

همه تغییرات قیمتی بنزین در ۱۵ سال اخیر

میزان سهمیه و قیمت بنزین
یارانه‌ای چقدر است؟

چند ماهی است که موضوع افزایش قیمت بنزین، سهمیه‌بندی شدن این حامل مهم انرژی، تجارت پرسود قاچاق سوخت و جلوگیری از این کار و ...

۲



پیامد اصلی افزایش قیمت طلا، ارز و مسکن چه بوده است؟

تشدید «توهم پولی»
در جامعه

شدت افزایش قیمت طلا، ارز و مسکن از ابتدای امسال که موجب نگرانی و فشار اقتصادی به خصوص بر اقلتار متوسط و ضعیف جامعه شده، زمینه تشدید «توهم پولی» را نیز فراهم کرده است. پیامد اصلی افزایش قیمت‌ها به‌ویژه در بازار ارز، بالا رفتن نرخ تورم در کالاهای وارداتی بود و به این ترتیب اثر خود را به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای ایرانی گذاشت به طوری که براساس آخرین آمار بانک مرکزی، نرخ تورم در پایان مهرماه نسبت به زمان مشابه پارسال ۳۶.۹ درصد افزایش یافته است...

۳

افزایش دستمزد به زیان کارگران است

راهکارهای سه‌گانه برای تقویت قدرت معیشت کارگران

۲

مدیریت و کسب‌وکار

تخصیص بودجه میلیون
دلاری فیس‌بوک برای ترویج
روزنامه‌نگاری محلی

- چگونگی خرید شرکت توسط مدیرعاملان آینده
- راهکارهایی برای حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME)
- در کدام شبکه‌های اجتماعی باید فعالیت بازار بانی داشته باشیم؟
- اهمیت رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی کسب و کار
- ۲۱ برند محبوب در اروپا
- ادوار دبرنیز؛ شیطان‌ی که فکرها را دستکاری می‌کند

۸ تا ۱۶

وزیر اقتصاد:

۹۰ درصد مصوبات هیات مقررات‌زدایی اجرا نمی‌شود

وزیر امور اقتصادی و دارایی با اعلام اینکه ۹۰ درصد مصوبات هیات مقررات‌زدایی و تسهیل مجوزهای کسب و کار اجرا نمی‌شود، گفت گزارش دلایل همکاری نکردن دستگاه‌ها با این هیات و اجرا نشدن مصوبات آن به سران سه قوه ارائه می‌شود.

به گزارش «فرصت امروز» از وزارت امور اقتصادی و دارایی، فرهاد دژپسند در بیست و سومین جلسه هیات مقررات‌زدایی و تسهیل مجوزهای کسب و کار تاکید کرد: نباید به راحتی از کنار این مساله عبور کرد، بلکه باید با اخذ دلایل عدم همکاری از دستگاه‌هایی که در اجرای مصوبات همکاری لازم را ندارند گزارشی مستند و تحلیلی را به روسای سه قوه منعکس کنیم، زیرا این یک موضوع فرافروشی است. وی گفت: برخی روش‌ها و فرآیندهای غلط جزو ذات ساختار اداری کشور شده است که باید این فرآیندها به وسیله کار کارشناسی شناسایی و حذف شوند. دژپسند تصریح کرد: متأسفانه مشاهده می‌شود که حوزه مقررات‌زدایی، راه‌ها و فرآیندهای غلط و زائد شناسایی و حذف می‌شوند اما همان فرآیندها به شکلی دیگر ظاهر و باعث ایجاد مانع می‌شوند. وزیر اقتصاد با بیان اینکه شاخص‌های آزادی اقتصادی کشور در همه مولفه‌ها به‌جز اندازه دولت بهبود پیدا کرد، خاطر نشان کرد: برخی از مداخله‌گری‌های دولت بی‌مورد است. در ادامه بیست و سومین جلسه هیات مقررات‌زدایی

وزیر امور اقتصادی و دارایی با اعلام اینکه ۹۰ درصد مصوبات هیات مقررات‌زدایی و تسهیل مجوزهای کسب و کار اجرا نمی‌شود، گفت گزارش دلایل همکاری نکردن دستگاه‌ها با این هیات و اجرا نشدن مصوبات آن به سران سه قوه ارائه می‌شود.

به گزارش «فرصت امروز» از وزارت امور اقتصادی و دارایی، فرهاد دژپسند در بیست و سومین جلسه هیات مقررات‌زدایی و تسهیل مجوزهای کسب و کار تاکید کرد: نباید به راحتی از کنار این مساله عبور کرد، بلکه باید با اخذ دلایل عدم همکاری از دستگاه‌هایی که در اجرای مصوبات همکاری لازم را ندارند گزارشی مستند و تحلیلی را به روسای سه قوه منعکس کنیم، زیرا این یک موضوع فرافروشی است. وی گفت: برخی روش‌ها و فرآیندهای غلط جزو ذات ساختار اداری کشور شده است که باید این فرآیندها به وسیله کار کارشناسی شناسایی و حذف شوند. دژپسند تصریح کرد: متأسفانه مشاهده می‌شود که حوزه مقررات‌زدایی، راه‌ها و فرآیندهای غلط و زائد شناسایی و حذف می‌شوند اما همان فرآیندها به شکلی دیگر ظاهر و باعث ایجاد مانع می‌شوند. وزیر اقتصاد با بیان اینکه شاخص‌های آزادی اقتصادی کشور در همه مولفه‌ها به‌جز اندازه دولت بهبود پیدا کرد، خاطر نشان کرد: برخی از مداخله‌گری‌های دولت بی‌مورد است. در ادامه بیست و سومین جلسه هیات مقررات‌زدایی

بورس تهران ۶۴۲ واحد رشد کرد

شاخص بورس در مدار صعود

جم (پتروشیمی جم) و حکشتی (کشتریانی) بیشترین تاثیر مثبت را داشتند، اما خسایا (سایپا) و وامید (گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید) با بالاترین تاثیر منفی، مانع رشد بیشتر شاخص شدند. گروه بانک در معاملات روز سه‌شنبه بورس صدرنشین شد؛ در این گروه ۴۸۷ میلیون سهم به ارزش ۸۲۲ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه شیمیایی به ارزش ۵۹۵ میلیارد ریال و خودرو به ارزش ۴۴۸ میلیارد ریال جایگاه‌های بعدی را به خود اختصاص دادند. گروه فرآورده‌های نفتی با دادوستدی به ارزش ۳۲۰ میلیارد ریال در رده چهارم معاملات قرار گرفت؛ گروه زراعت نیز با معاملاتی به ارزش ۳۱۹ میلیارد ریال، رده پنجم را از آن خود کرد. شاخص فرابورس (ایفکس) در معاملات سه‌شنبه چهار واحد رشد کرد و در جایگاه یک هزار و ۹۱۴ واحدی قرار گرفت. در بازار فرابورس، بیش از یک میلیارد و ۱۶۳ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش بیش از ۵ هزار و ۸۳۰ میلیارد ریال دادوستد شد. در معاملات این روز، نمادهای ککهر (سنگ آهن گهر زمین)، میدکو (هلدینگ معدنی خاورمیانه) و دماوند (تولید برق دماوند) بیشترین تاثیر مثبت و مارون (پتروشیمی مارون) زاگرس (پتروشیمی زاگرس) بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص داشتند.

شاخص بورس روز سه‌شنبه ۶۴۲ پله بالا رفت و در جایگاه ۱۷۶ هزار و ۴۵۸ واحدی ایستاد. به گزارش ایرنا، در معاملات روز گذشته یک میلیارد و ۶۷۸ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۵ هزار و ۳۶۲ میلیارد ریال در ۱۷۲ هزار و ۵۸۰ نوبت دادوستد شد. بررسی شاخص‌های اصلی بازار سرمایه نشان می‌دهد شاخص قیمت (وزنی - ارزشی) که در آن ارزش سهام شرکت‌های بزرگ اثر بیشتری بر شاخص می‌گذارد، ۱۸۷ واحد رشد کرد و شاخص کل (هم وزن) که در آن ارزش و وزن همه شرکت‌های بزرگ و کوچک در محاسبه شاخص کل، یکسان در نظر گرفته می‌شود، ۵۴ واحد افزایش یافت. شاخص قیمت (هم وزن) نیز ۳۸ واحد بالا رفت؛ این شاخص بیانگر سطح عمومی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس است. شاخص آزاد شناور ۵۰۱ واحد رشد کرد؛ این شاخص بخشی از سهام قابل معامله شرکت‌ها در بورس را نشان می‌دهد. شاخص بازار اول مربوط به شرکت‌های بهتر از نظر سرمایه، سودآوری و درصد سهام آزاد شناور ۲۲۲ واحد افزایش یافت و شاخص بازار دوم بورس نیز ۲ هزار و ۴۹۵ واحد رشد کرد. در معاملات دیروز نمادهای رمینا (مپنا)، مبین (پتروشیمی مبین)، فارس (هلدینگ خلیج فارس)،

در کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران مطرح شد

تلاش برای یافتن راهکارهای غیربانکی در جابه‌جایی پول

عنوان کرد.

به گفته علی مهرپور، به رغم معافیت چند بانک ایرانی در استفاده از سوئیفت، جابه‌جایی ارز حاصل از فروش نفت توسط بانک مرکزی دچار مشکلاتی است و بانک‌های طرف همکاری با ایران در حال حاضر استفاده از این منابع را تعلیق یا محدود کرده‌اند.

وی در عین حال خبر داد که بانک تجاری ایران و اروپای مذاکراتی با بانک مرکزی آلمان، به این توافق رسیده است که بانک مرکزی آلمان خدمات کلرینگ را که تا پیش از این بانک EIH آلمان انجام می‌داده است را برعهده گیرد.

به گفته مهرپور، منابع ارزی ایران در بانک EIH آلمان به بانک دیگری انتقال یافته است اما همچنان تعهدات پولی متعددی میان بنگاه‌های ایرانی و بانک EIH وجود دارد که با خروج منابع ارزی از این بانک آلمانی، بیم آن می‌رود که این تعهدات به سرانجام نرسد و مشکلاتی را برای بنگاه‌ها ایجاد کند.

عباس دانشور، معاون امور بین‌الملل بانک صنعت و معدن نیز معتقد است که بانک‌های ایرانی دیگر قادر نیستند به مانند گذشته، امور خود را با بانک‌های خارجی پیش ببرند و منتظر هستند تا سیاستون و دولت برای حل مشکلات ایجاد شده، اقدام فوری کنند. محسن ابوالحسنی از بانک توسعه صادرات نیز با بیان اینکه شاخ و برگ‌های مالی که در سال‌های اخیر برای عبور از تحریم‌های پولی و بانکی وجود داشت، با دور دوم تحریم‌ها، چیده شده است، گفت: ورود منابع به بانک‌ها محدود شده و در حال حاضر مکانیزم مشخصی برای نقل و انتقال پول نفت فروش رفته به کشورهای خریدار، تعریف و مشخص نشده است. بانک‌ها نسبت به ماه‌های آتی چشم‌انداز روشنی ندارند و منتظر هستند تا بانک مرکزی در این خصوص اقداماتی انجام دهد.

یادداشت

نوشداری صنایع خودرو و
قطعه‌سازی کی می‌رسد؟محمدرضا
نجفی منش
رئیس کمیسیون
کسب و کار اتاق
تهران

مخالفان تعیین قیمت خودرو در حاشیه بازار هیچ استدلال منطقی برای جلوگیری از افزایش قیمت‌ها ندارند. بعضی معتقدند که گروه‌هایی در دولت نمی‌خواهند قیمت‌ها رشد کرده و تورم ایجاد کند که این حرف هم منطقی نیست. عدم افزایش قیمت خودرو از در کارخانه باعث شده سود حاشیه بازار به جیب دلال‌ها و واسطه‌گران بریزد. تولید خودرو در مهرماه سال جاری ۴۰ درصد کاهش پیدا کرده است و با توجه به شرایط کنونی روزی که ترامپ آرزوی آن را دارد، یعنی به صفر رسیدن تولید خودرو و زمین خوردن صنعت در ایران دور نیست. علت‌ها در کاهش میزان تولید خودرو در اولین ماه پاییز واضح است. خودروسازان در شش ماه متحمل زانی به مبلغ ۵۵۰۰ میلیارد تومان شده‌اند که در حال افزایش است. برای هر ماه تولید خودروسازان کشور دچار ۲ هزار میلیارد تومان زیان می‌شوند...

۷



بورس ارز: راهکار همتی برای ساماندهی بازار

رمز گشایی از وعده ارزی
رئیس کل بانک مرکزی

۴

مسعود قرائتی، معاون امور بین‌الملل بانک گردشگری

نیز با بیان اینکه در شرایط کنونی، بانک‌های خارجی ادامه همکاری با بانک‌های ایرانی را سخت کرده‌اند، گفت: نقل و انتقال پول از برخی بانک‌های چین و روسیه که قبلاً با بانک‌های ایرانی همکاری داشتند، متوقف شده است. در شرایط جدید باید راهکارهای دیگری غیر از روش‌های مرسوم بین بانکی برای ادامه فعالیت‌های مالی با خارج از ایران پیدا کرد.

ناصر مهین جعفرآبادی، معاون امور بین‌الملل بانک آینده نیز گفت: آمریکایی‌ها در طول دوره قبل فشارهای تحریم، به خوبی به روش‌های دور زدن تحریم‌ها آگاه شده‌اند. بانک آینده که مجوز فعالیت‌های ارزی از بانک مرکزی ایران نداشت و در حال دریافت این مجوز بود، در فهرست جدید تحریم‌های بانکی ایالات متحده آمریکا قرار گرفته است.

علیرضا عدالت، معاون امور بین‌الملل بانک خاورمیانه نیز ضمن تایید سخنان سایر همتایان خود در بانک‌های دیگر، مبنی بر تشدید فشارهای تحریم بر بانک‌ها، گفت: بانک‌ها دیگر به مانند گذشته نمی‌توانند نقشی در نقل و انتقالات پولی با خارج از کشور داشته باشند و برای دوره کنونی، بنگاه‌های ایرانی و همتایان خارجی آنها باید روش‌های جدیدی را برای انجام این کار میان یکدیگر تعریف کرده و به کار گیرند.

در همین رابطه، سیدحسین سلیمی عضو هیات نمایندگان اتاق تهران و رئیس انجمن سرمایه‌گذاری خارجی در اتاق ایران، این پیشنهاد را مطرح کرد که ورود مباد اولیه واحدهای صنعتی و تولیدی به کشور به عنوان سرمایه‌گذاری خارجی از سوی دولت و دستگاه‌های مربوطه شناخته شود تا از این طریق، بنگاه‌های ایرانی و خارجی بتوانند به همکاری ادامه دهند.



۸۸۹۳۶۶۵۱

سازمان آگهی‌ها

بسته حمایتی هنوز شفاف نیست

۲۰۰ هزار تومان به حساب چه کسانی واریز شد؟

اجرای بسته حمایتی دولت از اقشار کم درآمد آغاز شده اما همچنان برخی ابهامات آن پابرجاست. اخیرا و با واریز حقوق، رقم حدود ۲۰۰ هزار تومانی به حساب برخی اقشار واریز شده و بخشی دیگر از مشمولان، این مبلغ را دریافت نکرده‌اند.

به گزارش ایستنا، با توجه به شرایط خاص اقتصادی موجود، دولت طرح حمایت از اقشار کم درآمد را در دستور کار قرار داد و در آبان ماه مصوب شد بسته‌ای نقدی و کالایی در اختیار بخشی از جامعه که ظاهرا بیش از نیمی از جمعیت را پوشش می‌دهند، قرار گیرد.

درباره جزئیات بسته حمایتی، اطلاع‌رسانی دقیقی تاکنون انجام نشده ولی کلیت آنچه در اظهارات مسئولان وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی دیده شده، نشان می‌دهد که مرحله اول این طرح شامل مددجویان و مشمولان کمیته امداد امام خمینی (ره) و سازمان بهزیستی است؛ به طوری که به ازای هر خانوار و با توجه به بعد آن از ۱۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان، کارت یارانه سرپرست خانوار شارژ خواهد شد و می‌تواند با مراجعه به فروشگاه‌های طرف قرارداد طرح، اقدام به خرید اقلام متنوع مواد غذایی مورد نیاز خود کند.

گروه دوم کارکنان هستند و طبق مصوبه دولت، سازمان برنامه و بودجه مجاز شد برای کارکنان رسمی و پیمانی کشوری و لشکری، کارکنان قراردادی و شرکتی و مستمری‌بگیران صندوق‌های بازنشستگی، لشکری و حمایت و بازنشستگی کارکنان فولاد و سایر صندوق‌ها که مجموع پرداختی ماهانه آنها به کمتر از ۳ میلیون تومان می‌رسد، کمک جبرانی از طریق حساب‌های بانکی مرتبط با حقوق و دستمزد آن‌ها واریز کند.

در حالی نحوه پرداخت نقدی و حقوقی از مهم‌ترین ابهامات این بسته به ششم می‌رود که تاکنون به طور شفاف از سوی سازمان برنامه و بودجه به عنوان محل اصلی تامین منابع مالی طرح بسته حمایتی و البته محل پرداخت ماهانه حقوق کارکنان در بخش‌های دیگر اطلاعاتی در مورد نحوه پرداخت‌های نقدی منتشر نشده و مشخص نیست که به چه نحوی انجام می‌شود.

فقط اخیرا شریعت‌مداری - وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی - مبلغ پرداختی به کارمندان دولت را ۲۰۰ هزار تومان اعلام کرده و گفته افرادی که کمتر از ۳ میلیون تومان حقوق دریافت می‌کنند، مشمول این بسته می‌شوند.

به تازگی واریز حقوق در بخش‌های مختلف انجام شده است و البته هستند گروه‌هایی که هنوز حقوق آبان ماه را دریافت نکرده‌اند و در این بین برای برخی رقم ۲۰۰ هزار تومان به همراه حقوق واریز شده است؛ به گونه‌ای که بازنشستگان و مستمری‌بگیران از جمله حقوق‌بگیرانی هستند که برای گروه‌هایی از آنها این مبلغ پرداخت شده و در بین همین دو بخش هم هستند برخی مشاغل که دریافتی نداشته‌اند.

همچنین در مورد کارمندان هم که جزوی از گروه‌های مشخص شده در مصوبه دولت برای دریافت جبرانی هستند، ظاهرا پرداختی انجام نشده و پرسوچو از برخی کارکنانی که مشمول می‌شوند نشانی از دریافت مبلغ جبرانی همراه حقوق ندارد.

اما اینکه آیا تمامی کارکنان در بخش‌های دولتی و سازمان‌هایی که به نحوی از بودجه دولتی استفاده می‌کنند و کمتر از ۳ میلیون تومان درآمد دارند، مشمول دریافت جبرانی می‌شوند یا خیر؟ یا اینکه این پرداخت تا چه زمانی و در چند ماه انجام می‌شود؟ به همراه سایر ابهامات در مورد پرداختی به کارکنان در بسته حمایتی بی‌اسخ مانده‌اند و مسئولان مربوطه جزئیات آن را اعلام نکرده‌اند.

افزایش دستمزد به زبان کارگران است

راهکارهای سه‌گانه برای تقویت قدرت معیشت کارگران

نماینده کارفرمایان در شورای عالی کار معتقد است: هر تصمیمی که به افزایش دستمزد کارگران منجر شود نیازمند پیش‌بینی نظام جبرانی دولت برای کارفرمایان خواهد بود. به گزارش ایستنا، سلاج‌پوری به تشریح جزئیات نشست کمیته دستمزد شورای عالی کار و راهکارهای بهبود قدرت خرید کارگران پرداخت، کاهش قدرت خرید جامعه کارگری در شرایط کنونی اقتصاد را تایید کرد اما گفت که افزایش مزد تبعیضی دارد و جبران قدرت خرید کارگران با بالا رفتن دستمزد به زیان کارگران و بیکار شدن آنها منجر خواهد شد. سلاج‌پوری با اشاره به مشکلات متعددی که بخش خصوصی درخصوص عوارض و مالیات‌ها، بخشنامه جدید بانک مرکزی و عدم تامین مواد اولیه با آنها روبرو است، اظهار کرد: می‌پذیریم که شرایط اقتصادی امروز معیشت بسیاری از خانوارهای کارگری را دشوار کرده است ولی هرگونه تصمیمی که به افزایش مزد منجر شود باید در کنار آن یک نظام جبرانی از طریق حق بیمه یا مالیات برای کارفرمایان پیش‌بینی شود.

نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران در عین حال درباره اعتراض کارگران نیشکر هفت تپه و حقوق معوقه آنها، در یک برنامه تلویزیونی گفت: این کارخانه زمانی که دولتی بود ۷ ماه حقوق و مطالبات معوق داشت ولی اکنون که دست بخش خصوصی است تنها دو ماه حقوق معوقه دارد.

وی با طرح این پرسش که آیا افزایش دستمزد در شرایط کنونی در توان کارفرمایان است؟ گفت: به توجه به فشارهایی که به بخش تولید وارد آمده و ناتوانی کارفرمایان در تامین هزینه‌ها، این امر نتایج زیانباری برای کارگران به دنبال خواهد داشت و به تهدید امنیت شغلی کارگران منجر خواهد شد.

سلاج‌پوری گفت: در بخش تولید اعتراض این است که با وجود افزایش قابل توجه قیمت مواد اولیه، انرژی، حمل و نقل و افزایش ۲۰ درصدی مزد در ابتدای سال قیمت محصولات تولیدی متناسب با این عوامل نتوانسته افزایش یابد. ما فکر سیاست‌گذاری و مداخله دولت نیستیم ولی بسیاری از اقلام ما افزایش قیمت بالایی داشته است. نماینده کارفرمایان در شورای عالی کار در عین حال سه راهکار برای تقویت قدرت معیشت کارگران مطرح کرد و گفت: وزارت کار برای کارگرانی که از سطح معیشت و درآمد پایینی برخوردارند، بسته حمایت غذایی اختصاص دهد. راهکار دوم این که هزینه‌های مربوط به بهداشت و آموزش در سبد معیشت کارگران را برابر قانون دولت تقلیل کند و راهکار سوم این که اگر در نهایت به سمت افزایش دستمزد کارگران رفتیم باید یک نظام جبرانی هم از سوی دولت برای کارفرمایان در بحث معافیت‌های مالیاتی، تامین مواد اولیه و حق بیمه‌ها در نظر گرفته شود.

نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران با بیان اینکه در مقطع کنونی این امکان برای بخش کارفرمایی نیست که افزایش دستمزد داشته باشیم، خاطر نشان کرد: سیستم غلطی در کشور داریم که تمرکز کردیم بر مالیات بر شرکت‌ها، در حالی که باید پایه‌های مالیاتی را افزایش بدهیم لذا پیشنهاد ما این است که بدهی بنگاه‌هایی که خارج از اختیارشان و تحت تاثیر شرایط و بحران‌های اقتصادی دچار مشکل شده‌اند مورد بخشودگی قرار گیرد.



انجام شد و حالا از پس گذشت سه سال از اجرای این طرح، بار دیگر بنزین کاردر را به استخوان اقتصاد رسانده است و بازگشت کارت سوخت الزامی برای کنترل این وضعیت است. از شنبه تا بیست و یک روز دیگر تقاضا برای دریافت کارت سوخت جدید باید ارائه شود تا از پس این مهلت سه هفته‌ای طرح تازه دولت‌مردان برای بنزین رونمایی شود.

یکی از ارزان‌ترین‌ها

اگر مولفه قدرت خرید را کنار بگذاریم، ایران پس از ونزوئلا ارزان‌ترین بنزین جهان را به فروش می‌رساند. اتفاقا هم اقتصاد نفتی ونزوئلا درگیر بحران‌های فراوانی است هم اقتصاد نفتی ایران. ونزوئلا در اشلای از تورم بالا رنج می‌برد و هم ایران از دیرپایی تورم در عذاب است. حالا این دو کشور رتبه اول و دوم ارزان‌ترین بنزین جهان را در اختیار دارند اما برای ایران این همه ماجرا نیست. ارزانی بنزین در ایران در کنار قیمت بالای بنزین در عراق و ترکیه و افغانستان و پاکستان، قاچاق این فرآورده نفتی و دیگر انواع سوخت از ایران را رقم زده است. حجم قاچاق به حدی است که نفس اقتصاد را به شماره انداخته و حتی طنز تلخ و گزنده وزیر نفت نیز مبنی بر «قاچاق بنزین بحدالله از همه مرزها با موفقیت در جریان است» اندکی از بار سنگین آن نمی‌کاهد. برخی آمارها حجم سوخت قاچاق شده از ایران را تا روزی ۲۰ میلیون لیتر برآورد می‌کنند و این بدان معناست که هزینه تخصیص یافته به بنزین یارانه نه در جیب اتباع ایران که در حساب‌های قاچاقچیان و صاحبان پول کثیف قرار می‌گیرد.

جدول زیر همه تغییرات قیمت بنزین را در ۱۵ سال گذشته نشان می‌دهد.
کارت سوخت نگیرید، کارت بانکی کافی است
سابقه بحث استفاده مجدد از کارت سوخت را می‌توان در زمستان ۹۶ و بین سخنان زیبا اسماعیلی، سخنگوی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی جست‌وجو کرد که با تاکید بر استفاده دوباره از کارت سوخت در هنگام سوخت‌گیری تاکید کرده بود؛ مالکان خودرو و موتورسیکلت‌ها فاقد کارت سوخت در آینده‌ای نزدیک باید برای دریافت از کارت سوخت جدید اقدام کنند.

در تابستان ۹۷ این مساله به صورت محسوس از سوی شرکت پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی دنبال و نسبت به تغییر تجهیزات و لوازم جانبی جایگاه‌های سوخت اقدام شد که این کار حدس‌ها را نسبت به سهمیه‌بندی قریب‌الوقوع سوخت قوت بخشید.

در این میان مسئولان اتحادیه جایگاه‌داران و ... نیز در گفت‌وگوهای مختلف بر این مساله صحنه گذاشته و از تجهیز جایگاه‌های غرب و شمال غرب پالایش به دستگاه‌های جدید خبر دادند اما هیچ‌کدام اطلاعی دقیقی از زمان اجرای طرح استفاده مجدد از کارت سوخت‌های شخصی نداشتند.

اما روز دوشنبه سرانجام گمانه‌ها تبدیل به واقعیت شد و اطلاعیه شرکت پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی بر شک و گمان‌ها پایان داد.

شرکت پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی در جدیدترین اطلاعیه خود اعلام کرده به منظور جلوگیری از قاچاق بنزین به‌ویژه با تشدید قاچاق از مرزها، تصمیم بر این شده که تحویل بنزین به خودروها و موتورسیکلت‌ها، از تاریخی که متعاقبا اعلام خواهد شد، تنها با استفاده از کارت سوخت انجام شود و در همین راستا از مالکان خودروها و موتورسیکلت‌هایی که کارت سوخت خود را گم کرده‌اند خواسته شده

از روز شنبه ۳ آذرماه، حداکثر لغایت شنبه ۲۴ آذرماه ۱۳۹۷ نسبت به ثبت درخواست خود برای دریافت کارت سوخت جدید اقدام کنند. هرچند این شرکت با تاکید بر اینکه استفاده از کارت سوخت به معنای سهمیه‌بندی و افزایش نرخ سوخت نبوده از هموطنان محترم درخواست کرده نسبت به شایعات بی‌اساس در این مورد توجه نکنند اما خبر استفاده مجدد از کارت سوخت سبب بروز نگرانی در میان اقشار مختلف جامعه به ویژه دهک‌های پایین شده و آنها دائم در هراس بالا رفتن قیمت بنزین هستند.

