهد بدون اینکه مقروض باشد می تواند استرداد نماید و پرونده کیفری مذکور و شهادت محضری فرزند خوانده ردیف اول نیز موید و اماره بر این است و از طرفی خواندگان با وصف نشر اگهی در جلسه رسیدگی حضور نیافته و دفاعی از خود نداشته اند لذا دادگاه خواسته خواهان را موجه و مدلل دانسته مستندا به ماده مذکور وماده ۱۲۵۸ق م و مواد۲-۱۹۸-۵۱۵-۵۱۹-۵۲۲ ق ا د م خواندگان را به شرح ذیل محکوم به پرداخت در حق خواهان می نماید مبلغ ۵۸۰۰۰۰۰۰۰ ریال توسط خوانده ردیف اول و مبلغ ۲۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال که توسط خوانده ردیف دوم بابت اصل خواسته و مبلغ ۲۷۹۹۰۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی که هر یک از خواندگان به نسبت سهم خود از اصل محکوم به مسئول پرداخت ان هستند خسارت تاخیر تادیه نسبت به اصل خواسته در خصوص هر یک از خواندگان جداگانه از تاریخ تقدیم دادخواست لغایت تاریخ وصول حسب نرخ تورم اعلامی بانک مرکزی که حین اجرای احکام محاسبه خواهد شد این رای غیابی بوده و ظرف بیست روز پس از تاریخ ابلاغ قابل واخواهی درا ین محکمه و پس از انقضای فرجه واخواهی ظرف بیست روز قابل تجدیدنظر خواهی رد دادگاه تجدیدنظر استان تهران است

م الف ۱۰۲۶ دادرس شعبه اول دادگاه عمومی حقوقی ورامین یاسر دانیالی

۶۲۴

آگهی مزایده(نوبت دوم)

در پرونده کلاسه ۹۴۰۲۷۵ اجرا صنایع شنی شهریار محکوم است به پرداخت مبلغ ۱۶۶/۶۸۶/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته در حق محکوم له آقای علی میرزائی وپرداخت مبلغ ۱/۵۰۰/۰۰۰ ریال بابت هزینه های اجرایی که با عنایت به توقیف اموال محکوم علیه پس از طی مراحل قانونی وارجاع به کارشناسی قیمت اموال توقیفی جمعا به ارزش ۲۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال معادل بیست و یک میلیون تومان برآورد شده وسپس مقرر گردید در روز دوشنبه تاریخ ۹۶/۰۸/۰۸ از ساعت ۱۱الی ۱۲در محل اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان قدس واقع در بلوار شهید کلهر جنب بهشت فاطمه(س)اموال توقیفی از طریق مزایده بفروش برسد لذا طالبین میتوانند پنج روز زودتر ازتاریخ مزایده با اطلاع وهماهنگی این اجرا از اموال توقیفی بازدید نموده ودرصورت تمایل ازتاریخ یاد شده درمراسم مزایده شرکت نمایند. مزایده از قیمت پایین کارشناس شروع وهرکس بالاترین رابپیشنهاد نماید بعنوان برنده مزایده شناخته شده و۱۰درصد کل مبلغ فروش فی المجلس از خرید والباقی پس از گذشت یک هفته وعدم وصول هرگونه اعتراض ازخریدار اخذ وکلیه اموال به وی تحویل خواهد شد اموال توقیفی منقول وغیر منقول به شرح ذیل می باشد.۱- یک دستگاه خودروی سواری وانت مزدا ۲۰۰۰ به شماره انتظامی ۹۴۱ س ۳۹ ایران ۷۷ به رنگ سفید مدل ۱۳۹۰ به شماره موتور fea۰۶۳۵۶ شماره شاسی nagpxpe۱۱۸۲۰۷۲۳۶۵ به رنگ آبی با وضعیت مدتها خوابیده باطری فرسوده لاستیکها با توجه به خواب خودرو فرسوده گردیده و فاقد بیمه میباشد یعنی بیمه ای ارائه نگردیده است ووضعیت بدنه مناسب چراغ خط عقب سمت راست شکسته است که با توجه به وضعیت موجود به ارزش ۲۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال معادل بیست ویک میلیون تومان برآورد می گردد .با عنایت به مراتب بالا ارزش پایه مزایده اقلام به شرح بالا به مبلغ ۲۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال معادل بیست ویک میلیون تومان برآورد می گردد.

مدیر اجرای احکام شعبه اول حقوقی دادگستری شهرستان قدس م الف ۱۰۸/۱۶۴۰

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۲۰۹۹۸۲۳۳۳۴۰۱۸۲۰تصمیم‌نهایی۹۵۰۹۹۷۱۹۴۶۹۰۲۲۵۹به شکات حسن امین نیا ف علی به نشانی دامغان شهرک گلستان گل سرخ غربی نبش فرعی دوم پ ۱۹ و امیر شهیدی ف محمد تقی به نشانی د امغان خ سوم خرداد بین پلاک ۱۸ و ۲۲ واحد ۳ متهمین حمید اسکندری ف محمد به نشانی ساری شهرک استانداری لاله ۶ ک پ ۴۸۴۹۱۶۷۳۷۵ ومجید اسکندری ف محمد به وکالت آقای حیدر محسنی ف حسن به نشانی امل م ۱۷ شهریور برج افتاب ط سوم واحد ۹ و اتهام مشارکت در سرقت اماکن عمومی دولتی و خصوصی باغ معدن مزرعه منزل

رای دادگاه

در خصوص اتهام اقایان مجید اسکندری ف محمد ۴۳ ساله شغل ازاد باسواد شیعه تبعه ایران دارای سابقه کیفری اهل وساکن امل ازاد بامعرفی کفیل باوکالت آقای حیدر محسنی و حمید اسکندری ف محمد فاقد سایر مشخصات به علت عدم حضور در دادسرا و دادگاه دائر بر مشارکت در سرقت موضوع شکایت اداره بهزیستی دامغان با نمایندگی حقوقی خانم مرضیه کبیریان و اقایان حسن تیموری و سیدمحمدرضا هاشمی و سید امیر شهیدی و حسن امین نیا و محمد حسن مجد وخانم ساره خاتون طلاورزی وخانم سیده فاطمه موسوی این دادگاه باعنایت به مجموع محتویات پرونده کیفرخواست صادره از سوی دادسرای عمومی وانقلاب بهشهر شکایت شکات فوق الذکر گزارش مرجع انتظامی و صورتجلسه ماموربن انتظامی در صفحه ۳۳ پرونده که به وجود دو دستگاه اتومبیل پیکان ایران ۸۲-۵۱۲ د۶۱ و پراید به شماره ایران ۶۲-۶۵۶ د۱۴ اشاره داشته که پس از استعلام از راهنمایی و رانندگی مشخص گردیده مالک اتومبیل پیکان اقای حمیدرضا اسکندری و مالک اتومبیل پراید خانم اکبر زاده همسر اقای مجید اسکندری می باشد اقرار واعتراض صریح و مقرون به واقع متهم اقای مجید اسکندری در مرجع انتظامی و دادسرا و دفاعیات بلاوجه متهم اقای مجید اسکندری در دادگاه و عدم دفاع موثر از سوی وکیل وی عدم حضور متهم اقای حمید رضا اسکندری در دادگاه جهت دفاع از اتهام انتسابی وسایر قرائن وامارات موجود در پرونده بزهکاری نامبرده را محرز ومسلم دانسته لذا باستناد ماده ۶۵۶- ۶۶۷ از قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵ وماده ۲۷ قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲ هر یک از متهمین فوق الذکر را به سه سال حبس تعزیری و ۷۴ ضربه شلاق تعزیری و رد مال در حق شکاتی که رضایت انها اخذ نگردیده محکوم می نماید در محاسبه حبس و شلاق متهم اقای مجید اسکندری در اجرای ماده ۲۷ از قانون مجازات اسلامی مصوب ۹۲ ایام بازداشت قبلی محاسبه گردد رای صادره در خصوص متهم ردیف اول مجید اسکندری حضوری وظرف مهلت بیست روز پس از ابلاغ قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم محترم تجدیدنظر استان مازندران می باشد و درخصوص متهم ردیف دوم غیابی وظرف بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در این شعبه و سپس ظرف بیست روز قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم محترم تجدیدنظر استان مازندران است

م الف ۹۶/۲۰/۵۸۶۶ رئیس شعبه ۱۰۲ دادگاه کیفری دو بهشهر سید علی جمالی گل نشینی

۶۳۰

آگهی

دربرونده کلاسه حقوقی ۹۶۰۴۳۵شعبه ۷ شورای حل اختلاف قزوین خواهان علیرضا رامزی فرزند ناجی باوکالت مهدی رشوند دادخواستی تقدیم شورانموده مبنی برمطالبه وجه خوانده سیروس آقامحمدی مجهول المکان اعلام شده اند لذا بدین وسیله به آنها ابلاغ میگردد تا در روزدوشنبه مورخ ۱۳۹۶/۸/۲۹ ساعت۰۹ :۴۵ صبح درشورای فوق الذکر واقع در قزوین مینودر بلوارصیاد شیرازی خ مرصاد جنب نمایندگی سایپا حاضر وضمن دریافت نسخه ثانی دادخواست وضمائم واعلام آدرس صحیح خود در جلسه شورا حضوربه هم رساند در غیر اینصورت شورای حل اختلاف اقدام به اتخاذ تصمیم قانونی خواهد نمود.