مسئولان مختلف علت اصلی این اقدام را جلوگیری از قاچاق سوخت ذکر می‌کنند زیرا نوسانات نرخ ارز و قیمت پایین حامل‌های انرژی در مقایسه با کشورهای همسایه، قاچاق این سوخت را افزایش داده و باید گفت قاچاق سوخت سبب شده تا مصرف بنزین رشد چشمگیری در کشور داشته باشد.

هرچند سوال مردم این است که با توجه به حجم بالای قاچاق روزانه بنزین چرا دولت و مسئولان توانایی مقابله با این اقدام خلاف قانون را ندارند و مانند همیشه ممکن است مصرف‌کنندگان به اصطلاح خرد تاوان این ضرر ملی را از جیب خود و با گران شدن بنزین بپردازند؟ یکی دیگر از مواردی که سبب سوالات فراوان شده، مساله هزینه صدور کارت‌های سوخت جدید است و اینکه ممکن است با وجود اخذ میلیاردها تومان از مردم بابت صدور این کارت، بازهم شاهد قاچاق بنزین و کاهش نیافتن میزان مصرف باشیم در این صورت چی کسی ضرر مردم را جبران می‌کند که هم بنزین‌شان سهمیه‌بندی شده و هم بابت کارت‌های جدید مبالغی را پرداخت کرده‌اند اما در واقعیت بازهم باید از کارت جایگاه‌داران استفاده کنند.

کارت سوخت به کارت‌های بانکی متصل می‌شود

اما با افزایش ابهامات، محمدجواد آذری جهرمی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات روز دوشنبه در حاشیه سفر با هیات دولت به استان آذربایجان غربی سفر اعلام کرد: بیش از ۱۰ میلیون خودرو، کارت سوخت ندارند که با استفاده از ظرفیت دولت الکترونیک و با هماهنگی بین دستگاهی، به جای اینکه مردم در صف بایستند با مراجعه به پورتال ملی پخش و پالایش با فشردن سه گزینه، کارت بانکی آنها به کارت سوخت متصل می‌شود.

وی بیان کرد: برای صدور این تعداد از کارت سوخت باید ۳۳۰ میلیارد تومان هزینه می‌کردند درحالی که با استفاده از ظرفیت دولت الکترونیک و با هماهنگی بین دستگاهی، آن را به کارت بانکی متصل کردیم تا به جای اینکه مردم در صف بایستند تا در پلیس بعلاده ۱۰۰ (۱۰۰+) ثبت نام کنند تا بعد از یک هفته پستی کارت سوخت صادر شده را بیاورد و هزینه‌ای را پرداخت کنند، با مراجعه به پورتال ملی پخش و پالایش با فشردن سه گزینه، کارت بانکی به کارت سوخت متصل می‌شود.

وی تاکید کرد: بیش از ۲۳ میلیون کارت سوخت برای خودرو و موتورسیکلت‌ها در کشور صادر شده است.

آذری جهرمی اصلاح فرآیندها را باعث بهبود خدمات‌دهی به مردم دانست و گفت: رئیس جمهوری بر این موضوع تاکید ویژه‌ای دارد و برای جلوگیری از قاچاق سوخت، ستاد مدیریت سوخت کشور و شرکت ملی پخش و پالایش طی اطلاعیه‌ای اعلام کردند که چقدر از منابع کشور قاچاق می‌شود و چقدر از پول یارانه در جیب عده‌ای از قاچاقچیان می‌رود و اعلام کردند سوختگیری با استفاده از کارت سوخت باشد.

این کار امکان جدیدی است که در این دوره از ثبت‌نام در اختیار مشترکین قرار گرفته شده تا روند صدور کارت سوخت با سرعت بیشتری انجام شود و در نهایت اقتصاد کشور از آن منتفع شود. حال باید دید دولت تا ۲۴ آذر چگونه روند صدور کارت سوخت‌های جدید را مدیریت می‌کند و آیا با این کار می‌توان نسبت به قطع قاچاق سوخت از کشور امیدوار بود یا خیر؟

سال	قیمت بنزین سهمیه‌ای	قیمت غیر سهمیه‌ای
۱۳۸۴	-	۸۰
۱۳۸۶	۱۰۰	۴۰۰
۱۳۸۹	۴۰۰	۷۰۰
۱۳۹۳	۷۰۰	۱۰۰۰
۱۳۹۴	-	۱۰۰۰۰
۱۳۹۷	؟	؟

حمل و نقل ریلی

با همکاری سازمان نظام پرستاری و شرکت آسیاتک
جامعه پرستاری کشور از خدمات ویژه
آسیاتک بهره‌مند می‌شوند

جلسه امضا و تبادل تفاهم‌نامه و قرارداد همکاری شرکت انتقال داده‌های آسیاتک و سازمان نظام پرستاری کشور برگزار شد. به گزارش روابط عمومی آسیاتک، این شرکت با محصولاتی همچون اینترنت پرسرعت ADSL2+، پهنای باند اختصاصی و اشتراکی، تلفن ثابت، سرویس‌های مبتنی بر رسانه‌های تعاملی، خدمات سرور و دیتا سنتر، میزبانی داده‌ها، دامنه و اینترنت پرسرعت TD LTE به عنوان کامل‌ترین سبد محصولات و خدمات در بین شرکت‌های صنعت شناخته می‌شود و یکی از رسالت‌های اصلی آسیاتک به عنوان برترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور، ارتقای سطح کیفیت زندگی مردم است و در همین راستا این شرکت تاکنون از ده‌ها پروژه در حوزه سلامت حمایت کرده است. بر همین اساس، ارتباط با جامعه پرستاری کشور به عنوان یکی از اصلی‌ترین اقبال‌ها مرتبط با ارتقای سلامت جامعه در دستور کار آسیاتک قرار گرفت و انعقاد قرارداد با سازمان نظام پرستاری کشور، نقطه عطفی بر فعالیت‌های آسیاتک در راستای اهداف خود است. در این راستا پرستاران محترم سراسر کشور معرفی شده از سوی سازمان نظام پرستاری کشور می‌توانند از انواع سرویس‌های متنوع اینترنت برترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور با تسهیلات ویژه استفاده کنند.

اصغر دالوندی، رئیس کل سازمان نظام پرستاری کشور در مراسم امضا و تبادل تفاهم‌نامه مشترک با آسیاتک گفت: با توجه به نرخ مهاجرت جامعه پرستاری کشور، کمبود نیروی کار متخصص، عدم دسترسی کافی پرستاران مناطق دورافتاده به منابع آموزشی و همچنین تجمع منابع اصلی در کلانشهرها، نیاز به اقدامات زیربنایی در حوزه سلامت بیش از پیش وجود دارد.

وی افزود: بی‌شک یکی از عوامل ارتقای سطح سلامت در سراسر کشور و افزایش دانش سلامت در جامعه، شناسایی، آموزش و تربیت پرستاران زنده و متعهد است. در همین راستا شناسایی شرکت‌های فعال در زمینه تکنولوژی‌های ارتباطی برای تسهیل و سرعت‌بخشی در ارتباط با جامعه پرستاری آغاز و شرکت آسیاتک به عنوان برترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور برای این همکاری انتخاب شد.

رئیس کل سازمان نظام پرستاری کشور، تولید و انتشار آموزش‌های تخصصی به پرستاران مستقر در سراسر کشور، افزایش سطح بهداشت، ایجاد فضایی مناسب و امن برای استفاده آسان و نامحدود پرستاران از منابع آموزشی داخلی و خارجی و در نهایت ارتقای کیفیت زندگی مردم را به عنوان مهمترین دستاوردهای قرارداد سازمان نظام پرستاری و شرکت آسیاتک برشمرده و ادامه داد: پرستاران، اولین و مهم‌ترین عوامل برخورد با بیماران و حفظ جان آنها در شرایط بحرانی هستند. پرستاران نه تنها با دانش، مهارت و تخصص خود به انواع بیماری‌ها و مصدومیت‌ها رسیدگی می‌کنند، با سرلوحه قرار دادن منش حضرت فاطمه(س)، همواره وجدان کاری را به عنوان اصلی‌ترین موهبت شغل خود در نظر گرفته و سعی می‌کنند آرامش لازم را برای بیماران و خانواده‌های ایشان فراهم آورند.

دالوندی گفت: بهره‌مندی از زیرساخت‌های مناسب و پوشش گسترده شرکت آسیاتک با حدود ۷ هزار نماینده در سراسر کشور، بستر مناسبی را برای استقرار تکنولوژی‌های روز دنیا همچون تجهیز پرستاری درمانی و پرستاری خانگی به سیستم GPS استفاده از خدمات پرستاری الکترونیک و همچنین افزایش سطح جمع‌آوری اطلاعات و ارسال به بانک جهانی بهداشت (WHO) فراهم می‌آورد و بر همین اساس، سازمان نظام پرستاری کشور نگاه کلان و طولانی‌مدتی به همکاری با شرکت آسیاتک به عنوان برترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور دارد.

روابط عمومی شرکت انتقال داده‌های آسیاتک در پایان افزود: با توجه به برگزاری همایش استارت‌آپ‌های برتر حوزه درمان توسط معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری و سازمان نظام پرستاری، شرکت آسیاتک با هدف افزایش کیفیت زندگی و سطح سلامت جامعه در صد حمایت از این رویداد و استارت‌آپ‌های برگزیده حوزه سلامت است.



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱



پیامد اصلی افزایش قیمت طلا، ارز و مسکن چه بوده است؟

تشدید «توهم پولی» در جامعه

معیشت شهروندان در زمان بروز نوسان‌های ارزی صیانت شود، آرا و نظرات مختلف است.

گروهی همچون نمایندگان مجلس که با عامه مردم سر و کار دارند، بر این باورند که باید در این شرایط با افزایش دستمزدها، کاهش قدرت خرید مردم را جبران کرد و در مقابل گروه دوم می‌گویند که هرگونه افزایش دستمزدها به تورم ناشی از تغییر نرخ ارز دامن می‌زند و نقدینگی را تشدید می‌کند.

افزایش دستمزد به رشد قیمت‌ها دامن می‌زند

به تعبیر کارشناسان اقتصادی در شرایط کنونی اقتصاد ایران باید از دامن زدن به «توهم پولی» خودداری کرد؛ «محمد کوثری» کارشناس تحقیقات اقتصادی یک بانک خصوصی در این باره می‌گوید: افزایش یکپارچه دستمزدها به خصوص در بخش دولتی، عمدتاً با افزایش تقاضا و لذا افزایش قیمت‌ها همراه است و در نهایت توهم پولی ایجاد می‌کند.

وی تأکید کرد: افزایش اسمی حقوق و دستمزد از محل منابع دولتی در حالی که به پشتوانه تولید و ارزش افزوده بیشتر نباشد، هرچند رضایت بیشتری برای حقوق‌بگیر ایجاد می‌کند اما در حقیقت قدرت خرید پول را کاهش داده و به این ترتیب شخص به طور اسمی پول بیشتری دریافت کرده اما امکان خرید کمتری نسبت به گذشته دارد. به عقیده این کارشناس اقتصادی، این اصل در مورد یارانه‌ها نیز موضوعیت دارد و می‌توان گفت بالا بردن اسمی یارانه‌های دولتی در عمل ممکن است کمکی به بهبود معیشت اقشار یارانه‌بگیر نکند زیرا توان خرید آنها کاهش می‌یابد.

کوثری بر این باور است که تمایل به افزایش نرخ بهره سپرده‌های بانکی نیز نوع دیگری از توهم پولی است؛ که در آن «بالا رفتن نرخ سود اعطایی به سپرده‌ها در حالی سپرده‌گذار را راضی می‌کند که نرخ بهره اسمی بالاتر، رشد نقدینگی و در نهایت تورم بالاتر را به همراه دارد و می‌تواند حتی به ضرر آنها تمام شود.»

توهم پولی را چگونه مهار کنیم؟

اقتصاد ایران سال‌هاست که گرفتار توهم پولی شده و هر بار با بروز نوسان در اقتصاد، دولت‌ها سعی کرده‌اند که با ترمیم حقوق و دستمزد، به صورت اسمی این قدرت را حفظ کنند. روشی که سیاست‌گذاران، آگاهانه یا ناآگاهانه، با توجه به توهم پولی مردم توانسته‌اند از آن استفاده کنند.

داود دانش جعفری، وزیر امور اقتصادی و دارایی دولت نهم درباره تجربه ترکیه در این زمینه گفته بود: «در شرایطی که ترکیه تورم ۸۰ تا ۱۰۰ درصدی را تجربه می‌کرد، پرفسور کمال درویش در مدت ۹ ماهی که وزیر اقتصاد بود، کاری کرد که تورم این کشور تکریمی شود؛ تئوری کمال درویش این بود که باید هزینه‌های دولت کاهش یابد، به همین دلیل ۱۵ درصد از حقوق کارمندان دولت را قطع کرد که همین

شدت افزایش قیمت طلا، ارز و مسکن از ابتدای امسال که موجب نگرانی و فشار اقتصادی به خصوص بر اقشار متوسط و ضعیف جامعه شده، زمینه تشدید «توهم پولی» را نیز فراهم کرده است. پیامد اصلی افزایش قیمت‌ها به‌ویژه در بازار ارز، بالا رفتن نرخ تورم در کالاهای وارداتی بود و به این ترتیب اثر خود را به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای ایرانی گذاشت به طوری که براساس آخرین آمار بانک مرکزی، نرخ تورم در پایان مهرماه نسبت به زمان مشابه پارسال ۳۶.۹ درصد افزایش یافته است.

به گزارش ایرنا، امروز کم نیستند کسانی که افسوس می‌خورند چرا سال گذشته در همین روزها انسداد دارایی خود را در جایی سرمایه‌گذاری نکردند؛ در مقابل آنهایی که این کار را انجام دادند از بابت اینکه سرمایه آنها به طور اسمی چند برابر شده خرسند و خوشحالند. این خوشحالی و آن افسوس شاید در ظاهر دو روی یک سکه باشد و در دو جهت مخالف حرکت کنند اما در حقیقت آنچه امروز بر اقتصاد ایران می‌گذرد بر معیشت اکثریت آحاد آن اثر نامطلوب دارد. اما «توهم پولی» چیست؛ توهم پولی زمانی پیش می‌آید که یک فرد بدون در نظر گرفتن اثر تورم بر زندگی و کاهش قدرت خرید خود تنها به اتکالی افزایش درآمد یا ثروت اسمی خود احساس پولدارتر شدن کند و خرج و مصرف خود را افزایش دهد؛ همانطور که برخی سال گذشته با افزایش قیمت طلا و ارز موج‌سواری کردند، اکنون ممکن است احساس کنند از توان مالی بهتری نسبت به پارسال برخوردارند.

با این حال بخش بزرگی از جامعه را کسبانی تشکیل می‌دهند که امروز در برابر افزایش نرخ تورم و کاهش قدرت خرید خود احساس زیان می‌کنند؛ بخش اعظم این گروه را حقوق‌بگیران اعم از کارکنان بخش‌های عمومی و کارگران تشکیل می‌دهند و از این رو فشار افکار عمومی بر نهادهای تصمیم‌گیر، حمایت از آنان در برابر کاهش قدرت خرید آنهاست.

تلهای به نام افزایش دستمزد

توزیع بسته حمایتی و افزایش دستمزد حقوق‌بگیران راهکارهایی است که این روزها مسئولان اجرایی و نمایندگان مجلس برای جبران بخشی از کاهش قدرت خرید عامه مردم پیشنهاد می‌کنند. هرچند هنوز شسوری عالی کار تصمیمی برای افزایش دستمزدها نگرفته و دولت نیز بنای افزایش حقوق کارکنان خود را که در شرایط کنونی بخش قابل توجهی از بودجه عمومی کشور را درگیر خود کرده، ندارد اما اجرایی شدن ایده ارائه بسته حمایتی دور از انتظار نیست. تا دو ماه پیش بحث اصلی درخصوص ارائه این بسته تامین اعتبار آن از سوی دولت بود اما بنا به اظهارات اخیر محمدباقر نوبخت رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور قرار است منابع آن از محل مابه‌التفاوت ارزی ناشی از خوراک پتروشیمی‌ها تامین شود.

با این وجود مانند هر موضوع اقتصادی دیگری، اینکه چطور از سبب

مسکن با افزایش سقف تسهیلات از رکود خارج می‌شود؟

مسکن در خواب زمستانی

پیش انتخاب شد یکی از اولویت‌های خود را ایجاد ساز و کاری برای تولید دائم مسکن برای اقشار پایین‌دست عنوان کرد. محمدرضا رضایی کوچی، رئیس کمیسیون عمران مجلس هفته گذشته درباره مواضع وزیر جدید راه و شهرسازی در جلسات خود با نمایندگان گفته بود: نظر وزیر راه و شهرسازی نیز این است که باید سقف تسهیلات افزایش یابد و این برنامه متناسب با رشد قیمت باشد. البته برخی از کارشناسان حوزه مسکن معتقدند افزایش وام مسکن نه تنها کمک نخواهد کرد بلکه بیشترین فشار را به متقاضیان مسکن وارد خواهد کرد چراکه فقط تقاضای بازار را بالا می‌برد. پیشنهاد این کارشناسان این است که تسهیلات به سمت تولید هدایت و بعداً به خریداران منتقل شود و با این اتفاق بازار می‌تواند بدون جهش قیمت به توازن نزدیک شود، اما در مقابل این دیدگاه برخی دیگر از کارشناسان معتقدند رکود بازار مسکن به دلیل پایین بودن توان خرید متقاضیان تشدید شده و باید رقم تسهیلات خرید افزایش پیدا تا افراد توان خرید را داشته

باشند. در ماه‌های پایانی کار عباس آخوندی به عنوان وزیر راه و شهرسازی هم پیشنهادهایی برای افزایش سقف تسهیلات مسکن تا ۳۰۰ میلیون تومان مطرح شده بود.

در ماه گذشته تعداد معاملات بازار مسکن تهران به ۹۳۵۷ فقره رسیده که نسبت به ماه قبل ۹۵ درصد و نسبت به ماه مشابه در سال قبل ۲۲۳ درصد افت کرده است، اما طبق گزارش بانک مرکزی، میانگین قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی در این ماه به ۸ میلیون و ۶۱۰ هزار تومان رسیده که نسبت به ماه قبل ۶۴ درصد و نسبت به ماه مشابه در سال قبل ۸۳۵ درصد افزایش نشان می‌دهد. این در حالی است که اسناد بالادستی حوزه مسکن، نیاز سالانه کشور به ساخت واحدهای مسکونی جدید را حدود ۹۰۰ هزار واحد اعلام کرده‌اند اما بازار مسکن عملاً از ۵ سال پیش با کاهش شدید عرضه واحد مسکونی نوساز مواجه بوده است، به‌گونه‌ای که در مهرماه امسال، سهم واحدهایی با عمر تا ۵ سال در بازار مسکن تهران، ۴۴ درصد اعلام شده است که در مقایسه با ۵ سال قبل ۲۵ درصد کاهش یافته است.

بانک‌نامه



به میزبانی شرکت لیزینگ پاسارگاد برگزار شد

پنجمین نشست عمومی مدیران عامل شرکت‌های لیزینگ

پنجمین نشست عمومی مدیران عامل شرکت‌های لیزینگ، با حضور حنیفی معاون نظارتی بانک مرکزی، هادی موقعی دبیرکل انجمن لیزینگ ایران، جمعی از خبرگان اقتصاد و استادان دانشگاه و مدیران شرکت‌های لیزینگ برگزار شد.

در این نشست که در محل سالن اجتماعات شرکت لیزینگ پاسارگاد برگزار شد، ضمن ارائه گزارشی از عملکرد شرکت‌های لیزینگ، درخصوص کسب و کار لیزینگ در شرایط فعلی اقتصاد بحث و بررسی شد.

در همین زمینه، یک فعال صنعت لیزینگ، حمایت را حلقه مفقوده صنعت لیزینگ کشور عنوان کرد و درباره عدم حمایت از صنعت لیزینگ کشور، گفت: نگاه بانک مرکزی به شبکه لیزینگ و صنعت لیزینگ کشور بیشتر بعد نظارتی دارد که منطبق و نگاه این بانک است و غلط نیست، اما مقداری سخت‌گیرانه عمل شده است. مجید باقری در گفت‌وگو با ایبنا ادامه داد: بانک مرکزی باید توجه داشته باشد که با کاهش ریسک‌های صنعت، بازده شرکت‌های لیزینگ هم تحت تاثیر قرار گرفته، لیزینگ‌ها به طور مشخص شرکت‌هایی هستند که خدمات آنها مستقیم به کالا می‌رسد و می‌تواند برای مردم بسیار مطلوب باشد، اما مدلی که بانک مرکزی با استفاده از آن لیزینگ‌ها را کنترل می‌کند، یک مدل یکسان است.

مدیرعامل لیزینگ رایان سایپا ادامه داد: بر همین اساس خاستگاه، برند، کارنامه و تخصص لیزینگ‌ها مد نظر قرار نگرفته و ترازنامه لیزینگ‌ها در راستای کاهش ریسک ورشکستگی و اعتباری مهندسی‌شده در صورتی که به نظر من، لیزینگ‌ها باید بتوانند قابلیتی برای بازدهی بیشتر داشته باشند.

باقری تاکید کرد: حمایت حلقه مفقوده در صنعت لیزینگ است و هیچ بحث حمایتی از این صنعت وجود ندارد. به نظر من بهترین متولی و حامی این صنعت بانک مرکزی و بازار سرمایه با ایجاد بستریهایی در تأمین مالی صنعت لیزینگ و امکان مذاکره برای نرخ‌ها است.

وی در پایان گفت: تأمین مالی ارزان‌قیمت و استفاده از پتانسیل‌های بازار سرمایه بسیار سخت است. این فعال حوزه لیزینگ برای بهبود وضعیت شرکت‌های لیزینگ، گفت: پیشنهاد ما این است که بانک مرکزی به دستورالعمل‌ها درباره شرکت‌های لیزینگ‌کننده اکتون وجود دارد، توجه نکنند و دستورالعمل و مولفه‌های جدیدتری را در نظر بگیرند و اگر لیزینگی عملکرد و کارنامه خوبی دارد تا حدودی از این دستورالعمل بانک مرکزی عدول کرده که به طور حتم جهش صنعت لیزینگ را به دنبال خواهد داشت.

توسط بانک مسکن انجام شد

پرداخت ۵۰ هزار فقره وام مسکن در مهرماه

مجموع تسهیلات منعقد شده و اعطایی از سوی بانک مسکن در هفت ماه نخست سال جاری معادل ۳۵.۷درصد نسبت به دوره مشابه سال گذشته افزایش یافت.
به گزارش پایگاه خبری بانک مسکن- هیبنا، بانک مسکن در هفت ماهه نخست امسال رقمی بالغ بر ۱۰هزار و ۸۴۹ میلیارد و ۲۷۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان به متقاضیان سراسر کشور تسهیلات پرداخت کرد.

گزارش عملکرد تسهیلات منعقد شده و اعطایی بانک مسکن طی هفت ماهه نخست امسال نشان می‌دهد: کل تسهیلات منعقدشده و اعطایی طی هفت ماهه سال جاری معادل ۱۰ هزار و ۸۴۹میلیارد و ۳۷۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان بوده که در مقایسه با مبالغ منعقد شده و اعطایی طی دوره مشابه سال گذشته معادل ۳۵.۷درصد رشد را نشان می‌دهد. در هفت ماه ابتدایی سال جاری ۲۹۳هزار ۲۵۱ فقره تسهیلات از سوی بانک مسکن به متقاضیان سراسر کشور پرداخت شد این در حالی است که در همین بازه زمانی در سال گذشته مجموع تسهیلات پرداختی معادل ۱۰۸ هزار و ۴۷۹ فقره بوده است. ارزش کل تسهیلات پرداخت‌شده در هفت ماهه ابتدایی سال ۹۶ معادل ۷ هزار و ۹۹۶ میلیارد و ۵۶ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان بوده است.

در عین حال گزارش عملکرد مربوط به نخستین ماه از فصل پاییز سال جاری حاکی از آن است که در این مهرماه ۵۰ هزار و ۳۴۷ فقره تسهیلات به ارزش یک هزار و ۸۰۶ میلیارد و ۵۱۶ میلیون تومان به متقاضیان اعطا شده است.

مطابق با این گزارش بیشترین سهم از مجموع تسهیلات اعطایی در مهرماه امسال به انواع تسهیلات خرید مسکن شامل تسهیلاتی که به طور مستقیم به خریدار اعطا شده و همین‌طور تسهیلاتی که بعد از تکمیل پروسه ساخت و ساز، از سازنده به خریدار منتقل‌شده اختصاص پیدا کرده است. بر این اساس، رقم کل تسهیلات اعطایی در بخش خرید مسکن معادل یک هزار و ۱۰۸ میلیارد و ۹۶۲میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بوده است. همین‌طور تسهیلات مشارکت مدنی (ساخت مسکن) معادل ۲۴۴ میلیارد و ۵۱۱ میلیون و ۹۰۰هزار تومان ارزش داشته است.

علاوه بر این یکی دیگر از تسهیلات اعطایی در حوزه مسکن، تسهیلات جعاله است که متقاضیان این تسهیلات دو دسته هستند. دسته اول افرادی که برای تعمیرات اساسی در منزل خود، اقدام به دریافت این تسهیلات می‌کنند و دسته دوم نیز از این تسهیلات به عنوان کمک تسهیلات خرید مسکن بهره می‌برند. این گزارش حاکی از آن است که در یک ماه مهر، به لحاظ ریالی ۲۲۷ میلیارد و ۶۶۲ میلیون تومان تسهیلات در این بخش از سوی بانک مسکن به متقاضیان سراسر کشور اعطا شده است.

از آنجا یکی از ردیف‌های مهم تسهیلات حمایتی اعطا شده از سوی بانک مسکن به تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج مربوط می‌شود طی یک ماه مهر نیز بانک مسکن به پرونده‌های دریافت شده در این بخش با تمام توان پاسخ داده است. به طوری که گزارش عملکرد یک ماه نخست پاییز در این حوزه نشان می‌دهد: رقمی بالغ بر ۸۱ میلیارد و ۵۷۹ میلیون تومان به متقاضیان دریافت تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج پرداخت شده است.

بازار ارز؛ راهکار همتی برای ساماندهی بازار

رمز گشایی از وعده ارزی رئیس کل بانک مرکزی



بسر این، بانک مرکزی هم بر مبادلات اشرفا دارد و می‌تواند از طریق ردیابی جریانات، التهابات را در این بازار مدیریت کند.

این عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی با تاکید بر اینکه اگر بورس ارزش‌های خارجی راه بیفتد، عملا همان مکانیزم بازار آزاد با شفافیت حداکثری عملیاتی خواهد شد، گفت: بانک مرکزی از طریق مجوزهایی که دریافت کرده است، در این بازار می‌تواند اعمال قدرت کند. حالا بانک مرکزی می‌تواند علاوه بر بانک‌ها و صرافی‌ها از طریق بازار سرمایه هم در بازار مداخله کند.

گفتنی است رئیس کل بانک مرکزی یکشنبه شب اعلام کرد: «یکی از دغدغه‌های بانک مرکزی در ماه‌های اخیر برای ساماندهی بازار ارز و پاسخگویی به نیازهای طبیعی مردم، راه‌اندازی یک بازار متشکل ارزی برای معامله آزاد اعم از نقد و حواله اسعار بین‌المللی توسط کارگزاران (بانک‌ها و صرافی‌های مجاز) بوده است. جلسات متعددی با حضور کارشناسان و صاحب‌نظران بازار ارز و سرمایه و خصوصاً بانک‌ها و صرافی‌ها در بانک مرکزی تشکیل و ابعاد مختلف موضوع بررسی شد. در نهایت در مورد راه‌اندازی بازار معاملات آزاد نقدی و حواله ارز، مبتنی بر سازوکار حراج، با هدف کشف قیمت ارز و تسهیل تأمین نیازهای خدماتی و خرد مردم، به جمع‌بندی رسیدیم. این بازار با مشارکت بانک‌ها و صرافی‌های مجاز و نظارت و بازگردانی بانک مرکزی در آینده نزدیک به طور گام به گام و با تمرکز بر معاملات نقدی راه‌اندازی خواهد شد. صادرکنندگان هم می‌توانند در چارچوب مقررات اعلامی بخشی از ارز صادراتی خود را در این بازار عرضه کنند. امیدوارم این اقدام موجب شفافیت شکل‌گیری نرخ تعادلی ارز شده و تجربه مفیدی برای معاملات حواله‌های تجاری در سامانه نیما باشد.»

ارزیابی کرد و گفت: این یک بازار آزاد و حراج واقعی خواهد که همه عرضه‌کنندگان و متقاضیان ارزی می‌توانند با حضور در آن معاملات خود را به صورت شفاف انجام دهند.

همچنین وحید شقاقی شهری، عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی نیز در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به صحبت‌های اخیر رئیس کل بانک مرکزی اظهار کرد: بانک مرکزی می‌خواهد بازار آتی ارز را راه‌اندازی کند. این مساله می‌تواند به شفافیت مبادلات ارزی بسیار کمک کند. همچنین دست‌های پشت پرده را حذف می‌کند؛ چراکه بسیاری از بده بستان‌های ارزی خارج از چارچوب رسمی و در بازارهای دلالی انجام می‌شود.

او همچنین با بیان اینکه داد و ستدها در بازار بورس باعث شفاف‌سازی در خرید و فروش ارز خواهد شد، اظهار کرد: کشف قیمت ارزها که تا پیش از این در سبزه‌میدان و توسط دلالان اتفاق می‌افتاد، حالا به بازار بورس رفته و آن بازار این نرخ تعادلی را ایجاد می‌کند.

در بازار بورس ارزی قدرت نظارت بانک مرکزی بیشتر خواهد بود شقاقی‌شهری همچنین با اشاره به اصطلاح مبادله نقدی و آتی ارز اظهار کرد: مبادلات نقدی برای زمانی است که فعالان اقتصادی می‌خواهند به میزانی که نیاز دارند، ارز خود را تهیه کنند؛ مانند آنچه در بورس کالا اتفاق می‌افتد. در این‌گونه مبادلات قیمت‌ها مشخص است. در بازارهای آتی هم مبادلات برای مثلا ششش ماه آینده صورت می‌گیرد.

او با اشاره به مزایای طرح مورد نظر اعلام شده توسط رئیس کل بانک مرکزی ادامه داد: با راه‌اندازی بازار معاملات نقدی و حواله ارزی در بورس، هم خریداران و هم فروشندگان ارز مشخص خواهند بود و علاوه

با روند فزاینده حجم نقدینگی در اقتصاد ایران

موج نقدینگی در تورم آوار می‌شود

اضافه کرد: چنین اتفاقی رخ نداد. با این حال می‌توان بازار سرمایه را از طریق ورود شرکت‌های جدید و همچنین طراحی اوراق عرضه توسعه داد تا بتوانیم شوک‌های نقدینگی را به ویژه در داریی‌هایی مانند ارز که اثرات نامطلوبی در اقتصاد دارند، کنترل کنیم.

او همچنین به کنترل حجم نقدینگی از طریق سیاست‌گذاری روی نرخ‌های بهره و ساماندهی شبکه پولی هم اشاره کرد و گفت: استفاده از تکنولوژی‌های خارجی از طریق بهبود روابط بین‌الملل و تلاش در جهت کاهش سطح تحریم‌های بین‌المللی هم یکی دیگر از مسائل مهمی است که می‌تواند در جذب و کنترل نقدینگی‌ها موثر باشد.

گفتنی است براساس آخرین آمارهای بانک مرکزی حجم نقدینگی تا شهریورماه سال جاری ۱۶۷۲ هزار میلیارد تومان است که این رقم در اسفند سال گذشته ۱۵۲۹ بوده است. کل حجم نقدینگی در مجموع نسبت به شهریور سال گذشته که ۱۳۸۹هزار میلیارد تومان بوده، ۲۰.۳درصد افزایش داشته است. این ارقام به خوبی روند فزاینده حجم نقدینگی را در اقتصاد کشور نشان می‌دهد.

افزایش ۱۰۰درصدی بدهی بانک‌های خصوصی به بانک مرکزی

سال جاری ۴۵ هزار و ۳۷۰ میلیارد تومان بوده که این میزان بدهی ۵.۹درصد نسبت به شهریورماه سال گذشته و ۳.۹درصد نسبت به اسفندماه سال ۹۶ کاهش داشته است که نشان می‌دهد اقدامات انجام

شده در این بانک‌ها نیز در راستای اهداف تعیین‌شده بوده است.

آمارها نشان می‌دهد که عمده‌ترین دلیل افزایش بدهی سیستم بانکی ناشی از اضافه برداشت بانک‌های غیردولتی، خصوصی و موسسات اعتباری است. حجم بدهی این بانک‌ها و موسسات در شهریورماه به ۱۰۱ هزار و ۳۸۰ میلیارد تومان رسید که افزایش ۱۰۰.۱درصدی در مقایسه با شهریورماه سال گذشته داشته است. همچنین حجم بدهی این بانک‌ها و موسسات نسبت به اسفندماه سال گذشته ۲۶.۲درصد افزایش داشته است.

بسر این اساس افزایش میزان بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی، ناشی از بدهی بانک‌ها و موسسات خصوصی بوده و بنا وجود کاهش بدهی

افزایش فزاینده حجم نقدینگی‌ها در اقتصاد و ناکارآمدی سیاست‌های جذب نقدینگی باعث شده حجم نقدینگی‌ها به حدود ۱۶۷۲ هزار میلیارد تومان برسد که به گفته یک اقتصاددان، به لحاظ توسعه اقتصادی بخشی از افزایش نقدینگی‌ها خود را نه در رشد اقتصادی بلکه در تورم نشان خواهد داد.

به گزارش ایسنا، روند فزاینده حجم نقدینگی‌ها باعث شده آمارهای بانک مرکزی از حجم نقدینگی هر روز رقم عجیب‌تری را نشان دهد. ۱۶۷۲ هزار میلیارد تومان آخرین رقمی است که بانک مرکزی از نقدینگی در کشور برآورد کرده است. افزایش ۲۰درصدی حجم نقدینگی‌ها نسبت به سال گذشته نشان می‌دهد که سیاست‌هایی مانند افزایش سود بانکی یا فروش سکه که به منظور جذب نقدینگی طراحی و اجرا شد عملاً نتوانسته جلوی موج نقدینگی‌ها را بگیرد.

سعید اسلامی بیدگلی - عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی - در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به حجم بالای نقدینگی موجود در اقتصاد کشور با بیان اینکه باید سیاست‌گذاری‌ها را در سال‌های آینده

بدهی بانک‌ها و موسسات خصوصی به بانک مرکزی در یک‌سال گذشته ۱۰۰درصد افزایش یافته و این موضوع با انتقاد جدی رئیس کل مواجه شده است.

به گزارش ایبنا، براساس تازه‌ترین آمار بانک مرکزی حجم کل بدهی بانک‌ها و موسسات اعتباری به بانک مرکزی در شهریورماه سال جاری به ۱۵۰ هزار و ۶۵۰ میلیارد تومان رسیده که در مقایسه با شهریور ۹۶ معادل ۳۷.۳درصد و نسبت به اسفند سال گذشته ۱۴.۱درصد رشد داشته است. از این میزان ۳ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان بدهی بانک‌های تجاری است که نسبت به شهریور ۹۶ بیش از ۶۴درصد کاهش نشان می‌دهد. همچنین این میزان بدهی نسبت به اسفند ماه سال گذشته نیز ۱۳.۵درصد افت داشته که بیانگر حرکت این دسته از بانک‌ها به سمت انقباض مالی بیشتر بوده است.

بدهی بانک‌های تخصصی دولتی به بانک مرکزی نیز در شهریورماه

نماگر بازار سهام



چرا وقتی «نیشکر هفت تپه» دولتی بود کسی درباره زیان انباشته آن حرفی نمی زد؟!

پاسخ رئیس سازمان خصوصی سازی به انتقادات

رئیس سازمان خصوصی سازی با اشاره به مقاومتها در برابر خصوصی سازی واقعی، گفت نیشکر هفت تپه حدود ۵۰ سال دولتی بود و ۲۵۰ میلیارد تومان زیان انباشته به بار آورد و حقوق کارکنانش هفت ماه معوق مانده بود، اما طی مدتی که به بخش خصوصی واگذار شده است در آن ۳۰۰ میلیارد تومان سرمایه گذاری شد و حقوق معوق به دو ماه رسید؛ چرا کسی در زمانی که هفت تپه دولتی بود نمی گفت چرا این شرکت ۲۵۰ میلیارد تومان زیان انباشته دارد و حقوق کارکنانش هفت ماه عقب افتاده است؟

علی اشرف عبدالله پوری حسینی در گفت و گو با ایسنا، درباره واگذاری نیشکر هفت تپه با اشاره به وقایعی که در ماهها و سالهای گذشته رخ داد، اظهار کرد: در سال ۱۳۹۵ از دو موسسه خواستیم که واگذاریهای سازمان خصوصی سازی را ارزیابی کند. آنها حدود ۹۰ شرکت را که واگذار شده بود را ارزیابی کردند و نمره دادند.

وی ادامه داد: آنها در ارزیابی خود به این نتیجه رسیدند که شرکتهایی که کنترلی واگذار شدهاند، حدود ۲ درصد سطح اشتغال را افزایش دادهاند. البته امکان دارد در تعدادی از بنگاهها اشتغال کاهش پیدا کرده باشد، ولی برآیند کلی این است که اشتغال افزایش پیدا کرده است.

رئیس سازمان خصوصی سازی، گفت: برخی مدعی می شوند که روند خصوصی سازیها نا صحیح بوده است، اما سوال من این است که آیا کسی خصوصی سازیها را ارزیابی کرده که براساس آن می گویند خصوصی سازیها درست نبوده است؟! تنها ارزیابی که درباره خصوصی سازیها انجام شده، توسط آن دو موسسه بوده که آنها هم روند خصوصی سازیها را مطلوب ارزیابی کردند و گفتند ۲ درصد اشتغال افزایش پیدا کرده است.

وی افزود: اگر می رسید آیا اجرای اصل ۴۴ در ۱۲ سال گذشته موفق بوده است؟ من در پاسخ می گویم که اصلا موفق نبوده است، اما دلایل سازمان خصوصی سازی و واگذاریها نیست. دلیل موفق نبودن اصل ۴۴ این است که نمی گذارند خصوصی سازی کارش را انجام دهد. این موضوع باعث شده الان که در سال جاری ما هنوز ۶۰۰ بنگاه واگذار نشده داشته باشیم.

او درباره عملکرد سازمان خصوصی سازی در مورد واگذاری نیشکر هفت تپه گفت: من به عنوان رئیس سازمان خصوصی سازی از واگذاری این شرکت دفاع می کنم. ۵۰ سال دولت صاحب شرکت کشت و صنعت هفت تپه بود و در این مدت این شرکت ۳۴۵ میلیارد تومان زیان انباشته به وجود آورد که ۱۷۰ میلیارد تومانش را دولت پرداخت کرد. این شرکت ۱۵۰ میلیارد تومان به سازمان تامین اجتماعی بدهی داشت؛ یعنی بیش از ۱۰ تا ۱۵ سال حق بیمه کارکنانش را نداده بود، اما پس از خصوصی سازی وضعیت بهتر شد، چرا که الان حقوق معوقه کارگران به دو ماه رسیده است؛ ۲۰۰ میلیارد تومان توسط بخش خصوصی در هفت تپه سرمایه گذاری شده است؛ هزار هکتار برای کشت انگور و مرکبات اختصاص داده شده و زیرساختهای آن فراهم شده است.



میانگین ارزش سهام عدالت ۲.۵ میلیون تومان است

مشمولان سهام عدالت امسال چقدر سود می گیرند؟

کرده اند، محاسبه شده که با احتساب یک خانوار ۵ نفری ارزش کل سهام آنها معادل ۲۱ میلیون تومان برآورد می شود.

وی گفت: از این رو برای خانواده ۵ نفره که از تخفیف واگذاری سهام یک میلیون تومان سهام عدالت برخوردار نیستند، می توان گفت: هم اکنون معادل ۱۲ میلیون تومان سهام عدالت به آنها تخصیص یافته و برای کسانی که از تخفیف برخوردار بوده و یا باقی بدهی خود برای واگذاری سهام عدالت را پرداخت کرده اند، معادل با ۲۱ میلیون تومان است. با توجه به این رقم، معاون اول رئیس جمهور این عدد را برای خانوارهای ۵ نفره بدون تخفیف، کمی بالاتر از ۱۲ میلیون تومان عنوان کرده است.

این مقام مسئول با اشاره به سهام عدالت متوفیان هم عنوان کرد: هم اکنون با توجه به تخصیص سهام عدالت به وراثت و تجمیع این سهام برای یک نفر از آنها به عنوان نماینده وراثت، می توان گفت: یک نفر هم اکنون به دلیل به ارث رسیدن معادل با یک میلیون تومان سهام عدالت از ۲ میلیون تومان ارزش برخوردار است که این مبلغ در بازار سهام حدود ۸ تا ۸ میلیون تومان ارزش دارد، منتها این رقم برای خانوار محاسبه نمی شود.

میانگین ارزش سهام عدالت ۲.۵ میلیون تومان است

همچنین رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس در این باره گفت: با توجه به شوک ارزی به نظام می رسد ارزش هر برگ سهام عدالت بین ۲ میلیون تا ۳ میلیون تومان و به عبارتی میانگین ارزش آن ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان شده باشد.

به گزارش خانه ملت، محمدرضا پورابراهیمی با اشاره به تخلف دولت در زمینه سهام عدالت بیان داشت: دولت در زمینه عدم واگذاری سهام عدالت مددجویان کمیته امداد امام خمینی (ره) و سازمان بهزیستی، تمام افرادی که در دو دهک قرار دارند و در زمان واگذاری ۵۰ درصد تخفیف گرفته اند و ۵۰ درصد سود آنها در زمان بالغ بر ۱۰ سال مستهلک شده تخلف کرده است.

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس از ارسال لایحه سهام عدالت در کمیسیون ویژه خبر داد و گفت: این وضعیت در سهام عدالت را می توان مشابه خرید قسطی خودرو دانست که خریدار پیش پرداخت و اقساط را پرداخته است، اما نه سند خودرو به نام او زده شده و نه می تواند از وسیله استفاده کند، این اقدام از عجایب تصمیمات دولت است. نماینده مردم کرمان و راور در مجلس دهم در خصوص لایحه سهام عدالت، توضیح داد: سال گذشته لایحه ای برای تصمیم گیری سهام عدالت به مجلس ارسال شد، این لایحه ابتدای سال در دستور کار قرار گرفت و در حال حاضر در کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی و نظارت بر اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ در حال بررسی است تا تعیین تکلیف شود.

فرصت امروز: براساس قانون و پس از پایان دوره ۱۰ ساله تسویه اقساط سهام عدالت از محل سود سالیانه، این امکان از سال گذشته فراهم شده است تا سود سهام عدالت به صورت نقدی به حساب مشمولان واریز شود. بنابراین ۳۹ هزار و ۴۴۰ میلیارد ریال سود مصوب مجامع شرکت های سرمایه پذیر سهام عدالت امسال میان مشمولان تقسیم می شود. نگاهی به سود تقسیمی شرکت های سرمایه پذیر سهام عدالت نشان می دهد این شرکت ها در مجامع امسال خود ۴۷ هزار و ۲۹۳ میلیارد ریال سود برای مشمولان تصویب کرده اند که از این رقم ۶۵۴ میلیارد ریال به افزایش سرمایه شرکت ها اختصاص داده شده و ۶ هزار و ۶۹۸ میلیارد ریال هم توسط شرکت ها برای تقسیم میان مشمولان پرداخت شده است. همچنین از این رقم ۵۰۰ میلیارد ریال مربوط به اسناد دریافت شده است و مانده مطالبات دولت از شرکت های حاضر در سبد سهام عدالت ۳۹ هزار و ۴۴۰ میلیارد ریال است.

براساس آمار ارائه شده باید اشاره کرد از دی ماه امسال ۳۹ هزار و ۴۴۰ میلیارد ریال سود مصوب مجامع شرکت های سرمایه پذیر سهام عدالت میان مشمولان (به تناسب ارزش اصل سهام آنها) تقسیم خواهد شد که اگر همه مشمولان عدد برابر بگیرند به هر نفر ۱۰۰ هزار تومان می رسد و احتمالاً مشمولان کمیته امداد و بهزیستی هم دو برابر این رقم یعنی ۲۰۰ هزار تومان بگیرند.

ارزش سهام عدالت یک خانوار پنج نفره ۱۲ میلیون تومان است در همین زمینه، رئیس کل سازمان خصوصی سازی گفت: ارزش اسمی سهام عدالت عموم مشمولان معادل ۵۳۲ هزار تومان است که با احتساب چهار برابر شدن این ارزش، این سهم برای هر مشمول حدود ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان ارزش دارد.

به گزارش سازمان خصوصی سازی، علی اشرف پوری حسینی پیرامون اظهارات معاون اول رئیس جمهور درباره ارزش حدود ۱۳ تا ۱۴ میلیون تومانی سهام عدالت گفت: ارزش اسمی سهام عدالت عموم مشمولانی که این داری به آنها واگذار شده، معادل ۵۳۲ هزار تومان است که با احتساب چهار برابر شدن این ارزش، این سهم در حدود ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان ارزش دارد.

وی ادامه داد: چنانچه این رقم در عدد ۵ به عنوان مبنای تعداد یک خانوار ضرب شود، رقمی در حدود ۱۲ میلیون تومان به عنوان ارزش سهام عدالت به دست می آید.

رئیس کل سازمان خصوصی سازی با بیان اینکه این مبلغ تنها برای مشمولانی که از تخفیف واگذاری سهام عدالت برخوردار هستند، دارای ارزش حدود ۴.۵ میلیون تومانی است، گفت: این تعداد از مشمولان که شامل ۶ میلیون نفر ایرانی می شوند و همچنین سایر اشخاصی که باقی وجه مورد نیاز برای تسویه واگذاری سهام عدالت را پرداخت

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی

آگهی

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی

به استناد رونوشت سند شماره ۱۸۳۳۱ مورخ ۹۷/۶/۲۶ دفتر اسناد رسمی شماره ۸۸ هندیجان شمالی آقای عبدالجلیل شابونی فرزند یوسف تمامی شش دانگ سهام خود در مالکیت لنج باری به شماره ثبت ۱۲۱۲۵ - بندرعباس را به آقای ناصر عبدالله زاده فرزند عبدالله انتقال قطعی داده است. مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

م.الف ۲۶۶۷

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی

آگهی

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی

فراخوان خرید خدمات مشاوره کد ۹۷/۱۹

۱- بنادر و دریانوردی و منطقه ویژه اقتصادی امیرآباد در نظر دارد فرآیند خرید خدمات مشاوره نظارت بر پروژه تعمیرات اساسی منجر به PM اسکله های ۱ الی ۹ بندر امیرآباد کد ۹۷/۱۹ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری معامله از دریافت و تحویل اسناد خرید خدمات مشاوره تا تهیه فهرست مشاوران دارای صلاحیت، ارسال درخواست پیشنهاد (RFP)، ارائه پیشنهاد مشاوران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مشاوران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در فرآیند خرید خدمات مشاوره محقق سازند. تاریخ انتشار فراخوان در سامانه مورخ ۹۷/۸/۳۰ می باشد.

۲- شماره فراخوان در سامانه: ۳۰۰۹۷۰۳۶۳۵۰۰۰۳

۳- مهلت زمانی دریافت اسناد معامله از سایت: ساعت ۸ صبح تاریخ ۹۷/۸/۳۰ الی ساعت ۹ صبح مورخ ۹۷/۹/۵

۴- مهلت زمانی ارسال اسناد به سایت: ساعت ۱۰ صبح تاریخ ۹۷/۹/۱۲

۵- شرایط الزامی شرکت در فرآیند:

ارائه گواهینامه صلاحیت معتبر حداقل پایه ۱ در رشته راه و ترابری - تخصص بندرسازی و سازه های دریایی از سازمان برنامه و بودجه کشور

۶- اطلاعات تماس کارفرما جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد

آدرس: مازندران بهشهر زاغمرز بندر امیرآباد تلفن: ۰۱۱-۳۴۵۱۲۴۲۴-۳۴۵۱۲۱۳۱

کدپستی: ۵۱۳۳۱-۴۸۵۴۱ شناسه ملی: ۱۸۰۶۱۴-۱۴۰۰۰ کد اقتصادی: ۴۱۱۳۱۹۵۷۷۹۸۶

۷- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱ دفتر ثبت نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش ثبت نام / پروفایل مناقصه گر موجود است.

۸- هزینه ی درج دو نوبت آگهی بر عهده ی برنده فرآیند می باشد.

روابط عمومی منطقه ویژه اقتصادی بندر امیرآباد **شناش آگهی: ۲۹۷۴۶۲** ۵۸۹

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی

آگهی

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی شماره ۹۷/۱۱۰/ش

نوبت دوم

۱- موضوع مناقصه: اجرای خاکبرداری، زیرسازی و جدولگذاری شهرک صنعتی نجم آباد

۲- محل اجرا: استان البرز، جاده نظرآباد به اشتیارد (جاده نجم آباد) بعد از روستای نجم آباد، محل تقاطع محور نظرآباد - اشتیارد با آزاد راه، ۲.۷ کیلومتر از محل تقاطع از امتداد محور به سمت آبیگ

۳- رتبه و رشته پیمانکاری: رتبه ۵ رشته راه.

۴- آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه و ارزیابی کیفی: ساعت: ۱۹:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۹۷/۰۹/۰۷

۵- آخرین مهلت تحویل اسناد ارزیابی کیفی و مناقصه (پاکت الف، ب و ج): ساعت: ۱۴:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۹۷/۰۹/۲۰

۶- زمان بازگشایی پاکت (الف، ب و ج): ساعت: ۱۵:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۹۷/۰۹/۲۰

۷- زمان اعلام نتایج ارزیابی کیفی در سامانه: ساعت: ۱۴:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۹۷/۰۹/۲۵

۸- زمان بازگشایی پاکت (ج): ساعت: ۱۴:۳۰ روز یکشنبه مورخ ۹۷/۰۹/۲۵

۹- مدت زمان و مبلغ برآورد اولیه اجرای پروژه: ۸ ماه و ۱۹۰،۳۹،۹۲۰،۳۱۴ ریال بر اساس فهرست بهای تجمیع شده راه، باند فرودگاه و زیرسازی راه آهن ۱۳۹۷

۱۰- مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۹۵۲،۰۰۰،۰۰۰ ریال.

۱۱- هزینه خرید اسناد ۵۰۰،۰۰۰ ریال واریز به شماره حساب ۴۰۰۱۱۱۴۸۰۴۰۲۰۶۹۱ (شبا): ۴۰۰۱۱۱۴۸۰۴۰۲۰۶۹۱ (IR) نزد بانک مرکزی به نام تمرکز وجوه درآمد شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز (پرداخت از طریق سامانه صورت پذیرد)

۱۲- آدرس دریافت اسناد: اسناد صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت قابل دریافت می باشد.

(www.setadiran.ir)

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

-پاکت الف حاوی اصل ضمانتنامه می بایست علاوه بر بارگزاری، بصورت فیزیکی تا ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۹۷/۰۹/۲۰ به دبیرخانه شرکت تحویل داده شود.

تلفن تماس شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز: ۷-۰۲۶-۳۴۴۴۵۸۰۲

شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز

تاریخ انتشار آگهی نوبت اول: ۹۷/۸/۳۰
تاریخ انتشار آگهی نوبت دوم: ۹۷/۸/۳۰

۳۱

اخبار

همزمان با افتتاح اولین فروشگاه نسل جدید سامسونگ در بلوار اندرزگو

گوشی‌های گلکسی Note ۹ و A۹ در ایران رونمایی شدند

شرکت سامسونگ الکترونیکس روز دوشنبه ۲۸ آبان طی مراسمی رسمی ضمن افتتاح اولین نمونه از نسل جدید فروشگاه‌های اختصاصی برند خود در بلوار اندرزگو، از گوشی‌های گلکسی Note ۹ و A۹ برای ورود به بازار ایران رونمایی کرد. فروشگاه اندرزگو سامسونگ از نسل جدید فروشگاه‌های این شرکت محسوب می‌شود که با نوآورانه‌ترین ایده‌های طراحی و معماری ساخته شده تا ضمن ایجاد تجربه‌های جذاب از فناوری، فضایی راحت و دلپذیر را برای مراجعه‌کنندگان خلق کند. در این فروشگاه مراجعه‌کنندگان از نزدیک با گوشی‌های موبایل، ابزارهای پوشیدنی و لوازم جانبی سامسونگ آشنا می‌شوند و امکان تجربه کار با آنها را در فضایی زیبا خواهند داشت. فروشگاه اندرزگو، سومین فروشگاه مدرن سامسونگ در جهان و پیشرفته‌ترین نمونه از نسل جدید فروشگاه‌های این شرکت در منطقه خاورمیانه به شمار می‌رود. Note ۹ و A۹ جدیدترین اعضای خانواده گلکسی سامسونگ هستند که در این مراسم برای ورود به بازار ایران معرفی شدند. گلکسی A۹ اولین گوشی هوشمند جهان با دوربین چهارگانه محسوب می‌شود. جدیدترین پرچمدار سری Note سامسونگ هم با باتری ۴۰۰۰ میلی‌آمپر ساعتی و قلم S Pen مجهز به بلوتوث کم‌مصرف (BLE) عرضه شده است.

گلکسی A۹؛ دوربین چهار چشم
گلکسی A۹ جدیدترین عضو خانواده گوشی‌های بالارده سامسونگ است. این گوشی ۶.۳ اینچی به کمک قابلیت‌های هوشمند و دوربین قدرتمند خود گزینه‌ای عالی برای ثبت لحظات هیجان‌انگیز زندگی کاربران به شمار می‌رود. دوربین A۹ به چهار لنز اصلی (سنسور ۲۴ مگاپیکسلی و F1.۷)، تله فوتو (سنسور ۱۰ مگاپیکسلی و F۲.۴)، واید (سنسور ۸ مگاپیکسلی و F۲.۴) و تشخیص عمق (سنسور ۵ مگاپیکسلی و F۲.۲) مجهز شده است تا تصاویر بی‌نظیری را به ثبت برساند. دوستداران سلفی هم به کمک سنسور ۲۴ مگاپیکسلی دوربین جلو می‌توانند سلفی‌های زیبا و جذابی را به اشتراک بگذارند. پوشیده شدن نمای پشت گوشی با روکش شیشه‌ای و طراحی سه‌بعدی پتل جلو و عقب باعث شده تا تجربه‌ای کاملا راحت را از کار با گوشی داشته باشید.

گلکسی A۹ از یک باتری ۳۸۰۰ میلی‌آمپری بهره می‌برد که به همراه حافظه داخلی ۱۲۸ گیگابایتی و رم ۶ و ۸ گیگابایتی قامت یک گوشی پرچمدار را به عضو جدید سری A سامسونگ بخشیده است. گلکسی A۹ در سه رنگ خاص مشکی، آبی و صورتی طراحی شده است.

مراسم افتتاح فروشگاه جدید سامسونگ و رونمایی از گوشی‌های گلکسی Note ۹ و A۹ با بازدید خبرنگاران و اهالی رسانه از قسمت‌های مختلف فروشگاه اندرزگو به پایان رسید.