مسئول دفتر شعبه ۷ شورای حل اختلاف شهر قزوین

متن آگهی

پیروآگهی منتشره درجراید در راستای پرونده شماره۹۶۰۹۹۸۲۸۱۰۷۰۰۳۱۷به شماره ۹۶۰۳۳۰موضوع درخواست طلاق از سوی خواهان خانم مریم چهره گشا به طرفیت محمد علی خباز بابائی فرزند غلامحسین بانوجه به صدور قرار ارجاع امر به داوری توسط قاضی محترم شعبه بدینوسیله به خوانده آقای محمد علی خباز بابائی که مجهول المکان می باشدابلاغ می گردد ظرف مهلت هفت روز از انتشار این آگهی داور واجد شرایط خود راوفق مقررات به این دادگاه معرفی نماید در غیر اینصورت موجب اتخاذ تصمیم قانونی خواهد بود.

مدیردفتر شعبه دوم دادگاه خانواده قزوین –سامعی

رای هیئت

برابر رای شماره ۴۶۳ مورخ ۲۷ / ۱ / ۹۶ صادره از ۱۳۹۶۶۰۳۰۱۰۵۷۰۰۰۴۶۳ هیات رسیدگی به اسناد عادی موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی املاک و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ تصرفات حسن رحیمی فرزند آقا محمد بصورت ۶ دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در ان به مساحت ۵۰ / ۱۲۳ متر مربع قسمتی از پلاک ۲۵۴ فرعی از ۵۰ اصلی محرزگردیده و برابر محتویات پرونده ثبتی ۶ دانگ یک قطعه باغ نیمه محصور به مساحت ۷۵ / ۵۲۷۷ متر مربع به شماره ۲۵۴ فرعی از ۵۰ اصلی ذیل ثبت ۹۲۶۶۸ صفحه ۳۲۰ و ۳۲۲ دفتر ۵۰۴ بنام محمود رهنما نسبت به ۴/۵ دانگ و فاطمه رهنما نسبت به ۱/۵ دانگ ثبت و سند صادر و تسلیم شده است سپس محمود رهنما طبق گواهی حصر وراثت شماره ۱۱۰ مورخ ۸۰/۳/۵ و مالیات بر ارث ۷۱۴ / ۴۸ / ۳۸۶۲ مورخ ۲۵ / ۳ / ۸۱ فوت نموده ورثه حین الفوت آن مرحوم عبارتند از کریم و علی و احمد و خدیجه و منیژه فرزندان و صغری رهگذر همسر متوفی که سهم صغری ثمن اعیانی ۴/۵ دانگ ذیلا و مابقی و ارث سهام هر یک از پسران دو سهم مشاع از ۸ سهم باستثنای ثمنیه اعیانی ۴/۵ دانگ و سهم هر یک از دختران یک سهم مشاع از ۸ سهم باستثنای ثمنیه اعیانی ۴/۵ دانگ ذیل صفحات ۱۲۶ الی ۱۳۲ دفتر ۸۱۲ ثبت و سند مالکیت جداگانه صادر شده و نامبردگان در جلسه هیات حضور نیافته لذا هیات مقرر نموده با اعمال ماده ۳ قانون مذکور و نیز ماده ۱۳ آیین نامه اجرایی ان مصوب ۹۱/ ۴ / ۲۵ نسبت به صدور سند مالکیت بنام متصرف فوق الذکر اقدام شود و بدینوسیله مفاد رای صادره به مالک و نیز اشخاص ذینفع جهت اطلاع آگهی تا چنانچه به مفاد رای صادره اعتراض دارند اعتراض خود را ظرف مدت دو ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تسلیم و رسید آن را دریافت دارند بدیهی است در صورت عدم اعتراض ظرف مهلت مقرر این اداره نسبت به صدور سند مالکیت برابر مقررات اقدام خواهد نمود ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

سید مرتضی موسوی –رئیس ثبت اسناد و املاک شهریار [۲۷۰۵۷ }

آگهی ابلاغ

خواهان آقای فضل الله کشوری نیا دادخواستی به طرفیت خوانده آقای اقبال صفری به خواسته مطالبه وجه تقدیم دادگاه های عمومی شهرستان کرمانشاه نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۱۰ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان کرمانشاه واقع در کرمانشاه – بلوار بنت الهدی ارجاع وبه کلاسه ۹۶۰۹۹۸۸۳۱۱۰۰۰۳۲۳ثبت گردیده که وقت رسیدگی آن ۹۶/۹/۴ وساعت ۸ تعیین شده است .به علت مجهول المکان بودن خوانده ودر خواست خواهان وبه تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی دادگاه های عمومی وانقلاب در امور مدنی ودستور دادگاه مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می شود تا خوانده پس از نشر آگهی و اطلاع از مفاد آن به دادگاه مراجعه وضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست وضمائم را دریافت ودر وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر گردد.

مدیر دفتر شعبه دهیم دادگاه عمومی (حقوقی) شهرستان کرمانشاه –نادر پور کرمانشاه – بلوار بنت الهدی

۲

آگهی ابلاغ

اخطار ماده ۱۰۱ آئین نامه اجرای اسناد رسمی آقای ایرج خسروی آدرس :کرمانشاه – چهار راه ابوذر – پشت میدان بارنوائی لواشی تبریزی برابر گزارش وارده بشماره ۸۹۰۰۱۱۴ مورخ ۱۳۹۶/۵/۱۸ کارشناس رسمی دادگستری چهار دانگ از ششدانگ یکدستگاه کامیون کمپرسی سیستم بادسان بشماره پلاک انتظامی کرمانشاه – ۳۶۲ ق ۱۲ مربوط به پرونده اجرایی کلاسه ۸۹۰۰۱۱۴ مبلغ ۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده لذا وفق ماده ۱۰۱ آئین نامه اجرا چنانچه به مبلغ مذکور معترض هستید اعتراض خود را حداکثر ظرف مدت ۵ روز از تاریخ انتشار این اخطاریه ضمیمه فیش بانکی دستمز کارشناس تجدید نظر به مبلغ ۲/۵۵۰/۰۰ واریز به حساب سیبا شماره ۰۱۰۳۱۳۴۸۰۰۰۰۱ نزد ملی بنام کانون کارشناسان رسمی دادگستری به این اداره واقع در اسلامشهر – خیابان علی بن ابیطالب روبروی پارک مفیدی تحویل وضمنا «به اعتراضی که خارج از موعد ویا فاقد فیش بانکی دستمزد کارشناس باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد وارزیابی قطعی وهیچگونه ادعا واعتراضی مسموع نیست وچنانچه دارای بیمه می باشد اعلام فرمائید .

مسئول واجد اجرای اسناد رسمی اسلامشهر -فریدون فتحی

آگهی ابلاغ تعیین داور به آقای ابوالحسن جعفری فرزند ابوالفتح

در پرونده شماره ۹۶۰۸۱۹ به خواسته طلاق مطروحه در شعبه ۲۷۷ دادگاه عمومی (خانواده) تهران واقع در شهر زیبا خ مخابرات جنب کانون اصلاح و تربیت مجتمع قضائی شهید مفتح قرار ارجاع امر به داوری صادر شده است با توجه به مجهول المکان بودن زوج حسب تقاضای زوجه از طریق نشر آگهی به زو اخطار می شود که ظرف یک هفته از تاریخ نشر اگهی یک نفر از اقارب خود را به عنوان داور به دادگاه معرفی نماید (که بیش از چهل سال و متاهل باشد) در غیر این صورت دادگاه راسا اقدام خواهد کرد.

رئیس شعبه ۲۷۷ دادگاه خانواده تهران ۱۱۰/۹۰۷۲۸ت

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

خواهان پارسیان با نمایندگی شرکت لیزینگ خودرو کار دادخواستی به طرفیت خوانده عباس رحمت نژاد قادی و ذات اله دادوئی زرولی به خواسته مطالبه اجور معوقه و الزام به فک پلاک خودرو و استرداد مال و خسارت تاخیر تادیه و دادرسی به تقدیم نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۲۰۹ دادگاه حقوقی تهران واقع در شهرزیبا خ مخابرات جنب کانون اصلاح و تربیت مجتمع قضائی شهید مفتح ارجاع و به شماره پرونده ۹۶۰۵۷۸ ثبت گردیده و وقت رسیدگی آن مورخ ۹۶/۹/۱۲ ساعت ۱۱ صبح تعیین شده است. به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی و دستور دادگاه مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود تا خوانده پس از اطلاع از مفاد آن 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.

رئیس شعبه ۲۰۹ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید مفتح تهران ۱۱۰/۹۰۷۱۶ت

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

خواهان بانک پارسیان با نمایندگی شرکت لیزینگ خودرو کار دادخواستی به طرفیت خوانده محمد هنرمند و احمد والامنش به خواسته مطالبه اجور معوقه- استرداد مال- مطالبه خسارت تاخیر و تادیه و دادرسی تقدیم نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۲۰۹ دادگاه حقوقی تهران واقع در شهرزیبا خ مخابرات جنب کانون اصلاح و تربیت مجتمع قضائی شهید مفتح ارجاع و به شماره پرونده ۹۶۰۵۷۹ ثبت گردیده و وقت رسیدگی آن مورخ ۹۶/۹/۱۲ ساعت ۱۰:۳۰ صبح تعیین شده است. به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی و دستور دادگاه مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود تا خوانده پس از اطلاع از مفاد آن 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.

رئیس شعبه ۲۰۹ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید مفتح تهران ۱۱۰/۹۰۷۲۰ت

آگهی ابلاغ تعیین داور به آقای سیدحسن عالی نژاد فرزند میربوسف

در پرونده شماره ۹۶۰۷۱۷ به خواسته طلاق مطروحه در شعبه ۲۷۷ دادگاه عمومی (خانواده) تهران واقع در شهر زیبا خ مخابرات جنب کانون اصلاح و تربیت مجتمع قضائی شهید مفتح قرار ارجاع امر به داوری صادر شده است با توجه به مجهول المکان بودن زوج حسب تقاضای زوجه از طریق نشر آگهی به زو اخطار می شود که ظرف یک هفته از تاریخ نشر اگهی یک نفر از اقارب خود را به عنوان داور به دادگاه معرفی نماید (که بیش از چهل سال و متاهل باشد) در غیر این صورت دادگاه راسا اقدام خواهد کرد.

رئیس شعبه ۲۷۷ دادگاه خانواده تهران ۱۱۰/۹۰۷۲۶ت

آگهی ابلاغ تعیین داور به آقای سیدجمال موسوی فرزند سیدجلال

در پرونده شماره ۹۶۰۴۹۶ به خواسته طلاق مطروحه در شعبه ۲۷۷ دادگاه عمومی (خانواده) تهران واقع در شهر زیبا خ مخابرات جنب کانون اصلاح و تربیت مجتمع قضائی شهید مفتح قرار ارجاع امر به داوری صادر شده است با توجه به مجهول المکان بودن زوج حسب تقاضای زوجه از طریق نشر آگهی به زو اخطار می شود که ظرف یک هفته از تاریخ نشر اگهی یک نفر از اقارب خود را به عنوان داور به دادگاه معرفی نماید (که بیش از چهل سال و متاهل باشد) در غیر این صورت دادگاه راسا اقدام خواهد کرد.

رئیس شعبه ۲۷۷ دادگاه خانواده تهران ۱۱۰/۹۰۷۲۴ت

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمائم به خانم یا علیخانی و انیتا علیخانی و علیرضا علیخانی همگی فرزند صفر و فاطمه عباس قلی بیگ فرزند یدالله

خواهان امیر علی علی خانی و.. به وکالت خانم لیلا شهسواری دادخواستی به طرفیت خوانده ازیتا علیخانی و انیتا علیخانی و علیرضا علیخانی همگی فرزند صفر و فاطمه عباس قلی بیگ فرزند یدا... به خواسته خلع ید مطرح که به این شعبه ارجاع و به کلاسه پرونده ۹۵۰۹۹۸۲۸۴۷۱۰۰۸۴۳ شعبه دادگاه عمومی بخش ضیا اباد ثبت گردیده و وقت رسیدگی آن ۹۶/۸/۲۳ و ساعت ۱۱ تعیین که حسب دستور دادگاه و طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین 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

متصدی امور دفتری دادگاه شعبه دادگاه عمومی بخش ضیا اباد

۶۵۷

آگهی مزایده وفروش اموال منقول نوبت اول موضوع پرونده کلاسه ۹۶۰۱۹۹ شعبه اول اجرا

نظر به اینکه بموجب اجرائیه فوق محکوم علیه سهراب بهرامی نژاد محکوم است به پرداخت مبلغ ۸۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال بعنوان پیش قسط و اقساط معوق در حق محکوم له و مبلغ ۶۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال نیم عشر اجرائیه در حق صندوق دولت گردیده که اشخاص ثالثی برای محکوم علیه اموالی معرفی نموده اند که به شرح ذیل اعلام می گردد اموال مبلمان فروشی میز سی دی پشت دار و میز ال سی دی قوس دار و میز سی دی تخت و جلو مبل کشودار و بوفه تک درب سینه و میز ال سی دی شیشه ای و کمد سه تکه و رخت اویز ایستاده و بوفه استندوکری و اینه شمع دانی و مبل جلو تک گل و مبل تخت و مبل ال ۵ نفره و مبل اتشی مشکی طلایی و مبل کف تخت تکی گل دار و مبل تاج دار کرم و سرویس خواب پرنس و سرویس خواب پارس میز غذاخوری شش نفره که طبق نظر کارشناس خبره ۴۱۳۰۰۰۰۰۰ ریال ارزیابی و کارشناسی گردیده و ملک مسکونی متعلق به محمد بهرامی نژاد فرزندمحمد به نشانی دهدشت روستای ده بردی که ملک تعرفه شده عبارت است از ششدانگ عرصه و اعیان یکباب خانه به مساحت عرصه ۷۲۲/۱۶ که در قطعه دو بخش شش استان کهگیلویه واقع شده در عرصه فوق ساختمان از مصالح سنتی سنگ وگچ مجموعا به زیربنای ۱۴۲ مترمربع احداث شده است ساختمان فاقد نما کف موزائیک اندود داخلی سفیدکاری و طاق ضربی و دارای اب و برق وگاز می باشد وطبق نظر کارشناسی ۲۶۰۰۰۰۰۰۰ ریال ارزیابی وکارشناسی گردیده و یک دستگاه سواری پراید سفید به شماره پلاک الصاقی ایران ۴۹-۴۲۳ص ۱۸ مدل ۱۳۸۸ و تخلفات معوقه راهنمایی و رانندگی ۹۰۰۰۰۰ ریال و خودروی فوق دوگانه سوز لاستیک ها مستعمل واز ناحیه گلگیر جلو سمت چپ جلو سمت چپ تعویضی می باشد تاریخ انقضا بیمه نامه ی شخص ثالث ان در مورخه ۹۷/۱/۲۶ هزینه پارکینگ تا تاریخ ۹۶/۷/۱۳ مبلغ چهل و پنج هزار تومان که توسط کارشناس ارزیابی و قیمت ۱۰۲۰۰۰۰۰۰ ریال ودر قبال بدهی محکوم علیه معرفی توقیف ودر تاریخ ۹۶/۸/۶ ساعت ۱۰ صبح در دفتر دادگاه به فروش می رسد قیمت خودرو مبلغ مذکور طبق نظر کارشناس اعلام گردیده ملک متعلق به شخصی می باشد که بیشترین قیمت را پیشنهاددهنده متقاضیان پنج روز قبل از تاریخ فوق الذکر می توانند خودرو را در پارکینگ اتش زمزم مشاهده نمایند.

دادرس شعبه اول اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان کهگیلویه

۶۴۲

آگهی اجرائیه

مشخصات محکوم له: حمید خدامی نام پدر محمدباقر نشانی استان تهران شهرستان تهران شهر تهران بهار شمالی کوچه اتحاد پ ۳۶ ط ۲ مشخصات محکوم علیه: مهناز کسرائی آذر نام پدر میرعباس نشانی مجهول المکان محکوم به: به موجب درخواست اجرای حکم مربوطه به شماره ۹۶۱۰۰۹۲۱۶۴۸۰۲۲۴۹ و شماره دادنامه مربوطه ۹۶۰۹۹۷۲۱۶۴۸۰۰۴۲۴ محکوم علیه محکوم است به ۱- انجام تمکین از محکوم له مطابق با دادنامه فوق الذکر.

رئیس شعبه ۲۷۵ دادگاه خانواده مجتمع قضایی شهید مفتح تهران ۱۱۰/۹۰۷۲۱ت

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمائم به آقای سلیمان اصغری فرزند

خواهان آقای اسمعیل مدبر، احمد مدبر دادخواستی به طرفیت خوانده آقای سلیمان اصغری به خواسته مطالبه اجرت المثل اموال خسارت دادرسی مطرح که به این شعبه ارجاع و به شماره پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۰۲۴۲۸۰۰۳۵۶ شعبه ۱۱۵ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید باهنر تهران ثبت و وقت رسیدگی مورخ ۹۶/۱۰۹ ساعت ۹:۳۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می گردد تا خوانده ظرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه ثانی دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.