صنعت معدن و تجارت

چرا فولادی‌ها ارز به بازار ثانویه تزریق نمی‌کنند؟

مشخص شده به سامانه نیما بدهند و در آن به فروش برسانند چرا که فروش در بازار آزاد می‌تواند برخی از ضررها را جبران کند.



صنایع فولاد و معدنی، ارز حاصل از صادرات خود را در بازار ثانویه (سامانه نیما) عرضه نمی‌کنند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، سامانه نیما در واقع مخفف نظام یکپارچه معاملات ارزی است که از سوی بانک مرکزی برای تسهیل تأمین ارز و ایجاد فضای امن برای خریداران و فروشندگان ارز راه‌اندازی شده است. سامانه یادشده بدین منظور طراحی شده تا متقاضیان خرید ارز بتوانند درخواست خود را در یک بستر یکپارچه در اختیار فروشندگان ارز قرار دهند و فروشنده‌ای که تمایل به ارائه خدمات دارد، بتواند در بستری سالم، پیشنهاد خریدار ارز را پاسخ دهد. با وجود تعیین زمان دولت برای صنایع فولادی و دستور برای اینکه عمده‌ارزهای صادراتی خود را در این سامانه عرضه و به فروش برسانند، این صنف ارز حاصل از صادرات خود را در بازار ثانویه عرضه نمی‌کند. صادرات غیرنفتی ۳۰ میلیارد دلار شد علی‌اکبر شامانی، مدیرکل دفتر صادرات گمرک گفت: ارزش صادرات غیرنفتی کشور از اول سال تاکنون از ۳۰ میلیارد دلار بیشتر شده است. شامانی افزود: این مقدار در مقایسه با مدت مشابه پارسال ۱۲/۵ درصد افزایش یافته است. وزن صادرات در این مدت ۷۳ میلیون تن بود که در مقایسه مدت مشابه سال قبل ۴/۸۳ درصد کاهش یافته است.

با کاهش قیمت فولاد ارز به سامانه نیما نمی‌دهیم
عبدالحسین زاکانی عضو هیات مدیره یک شرکت فولادی، گفت: کاهش نرخ فولاد در هفته‌های گذشته خیلی بی‌سر و صدا صورت گرفت. قیمت‌های فعلی جوابگوی نیاز بازار نیست و بازار فولاد را تحت‌الشعاع قرار داده است. زاکانی افزود: وقتی تولیدکنندگان محصولات فولادی را با این قیمت کم عرضه می‌کنند، صرف نمی‌کند که ارز حاصل از صادرات را با قیمت

فولادی‌ها فرار می‌کنند و کسی کاری ندارد
مرتضی غفاری‌آذر، کارشناس و عضو خانه فولاد و معدن، گفت: طبق قانون و ابلاغ آن صنایع فولادی و معدنی باید ارز حاصل از صادرات خود را در بازار ثانویه عرضه کنند ولی خیلی راحت از این موضوع می‌گذرند و فرار می‌کنند. این کارشناس و عضو خانه فولاد و معدن افزود: تا مسئله تزریق ارز به سامانه نیما بیان می‌شود با واکنش این ۲ صنف مواجه می‌شویم و از نیاز داشتن ارزها برای تأمین تجهیزات سخن می‌گویند، این درست نیست، دولت طبق مصوبه ارز مورد نیاز با قیمت دولتی را در اختیار آنها قرار می‌دهد تا واردات خودشان را انجام دهند. غفاری‌آذر در ادامه گفت: باید به شدت با این موضوع و کسانی که از عرضه ارز به سامانه نیما خودداری می‌کنند برخورد شود تا بقیه صنایع هم رونق بگیرد و تولیدکنندگان دیگر هم از این شرایط استفاده کنند و عدالت ایجاد شود.

گرانی خرید قطعات، مجموعه‌های فولادی را در عرضه ارز ناکام گذاشت

ذوالفقاری عضو انجمن فولاد ایران، گفت: خیلی از فولادی‌ها ماشین‌آلات و تجهیزات کار خود را با هزینه خودشان وارد و تأمین می‌کنند از این رو نیاز به ارزهای به دست آمده از صادرات دارند و همین موضوع موجب می‌شود این صنایع کمتر، ارز وارد سامانه نیما کنند.

ذوالفقاری افزود: تجهیزات ذوب و صنایع وابسته بعد از نوسانات اخیر به طور چشمگیری افزایش قیمت داشته است. خرید قطعات مکانیک و قطعات برق و ابزار دقیق همیشه مجموعه‌های فولادی را اذیت کرده و طبیعی است که این حجم از گرانی زمینه‌ساز این موضوع می‌شود که فولادی‌ها کمتر از صنایع‌های دیگر ارز حاصل از صادرات خود را در بازار ثانویه عرضه کنند.

وضعیت تولید صنایع در ۶ ماهه ۹۷، اعلام شد

انواع پای‌بوش با رشد منفی ۰.۰۳ درصدی، انواع تلویزیون با رشد منفی ۲۹.۶ درصدی، یخچال و فریزر با رشد منفی ۱۵.۷ درصدی، ماشین‌های لیاسشویی با رشد منفی ۲۹.۵ درصدی، کولر آبی با رشد منفی ۸.۴ درصدی، الکتروموتور با رشد منفی ۵۳.۳ درصدی و سیگار با رشد منفی ۱۶ درصدی مواجه شده‌اند. در این بین تولید اتوبوس، مینی‌بوس و ون با رشد ۲۴.۷ درصدی، کارت‌ن با رشد ۱۴.۱ درصدی، روغن موتور تصفیه اول با رشد ۱۴.۴ درصدی، دوده با رشد ۵۴.۴ درصدی، پتروشیمی با رشد ۷.۵ درصدی، نخ سیستم پنبه‌ای و ترکیبی الیاف مصنوعی با رشد ۲.۲ درصدی، الیاف و تاپ پلی‌استر با رشد ۱.۸ درصدی و نخ پلی‌استر با رشد ۴.۲ درصدی مواجه شده‌اند ضمن آنکه تولید الیاف آکریلیک تغییری نسبت به مدت مشابه سال گذشته نداشته است.

ماشین‌های لیاسشویی با رشد منفی ۳۹.۵ درصدی و انواع تلویزیون با رشد منفی ۲۹.۶ همراه بوده و این محصولات بیشترین میزان رشد منفی را در بین کالاهای منتخب صنعتی به خود اختصاص داده‌اند. گفتنی است که انواع سواری با رشد منفی ۱۶ درصدی، وانت با رشد منفی ۱۵.۸ درصدی، کامیون کشنده با رشد منفی ۱۰.۷ درصدی، کامیون با رشد منفی ۶.۴ درصدی، تراکتور با رشد منفی ۹.۵ درصدی، روغن ساخته شده نباتی با رشد منفی ۹.۷ درصدی، داری آنسانی با رشد منفی ۸.۰۸ درصدی، پودر شوینده با رشد منفی ۰.۷ درصدی، لاستیک خودرو با رشد منفی ۴ درصدی، انواع کاغذ با رشد منفی ۶.۹ درصدی، نئوپان با رشد منفی ۱۸.۲ درصدی، فیبر با رشد منفی ۰.۱ درصدی، سموم دفع آفات نباتی با رشد منفی ۱۹.۹ درصدی، فرش ماشینی با رشد منفی ۱۸ درصدی، چرم با رشد منفی ۰.۲۴ درصدی،

جدیدترین وضعیت تولید ۳۱ گروه کالایی منتخب صنعتی تا پایان نیمه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۹۶، اعلام شد. به گزارش ایسنا، براساس جدیدترین آمار اعلامی تا پایان نیمه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل، از میان ۳۱ گروه کالایی منتخب صنعتی، تولید ۲۲ گروه کالایی با رشد منفی، هشت گروه با رشد مثبت و یک مورد بدون تغییر بوده است. براساس گزارشی که از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت در اختیار ایسنا قرار گرفته است، در بین این ۳۱ گروه کالایی؛ اتوبوس، مینی‌بوس و ون با رشد ۲۴.۷ درصدی، روغن موتور صنعتی تصفیه اول با رشد ۱۴.۴ درصدی و کارت‌ن با رشد ۱۴.۴ درصدی، بیشترین میزان رشد تولید را در شش ماهه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل داشته‌اند. همچنین تولید کامیون با رشد منفی ۶.۲۴ درصدی،

تندیس برنزین جایزه ملی کیفیت به شرکت فولاد مبارک اختصاص یافت



گفت: در این رویداد نقش دولت در کیفیت و استانداردسازی بسیار مهم است؛ برای نمونه وقتی کالای بی‌کیفیتی تولید می‌شود، نهادهای دولتی مسئولند زیرا تولید و توزیع را به عهده دارند و باید رضایت مصرف‌کننده را به‌جا بیاورند. کشورهای اروپایی در ۲۰ سال گذشته از این رویکرد بی‌گزاران بوده‌اند؛ زیرا مصرف‌کننده در این روند بی‌دفاع است و نمی‌تواند خسارت خود را در چنین رویکردی دریافت کند و توزیع و تولیدکننده برخوردی انفعالی دارند. او با تأکید بر رویکرد نوین استانداردسازی گفت: در این رویکرد دولت نقش سیاست‌گذاری و نهادسازی دارد و تولیدکننده مسئول است؛ زیرا مجبور است خوداظهاری کند و تولید او باید مطابق استانداردها باشد و مصرف‌کننده می‌تواند حقوق خود را از زبان‌زننده بگیرد. اگر این مدل پیاده شود، جامعه خودش به دنبال کیفیت خواهد رفت. در سال حمایت از کالای ایرانی، جایزه ملی کیفیت معنای بهتری پیدا می‌کند در ادامه علی‌مطهری، نایب‌رئیس مجلس شورای اسلامی نیز گفت: در حال حاضر ضعف ایران برای ورود به بازارهای جهانی تنها مسئله کیفیت نیست، بلکه ناشی از کوچک بودن بخش خصوصی است؛ زیرا بیشتر بازار در اختیار شرکت‌های دولتی و وابسته به نهادهاست. نایب‌رئیس مجلس شورای اسلامی با اظهار خشنودی از تصویب قانون تقویت استاندارد گفت: در سال حمایت از کالای ایرانی هستیم و جایزه ملی کیفیت، امسال معنای بهتری پیدا می‌کند. وی با تأکید بر اینکه کیفیت کالا از شرایط مهم برای حضور در بازار جهانی است، افزود: یکی از مشکلات ما حضور کم‌رنگ در بازار جهانی به ویژه در بازار کشورهای همسایه است؛ این در حالی است که ترکیه توانسته سهم خوبی از این بازارها داشته باشد، در شرایطی که ما با برخی از این ملتها پیوند قوی‌تری داریم. مطهری افزود: در حال حاضر بخشی از بازار را شرکت‌های دولتی و شرکت‌های وابسته به نهادها تصاحب کرده‌اند و شرکت‌های خصوصی کوچک مانده‌اند که باید این مشکل را حل کنیم.

در پانزدهمین دوره جایزه ملی کیفیت و همایش روز ملی کیفیت که روز سه‌شنبه ۲۲ آبان در محل اتاق بازرگانی ایران و با حضور نیره‌سادات پیروزبخت، رئیس سازمان ملی استاندارد، علی‌مطهری نایب‌رئیس مجلس و جمعی از متخصصان و مدیران شرکت‌ها و موسسات برگزار شد، تندیس برنزین جایزه ملی کیفیت به دلیل تولید محصول قلع‌اندود به شرکت فولاد مبارک اختصاص یافت.

در این همایش مهندس حمیدرضا عظیمیان مدیرعامل فولاد مبارک پس از کسب این تندیس طی سخنانی گفت: رشد، پویایی و حرکت در مسیر سראمدی لازمه حضور موفق سازمان‌ها در فضای رقابتی و پرتلاطم کسب‌وکار امروزی است. در این راستا مدیران و کارکنان شرکت فولاد مبارک به عنوان پیشواز صنعت فولاد کشور و در جهت خلق ارزش مشترک برای همه ذی‌نفعان سازمان، همواره خود را متعهد به حرکت در مسیر تعالی می‌دانند.

وی با تأکید بر اینکه فولاد مبارک اکثر استانداردهای مطرح در سطح ملی و جهانی را کسب کرده است، گفت: دستیابی به سطح زرین (GOLD) جایزه جهانی بنیاد مدیریت کیفیت اروپا (EFQM) با کسب امتیاز بالاتر از ۶۰۰ استانداردهای ISO ۱۰۰۲ و «مدیریت رضایت مشتریان» استاندارد ISO ۱۰۰۰۴ نمونه‌های بارزی از موفقیت‌های فولاد مبارک در عرصه کیفیت و توجه این شرکت به تولید محصولی کیفی مطابق با سفارش در جهت رضایتمندی هرچه بیشتر مشتریان است.

مدیرعامل فولاد مبارک در بخش دیگری از سخنان خود گفت: در حال حاضر فولاد مبارک با تولید بیش از ۱۰ میلیون تن فولاد، نیمی از فولاد کشور را تولید می‌کند و به عبارتی، با ۷۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه ثبتی بزرگترین بنگاه صنعتی کشور محسوب می‌شود. وی با اشاره به نقش فولاد مبارک در تولید ناخالص ملی اظهار داشت: فولاد مبارک یک درصد GDP کل کشور و ۲ درصد GDP بخش صنعت را به خود اختصاص داده است.



مهندس عظیمیان با تأکید بر دستاوردهای فولاد مبارک در حوزه‌های مختلف از جمله صرفه‌جویی در مصرف آب خاطر نشان کرد: این شرکت در دهه ۷۰ شمسی حدود ۴.۲ میلیون تن تولید فولاد داشته و برای این مقدار تولید فولاد ۴.۱۶ مترمکعب مصرف آب پیش‌بینی شده بود؛ درحالی‌که امروز تولید ما به ۲.۷ میلیون تن رسیده و مصرف آب به ۲.۷ مترمکعب به ازای هر تن کاهش یافته است. یعنی تولید ۳ برابر شده و مصرف آب ۶ برابر کاهش یافته است. به‌طور قطع کیفیت فرآیندی پیوسته در سطح سازمان است فرزین انتصاریان، رئیس انجمن مدیریت کیفیت در این مراسم با اشاره به اینکه مردم

نیازمند تغییر هستند، زیرا ذات انسان با تغییر عجین است، گفت: وقتی بنگاه‌ها توسعه پیدا کنند، اقتصاد کشور توسعه پیدا می‌کند، بنابراین غلط نیست که گفته شود کیفیت محور توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه است و زمانی اتفاق می‌افتد که مدیریت خلاقیت، مدیریت زمان، مدیریت قیمت و... وجود داشته باشد. فرزین انتصاریان با بیان اینکه فولاد مبارک تندیس طلایی اروپا را گرفته و امروز نیز جایزه ملی کیفیت را دریافت می‌کند، تصریح کرد: آیا ما داشتن چنین سازمانی مقوله کیفیت پایان می‌یابد؟ به‌طور قطع کیفیت فرآیندی پیوسته در سطح سازمان است. او با اشاره بر رویکرد قدیم استانداردسازی

اخبار

لزوم آزادسازی قیمت خودرو توأمان با کاهش تعرفه واردات

رئیس انجمن همگن قطعه‌سازان ایران گفت در شرایط کنونی دولت باید قیمت خودرو را آزاد کند. رئیس انجمن همگن قطعه‌سازان ایران با اشاره به اینکه آزادسازی قیمت خودرو همزمان با کاهش میزان تعرفه واردات خودرو می‌تواند موجب شود تا صنعت خودرو مجدداً به دوران توسعه و شکوفایی برگردهد،گفت: خودروسازان و سازمان حمایت و حتی دولت باید دست از قیمت‌گذاری خودرو بردارند. وی با اشاره به اینکه قیمت خودروهایی که از سوی خودروسازان تولید می‌شود، بسیار پایین‌تر از نرخ‌های موجود در بازار است، افزود: شکاف قیمتی بین نرخ خودرو در بازار و کارخانه موجب می‌شود تا دلالتن و واسطه‌گران سودهای کلانی را به جیب بزنند. رئیس انجمن همگن قطعه‌سازان ایران با اشاره به اینکه تسک نرخی کردن قیمت خودرو نیازمند تعیین نرخ خودرو در حاشیه بازار است، اضافه کرد: اگر قیمت خودرو در حاشیه بازار تعیین شود به ناچار همه فعالان از بازاریان گرفته تا خودروسازان باید از قیمت ارائه‌شده تبعیت کنند. نجفی‌منش با بیان اینکه آزادسازی قیمت خودرو توأمان با کاهش میزان تعرفه واردات خودرو به کشور می‌تواند در رشد و توسعه صنعت خودروسازی موثر باشد، تصریح کرد: دولت باید دست از حمایت مالی و گسترده از خودروسازان بردارد تا شاهد نزدیک شدن قیمت خودروهای کارخانه‌ای به خودروهای موجود در بازار باشیم.

حاشیه‌های بازار خودرو باید به حداقل برسد

عضو کمیسیون صنایع گفت کار گروه بررسی قیمت خودرو باید به گونه‌ای عمل کنند که حاشیه‌های ایجاد شده بازار خودرو به حداقل برسند.
رمضانعلی سبحانی‌فر عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به افزایش قیمت خودرو در ماه‌های اخیر، اظهار کرد: صاحب‌نظران و کارشناسان در این حوزه تلاش می‌کنند تا قیمت خودرو را مطابق با تغییرات قیمت مواد اولیه داخلی تعیین کنندوی افزود: قیمت برخی قطعات وارداتی که ارزآوری دارند، با تغییر نرخ ارز افزایش یافته و این موضوع قطعه‌سازان را با مشکل مواجه کرده‌است، اما طبق دستورالعمل آنها مجاز به افزایش قیمت نیستند، در هر صورت عامل مذکور از علل اصلی افزایش قیمت خودرو است. سبحانی‌فر در پایان خاطر‌نشان کرد: امیدوارم کارگروهایی که در حال بررسی این موضوع هستند، قیمت خودرو را به گونه‌ای تعیین کنند که حاشیه‌های بازار خودرو که توسط دلالتن ایجاد شده، به حداقل برسند.

افزایش قیمت خودروها به شرط افزایش کیفیت‌شان انجام می‌شود

کمیسیون صنایع با افزایش قیمت موافق نیست

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت وزارت صنعت با افزایش قیمت خودروها به شرط افزایش کیفیت موافقت می‌کند ولی کمیسیون صنایع و معادن مجلس موافق افزایش قیمت نبوده و نیست.
محمدرضا منصوری؛ در گفت‌وگو با خبرنگار خبرگزاری خانه ملت درخصوص زمان و نحوه قیمت‌گذاری خودروها گفت: وزارت صنعت با افزایش قیمت خودروها به شرط افزایش کیفیت موافقت می‌کند ولی لازم به ذکر است که کمیسیون صنایع و معادن مجلس موافق افزایش قیمت نبوده و نیست.

خودرو وارد نمی‌کنیم

وی درخصوص واردات خودروهای خارجی و احتمال رفع ممنوعیت ورود آنها به کشور گفت: قطعاً واردات خودرو انجام نمی‌شود برای این که در دوران تحریم هرچه هزینه‌ها کمتر باشد می‌توانیم قیمت‌ها را ثابت نگه داریم و هرچه هزینه‌ها بالاتر برود و ارزمان از کشور خارج شود ارزش پول‌مان کاهش پیدا می‌کند.

واردات خودرو تا پایان تحریم‌ها توجیهی ندارد

منصوری با بیان اینکه توجیهی برای واردات تا اوایل دوران تحریم نیست، افزود ممکن است در سال آینده شرایط جدیدی در این خصوص به وجود بیاید.
عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس افزود: پیشنهاد می‌کنم همین خودروهایی که وارد ایران شده ولی در گمرک‌ها مانده‌اند را با گرفتن تعرفه وارد کنیم تا کمی از نیازهای کشور را برطرف کنیم.

تخلیه ۲۴ ساعته ۳۰۰۰ دستگاه خودرو در بندر لنگه جابه‌جایی ۷۹ هزار و ۲۸۰ دستگاه خودرو طی هشت ماه سال جاری

مدیر اداره بنادر و دریانوردی بندر لنگه گفت رکورد تخلیه بیش از ۳۰۰۰ دستگاه خودرو طی مدت ۲۴ساعت از شناورهای لندینگ کرافت ثبت شد.
به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی سازمان بنادر و دریانوردی، قاسم عسکری‌نسب درباره تخلیه ۲۴ساعته ۳۰۰۰ دستگاه خودرو در بندر لنگه اظهار داشت: این تعداد خودرو از ۲۰ فروند شناور لندینگ کرافت توسط تیم عملیاتی واحد بندری و دریایی بندر لنگه تخلیه شد که ارائه چنین خدماتی، در سطح بنادر کشور بی‌سابقه بوده است.
وی با اشاره به جابه‌جایی ۷۹ هزار و ۲۸۰ دستگاه خودرو طی هشت ماه گذشته، از رشد ۳۹درصدی این بخش از فعالیت‌های بندری و کسب جایگاه نخست بندر لنگه در زمینه ترانزیت خودرو در سطح بنادر کشور خبر داد و گفت: به صورت میانگین روزانه ۸۰۰۰دستگاه خودرو از شش فروند شناور در این بندر تخلیه می‌شود.
عسکری‌نسب به رکورد قبلی این بندر هم اشاره کرد و یادآور شد: درپهش‌ماه سال جاری نیز بیش از یک هزار و ۲۲ دستگاه خودرو از ۱۸ فروند طی مدت ۱۸ ساعات تخلیه شده بود.
به گفته این مقام مسئول، بندر لنگه به دلیل برخورداری از نزدیکترین مرز دریایی به کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس، به لحاظ حجم ترانزیت خارجی خودرو یکی از بنادر مهم کشور و چهارراهی برای ترانزیت خودرو به کشورهای آسیای میانه محسوب می‌شود.
وی اضافه کرد: اتصال از سه جهت به شبکه جاده‌ای کشور، موقعیت مناسب قرارگیری بندر به لحاظ جغرافیایی، نزدیکی به تنگه هرمز و آب‌های بین‌المللی، وضعیت مناسب توسعه فیزیکی طی سالیان اخیر در کنار مدیریت اصولی و تأثیرگذار حوزه دریایی و بندری در این خطه باعث شده بندر تجاری لنگه همچنان در عرصه ملی و بین‌المللی حرف‌های زیادی برای گفتن داشته باشد.

خودروسازان باید تولیدات‌شان را با قیمت واقعی به فروش برسانند

هشدار بحران بیکاری در کشور



موضوع را نیز مد نظر قرار داد که اقتصاد کشور دستخوش نوسانات شدید بوده لذا درخصوص آینده بازار نمی‌توان نظر قطعی داد. وی در ادامه تصریح کرد: چنانچه کماکان شورای رقابت تصمیم‌گیرنده قیمت خودرو باقی بماند، باید مکانیسمی با معیارهای شناور در نظر گرفته شود تا خودروسازان براساس متغیرهای بازار بتوانند بدون تاثیر از تصمیم‌گیری‌های کوتاه‌مدت شورای رقابت پاسخگوی نیاز بازار باشد.

این عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با تاکید بر اینکه صنعت خودروسازی کشور از دو بخش قطعه‌ساز و خودروساز تشکیل شده است، گفت: شرایط پیچیده‌ای که صنعت خودرو گرفتار آن شده در دنیا کم‌سابقه است لذا چنانچه تجدیدنظر عاجل درخصوص قیمت خودرو صورت نگیرد خودروسازان نیازمند حمایت‌های وسیع‌تر دولت خواهند بود کما اینکه تا این لحظه نیز پایداری صنعت خودرو بدون حمایت‌های دولت امکان‌پذیر نبود.
نورقلی‌پور خاطر‌نشان کرد: قطعاً آسیب خودروسازان، آسیب قطعه‌سازان را در پی خواهد داشت که موقعیت شغلی خیل عظیم مجموعه نیروی انسانی را به مخاطره خواهد انداخت و زمینه‌ساز بحرانی بزرگ در حوزه بیکاری کشور خواهد شد

قاچاق سوخت کاهش یافت

رئیس ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز خاطر‌نشان کرد: در این جلسه گزارش پیشرفت دستگاه‌ها داده شد. بعضی از دستگاه‌ها ۷۵درصد، برخی حدود ۷ تا ۱۰درصد و بعضی نیز کمتر از این مقدار پیشرفت داشته‌اند، بنابراین زمانی تعیین شد که این دستگاه‌ها در یکی دو ماه آینده، پروژه‌ای را اجرایی و عملیاتی کنند تا برنامه‌ای که در سال جاری برای آنها تعیین شده است، در پایان سال به صورت کامل اجرایی شود. وی در پاسخ به سوالی مبنی بر تعیین تکلیف اموال تملیکی به ارزش ۲۳ هزار میلیارد تومان، گفت: به دلایلی که در سال گذشته وجود داشته: در سه چهار سال گذشته اموال مکشوفه روی هم متراکم شده است و امسال راهکارهای قانونی را با حمایت‌های دولتی ایجاد کردیم. در حال حاضر هم وزارت اقتصاد که متولی کار است، فهرست را ابلاغ کرده و مقرر شد تا پایان سال تمام اموال تملیکی که در سازمان اموال تملیکی نگهداری می‌شود به فروش رسیده و یا به سایر کشورهای دیگر صادر شود و یا منهدم گردد. به گفته موبدی قرار است به زودی سازمان اموال تملیکی گزارش مشروحي از پیشرفت کار در آینده‌ای نزدیک ارائه دهد.

وی به قاچاق سوخت اشاره کرد و گفت: یکی از موضوعاتی که امروز به جد به آن پرداخته شد، بحث قاچاق سوخت بود که به دلایل آن

نوشداروی صنایع خودرو و قطعه‌سازی کی می‌رسد؟

میلیارد تومان زیان می‌شوند. هزینه تولید افزایش یافته درحالی که آن‌ها مجاز به بالا بردن قیمت‌ها نیستند. این مشکلات باعث شده خودروسازان نتوانند مطالبات قطعه‌سازان را پرداخت کنند. اکنون حدود یک ماه است که خودروسازان هیچ پولی به قطعه‌سازان پرداخت نکرده‌اند به همین دلیل تولید برای قطعه‌ساز هم مقرون به صرفه نیست و بیشتر واحدها یا تعطیل شده یا تعدیل نیرو کرده‌اند. مخالفان تعیین قیمت خودرو در حاشیه بازار هیچ استدلال منطقی برای جلوگیری از افزایش قیمت‌ها ندارند. بعضی معتقدند که گروهایی در دولت نمی‌خواهند قیمت‌ها رشد کرده و تورم ایجاد کند که این حرف هم منطقی نیست. عدم افزایش قیمت خودرو از در کارخانه باعث شده سود حاشیه بازار به جیب دلالتن ها و واسطه‌گران بریزد در حالی که این حرف هم منطقی نیست.
عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با خبرنگار خبری «عصر خودرو»، علی مویدی در جمع خبرنگاران و در حاشیه یکصد و بیستین جلسه ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز که صبح روز سه‌شنبه در وزارت کشور برگزار شد، با بیان این‌که این جلسه باید طبق برنامه‌ریزی‌های از پیش تعیین شده برگزار می‌شد تا دستورات جلسه و آمار قاچاق در سال ۱۳۹۶ ارائه می‌شد، اظهار کرد: معمولاً بعد از چند ماهی که از سال بعد می‌گذرد آمارها جمع‌بندی می‌شود که در گزارش ارائه شده در سال ۱۳۹۶ حدود ۱۲ میلیارد دلار قاچاق وارد کشور شده یا بخشی از آن خارج شده است.

وی ادامه داد: دستور دوم جلسه بحث سامانه‌ها بود که دستگاه‌های عضو ستاد می‌بایست سامانه‌هایی که به منظور بسترسازی و زیرساخت مبارزه با قاچاق کالا و ارز برنامه‌ریزی شده است را، طراحی و راه‌اندازی کنند و این سامانه‌ها به هم لینک شوند تا در سطح کشور دارای یک سیستم به‌روز و لحظه‌ای باشیم که از وجود قاچاق جلوگیری می‌کند.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی درخصوص آزادسازی قیمت خودرو اظهار داشت موضوع آزادسازی قیمت خودرو تبدیل به بحثی چالشی در کشور شده است که به راحتی نمی‌توان درخصوص آن اظهار نظر داشت اما موافق تبعیت قیمت‌ها از شرایط بازار و میزان عرضه و تقاضا هستیم و موافق قیمت‌گذاری دستوری در شورایی خاص نیستیم.
رامین نورقلی‌پور در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص تعلل اعلام قیمت‌های جدید خودرو گفت: نوسانات شدیدی که در حوزه ارزش پول ملی رخ داد، قطعه و خودروسازان را متحمل زیان‌های شدید مالی کرد لذا عرضه خودرو می‌بایست با توجه به هزینه‌کرد خودروسازان و محاسبه سود معقول و منطقی صورت پذیرد اما در حال حاضر با ارتباط دادن مسائل مختلف به این موضوع عملاً این اتفاق در کشور نمی‌افتد.

نماینده مردم کردکوی، ترکمن، بندر گز و گمیشان در مجلس شورای اسلامی افزود: با توجه به واقعیت‌های کنونی کشور عرضه خودرو با قیمت‌های کنونی خودروسازان را متحمل ضرر و زیان کرده است لذا می‌بایست در قیمت خودرو تجدیدنظر شود اما باید این

محمدرضانجفی‌منش

رئیس کمیسیون کسب وکار اتاق تهران

مخالفان تعیین قیمت خودرو در حاشیه بازار هیچ استدلال منطقی برای جلوگیری از افزایش قیمت‌ها ندارند. بعضی معتقدند که گروهایی در دولت نمی‌خواهند قیمت‌ها رشد کرده و تورم ایجاد کند که این حرف هم منطقی نیست.
عدم افزایش قیمت خودرو از در کارخانه باعث شده سود حاشیه بازار به جیب دلالتن ها و واسطه‌گران بریزد.

تولید خودرو در مهرماه سال جاری ۴۰درصد کاهش پیدا کرده است و با توجه به شرایط کنونی روزی که ترامپ آرزوی آن را دارد، یعنی به صفر رسیدن تولید خودرو و زمین خوردن صنعت در ایران دور نیست.
علت‌ها در کاهش میزان تولید خودرو در اولین ماه پاییز واضح است. خودروسازان در شش ماه متحمل زبانی به مبلغ ۵۵۰۰ میلیارد تومان شده‌اند که در حال افزایش است. برای هر ماه تولید خودروسازان کشور دچار ۲ هزار



خلق ثروت با اندوخته‌های ایران و نوآوری در صنایع خلاق و فرهنگی

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری گفت خلق ثروت و ارزش افزوده در حوزه رسانه و صنایع نرم و فرهنگی، با ایجاد محیطی مساعد برای شکوفا شدن خلاقیت جوانان خلاق و تحصیلکرده از یک‌سوی و فرهنگسازی اقتصاد دانش‌بنیان و سرمایه‌گذاری از سوی دیگر محقق می‌شود. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در افتتاحیه پانزدهمین اجلاس فناوری رسانه، به پررنگ شدن نقش شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در صنایع نرم و فرهنگی به خصوص رسانه اشاره کرد و گفت: توانمندی‌های خلاقانه شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی نشان می‌دهد، نقش کسب‌وکارهای دانش‌بنیان فناوری در حوزه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری رسانه پررنگ‌تر از گذشته است؛ اما این توانمندی در حوزه نرم‌افزاری نیز با تکیه به نوآوری‌های جوانان خلاق و دانشگاهی، بیش از گذشته شکوفا شود.



دریچه



ارزیابی وبسایت در جایگاه صاحب یک کسب‌وکار

مترجم: سالار ساری نوایی

• طبق گفته مجله Adweek، شما ۸ ثانیه فرصت دارید تا توجه مشتریان خود را پیش از اینکه از سایت‌تان خارج شوند، جلب کنید.

اطلاعات مفید درباره محصول، بررسی‌های پیش‌ورو، و یک انبار به خوبی سازمان‌دهی شده به تبدیل وبسایت شما به یک ابزار فروش قدرتمند کمک می‌کنند. زمانی که مشتریان و مشتریان احتمالی در وبسایت شما جست‌وجو می‌کنند، امکان فیلتر کردن، مقایسه و به اشتراک‌گذاری ابزارتان را برای آنها فراهم کنید.

۲- شما کسب‌وکارتان را در چه مکانی پیش می‌برید؟

اگر مناطق به خصوصی برای تولیدکنندگان اصلی دارید، مکان‌تان یکی از بزرگترین دارایی‌های شماست. اطمینان حاصل کنید مشتریان احتمالی شما - گوگل - می‌توانند دریابند که کسب‌وکارتان را در چه محلی انجام می‌دهید. برای چنین عملکردی نیاز دارید که نشانه‌ها و اشارات واضحی که برای افراد و روبات‌ها صادق است را فراهم کنید. این اقدام به معنای ایجاد صفحات موقعیت مکانی به خوبی سازمان‌دهی شده، اطلاعات تماس برای هر موقعیت مکانی با دسترسی آسان، به همراه جزئیاتی از قبیل موارد ذیل است:

• نزدیک‌ترین مکان کسب‌وکار؛

• پیشنهادات ارائه‌شده در هر مکان؛

• تولیدکنندگان نمایش داده‌شده براساس موقعیت مکانی -مخصوصاً اگر تنوعی در کار خود دارید.

برای رشد لیده‌های تیم فروش خود و همچنین بهبود تجربه مشتری، فراهم کردن پاسخ‌هایی برای سوالات بالا بسیار حائز اهمیت است. اگر مشتری تمام اطلاعات موردنیاز را در دست نداشته باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که با تیم شما تماس برقرار کند.

۴- آیا سایت شما قابلیت تبدیل‌پذیری دارد؟

برای تبدیل وبسایت‌تان به بهترین ابزار فروش ممکن، فراهم کردن فراخوان سازگار با تبدیل برای مشتریان ضروری است. یک سایت تولیدکننده لید هوشمند باید دربرگیرنده موارد زیر باشد:

• گزینه‌های فراخوان واضح به صورت عینی مانند تلفن، ایمیل و گفت‌وگو؛

• دکمه‌های کلیک برای تماس به منظور برقراری ارتباط آنی؛

• روش‌های برقراری ارتباط راحت و بهینه برای برقراری ارتباطاتی با ضرورت کمتر.

ابزارهای تبدیل باید به حد کافی ساده باشند تا واکنش آنی مشتری گنج‌شدن؛ فراهم کردن فرمی‌ناکامل و یا ترک کردن سایت شما نباشد. چند زمینه واقعاً موردنیاز است؟ آیا می‌توانید تعداد زمینه‌های ارتباط اولیه را کاهش دهید و در مراحل بعد جزئیات بیشتری به دست آورید؟

۵- آیا سایت شما ابزار فروش در اختیار دارد؟

به سایت‌تان نگاه کنید و از خود بپرسید آیا جست‌وجو و فیلتر کردن در ابزار شما کار آسانی است؟ آیا می‌توانید ویژگی‌های میان دو، سه یا تعداد بیشتری از محصولات را مقایسه کنید؟ آیا ابزار شما فراخوان‌های مناسب را دارد؟ آیا مشتریان می‌توانند به راحتی اطلاعات محصول را با حساب‌های کاربری خود در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند؟ آیا دلایلی وجود دارد که افراد مجدداً ماه دیگر به سایت شما مراجعه کنند؟ اگر به هر کدام از این سوالات پاسخ منفی دادید، از حداکثر توان سایت خود به عنوان یک ابزار تولید لید استفاده نکرده‌اید.

شما به سازماندهی واضح ابزار خود -به همراه بررسی‌ها و تصاویر متعدد- نیاز دارید و باید یافتن آنها را برای خریداران بسیار راحت و آسان سازید. با ایجاد تجربه‌ای آسان و بی‌زحمت برای مشتریان بالقوه، به وسیله فراهم کردن اطلاعات دقیق و مرتبط با محصولات و خدمات، اعتماد و وفاداری مصرف‌کننده را جلب می‌کنید و فرآیند تبدیل را آسان می‌سازید.

منبع: **adpearance**

تخصیص بودجه میلیون دلاری فیس‌بوک برای ترویج روزنامه‌نگاری محلی

فیس‌بوک از تخصیص بودجه ۶ میلیون دلاری برای آموزش ۸۰ روزنامه‌نگار جدید در بریتانیا خبر داده است.

به گزارش ورج، این شبکه اجتماعی قصد دارد ۸۰ روزنامه‌نگار محلی در بریتانیا را تحت عنوان «پروژه اخبار جامعه» آموزش دهد. هدف این پروژه تشویق کردن افراد برای گزارش اخبار از شهرهایی است که روزنامه‌های محلی یا گزارشگرهای خود را از دست داده‌اند.

بودجه این پروژه توسط شورای ملی آموزش روزنامه‌نگاران (NCTJ) در بریتانیا تأمین شده و قرار است بین ناشران محلی برای استخدام کارآموزان تقسیم شود. بنا بر گزارش گاردین این تخصیص بودجه برای اولین بار در فیس‌بوک اتفاق می‌افتد.

این طرح به دنبال پروژه روزنامه‌نگاری فیس‌بوک انجام شده که اولین بار در سال ۲۰۱۷ آغاز شد. این شرکت اعلام کرده بود که در این برنامه قصد دارد از اکوسیستم خبری سالم پشتیبانی کند. البته فراموش نکنیم که فیس‌بوک مدت‌ها است به دلیل اخبار جعلی یا گمراه‌کننده منتشر شده در این شبکه اجتماعی مورد انتقاد بوده است.

فیس‌بوک از پروژه جدید خود به عنوان «قطعه آغازی برای روزنامه‌نگاری عالی» یاد کرده و گفته است که این تخصیص بودجه نوید ترویج روزنامه‌نگاری با کیفیت را می‌دهد و علاوه بر این امکان مقابله با اخبار جعلی توسط تیم فیس‌بوک را فراهم می‌آورد.

بریتانیا تنها در سال ۲۰۱۷ در حدود ۴۰ روزنامه محلی خود را از دست داده و به عقیده وبسایت ورج نیاز به تخصیص چنین بودجه‌هایی به شدت احساس می‌شود. با این حال باید اشاره کرد که این بودجه تنها برای ۲ سال کافی است و اقتصادهای مرتبط با اخبار محلی باید برای یافتن شغل توسط این کارآموزان نیز در فکر راهکارهای اساسی باشند.

صندوق کارآفرینی سالانه به ۷۵ هزار نفر تسهیلات پرداخت می‌کند

معاون ساماندهی و توانمندسازی صندوق کارآفرینی امید کشور گفت سالانه ۷۵ هزار نفر در کشور از تسهیلات اشتغال‌زایی ۶۴٫۴ درصدی این صندوق بهره‌مند می‌شوند.

به گزارش ایران‌ا‌لی اصحابی در مراسم افتتاح طرح هدف توسعه اقتصادی در روستای قلعه محمدعلی خان حسن‌آباد قشاقویه اظهار داشت: توسعه مشاغل روستایی با هدف کسب و کارهای پایدار در مناطق کمتر برخوردار از اهداف مهم صندوق کارآفرینی امید کشور است.

وی تصریح کرد: صندوق کارآفرینی امید کشور برای انجام بهتر مأموریت‌های خود تفاهم‌نامه مشترکی با سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور امضا کرده تا تسهیلات با اولویت بوم‌گردی و طبیعت‌گردی و صنایع دستی به متقاضیان پرداخت کند.

اصحابی افزود: همچنین این صندوق با پرداخت تسهیلات از واحدهای تولیدی، کشاورزی، صنایع تبدیلی، فرش دستباف، شبکه‌های مجازی فروش، شبکه حمل و نقل و تقویت زیرساخت‌های

معاون ساماندهی و توانمندسازی صندوق کارآفرینی امید کشور گفت سالانه ۷۵ هزار نفر در کشور از تسهیلات اشتغال‌زایی ۶۴٫۴ درصدی این صندوق بهره‌مند می‌شوند.

به گزارش ایران‌ا‌لی اصحابی در مراسم افتتاح طرح هدف توسعه اقتصادی در روستای قلعه محمدعلی خان حسن‌آباد قشاقویه اظهار داشت: توسعه مشاغل روستایی با هدف کسب و کارهای پایدار در مناطق کمتر برخوردار از اهداف مهم صندوق کارآفرینی امید کشور است.

وی تصریح کرد: صندوق کارآفرینی امید کشور برای انجام بهتر مأموریت‌های خود تفاهم‌نامه مشترکی با سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور امضا کرده تا تسهیلات با اولویت بوم‌گردی و طبیعت‌گردی و صنایع دستی به متقاضیان پرداخت کند.

اصحابی افزود: همچنین این صندوق با پرداخت تسهیلات از واحدهای تولیدی، کشاورزی، صنایع تبدیلی، فرش دستباف، شبکه‌های مجازی فروش، شبکه حمل و نقل و تقویت زیرساخت‌های



کاهش فروش آیفون XS و آیفون XR ایل بر خلاف پیش‌بینی‌ها

می‌کند. براساس بیشتر پیش‌بینی‌ها میانگین فروش محصولات ایل در سه‌ماهه جاری با افزایش روبه‌رو خواهد بود. بنابراین، با فرض کاهش میزان فروش پرچمداران ایل، درآمد این شرکت ثابت خواهد بود و با افت

مواجه نخواهد شد.

البته تأمین‌کنندگان محصولات ایل از این نوسانات تقاضا، آسیب بیشتری خواهند دید. براساس گزارش وال‌استریت ژورنال و به‌گفته یکی از توزیع‌کنندگان محصولات ایل، انجام کسب‌وکار با ایل بسیار خطرناک است زیرا اغلب آنچه که وعده داده‌شده، معکوس می‌شود.

براساس گزارش منابع خبری، میزان سفارش iPhone XR کاهش یک‌سومی را تجربه کرده و حتی در هفته اخیر کاهش فروش بیشتری را داشته است. میزان کاهش سفارش آیفون XR ۱۰ اس و آیفون ۱۰ اس مکس کمتر بوده است. در اوایل ماه جاری سهام ایل با کاهش ۵۰ درصدی

مواجه شد زیرا تأمین‌کنندگان ایل به سرمایه‌گذاران گفته بودند که انتظار می‌رود تعداد فروش کمتر از حد پیش‌بینی شده باشد.

طبق گزارش‌های منابع مختلف، فروش محصولات جدید ایل با کاهش روبه‌رو بوده است. آیا این کاهش فروش می‌تواند برای ایل مشکل‌آفرین باشد؟

به گزارش زومیت، آن‌گونه که از

تأمین‌کنندگان مختلف محصولات ایل شنیده می‌شود، پیش‌بینی میزان فروش محصولات این شرکت کاهش یافته است و آخرین مدل آیفون‌های عرضه‌شده، آنطور که انتظار می‌رفت، فروش خوبی نداشته‌اند. طبق گزارش ژورنال تودی، ایل برای هر دو محصول آیفون XS و آیفون XR کاهش فروش داشته است. کاهش‌های کلی تقاضا در بازار موبایل به‌خصوص در بازار چین، پیش‌بینی میزان تقاضا برای پرچمداران ایل را سخت کرده است. به گفته وال‌استریت ژورنال، تغییرات متعدد در برنامه‌های تولید محصولات - A ple برای توزیع‌کنندگان مسلماً ناخوشایند است.

البته این کاهش تقاضا احتمالاً مشکل بزرگی برای ایل نخواهد بود. زیرا ایل میزان فروش بسیار خوبی را برای مدل‌های قبلی خود تجربه



معاون صندوق کارآفرینی امید کشور گفت: ایجاد فرهنگ‌سازی برای جامعه روستایی در حوزه توسعه مدل‌های نوین کسب و کار در روستاها از مهمترین برنامه‌های صندوق کارآفرینی امید کشور است که به دلایل فرهنگی و اجتماعی حاکم در روستاها از دشوارترین کارها محسوب می‌شود.

وی توسعه روستاها را در گرو مشارکت همه مدیران دولتی، بخش خصوصی، نخبگان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی بیان کرد و افزود: امروز باید روستاهای کشور به خط تولید محصولات مختلف تبدیل شود.



برگزاری ۷ دوره استارت‌آپ به منظور کارآفرینی

مدیرکل کمیته امداد خراسان رضوی گفت ۷ دوره استارت‌آپ در شهرستان‌های این استان به منظور کارآفرینی برگزار شده است. به گزارش مهر، حبیب‌الله آسوده روز دوشنبه در هفتمین رویداد کارآفرینی استارت‌آپ در کاشمر اظهار کرد: در خراسان رضوی هفت دوره استارت‌آپ در شهرستان‌های مختلف برگزار شده است و هدف‌گذاری شده است تعداد تیم‌های شرکت‌کننده را به ۲۰۰ تیم افزایش دهیم. وی افزود: این نهاد به عنوان استان پیش‌تاز در شروع برگزاری دوره‌های مختلف و ارائه شیوه‌های جدید کسب و کار و استارت‌آپ توانسته قدم‌های خوبی را بردارد و تاکنون ۷۰ تیم با حضور ۵۰۰ ایده‌پرداز را تشکیل داده است.

یادداشت

۹ محصول ارزان و مهم برای کارآفرینان پر مشغله

بالارفتن ضربان شما در هفت دقیقه می‌شود و رایگان است.

آموزش مستمر Rype .۴

مؤثر برای یادگیری زبان جدید با درس‌های روزانه ۳۰ دقیقه‌ای توسط آموزگاران منتخب و حرفه‌ای آیا به دنبال یادگیری زبانی جدید در سال جاری هستید؟ بزرگترین مشکل پیش‌رو در یادگیری زبان جدید (و یا هر مهارت دیگری) زمان است. علاوه بر یادگیری چند لغت از طریق یک اپلیکیشن، بیشتر افراد زمان کافی برای مراجعه به کلاس و دیدار حضوری با معلمان را ندارند. برنامه Rype برای افراد پر مشغله که به دنبال یادگیری زبان جدید هستند، حول محور برنامه آنها با معلمان حرفه‌ای طراحی شده است.

Audible .۵

مؤثر برای گوش کردن به کتاب‌های صوتی

روش جدید خواندن، گوش کردن است. با توجه به زمان غیرمؤثری که در ترافیک، مترو و کار در دفتر صرف می‌شود، راه‌های بهتری برای استفاده حداکثری از زمان وجود دارد. مادامی که مشغول به کارهای مختلف هستید، Audible روشی بسیار مناسب برای جذب اطلاعات جدید است.

Blinkist .۶

مؤثر برای مطالعه خلاصه کتاب‌ها در ۱۵ دقیقه

اگر همچنان از خواندن لذت نمی‌برید، امکان صرفه‌جویی در زمان با خواندن خلاصه کتاب‌ها وجود دارد. Blinkist خلاصه و مطالب مهم آثار غیرداستانی را در ۱۵ دقیقه به شما ارائه می‌کند. بازده خود را افزایش دهید

Five Minute Journal .۷

مؤثر برای تمرین قدرتی و بازبینی اهداف در ۵ دقیقه

لذت‌بخش بودن فرآیند به میزان رسیدن به اهداف حائز اهمیت و گاهی از آن مهم‌تر است. علاوه بر این، رسیدن به اهدافی که از آنها خوشحال نیستید چه سودی دارد؟ نوشتن دفترچه خاطرات همواره به عنوان روشی برای آرامش ذهنی و بهبود انضباط شناخته شده است. Five minute Journal به منظور تمرین مستمر قدرتی و بازده بیشتر طراحی شده است.

Varidesk .۸

مؤثر برای حالت قرار گرفتن صحیح به منظور بازده بیشتر با میزهای ایستاده و باکیفیت

اگر شبیه به اغلب کارآفرینان هستید، احتمالاً درد کمر و گردن ناشی از نشستن طولانی‌مدت را تجربه کرده‌اید. علاوه بر مشکلات دیگر، این مسئله سبب افت بازده نیز می‌شود. Varidesk میزهای ایستاده‌ای را با قیمت مناسب ارائه می‌کند که در دفاتر و خانه‌ها قابل استفاده هستند.

Calendly .۹

مؤثر برای رزرو آسان ملاقات‌های دوفترة و با گروهی

همانگی‌های زیاد برای ملاقات‌های متعدد، یکی از زمان‌برترین فعالیت‌های ماست. با وجود اینکه زمان صرف‌شده برای هماهنگی یک ملاقات کوتاه به نظر می‌رسد، این زمان‌ها در طولانی‌مدت چشمگیر خواهند بود. با Calendly، افراد به برنامه شما دسترسی دارند و می‌توانند در بازه‌هایی که زمان شما خالی است، قرار ملاقات را تنظیم کنند.

منبع: inc

مترجم: اشکان کوشش

قابل درک است. هیچ‌گاه زمان کافی وجود ندارد. وظایف جدید و اتفاقاتی که نیاز به رسیدگی دارند، هر روز به لیست کارها اضافه می‌شوند. در واقع زندگی یک کارآفرین آنچنان که رسانه‌ها نشان می‌دهند، جذاب نیست. این شغل فعالیت روزانه‌ای با نقاط بسیار عالی و ساعات بسیار سخت و طاقت‌فرساست. به همین دلیل کارآفرینان پر مشغله باید تمامی خدمات و محصولاتی را که باعث صرفه‌جویی در وقت و اثرگذاری بیشتر می‌شود تهیه و از آنها استفاده کنند. من در مورد ابزاری که مستقیماً بر روی تجارت شما تأثیرگذار هستند صحبت نمی‌کنم. به نظر من کارآفرینان برای بهترین عملکرد باید این ۳ اقدام را در اولویت قرار دهند:

۱. از خود مراقبت کنید: رهبری یک صنف نیازمند تفکری بلندمدت و ماراتون‌گونه است. به همین دلیل باید در زمینه‌های فیزیکی و روحی برای بلندمدت از خود مراقبت کنید.

۲. به یادگیری ادامه دهید: شخصی که در حال یادگیری نیست، مرده است. کارآفرینان جدید و قدیمی باید برای یادگیری مطالب جدید عطش داشته باشند؛ حتی اگر این مطالب در موفقیت شغلی تأثیر ۱۰۰ درصدی نداشته باشند.

۳. بازده خود را افزایش دهید: در پایان، از وقت خود نهایت استفاده را ببرید. مخصوصاً در تیم‌های کوچک، زمانی که برای وظایف مختلف صرف می‌کنید منجر به تعیین مسیر تجارت شما می‌شود.

با توجه به آنچه مطرح شد، من لیستی از ۹ محصول (و خدمات) که در این سسه زمینه به شما کمک خواهند کرد را فراهم کرده‌ام و در ادامه به آن اشاره خواهیم کرد.

از خود مراقبت کنید

۱. Calm

مؤثر برای آرامش مغز به وسیله تکنیک‌های تنفسی و مدیتیشن در سال‌های اخیر، مدیتیشن افراد زیادی را مجذوب خود ساخته است. با توجه به نتایج تحقیقات در راستای مزایای آرامش مغز (مانند کاهش فشار خون و افزایش تمرکز)، توجه به این مسئله ارزشمند خواهد بود. بسیاری فعالیت‌های بدنی را با جدیت دنبال می‌کنند، اما تعداد افرادی که به تمرین‌های ذهنی اهمیت می‌دهند کمتر است.

۲. iGOTHAM Eyewear

مؤثر برای کاهش سردرد و خشکی چشم به واسطه خیره‌شدن طولانی‌مدت به صفحه مانیتور

تحقیقات نشان می‌دهند افراد به صورت متوسط، نزدیک به ۱۰.۵ ساعت از زمان روزانه خود را با نگاه کردن به صفحات دیجیتالی سپری می‌کنند. با وجود اهمیت مضرات تماس طولانی‌مدت با نور آبی، کمتر به این مسئله پرداخته شده است. این مضرات شامل سردرد، چشم درد، خشکی چشم، اختلال در خواب و ... می‌شوند. یکی از راه‌های مقابله با این پدیده، استفاده از عینک‌های کامپیوتر باکیفیت در هنگام کار و پیش از خواب است.

۳. Y-min Workouts

مؤثر برای حفظ سلامت فیزیکی با فعالیت روزانه ۷ دقیقه‌ای

زمان کافی برای تمرین ندارید؟ با سیستم تمرین ۷ دقیقه‌ای، مشکل شما برطرف خواهد شد. این وب‌سایت با برنامه‌های تمرینی پرفشار باعث



مرگ ۷۰ درصدی استارت‌آپ‌ها به دلیل نداشتن ایده خلاقانه

شرکت‌های استارت‌آپی باید ایده‌های خود را به درستی انتخاب کنند، ادامه داد: از سوی دیگر این شرکت‌ها باید جایگاه محصولات خود را در بازارها پیدا کنند. وی موفقیت در این حوزه را در گرو تولید محصولات

مشارکتی پسند عنوان کرد و یادآور شد: در صورتی که استارت‌آپ‌ها بتوانند ساختارهای درستی را ایجاد کنند، قادر به جذب سرمایه خواهند بود. رودگر با اشاره به مرگ و میر شرکت‌های استارت‌آپی در ایران و جهان خاطرنشان کرد: براساس آمارها در سطح جهان ۹۰ درصد استارت‌آپ‌ها می‌میرند و در ایران با توجه به آنکه داده‌های دقیقی در این زمینه به ثبت نرسیده است، میزان مرگ و میر استارت‌آپ‌ها ۷۰ تا ۹۰ درصد برآورد می‌شود. وی عدم تطابق ایده با بازار و مشتری را از علل عمده مرگ استارت‌آپ‌ها در کشور عنوان کرد و یادآور شد: این امر ناشی از بی‌اطلاعی این شرکت‌ها نسبت به تبدیل ایده به محصول است، به این معنا که زمانی که ایده‌ها به محصول تبدیل شود، باید بسیار خلاقانه باشد و بتواند مشکلی را در جامعه حل کند.

یک فعال حوزه حمایت از شرکت‌های استارت‌آپی با بیان اینکه یک شرکت استارت‌آپی برای این که بتواند به سوددهی برسد، به هشت سال

زمان نیاز دارد، گفت: براساس برآوردهای انجام‌شده، ۷۰ تا ۹۰ درصد این شرکت‌ها از چرخه فعالیت خارج می‌شوند. به گزارش ایسنا، دکتر علی رودگر در حاشیه ششمین مجمع اقتصاد فناوری نانو در جمع خبرنگاران با بیان اینکه خیلی از افراد دارای ایده‌هایی هستند، افزود: تبدیل ایده به کسب و کار یکی از چالش‌هایی است که استارت‌آپ‌ها با آن مواجه هستند. از این رو استارت‌آپ‌هایی که بتوانند ایده‌های خلاقانه‌ای ارائه دهند، قادر به جذب سرمایه‌گذار هستند. رودگر با اشاره به سرمایه‌های زیادی که در کشور به گونه‌ای شده است، ادامه داد: ولی در کشور به گونه‌ای بسترسازی نشده که این سرمایه‌ها به سمت استارت‌آپ‌ها هدایت شوند. وی با تأکید بر اینکه هنوز برای سرمایه‌گذاران، سرمایه‌گذاری در حوزه‌های فناورانه جایفتاده است، تأکید کرد: این امر بزرگترین چالشی است که استارت‌آپ‌های موجود در ایران با آن مواجه هستند. این فعال عرضه استارت‌آپ با تأکید بر اینکه



زنان کارآفرین برای تأمین وثیقه مشکل دارند

آموزش‌ها توسط دولت از طریق مراکز فنی و حرفه‌ای و قراردادهای که با بخش‌های مختلف داریم در حال انجام است. ابتکار با بیان اینکه کمک به زمینه‌بازاریابی بعد از مهارت‌آموزی از اهمیت بالایی برخوردار است، افزود: افزایش مهارت‌هایی که تولیدکننده بتواند بازاریابی برای صادرات و داخل انجام دهند از اهمیت بالایی برخوردار است.