رئیس شعبه ۱۱

اخبار

مدیران مناطق نفت خیز جنوب ؛

پیشگام در انجام معاینات دوره ای

اهواز - شبنم قجاوند- مدیران ارشد و اعضای هیات مدیره شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب معاینات دوره ای سلامت کار را در بهداشت و درمان صنعت نفت اهواز انجام دادند . رئیس ایمنی، بهداشت، محیط زیست و پدافند غیرعامل این شرکت در این باره توضیح داد: مدیران ارشد ستادی و اعضای هیات مدیره مناطق نفت خیز جنوب روز پنجشنبه ۱۳ مهرماه طبق روال سال های گذشته معاینات شغلی را در مرکز سلامت کار و طب صنعتی بهداشت و درمان صنعت نفت اهواز انجام دادند . مهندس علی صفی‌خانی اظهار داشت: معاینات شغلی به صورت دوره ای و معمولاً هر سال یکبار انجام می شود و از برنامه ها و اولویت های مناطق نفت خیز جنوب برای تضمین سلامت و ایمنی کارکنان در محیط کار است . وی تاکید کرد: این موضوع از مطالبات جدی مدیرعامل محترم بوده که انجام معاینات را برای همه کارکنان اعم از رسمی و غیر رسمی مورد تاکید ویژه قرار داده اند؛ چون که استمرار تولید به نیروی انسانی تندرست و بانشاط وابسته است . مهندس صفی‌خانی افزود: معاینات شغلی با هدف پایش سلامت جسمی و روحی و روانی کارکنان انجام می شود که با انجام معاینه بالینی و پاراکلینیکی توانایی جسمی و روحی فرد برای تصدی شغل مورد نظر ارزیابی می شود . رئیس ایمنی، بهداشت، محیط زیست و پدافند غیرعامل شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب ادامه داد: همچنین با انجام معاینات دوره ای، وضعیت سلامت شاغلان نسبت به دوره های قبل بررسی و آسیب های شغلی شناسایی می شوند که بر اساس آن برای درمان و جلوگیری از پیشرفت آسیب ها اقدام لازم صورت می گیرد .

معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی گاز ایران از مدیرعامل شرکت گازاستان گلستان تقدیر کرد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- به پاس قدردانی از حمایت و تلاشهای ارزشمند مدیرعامل شرکت گازاستان گلستان درمسیر تعمیم و تعمیق فرهنگ نورانی قرآن و عترت در بین کارکنان ، همسران و فرزندان کارکنان وحضور پور شورتوام با معنویت آنها در مسابقات قرآن کریم «بهاردربهار» سال ۹۵-۹۴ که موفق به رشد بیش از ۳۰ درصدی مشارکت قرآن پژوهان عزیز دراین مسابقات شده است ،ازسوی حمید رضا عراقی معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی گاز ایران با اهداء لوح تقدیر ازمهندس صفرعلی جمال لیوانی تجلیل بعمل آمده و توفیقات روز افزون ایشان را در راستای احیای بصیرت و معرفت قرآنی در سایه الطاف بی دریغ الهی از خداوند منان مسئلت نمود. درهمین راستا مهندس جمال لیوانی نیز به نوبه خود ازعنایت و حسن نظر مهندس عراقی و همچنین تلاش و همکاری کارکنان و خانواده های این بزرگواران تقدیر نموده و خدمت در مسیر اشاعه و ترویج فرهنگ نورانی قرآن و عترت را افتخار بزرگی برای خود و مجموعه همکاران شرکت دانست.

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای گلستان:

آموزش های همگانی بدون اعمال قانون جدی در کاهش تلفات جاده ای بی اثر است

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای گلستان با اشاره به اینکه باید از وجوه مختلف کاهش تلفات جاده ای را دنبال کنیم، گفت: آموزش های همگانی اگر همراه با اعمال جدی قانون نباشد بلااثر خواهد بود.به گزارش اداره روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گلستان، مهدی میقانی در جلسه کارگروه پیشگیری از تخلفات رانندگی در سالن اجتماعات این اداره کل،افزود: مسائل زیرساختی و مهندسی راه مقوله دیگری است که برای کاهش تلفات جاده ای باید پیگیری شود.وی با اشاره به اینکه هر حوزه کاری نباید کارهای مرتبط با این موضوع را دربغ کنند، اظهارکرد: اصلی ترین هدف مشترک این کارگروه، کاهش تلفات ناشی از حوادث رانندگی است و برای دستیابی به این هدف باید با یکدیگر همسویی و هم افزایی داشت تا مثمر ثمر باشیم.دبیر کارگروه پیشگیری از تخلفات رانندگی گلستان همچنین، روند کاهش تلفات جاده ای استان را در سال جاری، روندی منطقی، بیان اما از اینکه طی دو ماه اخیر این مساله در استان مطلوب نبوده، ابراز ناخرسندی کرد.جلسه کارگروه پیشگیری از تخلفات رانندگی با موضوع ساماندهی سرویس مدارس و مروری بر مصوبات جلسات قبلی و ارائه گزارشی از عملکرد دستگاههای عضو و بیان نظرات و پیشنهادات آنان ادامه یافت.

شهردار رشت خبر داد

مقدمات انعقاد قرارداد خواهر خواندگی رشت با ساراتف روسیه فراهم خواهد شد

رشت- مهناز نوبری- دوشنبه هفدهم مهر ماه نشست صمیمی سرکنسول روسیه به همراه فرماندار شهر ساراتوف روسیه با دکتر مسعود نصرتی شهردار رشت با حضور سید امیرحسین علوی رئیس شورای اسلامی شهر، محمد حسن عاقل منش رئیس کمیسیون فرهنگی و اجتماعی شورا، احمد رمضانپور ، محمد حسن علیپور و حامد عبدالهی سه تن از اعضاء شورای اسلامی شهر رشت، فاطمه قدیمی حرفه مدیر ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت، حق جو رئیس اداره حراست شهرداری رشت برگزار شد.دکتر مسعود نصرتی ضمن خیر مقدم به مهیمانان روسی اذعان داشت: استان گیلان و شهر رشت از ظرفیت و پتانسیل بسیار بالایی در حوزه گردشگری و سرمایه گذاری برخوردار است. امیرحسین علوی نیز با اظهار خرسندی نسبت به حضور کنسولگری روس و فرماندار شهر ساراتف در شهرداری رشت گفت: علاوه بر سعی در احداث سیلو جهت صادرات غلات و میوه به گیلان همچون دیگر مناطق ایران میتوان در حوزه جذب توریست و بحث خواهر خواندگی بین شهر رشت و ساراتف برنامه ریزی هایی داشت. فاطمه قدیمی حرفه مدیر ارتباطات و امورین الملل شهرداری رشت و مدیر برنامه یونسکو در شهر خلاق رشت نیز با اشاره به راه اندازی آکادمی خوراک در رشت در آینده نزدیک تصریح کرد: این آکادمی با همراهی دانشگاه قطب توسعه ای گیلان، آماده ارائه هرگونه کاربست توسعه ای شهر است. فرماندار ساراتف ضمن تبریک به دکتر نصرتی به عنوان شهردار یکی از شهرهای زیبای ایران اذعان داشت: شهر ساراتوف در حوزه کشاورزی و تولید گندم یکی از شهرهای معروف روسیه است و راه اندازی و تجهیز امکانات وسیعی چون مسیر حمل و نقل ایران و روسیه از آرزوهای ماست. در حاشیه این مراسم فرماندار ساراتف با اهدای تابلوی نماد شهر خود از دکتر نصرتی تقدیر کرد.

باحضور مدیر و اعضای هیات رئیسه منطقه ۹ صورت گرفت

بررسی وضعیت پروژه‌های مرکز بهره برداری خطوط لوله گازگرگان

ساری - دهقان - داودی نژاد مدیر منطقه و معاونین و برخی از روسای ستادی با حضور در مرکز بهره برداری خطوط لوله گاز گرگان از زحمات همکاران این مجموعه تقدیر و تشکر کرد. در این دیدار وضعیت پروژه های در حال اجرای این منطقه نظیر احداث شمع های بتنی عمیق بمنظور اجرای رو گذر خط ۳۰ اینچ سرخس - نکا و اجتناب از خسارات و تهدید سیلاب های رودخانه مینودشت و همچنین احداث ابنیه (شمع و حوضچه آرامش)در بستر رودخانه زنگیان بررسی گردید. درهمین راستا داودی‌نژاد گفت: نقش استراتژیکی پروژه های در حال اجرا به رودخانه های زنگیان و مینودشت وسایر پروژهای در انتقال پایدار و ایمن گاز اساسی و بی بدیل است. وی با اشاره به برنامه ریزی مدون و نگاه بلند مدت و کاهش ریسک پروژه ها گفت: تعریف پروژه ها با توجه به تامین سرمایه انسانی و تجهیزات این مرکز صورت پذیرفت و برنامه ریزی ها بهتر و زمان بهره برداری آن با ضریب بالاتری تحقق یابد.

به منظور آشنایی کارمندان: برگزاری دوره آموزشی مستند سازی تجربیات جهت ارتقای رتبه در شرکت برق منطقه ای غرب

کرمانشاه - دشتی - به گزارش روابط عمومی شرکت برق منطقه ای غرب، دوره آموزشی مستند سازی تجربیات جهت ارتقای رتبه کارمندان به همت دفتر سازماندهی و بهبود روشها و با حضور کارکنان حائز شرایط اخذ رتبه های خبره و عالی در محل تالار برق غرب برگزار گردید. گفتنی است این دوره آموزشی با هدف آشنایی با نحوه ثبت تجربیات و چارچوب و محورهای مستندسازی تجربیات برگزار شد. شایان ذکر است در این دوره، مهندس اصغرصادقی مدیر دفتر سازماندهی و بهبود روشها توضیحات لازم در خصوص یادگیری‌های حاصل از تجربه، تشخیص موضوع مستندسازی، تنظیم و طبقه بندی اسناد و مدارک از نظر موضوعی و زمانی، تعیین مخاطبان برای متناسب سازی و در نهایت راه حل ها و پیشنهاداتی نیز در خصوص بهبود مستندسازی تجربیات ارائه داد.

قدردانی شورای امر به معروف و نهی از منکر استان ایلام از دانشگاه آزاد اسلامی

ایلام- هدی منصوری- نماینده ولی‌فقیه در استان و امام‌جمعه ایلام به‌عنوان رئیس شورای امربه معروف و نهی از منکر استان ایلام و سردار حسینی فرمانده سپاه امیرالمؤمنین استان ایلام به‌عنوان دبیر این شورا با اهدای لوح سپاس از دانشگاه آزاد اسلامی ایلام به‌عنوان دستگاه برتر در امر ترویج فرهنگ امربه معروف و نهی از منکر تجلیل کردند. در متن لوح سپاس اهدایی به رئیس واحد ایلام آمده است:

برادر ارجمند جناب آقای شهریار عباسی

با صلوات بر محمد و آل محمد (ص) امروز بیش از هرزمانی، حضور اثربخش تلاشگران جبهه فرهنگی و امربه‌معروف و نهی از منکر در مصاف با دسیسه‌ها و تهاجم استکبار جهانی و ایادی داخلی‌شان مستلزم وجود آمران به معروف و ناهیان از منکر است تا با پیروی از فرامین مطاع ولی امر مسلمین حضرت آیت‌الله‌العظمی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) در تداوم ترویج خوبی‌ها شاهد دفاع از فرهنگ اسلام ناب محمدی (ص) و حریم ولایت‌فقیه باشیم. بدین‌وسیله فعالیت شایسته شما در انجام ترویج امربه‌معروف و نهی از منکر در سال اقتصاد مقاومتی - تولید و اشتغال ارج نهاده و با سپاس از خداوند متعال برای این توفیق الهی ، از زحمات و تلاش‌های خالصانه جنابعالی تقدیر و تشکر می‌نماییم.

امید است با تلاش روزافزون در تقویت و تداوم این مسیر الهی رضایت خداوند متعال و حضرت ولی‌عصر(عج) و توفیق اجرای کامل منویات ولی امر مسلمین که بالاترین پاداش‌هاست به دست آوریم. محمد نقی لطفی نماینده ولی‌فقیه و رئیس ستاد امربه‌معروف و نهی از منکر استان ایلام

سرتیپ ۲ پاسدار سید صادق حسینی فرمانده سپاه امیرالمؤمنین (ع) و دبیر ستاد امربه‌معروف و نهی از منکر استان ایلام

با حضور استان‌های غرب و شمال‌غرب کشور

ششمین نشست هم‌اندیشی بهره‌برداری شرکت‌های توزیع نیروی برق آغاز شد

غرب کشـور به میزبانی شـرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی برگزار می شود.افزایش قابلیت اطمینان و کیفیت توان در شبکه های توزیع، مدیریت دارایی و تعمیرات پیشگیرانه (PMU)، برون‌سپاری،

ارومیه- پریا جوان- این نشست با حضور مهندس عبدالصاحب ارجمند مدیر کل دفتر راهبری و نظارت بر انتقال و توزیع برق وزارت نیرو، مهندس مسعودصادقی مدیر کل دفتر نظارت بر توزیع توانیر و تعداد بسیاری از مدیران ارشد شرکت توزیع نیروی برق و کارشناسان شـرکتهای توزیع نیروی برق غرب و شمال غرب کشور به مدت سه روز در ارومیه برگزار می شـود. در این نشسـت بیش از ۱۳۷ نفر از مدیران و کارشناسان شرکتهای توزیع نیروی برق استانهای گیلان، آذربایجان غربی، آذربایجان شـرقی، لرستان، همدان، ایلام، قزوین، چهارمحال و بختیاری، زنجان و کردستان حضور خواهند داشت. این نشست سه روزه به منظور هم اندیشی، تبادل افکار و بهره مندی از آخرین دستاوردهای بهره‌برداری از روز سه شنبه ۱۸ تا ۲۰ مهرماه سـال جاری با حضور شـرکت‌های توزیع نیروی برق غرب و شمال راهبری شـبکه (دیسپاچینگ و فوریت‌های برق)، مدیریت بحران و پدافند غیرعامل، ایمنی و الزامات بهره‌برداری، کاهش تلفات و پیک سایی، مخابرات شبکه های توزیع، فناوری اطلاعات و مدیریت داده‌ها از محورهای این نشسـت است. این نشسـت به صورت کارگاهی با مشارکت شـرکت توانیر، انجمن مهندسین برق و الکترونیک ایران شاخه آذربایجان غربی، شرکتهای توزیع غرب و شمال غرب کشور، دانشـگاه‌ها و سایر مراکز علمی، تحقیقاتی و نهادها برگزار می شود. همچنین نمایشـگاه جانبی در حاشیه این نشسـت با هدف تبادل دانش و تجربیات فنی و مهندسی، عرضه استعدادها و توانمندی‌های شرکت‌های مرتبط با گرایش‌های گوناگون دراین شرکت دایر می‌شود. در نشست امسال هر شرکت توزیع در یک کارگاه اختصاصی به ارائه تجربیات خود در حوزه بهره برداری می پردازد.

برگزاری مراسم تجلیل از ایثارگران و رزمندگان ۸ سال جنگ تحمیلی در شرکت آبفار آذربایجان شرقی

تبریز - ماهان فلاح- با حضور رئیس هیات مدیره و مدیرعامل و معاونین ایشـان، فرمانده حوزه یک بسیج کارمندی سپاه عاشورای استان و جمعی از کارکنان از ایثارگران و رزمندگان هشت سال جنگ تحمیلی شـرکت آبفار تجلیل به عمل آمد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آبفار، دراین مراسم پورمحرم، مشـاور مدیرعامل در امور ایثارگران ضمن تسلیت به ایام سوگواری اباعبدالله الحسین و خیرمقدم به کلیه میهمانان در سخنانی شهداء، ایثارگران و جانبازان را ولی نعمتان و خادمان جامعه عنـوان کرد و گفـت: پیش از پیش فرهنگ ایثار و شـهادت باید در جامعه امری بسـیار مهم و کارسـاز تلقی شود و به جهت تلاش ها و دلسوزی‌های آنان باید هر ساله تکریم شوند. مهندس صمدنژاد رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شـرکت آب و فاضلاب روستایی استان نیز ضمن تسلیت و تعزیت ایام سوگواری اباعبدالله الحسین (ع) و با بیان اینکه از خداوند متعال می خواهم پیرو راستین حسینی باشیم، گفت: حق این ایثارگران، جانبازان و شـهداء بر گردن ما بیشتر هست و به جهت دلاوریها و رشـادت های آنان است که در آرامش کامل زندگی مـی کنیم وظیفه داریم این فرهنگ را زنده نگه داشـته و به جامعه تعمیم دهیم. سرهنگ رحیمیان فرمانده حوزه یک بسیج کارمندی سپاه عاشورای استان به نقل از جمله سردار سلیمانی که همیشه تاکید می کند اصل جهاد بر گردن کارمندان هست که مردم را با تلاش های خودشـان راضی نگه می دارند، اظهار کرد: تمامی رفتار و تلاش های ما نیز باید در راستای رضای حق تعالی باشد و با توجه به اینکه حق همیشه مظلوم واقع شده است خواسته ام این است که در بحث ادارات همه یک وظیفه دارند کاری انجام دهیم که همه از ما راضی باشند و با ارباب رجوع بهترین برخورد را داشته باشیم. در ادامه مراسم کلیپی از سوی دفتر امور دینی و فرهنگی شرکت آبفار استان در زمینه ایثار و شهادت و جلوه هایی از شهدای والا مقام مدافعان حرم پخش شد. لازم به ذکر است در خاتمه مراسم از ایثارگران و جانبازان هشت سال جنگ تحمیلی و همچنین از فرزندان همکار ورزشکار (آقایان احمدزاده و صادقیان) که در مسابقات ورزشی مقام کسب کرده بودند با اهداء لوح تقدیر و هدایایی تجلیل به عمل آمد. همچنین با اهداء لوح سپاس از سوی فرمانده سپاه عاشورای استان، سرتیپ دوم کریمیان از مدیرعامل آبفار استان و فرمانده بسیج شهید یاغچیان تجلیل شد.