وی با بیان اینکه امروز اینترنت بسیار به کمک بازاریابی کلای تولیدی درآمده است، گفت: با همکاری وزارت ارتباطات کارهای مشترکی در حال انجام است، در این زمینه دولت تمام تلاش خود را برای تأمین نیاز اولیه و حتی تسهیلات لازم برای زنان انجام می‌دهد.

معاون رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده با اشاره به اینکه زنان در حال حاضر برای تأمین وثیقه مشکل دارند و نیازمند حمایت‌های بیشتری هستند، گفت: شکل‌ها و تعاونی‌ها برای تسهیلگری در حوزه تضمین لازم، دست‌به‌کار شوند.

معاون رئیس‌جمهور در امور زنان و کارآفرین برای تأمین وثیقه مشکل دارند، از شکل‌ها خواست در این زمینه تسهیلگری کنند. به گزارش مهر، معصومه ابتکار در بازدید از نمایشگاه توانمندی‌های تولیدی، صادراتی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری استان البرز در جمع خبرنگاران گفت: بانوان ایرانی همواره در اقتصاد ملی نقش داشته‌اند.

وی با اشاره به اینکه براساس مطالعات انجام‌شده نزدیک به ۳۰ درصد تولید ناخالص ملی مربوط به ارزش کار خانگی زنان بوده، گفت: زنان ایرانی در حوزه اقتصاد بسیار فعال هستند، خصوصاً زنان تحصیلکرده که می‌خواهند در حوزه‌های مختلف کار کنند.

معاون رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده با بیان اینکه مهارت‌آموزی باید براساس علایق و سلیقه باشد و مهارت ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نیاز به آموزش دارد، گفت: بدون مهارت‌آموزی ممکن است کسب‌وکار پایدار که منجر به درآمدزایی شود محقق نشود، این



کارگاه برندینگ

ادوارد برنیز؛ شیطانی که فکرها را دستکاری می‌کرد

روابط عمومی و پروپاگاندای تبلیغاتی چطور راهش را به زندگی ما باز کرده؟

در سال ۱۹۲۸ جرج واشنگتن -مردی عصیی مزاج- رئیس شرکت دخانیات آمریکا بود. شرکت توانسته بود فروش خوبی به مردان داشته باشد، با این حال نتوانسته بود راهی برای نفوذ به جمعیت زنان این کشور پیدا کند. بعد از جنگ جهانی اول مصرف دخانیات بین مردان افزایش زیادی پیدا کرده بود. ورود سیگار به جیره سربازان تاثیر زیادی روی این مساله داشت. از این گذشته نماد مردانه‌ای برتر از فوت کردن دود سیگار وجود نداشت. از طرف دیگر زنان سیگاری به عنوان قانون شکن در نظر گرفته می‌شدند و مجازات‌های زندان برای این دست رفتارهای غیراخلاقی در نظر گرفته می‌شد.

البته جنگ جهانی تا حد زیادی این نقش‌های سنتی جنسیتی را تغییر داد. مردان در جنگ بودند و زنان مجبور بودند از خانه بیرون بروند و کار کنند. دهه ۲۰ زمان جنبش‌های برابری‌خواهی زنان بود -حق رای یا آنچه بعدا معلوم شد حق سیگار کشیدن.

جرج واشنگتن هیل فمینیست نبود، اما فرصت‌طلب بود. او به برنیز گفته بود «اگر بتوانم به این بازار نفوذ کنم انگار معدن طلايي را در حیاط کشف کرده باشم.» ادوارد برنیز مردی بود که هیل استخدام کرده بود تا به زنان بگوید سیگار کشیدن یکی از پیروزی‌های به‌دست‌آمده در میدان جنگ برای برابری است.

برنیز که امروزه او را به عنوان پدر روابط عمومی می‌شناسند، خواهرزاده فریود بود و باور داشت مردم نباید براساس نیازهای‌شان خرید کنند و کار برندها خلق خواسته‌های جدید برای چیزهایی است که مردم به آن نیاز ندارند. چالش‌های متعددی برای راضی کردن زنان به سیگار کشیدن -به عنوان نماد آزادی- وجود داشت؛ بزرگ‌ترین‌شان داغی بود که به آن چسبیده بود. در قرن نوزدهم این تصور وجود داشت که تنها زنان طردشده از جامعه سراغ سیگار می‌روند و پس از آن هم تنها شخصیت‌های بدفیلم‌ها بودند که سیگار می‌کشیدند. چالش بعدی آموزش روش صحیح سیگار کشیدن به زنان بود. ظاهرا تعداد کمی از زنان موجه و قابل‌احترام که در ملا عام سیگار می‌کشیدند، سیگار دود کردن بلد نبودند و هیل می‌ترسید این نمایش‌های سبکسرانه، زنان را از بازارش دور کند.

زنانی که برای این کار استخدام می‌شدند باید قانع‌کننده می‌بودند و می‌توانستند روی بقیه جمعیت تاثیر بگذارند. آنها نباید بیش از حد خوش‌قیافه یا خوش لباس می‌بودند. به این ترتیب برنیز طراحی کمپین مشعل‌های آزادی را آغاز کرد؛ اولین اقدام روابط عمومی در جهان.

در ۳۱ مارس ۱۹۲۹، در مراسم عید پاک، زن جوانی به نام برتا هانت وارد خیابان شلوغ پنجم شد و با روشن کردن سیگار لاکی استرایک فاجعه‌ای را رقم زد. خبرگزاری‌ها و نشریات پیش از روشن کردن سیگار از این اتفاق باخبر بودند و همین مطلب ابعادش را برجسته‌تر کرد. ناگفته نماند که پرورش‌های کوچکی -پیش از وقوع- در مورد این ماجرا اطلاع‌رسانی کرده بودند. آنچه نشریات از آن بی‌خبر بودند این بود که هانت منشی برنیز بود و این اقدام اولین گام از فعالیت‌های طولانی‌ای بود که هدفش آشتی زنان و جامعه با سیگار کشیدن آنان بود. برنیز ادعا کرد که سیگار کشیدن یکی از شکل‌های رهایی زنان است و شانس‌شان برای بیان قدرت و آزادی تازه‌یافته‌شان.

هانت در مسیر راهپیمایی به خبرنگار نیویورک‌تایمز گفت انگیزه ابتدایی او برای این کار زمانی بود که مردی در خیابان به او گفت سیگارش او را آشفته می‌کند و خاموشش کند. «با دوستانم در این‌باره حرف زدم و به این نتیجه رسیدیم که حالا بهترین زمان برای این است که کاری نکنیم.» به این ترتیب خبر اول اوریل نیویورک تایمز به زانی اختصاص داده شد که برای آزادی‌خواهی سیگار کشیده بودند. زانی که آن روز در خیابان پنجم برتا هانت را دنبال کردند، مشعل‌های آزادی‌شان را به اهتزاز در آوردند. تصورات مخاطبان بعد از ثبت گزارش توسط روزنامه‌ها بررسی شد. برنیز از عبارت «رهایی جنسیتی به عنوان شکلی از مدیریت و کنترل» استفاده کرد. حضور برتا هانت در روز عید پاک و همان سیگار و بعد از آن مطلب نیویورک‌تایمز توانست تصویر مردم را از سیگار کشیدن زنان تغییر دهد. فروش از سال ۱۹۲۳ تا ۱۹۲۹ دو برابر شد. برنیز مبلغ ۲۵۰۰۰ دلار را که باید از هیل بابت دستمزد می‌گرفت دریافت کرد و هشت سال با او همکاری کرد. در شرایطی که هنوز آزادی‌های زنان در بسیاری از حوزه‌ها در حاله‌ای از ابهام قرار داشت، برنیز توانست مشعلی نمادین و توخالی را به زنان بدهد.

رنگ سبز لاکی استرایک

در دهه ۳۰ بود که برنیز تلاش کرد رنگ سبز جنگلی لاکی استرایک را به عنوان رنگ مد روز جا بزند. واقعیت این بود که به نظر خیلی از زن‌ها این سبز از مدافاده بود و تمایل‌نداشتن شرکت به تعویض رنگ بسته سیگار برنیز را به فکر واداشت تا به جای تغییر رنگ سیگار، رنگ کشور را در سال ۱۹۳۴ سبز کند. نامه‌هایی به طراحان مد، طراحان داخلی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای نوشته شد و زنان بانفوذ جامعه رنگ سبز را به عنوان رنگ آن سال برگزیدند. سال‌های رقص، نمایشگاه‌ها و گالری‌ها، جلدهای مجله‌ها همه به رنگ سبز درآمدند.

پروکتر اند گمبل (Procter & Gamble) و صابون‌هایش

بچه‌ها صابون دوست نداشتند و همین باعث می‌شد به سختی به حمام بروند. گذشته از این مساله رقابت پروکتر اند گمبل با شرکت‌های دیگر هم مطرح بود.

برنیز با الهام از هنرمندی که از صابون برای براقی کردن مجسمه‌هایش استفاده می‌کرد، مسابقه سالانه مجسمه‌سازی با صابون را ابداع کرد تا کودکان -شمنان صابون- را به دوستی با آن ترغیب کند و نام صابون آیوری (Ivory) برند را بر سر زنان‌ها بیندازد. این مسابقه ۲۵ سال اجرا شد و در طول این سال‌ها میلیون‌ها کودک در آن شرکت کردند. برنیز ابتدا تحقیقاتی ترتیب داد تا بداند مردم آمریکا به چه نوع صابونی علاقه دارند؛ آیا صابون بی‌عطر و سفید آیوری را دوست دارند یا صابون‌های رنگی و عطری رقا را ترجیح می‌دهند؟ در آن زمان آیوری تنها صابون سفید و بدون عطر بود و نتایج تحقیقات به نفعش بود. روزنامه‌های زیادی در مورد آیوری نوشتند و هم‌زمان با آن برنیز مسابقه قایق صابونی آیوری را در پارک مرکزی راه انداخت تا نشان بدهد این صابون بهتر از صابون‌های رقیب‌اشنور می‌ماند.

منبع: yourstory/mbanews

به قلم: ویل هیلپرن نویسنده حوزه مدیریت برند و بازاریابی

مترجم: امیر اعلی

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

امروزه آمارهای متعددی در رابطه با وضعیت برندها منتشر شده است

کسه در این بین میزبان محبوبیت آنها همواره از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. وجود نام شرکت در بین برندهای موجود، خود به عنوان یک فضای تبلیغاتی به شما می‌رود. همچنین این اطلاعات، از جمله منابع مهم تصمیم‌گیری افراد به شما می‌رود. به همین خاطر این امر نه تنها برای صاحبان برند، بلکه برای خریداران نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در همین راستا و در ادامه به معرفی ۲۱ برند محبوب در اروپا، خواهیم پرداخت.

۴-بی‌ام و

کشور: آلمان

این شرکت را باید از جمله بزرگ‌ترین و باسابقه‌ترین برندهای خودروسازی در جهان دانست که در سال ۱۹۱۶ توسط فرانتس یوزف پوپ تاسیس شد. موفقیت این برند به میزانی غیر قابل باور بوده است که توانسته تا دو ابر برند مینی و رولز رویس را نیز به زیرمجموعه خود اضافه کند. با توجه به سخنرانی اخیر هارالد کروگر (مدیر اجرایی بی ام و) و برنامه این برند برای بهبود محصولات خود، پیش‌بینی می‌شود که تا چندین سال آینده نیز این برند همچنان بازار اروپا را در دست داشته باشد که خود دستاوردی بزرگ محسوب می‌شود.

۵-آدیداس

کشور: آلمان

آدیداس بزرگترین شرکت تولیدکننده لوازم ورزشی در اروپا و باسابقه‌ترین آن‌ها محسوب می‌شود که در سال ۱۹۴۸ توسط آدولف داسلر تاسیس شد. اگرچه امروزه نبردی جدی میان این برند با رقیب همیشگی آن(نایک) وجود دارد، با این حال از نظر سابقه و قدمت، این برند آدیداس است که حرف اول را می‌زند و بسیاری علت ماندگاری آن را حداقل در اروپا، در همین نکته می‌دانند. جالب است بدانید که برند پوما نیز توسط برادر وی رودولف اداره می‌شود و برند ریوک، زیرمجموعه آدیداس محسوب می‌شود. در سال ۲۰۱۸ این برند تغییرات مناسبی را صورت داده است که از میان آن می‌توان به توجه بیش‌تر به وسایل ورزشی مخصوص بانوان اشاره کرد که خود باعث شده تا بتواند به یک پیروزی در برابر نایک دست پیدا کند. به همین خاطر نیز پیش‌بینی می‌شود که جایگاه مطلق آن در بازار اروپا حداقل برای چند سال آینده تضمین شده باشد.

۶-شنل

کشور: فرانسه

شنل را باید برترین برند مد زنانه دانست که در سال ۱۹۰۹ توسط گابریل کوکو شنل تاسیس شد. با توجه به تنوع محصولات و قرار گرفتن این شرکت در رده برندهای لوکس، شنل همواره نخستین انتخاب زنان خصوصا در کشورهای پیشرفته اروپا محسوب می‌شود. این برند همواره در زمینه استفاده تجاری از زنان مشهور جهان، سرآمد بوده است که از جمله موفق‌ترین آن می‌توان به استفاده از مرلین مونرو به عنوان مدل تبلیغاتی خود، اشاره کرد که به نوعی باعث شد تا این برند بتواند به محبوبیتی جهانی و طرفدارانی بی‌شمار دست پیدا کند.

۷-تسکو

کشور: انگلستان

تسکو را باید پس از ابر برند والسارت، به عنوان دومین شرکت خرده‌فروشی در جهان دانست که در سال ۱۹۱۹ توسط جک کوهن تاسیس شد. تنوع کافی، وجود نمایندگی‌های بی‌شمار در کنار ارائه خدمات فوق‌العاده باعث شده است تا تسکو بتواند خود را به عنوان یکی از ۱۰ برند محبوب اروپا معرفی کرده و قلب بازار آن را به تصاحب خود درآورد.

۸-آئودی

کشور: آلمان

آئودی از جمله شناخته‌شده‌ترین برندهای خودروسازی در جهان محسوب می‌شود که در سال ۱۹۰۹ توسط آگوست هورش تاسیس شده است. این برند پس از بی ام و به عنوان دومین برند خودروسازی محبوب اروپا سخته می‌شود که بیانگر موفقیت برندهای آلمانی در این زمینه است. با توجه به بازار داغ خودروهای الکترونیکی، مدیرعامل این شرکت وعده داده است که تا سال آینده یک محصول جذاب را در این زمینه تولید و روانه بازار خواهد کرد که خود می‌تواند جایگاه این برند را دچار تحولی اساسی کند.

۲۱ برند محبوب در اروپا

۹-فراری

کشور: ایتالیا

فراری از جمله خودروسازهای صاحب سبک در جهان معرفی می‌شود که در سال ۱۹۴۷ توسط انزو فراری تاسیس شد. تا قبل از ظهور بوگاتی، فراری به عنوان سمبل سرعت نام برده می‌شد که امروزه به عنوان حامی اصلی مسابقات اتومبیل‌رانی معرفی می‌شود. در حال حضر نیز بیش از ۸۰درصد سهام این برند، در اختیار دیگر شرکت خودروساز ایتالیایی(فیات) است.

۱۰-پورشه

کشور: آلمان

دیگر برند خودروسازی آلمانی، پورشه است که در سال ۱۹۳۱ توسط فردیناند پورشه تاسیس شده است. با توجه به محبوبیت مدل‌هایSUV این برند خصوصا دو مدل ماکان و کابن، پورشه موفق شده است تا در سال جاری به ۲۰درصد سود بیش‌تر دست پیدا کند که پیش‌بینی می‌شود تا در صورت حفظ این آمار، در سال آینده پورشه بتواند به جایگاه بالاتری در لیست خصوصا در رقابت با سایر برندهای آلمانی موجود، دست پیدا کند.

۱۱-دیور

کشور: فرانسه

دیور به مانند شنل، از جمله برندهای فعال در زمینه مد و پوشاک محسوب می‌شود که در سال ۱۹۴۶ توسط برنارد آرنو تاسیس شده است. زمینه اصلی فعالیت‌های این برند نیز در رابطه با تولید عطر است که در این زمینه می‌توان آن را بهترین برد موجود در بازار دانست که خود عاملی برای محبوبیت آن در سرتاسر اروپا شده است.

۱۲-جگوار

کشور: انگلستان

این شرکت خودروسازی در سال ۱۹۲۲ توسط ویلیام لیونز تاسیس شد. از جمله دلایل موفقیت و محبوبیت این برند، طراحی خاص اتومبیل‌های شخصیت‌های سیاسی کشور انگلستان و حضور آن در سری فیلم‌های جیمز باند است که در کنار کیفیت بالای محصولات تولیدی آن، از جمله مهم‌ترین دلایل محبوبیت آن در اروپا محسوب می‌شود.

۱۳-بارکلیز

کشور: انگلستان

بارکلیز موسسه مالی بسیار معتبر و بین‌المللی است که در سال ۱۶۹۰ توسط جان فریمه تاسیس شد. این برند از جمله مهم‌ترین حامیان مالی مسابقات تنیس و لیگ‌های فوتبال، نظیر لیگ انگلیس است.

سایر برندهای موجود در لیست عبارتند از:

۱۴- اس آپ

کشور: آلمان

۱۵-لویی ویتون

کشور: فرانسه

۱۶-هرمس

کشور: فرانسه

۱۷-گوچی

کشور: ایتالیا

۱۸-رنو

کشور: فرانسه

۱۹-بربری

کشور: انگلستان

۲۰-مسترکارت

کشور: آمریکا

۲۱-استون مارتن

کشور: انگلستان

ایستگاه بازاریابی

اهمیت رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی
کسب و کار

مترجم: مریم امیری‌خواه

بباید مقاله را با بیان یک واقعیت ساده شروع کنیم: کسب و کار شما باید در رسانه‌های اجتماعی حضور داشته باشد. مهم نیست که صاحب یک فروشگاه کوچک محلی هستید یا یک شرکت بزرگ ملی را اداره می‌کنید، در هر حال رسانه‌های اجتماعی باید بخش مهمی از راهبرد بازاریابی کسب و کارتان باشد. پلتفرم‌های اجتماعی به تسهیل ارتباط با مشتریان، افزایش آگاهی از برند، پیشبرد تجارت و افزایش فروش کمک می‌کند. اگر به این نکته توجه کنید که هر ماه بیش از ۳ میلیارد نفر در سراسر جهان از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، مسلماً برای معرفی خود و برندان در این پلتفرم‌ها تردید نخواهید کرد. اما شاید از این نکته آگاهی نداشته باشید که همین الان می‌توانید شرکت خود را در رسانه‌های اجتماعی معرفی کنید. نیازی نیست که از تمام مفاهیم دله‌آور و نامفهوم اطلاع داشته باشید یا تعداد فالوورهای‌تان سر به فلک بزنند. هم‌اکنون می‌توانید شروع کنید و حتی از این فرآیند مفید و دوست‌داشتنی لذت ببرید. اگر هنوز هم قانع نشده‌اید، در ادامه به ذکر ۶ دلیلی می‌پردازیم که نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری در رسانه‌های اجتماعی حرکتی عاقلانه و سودبخش برای پیشرفت کسب و کارتان است.

افزایش آگاهی

اگر دیگران اطلاعی از کسب و کارتان نداشته باشند، طبعاً نمی‌توانند به مشتریان شما تبدیل شوند. رسانه‌های اجتماعی شما را بیشتر در معرض دید مشتریان بالقوه قرار می‌دهند و به این ترتیب به طیف گسترده‌ای از مخاطبین معرفی می‌شود. از این گذشته ایجاد پروفایل در تمام شبکه‌های اجتماعی رایگان است، بنابراین با امتحان کردن این فرصت طلایی چیزی از دست نمی‌دهید. پیش از هر چیز هدف خود را از معرفی کسب و کار خود در رسانه‌های اجتماعی تعریف کنید تا به این ترتیب بتوانید با راهبرد صحیحی پیش بروید. آیا می‌خواهید مشتریان جدید از خدمات‌تان مطلع شوند؟ آیا می‌خواهید فروشندگان محلی بیشتری به فروشگاه‌تان بیایند؟ اگر راهبرد مشخصی داشته باشید، می‌توانید تصمیم بگیرید که کدام کانال اجتماعی بیشترین تناسب را با اهداف کسب و کارتان دارد و با انتخاب بهترین رسانه در مسیر پیشرفت قرار بگیرید.

قدرت ارتباط

دراست و قدرت تشخیص مشتریان درباره حمایت از کسب و کارهای مورد علاقه خود رو به فزونی است. مشتریان قبل از تصمیم‌گیری، جستجوی سریعی را در وبسایت‌ها و رسانه‌های اجتماعی انجام می‌دهند. حال خودتان بگویید، اگر مشتریان نام کسب و کارتان را جستجو کنند، آیا با یک صفحه خالی روبرو می‌شوند یا دریایی از اطلاعات جذاب ایشان را به بهره‌گیری از محصولات یا خدمات‌تان ترغیب می‌کند؟ اگر پروفایل برپاری ایجاد کنید و آن را مرتب با اطلاعات مرتبط به‌روز کنید، قدرت برندان را افزایش می‌دهید و می‌توانید مطمئن باشید که با به‌جا گذاشتن اثری مثبت از طریق رسانه‌های اجتماعی، قابل اعتماد بودن، در دسترس بودن و مطلع بودن کسب و کار خود را به جهانبان نشان می‌دهید. در جستجوی روش‌هایی باشید که تخصص‌تان را به عنوان فردی پیش‌تاز در عرصه این صنعت مشخص کند، برای مثال می‌توانید مقالات مرتبط با تخصص‌تان را بنویسید یا ماهوریت شرکت‌تان را گسترش دهید. به این ترتیب اعتماد مشتریان بالقوه را با نشان دادن ارزش‌ها و پیشنهادهای کسب و کارتان جلب خواهید کرد.

نشان دادن اصالت

مشتریان به کسب و کارهایی که پست‌های خشک و بی‌روح اداری و رسمی را در صفحات خود منتشر می‌کنند، علاقه‌ای ندارند. ترتیبی بدهید تا شخصیت برندان در تمام مطالبی که در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارید، درخششی مسجورکننده داشته باشد. چه تصویری را می‌خواهید از برندان به دیگران نشان دهید؟ سعی کنید لحن تاثیرگذاری، دوستانه، بازمه، رسمی یا غیررسمی را انتخاب کنید و آن را در تمام مطالب به کار ببندید. خود واقعی‌تان را نشان بدهید و از وانمود کردن و نشان دادن شخصیتی غیرواقعی که فکر می‌کنید، باید باشید، اما نیستید، خودداری کنید. فالوورهای‌تان می‌خواهند چهره‌های واقعی پشت این پروفایل‌ها را ببینند؛ این حق را از ایشان دریغ نکنید.

علاقه‌مند کردن مخاطبین

کانال‌های اجتماعی دائماً در حال رشد هستند و ویژگی‌های جدیدی را به برنامه‌های خود اضافه می‌کنند. سرعت تغییر در فضای مجازی برای بعضی صاحبان کسب و کار دله‌آور است.

اما جایی برای نگرانی نیست، کافی است به خاطر داشته باشید که قرار نیست همه چیز را بدانید، تمام کارها را انجام دهید، روش‌های جدید برقراری ارتباط با مخاطبین را امتحان کنید تا به تدریج این روش‌ها را یاد بگیرید و بر آنها مسلط شوید. مطمئن باشید که روزی نه چندان دور شما هم می‌توانید استوری در اینستاگرام بگذارید تا مشتریان بتوانند از دیدن ماجراهای پشت صحنه دفتران لذت ببرند. سپس می‌توانید جلسه پرسش و پاسخ را با استفاده از لایو فیس‌بوک برگزار کنید. به مرور متوجه سلیقه مخاطبین می‌شوید و روش‌های علاقه‌مند کردن آنها را پیدا می‌کنید. با امکانات ساده، نورپردازی مناسب، یک گوشی هوشمند و یک سه پایه می‌توانید فیلمی جذاب را برای جلب توجه و علاقه مشتریان‌تان تهیه کنید و آن را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید. حتماً شرایط را قبل از ارتباط زنده تست کنید تا کم بودن سرعت هات‌اسپات یا اینترنت باعث ایجاد تاخیر و اختلال نشود.

ارائه پشتیبانی

پلتفرم‌های اجتماعی مرزهای بین کسب و کارها و مشتریان را با موفقیت از میان برداشته‌اند. امروزه بسیاری از مردم ترجیح می‌دهند که به جای تماس گرفتن با خدمات مشتریان برای دریافت اطلاعات یا یافتن راه‌حل مشکلات، در توئیتر یا فیس‌بوک پیام بگذارند. با رعایت توصیه‌های زیر می‌توانید، با نشان دادن مسئولیت‌پذیری، انتقادپذیری و توجه به نظرات مشتریان برای کسب و کار خود اعتبار به دست بیاورید:

- سیستمی را برای ردگیری نظرات، پرسش‌ها و شکایات‌های مشتریان در شبکه‌های اجتماعی ایجاد کنید.
- در اولین فرصت ممکن به سوالات پاسخ دهید و دغدغه‌های مشتریان را برطرف کنید.
- سعی کنید فردی مثبت و مفید باشید.
- به انتقادها گوش بدهید و به مشتریان نشان بدهید که برای نظرات‌شان احترام قائل هستید.
- بدانید که چه زمانی باید گفت‌وگوها و بحث‌های عمومی را در پیام‌های خصوصی ادامه بدهید و حل کنید.

منبع: marketinginsidergroup

در کدام شبکه‌های اجتماعی باید فعالیت بازاریابی داشته باشیم؟



PDF، به‌طور شگفت‌آوری پایگاه کورا را در زمینه بازاریابی مفید یافته است. بر این اساس نتوین آمار رسمی مبتنی بر جذب ۹۰ هزار کاربر در سال گذشته به پاسخ‌های اکانت رسمی برند Small Pdf را مطرح می‌کند. به‌طور میانگین این موسسه در هر ماه ۱۰ هزار بازدید به صفحه خود در کورا جذب کرده است. برای برندی در حد و اندازه‌های Small Pdf جذب این رقم حیرت‌آور قلمداد می‌شود. در صورت عدم استفاده از کورا این برند شاید در خواب همچنین موفقیتی را به دست نمی‌آورد.

اگرچه کورا به اندازه فیس‌بوک یا توئیتر کاربر ندارد، با این حال تجربه کاربری بسیار مفید و به‌یادماندنی را برای افراد مهیا می‌کند. این تجربه بی‌نظیر ارزشی شاید برابر و حتی بیشتر از حضور خیل عظیمی از کاربران در پلتفرم‌هایی نظیر فیس‌بوک و توئیتر داشته باشد. براساس آمار رسمی اخیر کورا این پلتفرم به تازگی ماهانه ۳۰۰ میلیون کاربر ویژه و خاص را به خود می‌بیند. به‌منظور فهم بهتر این آمار اجازه دهید میزان حضور کاربران در توئیتر را بررسی کنیم. براساس آمار رسمی توئیتر، این پلتفرم در ماه ۳۳۵ میلیون کاربر ویژه را میزبانی می‌کند. گوین در مورد اهمیت پلتفرم کورا اینگونه توضیح می‌دهد: «کورا به‌صورت کاملاً حرفه‌ای و ساده کاربران مناسب با کسب‌وکار هر برند را به سوی صفحه آن راهنمایی می‌کند. رمز موفقیت در این پلتفرم نمایش مناسب و کاربردی اطلاعات‌مان برای کاربران است. به این ترتیب با استفاده از این محتوا کاربران نگاه ویژه‌ای به برند ما خواهند یافت. همچنین این کمک به کاربران موجب آشنایی کاربران با برند و کسب‌وکار ما نیز خواهد شد». به‌طور کلی فعالیت در کورا در زمینه تاثیرگذاری اولیه بر روی کاربران گزینه بسیار مناسبی محسوب می‌شود. نتوین در ادامه اضافه می‌کند: «کورا همچنان به توسعه سایتش ادامه می‌دهد. به‌همین دلیل حضور در این سایت کم‌کم بدل به یک هنجار پذیرفته‌شده از سوی برندهای بزرگ و کوچک می‌شود. بازاریابی محتوایی در سایت کورا بر روی ادغام دانش تخصصی یک برند برای تاثیرگذاری اولیه بر روی کاربران به‌عنوان مشتریان بالقوه تمرکز دارد.»