آغاز برگزاری یازدهمین دوره مسابقات سراسری دو میدانی و آمادگی جسمانی خواهران وزارت نیرو در اصفهان

باشگاه ورزشـی بوده است اما ازسال ۱۳۹۰ با پیگیری های مستمر مهندس هاشم امینی مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان این شرکت دارای باشگاه ورزشی رسمی دارای استانداردهای تعریف

اصفهان - قاسـم اسـد- یازدهمین دوره مسـابقات سراسری دو و میدانی و آمادگی جسمانی خواهران وزارت نیرو در سالن باران شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان باحضور ۳۱ تیم از سراسر کشور آغاز شد. در مراسم آغاز این دوره از مسابقات مهندس مجتبی قبادیان معاون منابع انسانی و برنامه ریزی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان گفت: شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان که از سال ۱۳۴۶ فعالیت خود را آغاز کرده از آن زمان تاکنون به امر ورزش توجه ویژه ای داشته و همیشه کارکنان را به ورزش کردن تشویق نموده است. حاصل این رویکرد کسب موفقیت های پیاپی کارکنان شرکت آبفا استان اصفهان در عرصه های مختلف مسـابقات ورزش وزارت نیرو بوده اسـت. وی اعلام کرد: از سال ۱۳۵۰ شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان دارای شده می باشد به گونه ای که اکثر مسابقات رسمی در بعد سراسری در سالن ورزشی باران شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان برگزار می شود. این باشگاه ورزشی از زیرساخت های لازم جهت برگزاری رشته های مختلف ورزشی اعم از شنا، فوتبال، فوتسال، والیبال، بسکتبال، پینگ پنگ، تنیس، هندبال، آمادگی جسـمانی، دو و میدانی و دیگر رشـته های ورزشی برخوردار می باشد. قبادیان افزود: انتظار می رود یازدهمین دوره مسـابقات سراسری دو و میدانی و آمادگی جسمانی خواهران وزارت نیرو در فضای کاملاً رقابتی و سـالم برگزار شود. لازم به یادآوری است تیم های حاضر در این دوره مسابقات از صنعت آب و برق کشور بوده که در ۳۱ تیم از هجدهم تا بیست و یکم مهرماه به میزبانی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان به رقابت می پردازند.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق مازندران:

نیروی انتظامی مظهر امنیت و اقتدار کشور است

ساری - دهقان - به گزارش خبرنگار مازندران ، مهندس قاسم شهابی در حاشیه مراسم صبحگاه مشترک نیروهای مسلح شهرستان بهشهر که در محل ستاد فرماندهی انتظامی برگزار شد، فرا رسیدن هفته نیروی انتظامی را تبریک گفت و اظهار کرد: کارکنان خدوم این مجموعه وظایف سنگین و خطیری را برعهده دارند. وی با بیان اینکه نیروی انتظامی مظهر امنیت و اقتدار کشور است، از آنها به عنوان پل ارتباطی بین مردم و حکومت یاد کرد که با تلاش های شبانه روزی خود آسایش خاطر را به افراد جامعه می بخشند. مهندس شهابی با اشاره به اینکه ویژگی های نیروی انتظامی موجب ابهت و اقتدار نظام شده است، تصریح کرد: رشادت، جهاد و شهادت در کالبد ناجا جاری است و هر روز شاهدایثارگری نیروهای انتظامی برای صیانت و دفاع از نظام هستیم. وی در پایان از حضور در جمع نیروهای مسلح ابراز خرسـندی و برای آنان آرزوی موفقیت کرد و با اهدای لوح سـپاس از دادسـتان شهرستان بهشهرو فرماندهی انتظامی این شهرستان و همکاران خدوم آن مجموعه که با حضور امام جمعه، فرماندار، بخشدار بهشـهر، مدیر دفتر حراسـت و روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق مازندران پیرامون اقدامات شایسـته نسبت به کاهش سرقت از تاسیسات و تجهیزات شبکه های توزیع برق در بهشهر تقدیرکردند.

ثبت بیش از یک میلیون و ۳۰۱ هزار نفر ساعت کار بدون حادثه در منطقه هشت عملیات انتقال گاز

واستقرار منظم سیستم مدیریت HSE دراین منطقه است که با سرلوحه قراردادن وتمرکز بر موضوعات این مهم، شرایط لازم جهت بهبودی، بهره وری و تعالی سـازمان را فراهم آورده اسـت. وی به

تبریـز - ماهان فلاح- رئیس امور بهداشـت، ایمنی، محیط زیسـت و پدافند غیرعامل منطقه ۸ عملیات انتقـال گاز از ثبت بیـش از یک میلیـون و ۳۰۱ هزار و ۱۸۴ نفر سـاعت کار بدون حادثه در طول شش ماهه نخست سالجاری در این منطقه خبر داد. بـه گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران، فرهاد قدیمی با اعلام این خبر گفت: ثبت بالغ بر یک میلیون و ۳۰۱ هزار نفر ساعت کار بدون حادثه نشان از ارتقـاء علمی کارکنان و اهتمام به الزامات ایمنی و ارائه آموزش های هدفمند به منظور مقابله با سـوانح و کاهش آمار مخاطرات شایع در این منطقه است. قدیمی افزود: اجرای پروژه های ایمن و بدون حادثه در طول سال جاری همگی حاکی از الطاف خداوندی تشریح برنامه های اجرا شده در بخش ایمنی، در طول سال جاری پرداخت و اظهار داشت: بازدید و بازرسی ایمنی از کلیه تجهیزات و اماکن منطقه، سیستم های اعلام و اطفای حریق، وضعیت ایمنی پیمانکاران، وسـایل و تجهیزات آتش نشانی، تجهیز تاسیسات و واحدهای منطقه به تجهیزات ایمنی مورد نیاز، فرهنگسازی ایمنی و برگزاری آموزش های ایمنی از جمله موارد اجرا شده این منطقه می باشـد. رئیس امور بهداشـت، ایمنی، محیط زیست و پدافند غیرعامل منطقه ۸ ثبت رکورد سـاعت کار بـدون حادثه را برای منطقه بسیار با ارزش دانسـت و تصریح کرد: این منطقه در اجرا و استمرار سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست تلاش مضاعفی انجام داده و همواره سعی بر گسترش این مهم دارد.

برگزاری سی و پنجمین جلسه شورای حفاظت از منابع آب استان قزوین

تعییـن تکلیف کلیه چاههای فاقـد پروانه فرم یک با هدف احیاء دشـت قزوین شد. در ادامه این جلسـه مهندس فرخ زاد معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری با اشاره به مصرف ۹۱ درصدی منابع آب استان در بخش کشـاورزی عنوان داشت: جهت حفظ و حراسـت از دشـت قزوین باید مصرف آب در بخش کشاورزی را تـا تـا ۸۰۰ میلیـون متر مکعب کاهـش دهیم تـا از این طریق بتوانیـم میزان افت منابع آب های زیرزمینی دشـت را به حالت نرمال بازگردانیم. ایشـان همچنین خواستار نظارت جدی جهت

قزوین - خبرنگار فرصت امروز - سـی و پنجمین جلسـه شورای حفاظت از منابع آب استان قزوین با حضور استاندار جدید قزوین، نماینده مردم شریف بوئین زهرا و آوج در مجلس شورای اسلامی، جمعی از معاونین استاندار و فرمانداران استان، مدیرعامل شـرکت آب منطقه ای قزوین و جمعی از مدیران دسـتگاههای اجرایی در سالن جلسات استانداری برگزار گردید.

بـه گزارش روابط عمومی شـرکت آب منطقـه ای قزوین؛ در ابتدای این جلسـه مهندس زاهدی اسـتاندار قزوین بیان داشت: ما در اسـتان با دو نوع مدل رفتاری مواجه هسـتیم؛ اولین مدل رفتاری شـرایط جوی سـالانه اسـت که قابل پیش بینی نیست بطوریکه بعضی از سال ها پر باران و بعضی دیگر کم باران هستند. اما مدل نزدیک جلوگیری بعمل آوریم. ایشـان حرکت به سمت کشـت های گلخانه ای و استفاده از شـیوه های مدرن آبیاری و نصب کنتورهای هوشـمند با اولویت اجرا برای مصرف کنندگان عمـده منابع آبی را از راهکارهای پیش رو جهت مدیریت مصرف آب برشـمردند. مهندس زاهدی در بخـش دیگری از صحبتهای خود با اشـاره به قیمت تمام شـده آب خواستار تعیین قیمت بر اسـاس تفکیک مصرف کنندگان شد. ایشـان همچنین خواهان جلوگیری از توسعه اراضی زیر کشت با تغییر سیستم های آبیاری از حالت سنتی به مدرن گردید. در ادامه مهندس پویا مدیرعامل شـرکت آب منطقه ای قزوین با اشاره به میزان بارندگی در سال آبی گذشـته عنوان نمود: میزان بارندگی در سـال گذشته ۳۲۴ میلیمتر بوده اسـت که این میزان بارندگی نسـبت به سال قبل ۱۱،۶ درصد کاهش داشـته اما این میزان نسبت به میانگین بلند مدت ۲،۳ درصد افزایش بارندگی در اسـتان را نشان می دهد. در پایان این جلسه مهندس پویا با اشاره به اقدامات صورت گرفته در قالب طرح احیاء و تعادل بخشی عنوان داشت: از ابتدای سال آبی ۹۳ تاکنون ۱۷۲۲ حلقه چاه غیر مجاز پلمپ و مسـلوب المنفعه شده و از اضافه برداشت ۲۴۳ حلقه چاه مجاز نیز جلوگیری بعمل آمده که با انجام این اقدامات حدود ۳۲۱ میلیون متر مکعب آب در سفره های زیر زمینی حفظ شده است و باعث گردیده تا شاهد کاهش افت آب های زیر زمینی در دشـت وسـیع قزوین باشیم بطوریکه میزان افت از ۱۶۸ سـانتی متر در سال آبی ۹۴-۹۳ به حدود ۸۰ سـانتی متر در سـال آبی ۹۶-۹۵ رسیده است و این خود گواه اثر بخشـی اقدامات صورت گرفتـه در بخش مدیریت منابع آب استان می باشد.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی-اقتصادی