لینکدین

در حالی که مشغول نگارش این متن هستیم، آخرین کارهای بازاریابی استراتژی برنند در لینکدین را نیز به انجام رسانده‌ام. به‌نظرم بسیاری از برندهای دیگر نیز کم و بیش مشغول چنین کارهایی هستند. اگر به عنوان مخاطب این مقاله هنوز در لینکدین ثبت نام نکرده‌اید، امیدوارم این بخش شما را به فعالیت در پلتفرم ویژه کارآفرینان ترغیب کند. آنطور که همه مردم گمان می‌کنند، لینکدین برای افراد کار و موقعیت شغلی ایجاد می‌کند. آیا این فرضیه به راستی درست است؟ پاسخ این پرسش را لورا کامینز، صاحب برند Nine Dot Consulting، به‌گونه‌ای جالب می‌دهد: «هم‌آره و هم‌نه». راهکار موفقیت در لینکدین در دیدگاه کامینز ساده است: «با لینکدین به مانند فیس‌بوک رفتار نکنید.»

مگان کرمار، بازاریاب محتوایی و مدیرعامل برند MGH، به کاربران اتخاذ استراتژی تازه‌ای در لینکدین را توصیه می‌کند: «این سایت مخصوص ارتباط کسب‌وکارها با کسب‌وکارها، برندها با مشتریان، اخذ دانش، اطلاعات و آخرین اخبار حرفه‌ای است. بر این اساس فضای لینکدین کاملاً حرفه‌ای محسوب می‌شود. به‌همین خاطر به هیچ وجه فکر فعالیت معمولی را در این پلتفرم حرفه‌ای نداشته باشید. معمولاً

به‌قلم: دیورا سونینی مدیرعامل موسسه MyCorporation و کارشناس حوزه بازاریابی محتوایی
ترجمه: علی عالی

امروزه به لطف اطلاع‌رسانی گسترده در مورد اهمیت شبکه‌های اجتماعی فعالیت تیم‌های مختلف برندها در پلتفرم‌های گوناگون شدت گرفته است. اغلب برندها پس از گذشت زمان نسبتاً طولانی به خوبی از نحوه تولید محتوای تاثیرگذار، تنظیم تقویم برنامه‌ریزی مطالب به‌گونه‌ای جذاب و دستیابی به آمارهای موردنیاز برای بررسی نحوه عملکرد محتوای‌شان پس از اجرای کمپین آگاهی یافته‌اند.

بررسی‌های دقیق در زمینه مزیت‌ها و نقاط ضعف پلتفرم‌های مختلف برندها را براساس ماهیت کسب‌وکارشان به‌سوی تمرکز بر روی گونه‌های خاصی از شبکه‌های اجتماعی سوق داده است. به این ترتیب برندها باتوجه به کسب‌وکار و نوع محتوای تولیدی‌شان اقدام به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی خاصی می‌کنند. با این حال پرسش اصلی بسیاری از بازاریاب‌ها و برندها همچنان به قوت قبل باقی است: آیا ما در حال از دست دادن امتیاز یک پلتفرم خاص هستیم؟ به‌ویژه باتوجه به اینکه نسل نوین شبکه‌های اجتماعی و ترندهای محبوب در حال ظهور است، چنین پرسش‌های بنیادی اهمیت بیشتری می‌یابد.

التوجه به پژوهش و مطالعات موسسه Social Media Professionals پاسخ به پرسش فوق مثبت است. من به هیچ‌وجه از نتیجه پژوهش این موسسه به یقین نرسیدم. به‌همین خاطر به سراغ برخی از کارشناس‌های خیره‌حوزه بازاریابی و تبلیغات هم رفتم. پاسخ آنها نیز به این پرسش مثبت بود. در حقیقت اغلب آنها توصیه واحدی داشتند: برندها باید درخصوص بستر فعالیت‌شان برای بازاریابی محتوایی تجدیدنظر کنند. در اینجا منظور از تجدیدنظر بازمینی اساسی بستر مورد استفاده برای بازاریابی محتوایی است. در هر صورت از زمان معرفی فیس‌بوک به عنوان نخستین شبکه اجتماعی پرامکانات تحولات زیادی در این عرصه رخ داده است. بر این اساس شاید نگاه هرچند گذرا به سایر پلتفرم‌های جدید خالی از لطف نباشد.

هر کدام از شبکه‌های اجتماعی تازه فرصت‌ها، امکانات و ابزارهای نوینی را در اختیار کاربران و برندها قرار می‌دهد. به‌منظور تصمیم‌گیری عاقلانه برای سرنوشت برنندمان در حوزه بازاریابی محتوایی در سال آینده (۲۰۱۹) باید به خوبی از مزیت‌ها و البته ضعف‌های هر پلتفرم نوینی آگاهی داشته باشیم. در ادامه این مقاله به بررسی شبکه‌های اجتماعی تازه و مناسب برای فعالیت بازاریابی محتوایی اشاره خواهم کرد.

کورا

وبسایت کورا خود را به‌عنوان پایگاهی اینترنتی برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات و فهم بهتر جهان معرفی می‌کند. بر این اساس کاربران به راحتی امکان ورود به این پایگاه، طرح پرسش‌های مختلف و گوناگون و دریافت پاسخ‌های کاربردی از سوی سایر کاربران را دارند. مزیت اصلی این پلتفرم پاسخگویی به پرسش‌ها از سوی کارشناس‌های هر حوزه است. به‌عنوان مثال کارشناس حوزه مطبوعات چایی برای دریافت پاسخ پرسشی در زمینه ادبیات به کورا مراجعه می‌کند و در این میان پاسخ پرسش‌هایی در زمینه تخصصی خود را نیز می‌دهد. باتوجه به این امر پاسخ‌های موجود در سایت کورا از اعتبار و ارزش بسیار بالایی برخوردار هستند.

هانگ نتوین، مدیر بخش بازاریابی و رضایت مشتریان پلتفرم Small

راهکارهایی برای حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME) در آمریکا

نویسنده: حمیدرضا قاضی‌دیبگی
کارشناس فنی بازار ملی ایران

سرمایه‌گذاران امروز در پی راه‌هایی برای تقویت بازگشت سرمایه خود هستند، زیرا به نظر می‌رسد که بازگشت سرمایه از سرمایه‌گذاری در زمینه‌های سهام، اوراق قرضه و املاک با خطرپذیری بسیار بالایی همراه است. به همین جهت، صاحبان سرمایه به دنبال قابلیت‌های بالقوه فناوری‌های نوآورانه برای تحقق بخشیدن آرزوهایشان در راستای نرخ بازگشت سرمایه بالا هستند. این مشارکت، به‌خصوص آنهایی که روی شرکت‌های کوچک‌تر تمرکز دارند، عموماً تحت عنوان سرمایه‌گذاران حمایتی شناخته می‌شوند. جالب است بدانیم در سال ۲۰۰۴ در آمریکا، سرمایه‌گذاران حمایتی با تأمین ۲۴ میلیارد دلار، ۴۵۰۰۰ شرکت تازه تأسیس را مورد حمایت قرار دادند که نسبت به سرمایه‌گذاران سنتی پول بیشتری خرج کردند. زیرا این گروه ۲۲ میلیارد دلار برای شرکت‌های تازه تأسیس رو به پیشرفت سرمایه‌گذاری کردند.

برنامه‌های مهمی در این زمینه در آمریکا در حال انجام است: **برنامه پژوهش‌های نوآورانه کسب و کارهای کوچک (SBIR)** برنامه تحقیقاتی نوآوری کسبوکار کوچک (SBIR) یک برنامه بسیار رقابتی است که باعث می‌شود کسبوکارهای کوچک داخلی درگیر تحقیقات شوند. SBIR با استفاده از یک برنامه مبتنی بر برندهای رقابتی، کسب و کارهای کوچک را قادر می‌سازد تا پتانسیل تکنولوژیکی خود را بررسی کنند و آنگیزه کسب سود را از تجرب خود فراهم کنند. با توسعه کسبوکارهای کوچک در عرصه تحقیق و توسعه کشور، نوآوری با تکنولوژی پیشرفته تحریک می‌شود و ایالات متحده روحیه کارآفرینی را به دست می‌آورد، زیرا با نیازهای تحقیق و توسعه خاص خود روبه‌رو می‌شود.

ماموریت SBIR و اهداف برنامه
ماموریت برنامه SBIR عبارت است از: حمایت از پیشرفت علمی و نوآوری‌های تکنولوژیکی از طریق سرمایه‌گذاری صندوق‌های تحقیقاتی فدرال در اولویت‌های مهم آمریکا برای ایجاد اقتصاد قوی ملی.

- اهداف برنامه:
- تحریک نوآوری‌های تکنولوژیکی
- مشاهده نیازهای تحقیق و توسعه فدرال
- مشارکت در نوآوری و کارآفرینی توسط زنان، افراد مسن و تشویق آن‌ها
- به فعالیت‌های اجتماعی
- افزایش تجاری‌سازی بخش خصوصی از نوآوری حاصل از تحقیق و توسعه

بودجه فدرال

شرکت‌های مشارکتی SBIR
هر ساله، سازمان‌های فدرال با بودجه‌های تحقیق و توسعه خارج از تحقیق و توسعه که بیش از ۱۰۰ میلیون دلار هستند، باید ۳ درصد از بودجه تحقیق و توسعه خود را برای این برنامه‌ها اختصاص دهند. در حال حاضر، ۱۱ سازمان فدرال در برنامه SBIR شرکت دارند:

- وزارت کشاورزی
- وزارت بازرگانی - موسسه ملی استاندارد و فناوری
- وزارت بازرگانی - اداره ملی اقیانوسی و جوی
- وزارت دفاع
- وزارت آموزش و پرورش
- وزارت انرژی
- وزارت بهداشت و خدمات انسانی
- وزارت امنیت داخلی
- وزارت حمل و نقل
- آژانس حفاظت محیط زیست
- اداره ملی هواشناسی و فضایی
- بنیاد ملی علوم

هر آژانس برنامه خود را در دستورالعمل‌های کنگره قرار می‌دهد، این آژانس‌ها موضوعات مربوط به تحقیق و توسعه را در دعوت‌های خود تعریف می‌کنند و پیشنهادها را از شرکت‌های کوچک پذیرش می‌کنند. جوایز براساس رقابت پس از ارزیابی پیشنهاد می‌شود.

فرصت رقابتی برای کسب و کار کوچک

SBIR به بخش کارآفرینی اهمیت می‌دهد زیرا بر این باور است که بیشتر نوآوری‌ها و نوآوران رشد می‌کنند. با این حال، خطر و هزینه انجام تحقیقات جدی در زمینه تحقیق و توسعه اغلب فراتر از توان بسیاری از شرکت‌های کوچک است. با رزرو یک درصد از هزینه‌های تحقیق و توسعه فدرال برای کسب‌وکارهای کوچک، SBIR از کسب و کار کوچک محافظت می‌کند و آن را قادر می‌سازد تا در سطح کسب و کار بزرگ‌تر رقابت کنند. SBIR به مراحل بحرانی راه‌اندازی و توسعه مراجعه می‌کند و تجاری‌سازی تکنولوژی، محصول یا خدمات را تشویق می‌کند که به نوبه خود اقتصاد ایالات متحده را تحریک می‌کند. از زمان تصویب آن در سال ۱۹۸۲، برنامه SBIR به هزاران کسبوکار کوچک کمک کرده است تا برای جوایز تحقیق و توسعه فدرال رقابت کنند. کمک‌های آنها باعث تقویت دفاع ملی، حفاظت از محیط زیست، مراقبت‌های بهداشتی پیشرفته و بهبود توانایی در مدیریت اطلاعات و دستکاری داده‌ها شده است.

برنامه انتقال فناوری کسب و کارهای کوچک (STTR)
انتقال فناوری کسب و کار کوچک (STTR) یک برنامه دیگر است که فرصت‌های مالی را در عرصه تحقیق و توسعه نوآوری فدرال گسترش می‌دهد. طرح اصلی این برنامه گسترش مشارکت بخش دولتی/خصوصی است تا امکان سرمایه‌گذاری مشترک برای شرکت‌های کوچک و موسسات پژوهشی غیرانتفاعی را فراهم کند. مهم‌ترین نقش STTR این است که شکاف بین عملکرد علم پایه و تجاری‌سازی نوآوری‌های حاصل از آن بین برسد.

برنامه مشارکت فدرال و دولت (FAST)
برنامه همکاری فدرال و دولت فناوری (FAST) یک برنامه کمک‌های رقابتی است که برای تقویت رقابت‌های تکنولوژیکی کسبوکارهای کوچک طراحی شده است. این شرکت‌ها مشارکت شرکت‌های تکنولوژیکی کوچک را در نوآوری و تجاری‌سازی تکنولوژی جدید بهبود می‌بخشد. به این ترتیب ایالات متحده در زمینه تحقیق و توسعه و علم و فناوری نگره می‌دارد.

درباره جوایز Tibbets و تالار مشاهیر
هر سال صدها شرکت در برنامه SBIR شرکت می‌کنند. هر سال این شرکت‌ها با جایزه Tibbets به رسمیت شناخته می‌شوند. آن دسته از شرکت‌هایی که سالیان سال با این برتری ادامه می‌دهند با جایزه SBIR Hall of Fame شناخته می‌شوند. در شرایط حاضر زندگی همه ما وابسته به اعمال تفکر در مورد ایجاد فناوری‌های نو و پیاده‌سازی آن‌ها است. در این زمانه که توسعه فناوری با سرعت انجام می‌گیرد و ارتباطات جهانی نیز روز به روز سریع‌تر می‌شوند، اغلب افراد قادر به درک اهمیت اساسی دارایی‌های معنوی هستند. علاوه بر این، افراد روحیه کارآفرینی برای راه‌اندازی کسب و کار را نیز به خوبی درک می‌کنند. در این میان افرادی برنده خواهند بود که بتوانند چگونه ایده‌های خود را مورد استفاده قرار دهند و از آن‌ها محصولات تجاری تهیه کنند.

منبع: modirinfo

چگونگی خرید شرکت توسط مدیرعاملان آینده



بده‌اند. این دو، فارغ‌التحصیل رشته MBA از دانشگاه استنفورد بودند و در سال ۱۹۹۵ مالکیت یک شرکت کوچک در تگزاس که امداد جاده‌ای فراهم می‌کرد را برعهده گرفتند. آنها به زودی شرکت‌شان را به سمت بازار نوپای بیمه تلفن‌های همراه سوق دادند و آن را به شرکتی با نام Asurion LLC تبدیل کردند که ۱۷۰۰۰ کارمند و درآمدی نزدیک به ۹ میلیارد دلار دارد. در سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز (سرمایه‌گذاری که احتمال زیان آن زیاد باشد)، چنین ابرستاره‌هایی بسیار کمیاب هستند. تقریباً یک‌سوم شرکت‌های خریداری‌شده، در نهایت سرمایه‌شان را از دست می‌دهند. در واقع، کلی شرکت - AS

فراز و نشیب‌های یک شرکت خدمات سوختی

پیش‌روی در این مسیر گاهی بسیار سخت بوده است، اما کلی لین (Colby Lane) پس از گذشت چهار سال با کسب سمت مدیرعاملی و مالکیت یک شرکت خدمات سوختی با رشد روزافزون در خارج نیواورلئان، به موفقیت نائل شده است. لین که در سال ۲۰۱۴ مدیرعامل و مالک بخشی از شرکت PEC Safety شد، بیان داشت، «روای من مدیریت یک شرکت و در نهایت تبدیل کردن آن به یک شرکت بزرگ است و ما به خوبی در این مسیر قرار گرفته‌ایم». لین که سابقاً وکیل بود و می‌خواست شرکت خودش را بسازد، در دوره‌های آموزشی پیتربکلی در زمینه سرمایه‌گذاری تحقیقی شرکت کرد و به سرعت تصمیم گرفت پس از فارغ‌التحصیلی تأمین سرمایه را شروع کند. او تمرکز به خصوص بر روی جایگاه پراهمیت صنعت نفت و گاز و ارتباط تنگاتنگ آن با تبعیت از مسائل ایمنی و همچنین گواهی‌نامه‌ها و آموزش‌های ایمنی داشت. به طور کلی، این صنعت تا حدودی به علت فناوری‌های موجود در استخراج نفت و گاز، در حال توسعه‌یافتن بود. اما پس از اتفاقاتی مانند نشست Deepwater Horizon در سال ۲۰۱۰، ایمنی آن به مهمترین نگرانی‌های استراتژیک تبدیل شد.

لین خاطر نشان می‌کند، «من ایده‌ای مربوط به مسائل ایمنی و تبعیت از آنها داشتم. سپس فهرستی از شرکت‌ها تهیه کردم، با آنها تماس گرفتم و با بنیانگذاران صحبت کردم». او به زودی PEC Safety و پس از آن یک شرکت با سابقه ۱۰ ساله را یافت که دارای پلتفرمی به منظور جمع‌آوری داده‌های مربوط به مسائل ایمنی و میزان تبعیت پیمانکاران صنعت سوخت از آنها بود. لین شرح می‌دهد، «من یک سال بعد را صرف شناخت بنیانگذار کردم، زیرا ایجاد روابط در انجام گرفتن معامله بسیار مؤثر است». او موفق شد و بنیانگذاری با نام چارلی کار (Charlie Carr) را یافت که هنوز ارتباطش با شرکت را فعلاً حفظ می‌کند و سهامدار است. البته از آنجایی که تقریباً در هیچ کارآفرینی مخاطره‌آمیزی همه چیز دقیقاً طبق نقشه پیش نمی‌رود، قیمت نفت و گاز مدت کمی پس از فعالیت لین در سال ۲۰۱۴ سقوط و فعالیت این صنعت برای مدتی به شدت افت پیدا کرد. لین می‌گوید، «ما با مسئله‌ای روبه‌رو شدیم که بیشتر تجارت‌ها نمی‌خواهند با آن مواجه شوند، یعنی ایجاد تغییر در اساسی در بازار. اما ما وحشت نکردیم و آن را پشت سر گذاشتیم. از دیدگاه من، این اتفاق یکی از بهترین ویژگی‌های گروه سرمایه‌گذاران ما را نشان داد. آنها نترسیدند و کسی را نیز سرزنش نکردند و گفتند این مسئله تقصیر هیچ‌کس نیست. حال بیاید به کارمان برسیم!». امروزه مسائل بسیار امیدبخش‌تر از پیش هستند. این صنعت به جای اول خود بازگشته است و اکنون PEC با ده‌ها هزار پیمانکار همکاری می‌کند و بازدهی سالانه‌اش ۴۰ درصد بیشتر از دو سال گذشته است.

منبع: stanford

شما در شرف دریافت مدرک مدیریت راهبردی کسبوکار (MBA) و جویای یک کار عالی هستید. شما می‌خواهید مدیریت یک شرکت را برعهده داشته باشید، اما نه تجربه لازم برای استخدام شدن به عنوان مدیرعامل را دارید و نه ایده‌ای عالی برای شروع کسبوکار خود. نظر تان راجع به خرید یک شرکت کوچک آینده‌دار و تبدیل شدن به یک مدیر عامل چیست؟

این اتفاق آرزوی واهی نیست. این مسئله، ایده اصلی وای «سرمایه‌گذاری‌های تحقیقی» است که جایگاهی روبه‌رشد در بازار سرمایه‌گذاری خصوصی دارد.

در سرمایه‌گذاری تحقیقی، کارآفرینان - عموماً کسانی که به تازگی مدرک MBA دریافت کرده‌اند - سرمایه‌گذارانی را می‌یابند که آنها را از نظر مالی تأمین و راهنمایی‌شان کنند. در مرحله تحقیق، سرمایه‌گذاران اساساً مبلغی را برای جست‌وجوی شرکت‌های بالقوه به کارآفرینان پرداخت می‌کنند. در مرحله گردآوری، سرمایه‌گذاران سرمایه‌ای در اختیار کارآفرین قرار می‌دهند تا شرکت را خریداری و برخی از آنان برای گسترش شرکت، او را راهنمایی می‌کنند. این روش معمولاً کارآمد است. پژوهش جدید انجام‌شده توسط پیتربکلی (Peter Kelly)، فردی مجرب در زمینه سرمایه‌گذاری تحقیقی که از سال ۲۰۰۹ دوره‌های آموزشی مربوط به این زمینه را در دانشکده بازرگانی استنفورد برگزار می‌کند، نشان داد که این سرمایه‌گذاری‌ها منجر به سوددهی و رشد بسیاری شده‌اند. همچنین با استفاده از تجارب حاصل‌شده از موفقیت‌ها و شکست‌های پیشین، اکنون این نوع سرمایه‌گذاری‌ها به صورت حرفه‌ای‌تر انجام می‌شوند. اخیراً تعداد روزافزونی از این شرکت‌ها توسط مدیران عامل نسبتاً تازه‌کار راه‌اندازی شده‌اند.

سوددهی این روش به طول کلی قابل توجه است. طبق پژوهش انجام‌شده، در ۲۲۵ سرمایه‌گذاری صورت‌گرفته از سال ۱۹۸۴، سوددهی به سرمایه‌گذاران به طور میانگین برابر ۷/۳۳ درصد بوده است و به طور متوسط، سرمایه‌گذاران ۷ برابر سرمایه اولیه‌شان را دوباره به دست آورده‌اند. با توجه به مطالب مذکور، کلی تخمین می‌زند سرمایه‌گذاری تحقیقی حدود ۶ میلیارد دلار دارایی افزوده تولید کرده است. سال گذشته، تعداد سرمایه‌گذاری‌های تحقیقی به عدد بی‌نظیر ۸۶ و تعداد شرکت‌های گردآوری‌شده به رکورد تازه ۱۷ عدد رسید. همچنین در سال گذشته پرهزینه‌ترین گردآوری صورت‌گرفته تا به آن زمان، با صرف هزینه ۱۱۷ میلیون دلار ثبت شد. کلی می‌گوید، «طی ۱۰ سال گذشته، شاهد رشد بسیار زیادی بوده‌ایم و این رشد توسط کارآفرینانی ایجاد شد که می‌خواستند بدون ساخت یک شرکت از پایه، مدیر و مالک باشند. این شرکت‌های معتبر به صنایع بسیار جالب‌توجهی مربوط می‌شوند و کارآفرینانی که آنها را خریداری می‌کردند، در مسیر تبدیل شدن به یک مدیرعامل ممتاز قرار می‌گرفتند. این افراد فقط بی‌تجربه بودند و برای موفقیت نیاز به آموزش داشتند.»

کویین تاویل (Kevin Taweel) و جیم الیز (Jim Ellis) از بزرگترین و اسطوره‌ای‌ترین افراد موفق در سرمایه‌گذاری تحقیقی



آگهی حصر وراثت

آقای عزیزاله فهرمالی راد به شماره شناسنامه ۴۰۶۵ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاس پرونده ۲۸۲/۶۹۷ ازین شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان اسکندر تیموری سلطانی به شماره شناسنامه ۸۰۸/۱۶ از اقامتگاه دائمی خود بحدود زندگی گفته و ورثه حین فوت آن مرحوم منحصر است به: ۱- هادی تیموری سلطانی ش ش ۴ ت ت ۱۳۳۳ اسدآباد فرزند متوفی ۲- بدله تیموری سلطانی ش ش ۴۹۱ ت ت ۱۳۳۳ اسدآباد فرزند متوفی ۳- شمس اله تیموری سلطانی ش ش ۶۷۵ ت ت ۱۳۳۳ اسدآباد فرزند متوفی ۴- حاج علی تیموری سلطانی ش ش ۶۷۴ ت ت ۱۳۳۱ اسدآباد فرزند متوفی ۵- کوکب تیموری سلطانی ش ش ۶۷۶ ت ت ۱۳۳۳ اسدآباد فرزند متوفی ۶- فرشته تیموری سلطانی ش ش ۱۰۶۴ ت ت ۱۳۳۳ اسدآباد فرزند متوفی ۷- جیران ترک ش ش ۲۶۴ ت ت ۱۳۴۳ اسدآباد فرزند متوفی ۸- سلیمان تیموری سلطانی ش ش ۹۰۷ ت ت ۱۳۳۶ اسدآباد فرزند متوفی ۹- فرنگ ش ش ۱۲۹ ت ت ۱۳۲۶ اسدآباد همسر متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی طرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد و الا گواهی مربوط صادر خواهد شد.
شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قفس مالف ۱۳۳۹

آگهی حصر وراثت

آقای عزیزاله فهرمالی راد به شماره شناسنامه ۴۰۶۵ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاس پرونده ۲۸۲/۶۹۷ ازین شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان فرنگ به شماره شناسنامه ۱۲۹ در تاریخ ۸۶/۸/۱۶ اقامتگاه دائمی خود بحدود زندگی گفته و ورثه حین فوت آن مرحوم منحصر است به: ۱- هادی تیموری سلطانی ش ش ۴ ت ت ۱۳۳۳ اسدآباد فرزند متوفی ۲- شمس اله تیموری سلطانی ش ش ۶۷۵ ت ت ۱۳۳۳ اسدآباد فرزند متوفی ۳- بدله تیموری سلطانی ش ش ۴۹۱ ت ت ۱۳۳۳ اسدآباد فرزند متوفی ۴- حاج علی تیموری سلطانی ش ش ۶۷۴ ت ت ۱۳۳۱ اسدآباد فرزند متوفی ۵- کوکب تیموری سلطانی ش ش ۶۷۶ ت ت ۱۳۳۳ اسدآباد فرزند متوفی ۶- فرشته تیموری سلطانی ش ش ۱۰۶۴ ت ت ۱۳۳۳ اسدآباد فرزند متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی طرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد و الا گواهی مربوط صادر خواهد شد.
شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قفس مالف ۱۳۳۹

ابلاغ

خواهان احمد مقدم دادخواستی تحت عنوان مطالبه وجه علیه خوانده سیدیا مقدم تقدیم شورای حل اختلاف حوزه ۱۰ نموده که پس از ثبت وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۰۱ ساعت ۱۵:۵۵ تعیین به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست و مستفاد از ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی منتهی مراتب یک نوبت در یکی از جرایم کثیرالانتشار آگهی شود تا خوانده پس از نشر آگهی و اطلاع به دفتر شورا مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضامین را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر شود.
حوزه ۱۰ شورای حل اختلاف شهرستان قفس مالف ۱۳۳۵



سازمان آگهی ما ۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی تغییرات شرکت پترو پالایش سیلان شرکت با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۴۱۸۱۰۸ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۶۹۴۷۸۲

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۲۵ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: - آقای حسین عباسی به کدملی ۲۰۹۱۰۴۵۱۱۱ دارنده ۳۳۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه با دریافت کلیه سهم الشرکه خود از صندوق شرکت از شرکت خارج گردید آقای سید یحیوالعلوم مرتضوی خلیلی به کدملی ۴۷۱۲۱۹۷۵۱۱ دارنده ۳۳۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه با دریافت کلیه سهم الشرکه خود از صندوق شرکت از شرکت خارج گردید لذا سرمایه شرکت از مبلغ ۲۰۲۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۳۶۰۰۰۰۰ ریال کاهش یافت و ماده مربوطه در اساسنامه به شرح فوق اصلاح گردید. فهرست و میزان سهم الشرکه هر یک از شرکاء بعد از کاهش سرمایه بشرح ذیل می باشد: ۱- آقای بهنام بابائزاد دارنده مبلغ ۳۴۰۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه ۲- آقای صیاد بابائزاد دارنده مبلغ ۳۴۰۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه ۳- آقای نعمت الله نبی زاده دارنده مبلغ ۶۸۰۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران (۲۹۷۲۷۲)