|پنجشنبه | ۲۰ مهر ۱۳۹۶ | شماره ۹۰۳ | صفحه ۱۶|

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

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

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

نوشدارو

تفاوت بین برنامه بازاریابی و برنامه کسب‌وکار

تفاوت برنامه بازریابی و برنامه کسب‌وکار یکی از موضوعاتی است که فهم آن راهگشاست. برنامه کسب‌وکار و برنامه بازاریابی هر دو اجزای مهمی برای کسب‌وکار موفق هستند. اینها نه‌تنها کمک به موفقیت می‌کنند بلکه کمک می‌کنند بتوانیم آن‌را اندازه‌گیری کنیم، به‌دلیل اینکه کسب‌وکار بسته به تقاضای مشتری و بازار است. به گزارش ibazaryabi، باید هر دو برنامه بازاریابی و برنامه کسب‌وکار در طول کسب‌وکار با هم باشند.

برنامه کسب‌وکار

برنامه کسب‌وکار دیدگاهی در مورد کسب‌وکار فراهم می‌کند. این دیدگاه شامل اطلاعات کارکنان، عملیات‌ها، مکان‌ها، بازاریابی و دیدگاه‌های اقتصادی است و اغلب به‌عنوان یک ابزار اقتصادی مورد استفاده قرار می‌گیرد. به این معنی که آیا ادامه کسب‌وکار به صرفه است و می‌تواند جواب هزینه‌ها را بدهد. البته برنامه کسب‌وکار، بیشتر برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید شناخته شده هستند و باید در طول حیات کسب‌وکار از آنها استفاده کرد. آنها به توسعه مزیت رقابتی کمکی نمی‌کنند.آنها کمک می‌کنند بفهمیم که کسب‌وکار در آینده بازار دوام می‌آورند.

برنامه بازاریابی

برنامه بازاریابی جزییات عملیاتی است که برای رسیدن به اهداف عملیاتی شرکت لازم است. این برنامه تعیین‌کننده نقاط قیمتی، بازار هدف و رقابت است. این برنامه توضیح می‌دهد چگونه برنامه از طریق تبلیغات مشتری تولید می‌کند. این برنامه باید توضیح بدهد شرکت چگونه باید بر مزیت رقابتی رقبا غلبه کند. برنامه بازاریابی قسمتی مهم در برنامه کسب‌وکار است و احتیاج به اطلاعات دقیق تحقیقات بازار دارد.

وابستگی متقابل

برنامه بازاریابی و کسب کار با هم متقابلا وابسته‌اند و باید نسبت به هم سازگار باشند. برنامه کسب‌وکار تعیین‌کننده اهداف و عملیات کسب‌وکار است. در حالی که برنامه بازاریابی نحوه رسیدن به آنها را شرح می‌دهد. اگر برنامه کسب‌وکار تغییر کند، باید برنامه بازریابی نیز متعاقب آن تغییر کند. یک برنامه بازاریابی نباید از اهداف تعیین شده توسط برنامه کسب‌وکار عدول کند.

به‌روزرسانی

هر دو برنامه احتیاج به به‌روزرسانی دارند. برنامه کسب‌وکار هر سال باید به‌روزرسانی شود. برنامه‌بازاریابی باید هر سه ماه یک ماه بار به‌روزرسانی شود.با مقایسه فعالیت‌های باید موفقیت کسب‌وکار را اندازه‌گیری کنیم. سپس باید تشخیص بدهیم که آیا باید به‌روزرسانی‌ها در شرایط اقتصادی جدید در چه مواردی رعایت شود.

ملاحظات

نیازی نیست که هر دو برنامه مفصل نوشته شوند، البته باید به اندازه‌ای باشند که میزان آگاهی کافی را فراهم کنند و اطلاعات را با جزییات به ما بدهند. اطلاعات باید به خوبی با تحقیق به‌دست آمده باشند. اطلاعات باید برای تحقیق خود دارای شواهد کافی باشند. اهداف، عملیات‌ها و استراتژی‌های برنامه باید به قابل اندازه‌گیری و قابل اندازه‌گیری باشند. برنامه‌ها باید با تکامل کسب‌وکار به‌روزرسانی شوند.

منبع: SMALLBUSINESS. CHRON

معرفی استارت‌آپ

فروش فایل

نام استارت‌آپ: پرازفایل
وب سایت: porazfile. ir
سال تأسیس: ۱۳۹۶
موضوع: همکاری در فروش فایل دانشجویی
توضیح بیشتر:
با سایت پرازفایل می‌توانید وارد دنیای پرسود تجارت الکترونیک شوید و از فروش فایل‌های خود درآمد کسب کنید.

۱- فروشنده شوید و محصولات خود را به فروش برسانید.

۲- بازاریاب شوید و از فروش محصولات معرفی شده پورسانت کسب کنید.

بسته‌بندی خلاق

برای مطالعه ۸۰۶ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: کسب‌وکاری را با حدود ۷۰ کارمند مدیریت می‌کنم. چند وقتی است احساس می‌کنم کارمندانم محافظه‌کار شده‌اند و درباره مسائل سازمانی اظهارنظر نمی‌کنند. چطور می‌توانم آنها را به اظهار نظر ترغیب و مشارکت آنها را در امور سازمانی بیشتر کنم؟

سکوت سازمانی

پاسخ کارشناس: نخستین راه‌حل برای برطرف کردن این مشکل این است که تلاش کنید با اتخاذ روش‌های ارتباطی موثر خودتان را به کارمندان‌تان نزدیک‌تر کنید. باید موقعیت حرف زدن درباره موضوعات مختلف با کارمندان‌تان را فراهم کنید تا ببینید در ذهن آنها چه می‌گذرد و چطور با همکاران خود تعامل می‌کنند. می‌توانید به منظور تشویق کارکنان به برقراری ارتباط با هم پاداش‌هایی را برای آنها در نظر بگیرید.

در نظر داشته باشید که ایجاد محیطی برای به اشتراک‌گذاری نظرات و اطلاعات مهم، تاثیر زیادی بر رضایت شغلی کارمندان دارد. باید مدام کارمندان خود را تشویق کنید که به شما بازخورد بدهند تا احساس کنند کنترل بیشتری روی کار دارند.

لازمه این امر، ایجاد اعتماد در کارمندان است. کارمندان شما باید این اطمینان را داشته باشند که در صورت مواجهه با تفاوت و اختلاف نظر، چیزی را از دست نمی‌دهند، در غیراین صورت فقط چیزی را می‌گویند که مطمئن باشند برای همه خوشایند است و مشکلی ایجاد نمی‌کند.

همچنین باید در بررسی بازخوردها بر بازخوردهای مثبت و سازنده تمرکز و جو را طوری مدیریت کنید که وفور پیشنهادها و نظرات مخالف و منفی، فضا را ناخوشایند نکند؛ چراکه عدم تعادل در بیان نظرات مثبت و منفی می‌تواند جو سازمان شما را از آنچه بود، بدتر کند و به سکوت موجود در سازمان شما بیشتر از پیش دامن بزند.

اگر شما هم در کسب‌وکار خود با چالشی روبه‌رو هستید، در صورت تمایل مشکل خود را از طریق ایمیل business@ forsatnet.ir با ما در میان بگذارید و پاسخ خود را در همین بخش پیگیری کنید.

مدرسه مدیریت

تبلیغات بالای خط (ATL) در مقابل زیرخط

صاحب یک برند می‌خواهد هم با عناصر تبلیغات بالای خط یا ای‌تی‌ال (ATL) و هم زیرخط مبارزات تبلیغاتی داشته باشد. می‌خواهد ارتباط مستقیمش را با مشتری حفظ کند، ضمن اینکه حمایت تجاری مناسبی ارائه می‌دهد. اگر بودجه کلی‌شان محدود شود و نتوانند به هردو وظیفه به‌طور یکسان برسند، چه تصمیمی می‌گیرند؟ به‌احتمال‌زیاد از تبلیغات عقب می‌کشند، چون نمی‌خواهند خریداران تجاری‌شان را با بازگیری حمایت‌شان مأیوس کنند. تأثیر کناره‌گیری از تبلیغات شاید سریع نباشد، اما آنها فکر می‌کنند اگر از خریداران حمایت نکنند خریدار به سراغ آنها نمی‌آید و کسب‌وکارشان را از دست می‌دهند.

به گزارش هورموند، در اوایل دهه ۱۹۸۰ وقتی دیوید پیرسون مسئول گرینز برایتون بود، با چنین مشکلی مواجه شد. به‌عنوان مدیرکل باید درباره تخصیص بودجه به تبلیغات تصمیم می‌گرفت، او در دانشکده هارد و شرکت مارس دراین‌باره آموزش‌دیده بود و در آنجا قوانینی محکم برای حمایت کم از مبارزات تبلیغاتی ایجاد کرده و معتقد بودند اگر از حداقل سطوح دسترسی و فراوانی به دست نیایند، تبلیغات، هدر دادن پول است.

او تصمیم گرفت همه پول را به فعالیت زیرخط اختصاص دهد و بودجه را به مرکز تبلیغات فروش پیشرو اختصاص داد. این کار واقعا لذت‌بخش بود، آنها با برنامه‌ای تخیلی برای انجام فعالیت‌ها در طول سال برگشتند. در مورد یک برند، تقویمی از «یک جایزه رایگان» ارائه دادند که به‌وسیله آن می‌توانستند مصرف سالانه برند را بالا ببرند. در مورد یک برند دیگر که به بارناردو مربوط می‌شد، مدیر شرکت آقای بروس نوبل که مدیری عالی و آموزش‌دیده در سراسر گیت پالمولیو بود و قبلا در ام سی کینزی کار می‌کرد، شک‌هایش را درباره طرح اعلام و سعی کرد او را از انجام آن منصرف کند. او معتقد بود برای پول، نسبت به هر چیزی که بالای خط به دست می‌آوردیم، ارزش بهتری وجود دارد، اما پیرسون این اشتباه را انجام داد.

دیوید پیرسون سال بعد پول را در بالای خط، سرمایه‌گذاری کرد و این بار به ابوت مید ویکرز اطلاع داد. آنها مشتری مؤسسه ویکرز بودند و باوجود بودجه کمی که داشتند، وفاداری‌شان را به برند آنها حفظ کردند، چند نفر از بهترین و ماهرترین افرادشان را در اختیار آنها گذاشتند و مجله‌های باکیفیتی برای تبلیغ ارائه دادند. این کار شانس موفقیت برندشان را دوباره زنده کرد. بروس نوبل با اشاره به دیوید پیرسون تأکید کرد به نظرش یک برند باید حمایت تبلیغاتی را حفظ کند، حتی اگر به تبلیغات کوچک در کناره‌های روزنامه‌ها تبدیل شود.

در تجربه‌ای موفق زمانی که دیوید پیرسون در شرکت سونی بود، بودجه‌های بیشتری برای پرداخت داشت. وقتی در اوایل دهه ۱۹۹۰ رکود اقتصادی پیش آمد، بسیاری از رقبا حمایت تبلیغاتی‌شان را در برخی موارد کم کردند. البته حمایت تجاری‌شان را کم نکردند و به بالای خط رفتند، او برعکس سطح حمایت تبلیغات را بالا برد و سونی تنها برندی بود که در گفت‌وگویی جدی با مخاطبانش ظاهر شد. سهم سونی به بیش از ۷۵درصد رسید. آنها توانستند به آن دستاوردهای سهم در سال‌های بعد تکیه کنند و در این زمان درصد گردش مالی‌شان را که مختص تبلیغات بود، کاهش دادند.

تخته سیاه

دلنوشته‌های یک کارآفرین (۳۸)

اهمیت تجربه و تخصص

پارسا امیری

در شماره‌های قبل به ۹رمز موفقیت در کسب‌وکار یعنی «عشق به کاری که داری انجام می‌دی»، «سختکوشی»، «آشنایی یا مبانی تکنولوژی»، «رعایت آداب کسب‌وکار»، «انواع سرمایه»، «تعیین هدف»، «انگیزه»، «انتخاب یه اسم خوب» و«آشنایی با قانون کسب‌وکار» را براتون توضیح دادم. در این شماره به آخرین رمز می‌پردازم.

دهم: تجربه و تخصص

یه روز پدر یکی از دوستای پسرم اومد دفتر ما و گفت تو همه جا می‌گی همه آدما یه توانایی‌هایی دارن و می‌تونن با اون یه کار رو شروع کنن. من که می‌دونم خودم هیچ کاری بلد نیستم و فقط یه کارمند معمولی بودم چه جوری تو بازنشستگی کار کنم. براش چایی آوردم و نشستیم و چند ساعتی با هم حرف زدیم.

همه اون چیزایی را که گفته بود روی کاغذ آوردم و بهش نشون دادم. گفتم پدر آمرزیده تو سال‌ها معلم ادبیات بودی و درس و مشق دادی، انشا گفتی و انشا نوشتی، غلط دیگران را گرفتی و اصلاح کردی، دهها و صدها شاگرد پرورش دادی که الان بعضی‌هاشون تو همین شهر دارن ریاست می‌کنن، اون وقت نگران کاری؟ گفت ای بابا تو هم خیلی سرخوشی. من در نهایت چند تا شعر بلدم و از برم. با شعر که نمی‌شه پول در آورد.

گفتم اتفاقا، می‌شه با شعر و ادبیات هم پول درآورد. بهش گفتم تو یه لیست از آدمایی که می‌شناسی و اونا تو رو می‌شناسن یا شاگرد تو بودن و الان سمت دارن رو به من معرفی کن تا من فردا بهت بگم چی کار می‌تونی بکنی.

فردا قرار گذاشتیم ساعت ۵ بعدازظهر که همکارانم رفتن بیاد دفتر. آدم دقیقی بود سرساعت اومد و چند برگ کاغذ تو دستش بود.

تعارفش کردم و آوردم تو اتاقم و و برگه‌ها رو ازش گرفتم. اسم و نشونی و تلفن خیلی از آدما توش نوشته شده بود. بعد از کمی تأمل گفتم خوب کار خیلی راحت شد. الان دو تا از شاگردات تو روزنامه کار میکنن.

آقای صمیمی که سردبیر روزنامه است، آقای محسنی ناشر کتاب‌های ادبی شده، آقای جلالی تو وزارت ارشاد کار می‌کنه، حسین کمال‌وند هم که مدیر مسئول مجله خانوادگیه و عبداللهی که دفتر ترجمه داره. دیگه چی میخوای؟ تو که قلم خوبی داری، ویرایش که بلدی، کتاب‌خون که هستی، دست به قلم که هستی و هر از گاهی چیزایی برای دلت می‌نویسی، دیگه چی میخوای اون که انگار متوجه حرفام نشده بود با تعجب نگام کرد و گفت یعنی من... گفتم بله تو می‌تونی ویراستار یکی از این روزنامه‌ها و مجلات و انتشاراتی‌ها بشی. تازه می‌تونی تو ستون ادبی هم کتاب معرفی کنی.

برای خانه کتاب ارشاد هم می‌تونی کتاب‌های ادبی و هنری رو برای کتاب ماه ادبیات و کتاب ماه هنر معرفی کنی. همین جوریش الان چهار تا کار برات جور شد. خیلی خوشحال شد و و رفت.

مدت‌ها ندیدمش تا اینکه یک روز داشتم روزنامه رو ورق می‌زدم اسمشو زیر یه مطلب ادبی دیدم. بهش زنگ زدم و گفتم رفتی که رفتی چی شد، بازنشستگی می‌چسبه؟ گفت کدوم بازنشستگی عموجان. صبح تو کتاب ماه هستم. ظهرا تو اتاق کار انتشارات آقای. . . . . کتاب ویرایش می‌کنم، عصرا هم می‌رم روزنامه. شبام هم دارم برای مجلات می‌نویسم. وقت ندارم سرمو بخارونم.

راست می‌گفت.

کسی که اهل کار کردن و سختی کشیدن باشه با کمی فکر کردن و مطالعه کردن می‌شه خیلی کارا براش پیدا کرد.

شما اگه می‌خواین مستقل باشین و خودتون استقلال کاری و مالی داشته باشین که نور علی نوره. می‌تونید دست به هر کاری بزنید و با عشق کار کنین و پول در بیارین. تو همین وضعیت رکود و بد اقتصادی خیلی‌ها کار صادرات و واردات کردن.

باورتون می‌شه که یه سری تو همین مملکت گربه پرورش می‌دن و به خارجی‌ها می‌فروشن. ولی کار دشواری هستش. بازارش هم بازار خاصیه.

تو باید عاشق کارت باشی و سختی‌های کار تو را از راه به در نکنه.