آگهی تغییرات شرکت مهندسین مشاور آرا ایستابنا با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۱۰۳۲۰۳۸۷۶۱۴۶ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۳۸۷۶۱۴۶

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۷/۰۸/۰۶ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: خاتم زهرا حسینی به کدملی ۰۰۱۴۱۶۷۴۲۵ فرزند علی صادره از تهران باپردیف مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰ ریال به صندوق شرکت در ردیف شرکا قرار گرفت. سرمایه شرکت از مبلغ ۹۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت و ماده مربوطه در اساسنامه به شرح فوق اصلاح گردید. لیست شرکا و میزان سهم الشرکه هر یک بعد از افزایش سرمایه بشرح ذیل می باشد: - آقای رضا مدرک به کدملی ۰۰۱۱۳۰۲۰۲۵ دارنده مبلغ ۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال خاتم زهرا حسینی به کدملی ۰۰۱۴۱۶۷۴۲۵ دارنده مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰ ریال خاتم بی تا جمالی به کدملی ۰۰۵۷۹۰۸۸۷۷ دارنده مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰ ریال - آقای سیاک اسدی به کدملی ۰۰۴۹۷۹۴۸۲۵ دارنده مبلغ ۴۰۰۰۰۰۰۰ ریال - آقای محمد رضا انتصاری به کدملی ۰۰۴۸۲۳۸۳۳۳ دارنده مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰۰ ریال
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران (۲۹۷۲۷۱)

آگهی تغییرات شرکت خدمات صبا دریا با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۱۶۶۸۸۱ و شناسه ملی ۱۰۱۰۲۰۹۴۱۳۲

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۷/۰۶/۱۳ و مجوز شماره ۱۱.۳۵۴۴۰ مورخه ۱۳۹۷/۶/۲۲ اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان تهران تصمیمات ذیل اتخاذ شد: عبارت (حمل و نقل ریلی، باری) به موضوع شرکت الحاق و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید.
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران (۲۹۷۲۷۲)

آگهی تغییرات شرکت خدمات مسافرت هوایی کهکشان راه پرواز شرکت با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۳۶۰۷۳۲ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۱۳۴۵۵۵

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۷/۰۶/۰۷ و مجوز شماره ۴۱۱۶۸ مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۱۵ سازمان هواپیمائی کشوری و مجوز شماره ۹۷۲۳۰۳۰۲۸۳ مورخ ۱۳۹۷/۰۸/۰۹ اداره کل حقوقی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری تصمیمات ذیل اتخاذ شد: به موجب سند صلح شماره ۱۳۶۲۱۴ مورخ ۱۳۹۷/۰۵/۲۸ در دفتر خاتمه اسناد رسمی شماره ۷۰ حوزه ثبتی تهران شهرام لطف الهی به شماره ملی ۱۲۷۶۵۶۴۰۵۱ که دارای ۳۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه می باشد مبلغ ۲۹۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال از سهم الشرکه خود را به آقای اوزگور کوچاباش با کد فراگیر ملی ۱۰۰۷۱۱۷۲۰ و الباقی سهم الشرکه خود را به میزان ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به آقای علی حیدر نژاد کد ملی ۲۷۵۲۳۲۷۰۷۱ واگذار نمود و از شرکت خارج شد مرکز اصلی شرکت به استان تهران، شهرستان تهران، بخش مرکزی، شهر تهران، قبا، خیابان دکتر علی شریعتی، خیابان زریبا، پلاک ۶۶-، طبقه دوم، واحد ۳ کد پستی ۱۹۴۸۸۴۵۴۱۹ تغییر یافت و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید نام شرکا، و میزان سهم الشرکه هر یک بعد از نقل و انتقال: آقای اوزگور کوچاباش کد فراگیر ملی ۱۰۰۷۱۱۷۲۰ دارای ۹۹۰۰۰۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه- آقای علی حیدر نژاد کد ملی ۲۷۵۲۳۲۷۰۷۱ دارای ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران (۲۹۷۲۷۱)

کارت هوشمند اینجناب فردین طاهرخانی به شماره ۱۲۴۲۴۸۴ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد

بدین وسیله به آقایان محمد حسن صبری فرزند حبیب اله به شماره ملی ۲۶۲۱۲۶۶۲۰ سازه از شهرکرد و حسن توکلی فرزند ابراهیم به شماره ملی ۲۶۲۱۲۶۶۲۰ سازه از شهرکرد و خاتم طاهر صبری فرزند محمد حسن به شماره ملی ۴۴۲۳۳۱۲۴۶۱ سازه از شهرکرد ساکنین شهرکرد بعد از پلیس راه نورسند به توفیر رخ سمت چپ شرکت نگار سنگ ابلاغ می شود که بانگ ملی شعبه شهرکرد به استناد فرارده بانگی شماره ۰۹۸۶۶۱۱۰۰۰۰ مورخه ۱۳۹۷/۱۴/۱۴ جهت وصول مبلغ پنجاه میلیارد و هشتصد و بیست و نه میلیون و چهار صد و نه هزار ریال تا تاریخ ۱۳۹۷/۱۴/۱۴ تسلیم خسارت تاخیر منقله و از تاریخ مذکور تا روز آفرینیه کامل روزگه مبلغ ۲۸۷۸۹۶۲۲ ریال به بدهی اضافه می گردد علیه شریک افرینیه صادر نموده و پرونده اجرائی به کلاس ۵۸۱-۰۵۸۱-۰۱۲۴۴۰۰۰۰ شماره بانکی ۶۶۰۰۴۳۲۲ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مامور محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده لذا بنا به تقاضای مسئولان طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجراء معاند افرینیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود و چنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید عسلیات اجرائی جریان خواهد یافت
سپرست اداره اجرای اسناد رسمی شهرکرد علی اکبر باقری

ابلاغ وقت دادرسی

آگهی ابلاغ وقت دادرسی و دادخواست و ضامنه به کلاس پرونده ۵۹۱/۲۱۹۷- وقت رسیدگی دوشنبه ۱۳۹۷/۱۰/۲۴ ساعت ۱۵/۱۵ حوزه ۲- خواهان: سار محرمی قبه بانگی- خوانده: عطالله مدنی- خواسته: مطالبه وجه چک خواهان دادخواستی تسلیم دادگاه های عمومی نموده که جهت رسیدگی به شعبه حل اختلاف از ابلاغ گردیده و وقت رسیدگی تعیین شده و علت مجهول المکان بودن خوانده به درخواست خواهان دستور دادگته و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی منتهی مراتب یک نوبت در یکی از جرایم کثیرالانتشار آگهی می شود تا خوانده از تاریخ نشر آخرین آگهی لازم شود فقط یک نوبت مستتر و مفت آن خواهد بود.
دبیر حوزه ۴ شورای حل اختلاف شهریار (۲۳۱۰)

آگهی ابلاغ دادخواست و وقت رسیدگی

خواهان اکبر بیلهایی فرزند محمد باقر دادخواستی به طرفیت حسن راچکنی به خواسته تک پلاک تقدیم شعبه ۱۵ شورای حل اختلاف شهرستان بهارستان نموده که به کلاس ۲۸۸/۱۵۹۷ ثبت و برای مورچه دوشنبه ۹۷/۱۰/۲۳ ساعت ۱۵:۳۰ وقت رسیدگی تعیین گردیده چون نرسیده مجهول المکان اعلام شده لذا در حسب تقاضای خواهان دستور دادگاه مستنداً به ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی دادگهیهای عمومی و انقلاب در امور مدنی مراتب فوق در یک نوبت در یکی از جرایم کثیرالانتشار شرح و جزئیات فوق اندک دعوت می شود که در مورخ یاد شده در جلسه دادگاه حاضر شده و ضمن تا قبل از طول وقت رسیدگی می تواند به دفتر شورا مراجعه و دریافت نسخه نلی دادخواست و ضامنه درین محل قلمت خود را اعلام نماید در صورت عدم حضور دادگاه مطابق مقررات تصمیم قضایی ایضا خواهد گرد.
مدیر دفتر شعبه ۱۵ شورای حل اختلاف شهرستان بهارستان

دادنامه

تاریخ ۹۷/۷/۴ پرونده کلاسه ۹۶۱۳۱۱ دادنامه ۹۷-۹۹۷۲۴۰۱۱-۰۷۸۴
شاکی حمید صندوقی ایلمو فرزند محتملی به نشانی زنجان کشور کازمیه فلز ۵ وصال شرقی قلعه ۵۸۸۱ مغازه جوشگری متهم ابراهیم صندوقی مجهول المکان اتهام ضرب و جرح عمدی گردشکار پس از ارجاع پرونده و ثبت آن سرانجام دادگاه شرح زیر معاینات به نشانی رای نماید
رای دادگاه
در خصوص اتهام ابراهیم صندوقی ف محتعلی سایر مشخصات نامعلوم به جهت عدم دسترسی به ایشان و مجهول المکان دایر بر ابراد ضرب و جرح عمدی بدنی با چاقو موضوع گبرخواست ۹۶-۵۶۳۰ صادره از دایرهای زنجان و شکایت آقای حمید صندوقی ایلمو فرزند محبت علی ساکن زنجان بانوجه به اوراق و محتویات پرونده از جمله مفاد شکایت شاکی گواهیهای پزشکی قانونی ارائه شده از او که حاکی از ورود ضدمات بدنی به شاکی با جسم برنده را دانسته گزارش و تحقیقات انجام شده توسط مرجع انتظامی و دادسرا و مفاد شهادت شهود که دلالت بر درگیری طرفین را می نماید و اینکه متهم با وصف ابلاغ احتضاریه و اطلاع از دادرسی در هیچ یک از مراحل رسیدگی حاضر نشده و جلب ایشان در دادسرا ممکن نگردیده و از خودش در قبال اتهام حاشیه دفاعی نگرفته است بنابراین و من حیث المجموع بزعمکار ایشان مجرم است لذا مستنداً به مواد ۲۲۸-۲۲۹-۲۳۰-۲۳۱-۲۳۲-۲۳۳-۲۳۴-۲۳۵-۲۳۶-۲۳۷-۲۳۸-۲۳۹-۲۴۰-۲۴۱-۲۴۲-۲۴۳-۲۴۴-۲۴۵-۲۴۶-۲۴۷-۲۴۸-۲۴۹-۲۵۰-۲۵۱-۲۵۲-۲۵۳-۲۵۴-۲۵۵-۲۵۶-۲۵۷-۲۵۸-۲۵۹-۲۶۰-۲۶۱-۲۶۲-۲۶۳-۲۶۴-۲۶۵-۲۶۶-۲۶۷-۲۶۸-۲۶۹-۲۷۰-۲۷۱-۲۷۲-۲۷۳-۲۷۴-۲۷۵-۲۷۶-۲۷۷-۲۷۸-۲۷۹-۲۸۰-۲۸۱-۲۸۲-۲۸۳-۲۸۴-۲۸۵-۲۸۶-۲۸۷-۲۸۸-۲۸۹-۲۹۰-۲۹۱-۲۹۲-۲۹۳-۲۹۴-۲۹۵-۲۹۶-۲۹۷-۲۹۸-۲۹۹-۳۰۰-۳۰۱-۳۰۲-۳۰۳-۳۰۴-۳۰۵-۳۰۶-۳۰۷-۳۰۸-۳۰۹-۳۱۰-۳۱۱-۳۱۲-۳۱۳-۳۱۴-۳۱۵-۳۱۶-۳۱۷-۳۱۸-۳۱۹-۳۲۰-۳۲۱-۳۲۲-۳۲۳-۳۲۴-۳۲۵-۳۲۶-۳۲۷-۳۲۸-۳۲۹-۳۳۰-۳۳۱-۳۳۲-۳۳۳-۳۳۴-۳۳۵-۳۳۶-۳۳۷-۳۳۸-۳۳۹-۳۴۰-۳۴۱-۳۴۲-۳۴۳-۳۴۴-۳۴۵-۳۴۶-۳۴۷-۳۴۸-۳۴۹-۳۵۰-۳۵۱-۳۵۲-۳۵۳-۳۵۴-۳۵۵-۳۵۶-۳۵۷-۳۵۸-۳۵۹-۳۶۰-۳۶۱-۳۶۲-۳۶۳-۳۶۴-۳۶۵-۳۶۶-۳۶۷-۳۶۸-۳۶۹-۳۷۰-۳۷۱-۳۷۲-۳۷۳-۳۷۴-۳۷۵-۳۷۶-۳۷۷-۳۷۸-۳۷۹-۳۸۰-۳۸۱-۳۸۲-۳۸۳-۳۸۴-۳۸۵-۳۸۶-۳۸۷-۳۸۸-۳۸۹-۳۹۰-۳۹۱-۳۹۲-۳۹۳-۳۹۴-۳۹۵-۳۹۶-۳۹۷-۳۹۸-۳۹۹-۴۰۰-۴۰۱-۴۰۲-۴۰۳-۴۰۴-۴۰۵-۴۰۶-۴۰۷-۴۰۸-۴۰۹-۴۱۰-۴۱۱-۴۱۲-۴۱۳-۴۱۴-۴۱۵-۴۱۶-۴۱۷-۴۱۸-۴۱۹-۴۲۰-۴۲۱-۴۲۲-۴۲۳-۴۲۴-۴۲۵-۴۲۶-۴۲۷-۴۲۸-۴۲۹-۴۳۰-۴۳۱-۴۳۲-۴۳۳-۴۳۴-۴۳۵-۴۳۶-۴۳۷-۴۳۸-۴۳۹-۴۴۰-۴۴۱-۴۴۲-۴۴۳-۴۴۴-۴۴۵-۴۴۶-۴۴۷-۴۴۸-۴۴۹-۴۵۰-۴۵۱-۴۵۲-۴۵۳-۴۵۴-۴۵۵-۴۵۶-۴۵۷-۴۵۸-۴۵۹-۴۶۰-۴۶۱-۴۶۲-۴۶۳-۴۶۴-۴۶۵-۴۶۶-۴۶۷-۴۶۸-۴۶۹-۴۷۰-۴۷۱-۴۷۲-۴۷۳-۴۷۴-۴۷۵-۴۷۶-۴۷۷-۴۷۸-۴۷۹-۴۸۰-۴۸۱-۴۸۲-۴۸۳-۴۸۴-۴۸۵-۴۸۶-۴۸۷-۴۸۸-۴۸۹-۴۹۰-۴۹۱-۴۹۲-۴۹۳-۴۹۴-۴۹۵-۴۹۶-۴۹۷-۴۹۸-۴۹۹-۵۰۰-۵۰۱-۵۰۲-۵۰۳-۵۰۴-۵۰۵-۵۰۶-۵۰۷-۵۰۸-۵۰۹-۵۱۰-۵۱۱-۵۱۲-۵۱۳-۵۱۴-۵۱۵-۵۱۶-۵۱۷-۵۱۸-۵۱۹-۵۲۰-۵۲۱-۵۲۲-۵۲۳-۵۲۴-۵۲۵-۵۲۶-۵۲۷-۵۲۸-۵۲۹-۵۳۰-۵۳۱-۵۳۲-۵۳۳-۵۳۴-۵۳۵-۵۳۶-۵۳۷-۵۳۸-۵۳۹-۵۴۰-۵۴۱-۵۴۲-۵۴۳-۵۴۴-۵۴۵-۵۴۶-۵۴۷-۵۴۸-۵۴۹-۵۵۰-۵۵۱-۵۵۲-۵۵۳-۵۵۴-۵۵۵-۵۵۶-۵۵۷-۵۵۸-۵۵۹-۵۶۰-۵۶۱-۵۶۲-۵۶۳-۵۶۴-۵۶۵-۵۶۶-۵۶۷-۵۶۸-۵۶۹-۵۷۰-۵۷۱-۵۷۲-۵۷۳-۵۷۴-۵۷۵-۵۷۶-۵۷۷-۵۷۸-۵۷۹-۵۸۰-۵۸۱-۵۸۲-۵۸۳-۵۸۴-۵۸۵-۵۸۶-۵۸۷-۵۸۸-۵۸۹-۵۹۰-۵۹۱-۵۹۲-۵۹۳-۵۹۴-۵۹۵-۵۹۶-۵۹۷-۵۹۸-۵۹۹-۶۰۰-۶۰۱-۶۰۲-۶۰۳-۶۰۴-۶۰۵-۶۰۶-۶۰۷-۶۰۸-۶۰۹-۶۱۰-۶۱۱-۶۱۲-۶۱۳-۶۱۴-۶۱۵-۶۱۶-۶۱۷-۶۱۸-۶۱۹-۶۲۰-۶۲۱-۶۲۲-۶۲۳-۶۲۴-۶۲۵-۶۲۶-۶۲۷-۶۲۸-۶۲۹-۶۳۰-۶۳۱-۶۳۲-۶۳۳-۶۳۴-۶۳۵-۶۳۶-۶۳۷-۶۳۸-۶۳۹-۶۴۰-۶۴۱-۶۴۲-۶۴۳-۶۴۴-۶۴۵-۶۴۶-۶۴۷-۶۴۸-۶۴۹-۶۵۰-۶۵۱-۶۵۲-۶۵۳-۶۵۴-۶۵۵-۶۵۶-۶۵۷-۶۵۸-۶۵۹-۶۶۰-۶۶۱-۶۶۲-۶۶۳-۶۶۴-۶۶۵-۶۶۶-۶۶۷-۶۶۸-۶۶۹-۶۷۰-۶۷۱-۶۷۲-۶۷۳-۶۷۴-۶۷۵-۶۷۶-۶۷۷-۶۷۸-۶۷۹-۶۸۰-۶۸۱-۶۸۲-۶۸۳-۶۸۴-۶۸۵-۶۸۶-۶۸۷-۶۸۸-۶۸۹-۶۹۰-۶۹۱-۶۹۲-۶۹۳-۶۹۴-۶۹۵-۶۹۶-۶۹۷-۶۹۸-۶۹۹-۷۰۰-۷۰۱-۷۰۲-۷۰۳-۷۰۴-۷۰۵-۷۰۶-۷۰۷-۷۰۸-۷۰۹-۷۱۰-۷۱۱-۷۱۲-۷۱۳-۷۱۴-۷۱۵-۷۱۶-۷۱۷-۷۱۸-۷۱۹-۷۲۰-۷۲۱-۷۲۲-۷۲۳-۷۲۴-۷۲۵-۷۲۶-۷۲۷-۷۲۸-۷۲۹-۷۳۰-۷۳۱-۷۳۲-۷۳۳-۷۳۴-۷۳۵-۷۳۶-۷۳۷-۷۳۸-۷۳۹-۷۴۰-۷۴۱-۷۴۲-۷۴۳-۷۴۴-۷۴۵-۷۴۶-۷۴۷-۷۴۸-۷۴۹-۷۵۰-۷۵۱-۷۵۲-۷۵۳-۷۵۴-۷۵۵-۷۵۶-۷۵۷-۷۵۸-۷۵۹-۷۶۰-۷۶۱-۷۶۲-۷۶۳-۷۶۴-۷۶۵-۷۶۶-۷۶۷-۷۶۸-۷۶۹-۷۷۰-۷۷۱-۷۷۲-۷۷۳-۷۷۴-۷۷۵-۷۷۶-۷۷۷-۷۷۸-۷۷۹-۷۸۰-۷۸۱-۷۸۲-۷۸۳-۷۸۴-۷۸۵-۷۸۶-۷۸۷-۷۸۸-۷۸۹-۷۹۰-۷۹۱-۷۹۲-۷۹۳-۷۹۴-۷۹۵-۷۹۶-۷۹۷-۷۹۸-۷۹۹-۸۰۰-۸۰۱-۸۰۲-۸۰۳-۸۰۴-۸۰۵-۸۰۶-۸۰۷-۸۰۸-۸۰۹-۸۱۰-۸۱۱-۸۱۲-۸۱۳-۸۱۴-۸۱۵-۸۱۶-۸۱۷-۸۱۸-۸۱۹-۸۲۰-۸۲۱-۸۲۲-۸۲۳-۸۲۴-۸۲۵-۸۲۶-۸۲۷-۸۲۸-۸۲۹-۸۳۰-۸۳۱-۸۳۲-۸۳۳-۸۳۴-۸۳۵-۸۳۶-۸۳۷-۸۳۸-۸۳۹-۸۴۰-۸۴۱-۸۴۲-۸۴۳-۸۴۴-۸۴۵-۸۴۶-۸۴۷-۸۴۸-۸۴۹-۸۵۰-۸۵۱-۸۵۲-۸۵۳-۸۵۴-۸۵۵-۸۵۶-۸۵۷-۸۵۸-۸۵۹-۸۶۰-۸۶۱-۸۶۲-۸۶۳-۸۶۴-۸۶۵-۸۶۶-۸۶۷-۸۶۸-۸۶۹-۸۷۰-۸۷۱-۸۷۲-۸۷۳-۸۷۴-۸۷۵-۸۷۶-۸۷۷-۸۷۸-۸۷۹-۸۸۰-۸۸۱-۸۸۲-۸۸۳-۸۸۴-۸۸۵-۸۸۶-۸۸۷-۸۸۸-۸۸۹-۸۹۰-۸۹۱-۸۹۲-۸۹۳-۸۹۴-۸۹۵-۸۹۶-۸۹۷-۸۹۸-۸۹۹-۹۰۰-۹۰۱-۹۰۲-۹۰۳-۹۰۴-۹۰۵-۹۰۶-۹۰۷-۹۰۸-۹۰۹-۹۱۰-۹۱۱-۹۱۲-۹۱۳-۹۱۴-۹۱۵-۹۱۶-۹۱۷-۹۱۸-۹۱۹-۹۲۰-۹۲۱-۹۲۲-۹۲۳-۹۲۴-۹۲۵-۹۲۶-۹۲۷-۹۲۸-۹۲۹-۹۳۰-۹۳۱-۹۳۲-۹۳۳-۹۳۴-۹۳۵-۹۳۶-۹۳۷-۹۳۸-۹۳۹-۹۴۰-۹۴۱-۹۴۲-۹۴۳-۹۴۴-۹۴۵-۹۴۶-۹۴۷-۹۴۸-۹۴۹-۹۵۰-۹۵۱-۹۵۲-۹۵۳-۹۵۴-۹۵۵-۹۵۶-۹۵۷-۹۵۸-۹۵۹-۹۶۰-۹۶۱-۹۶۲-۹۶۳-۹۶۴-۹۶۵-۹۶۶-۹۶۷-۹۶۸-۹۶۹-۹۷۰-۹۷۱-۹۷۲-۹۷۳-۹۷۴-۹۷۵-۹۷۶-۹۷۷-۹۷۸-۹۷۹-۹۸۰-۹۸۱-۹۸۲-۹۸۳-۹۸۴-۹۸۵-۹۸۶-۹۸۷-۹۸۸-۹۸۹-۹۹۰-۹۹۱-۹۹۲-۹۹۳-۹۹۴-۹۹۵-۹۹۶-۹۹۷-۹۹۸-۹۹۹-۱۰۰۰-۱۰۰۱-۱۰۰۲-۱۰۰۳-۱۰۰۴-۱۰۰۵-۱۰۰۶-۱۰۰۷-۱۰۰۸-۱۰۰۹-۱۰۱۰-۱۰۱۱-۱۰۱۲-۱۰۱۳-۱۰۱۴-۱۰۱۵-۱۰۱۶-۱۰۱۷-۱۰۱۸-۱۰۱۹-۱۰۲۰-۱۰۲۱-۱۰۲۲-۱۰۲۳-۱۰۲۴-۱۰۲۵-۱۰۲۶-۱۰۲۷-۱۰۲۸-۱۰۲۹-۱۰۳۰-۱۰۳۱-۱۰۳۲-۱۰۳۳-۱۰۳۴-۱۰۳۵-۱۰۳۶-۱۰۳۷-۱۰۳۸-۱۰۳۹-۱۰۴۰-۱۰۴۱-۱۰۴۲-۱۰۴۳-۱۰۴۴-۱۰۴۵-۱۰۴۶-۱۰۴۷-۱۰۴۸-۱۰۴۹-۱۰۵۰-۱۰۵۱-۱۰۵۲-۱۰۵۳-۱۰۵۴-۱۰۵۵-۱۰۵۶-۱۰۵۷-۱۰۵۸-۱۰۵۹-۱۰۶۰-۱۰۶۱-۱۰۶۲-۱۰۶۳-۱۰۶۴-۱۰۶۵-۱۰۶۶-۱۰۶۷-۱۰۶۸-۱۰۶۹-۱۰۷۰-۱۰۷۱-۱۰۷۲-۱۰۷۳-۱۰۷۴-۱۰۷۵-۱۰۷۶-۱۰۷۷-۱۰۷۸-۱۰۷۹-۱۰۸۰-۱۰۸۱-۱۰۸۲-۱۰۸۳-۱۰۸۴-۱۰۸۵-۱۰۸۶-۱۰۸۷-۱۰۸۸-۱۰۸۹-۱۰۹۰-۱۰۹۱-۱۰۹۲-۱۰۹۳-۱۰۹۴-۱۰۹۵-۱۰۹۶-۱۰۹۷-۱۰۹۸-۱۰۹۹-۱۱۰۰-۱۱۰۱-۱۱۰۲-۱۱۰۳-۱۱۰۴-۱۱۰۵-۱۱۰۶-۱۱۰۷-۱۱۰۸-۱۱۰۹-۱۱

مطالعات دانشگاه استنفورد نشان داده است:

آمریکایی‌ها برای طولانی‌تر عمر کردن آمدگی مالی ندارند

نوشته ملیسا دووایت
مترجم: نسیم حسینی

گزارش جدید مرکز مطالعات طول عمر دانشگاه استنفورد با تمرکز بر دو حوزه اصلی ثبات اقتصادی یعنی داشتن مسکن و بازنشستگی، نگاهی به امنیت مالی آمریکایی‌ها در مراحل مختلف زندگی داشته است. پس از چندین نسل، آمریکایی‌ها دارند در این زمینه کم می‌آورند. مردم آمریکا امروزه بیشتر از نسل‌های قبل از خود عمر می‌کنند، امری که در نظر عده بسیاری به معنای بیشتر کار کردن هم هست. براساس گزارش تازه مرکز مطالعات طول عمر دانشگاه استنفورد در تاریخ ۲۲ اکتبر ۲۰۱۸، با آنکه کار بیشتر ممکن است برای عده‌ای فقط یک انتخاب باشد، برای بسیاری دیگر یک ضرورت مالی است. در قرن گذشته، آمریکایی‌ها حدود ۳۰ سال به عمر خود افزوده‌اند. این در حالی است که به گفته «تامارا سیمس» (Tamara Sims)، روانشناس استنفورد و نویسنده راهبر این گزارش، تقریباً ۵۰ درصد از مردم آمریکا آمدگی مالی لازم برای این سال‌های اضافی را ندارند. این گزارش با عنوان «نگاهی به مسیرمان به سوی امنیت مالی در عصر طول عمر» برای پیش‌بینی درآمدهای مالی در مراحل مختلف زندگی از مجموعه داده‌های فعلی و اصیل بهره جسته است. سیمس و نویسندگان همکارش دریافتند که مردمان امروز آمریکا، در مقایسه با نسل‌های گذشته خود، از نظر دستیابی به دو ضامن برجسته امنیت مالی برای آینده زندگی، یعنی خانه‌دار شدن و پس‌انداز برای بازنشستگی بسیار عقب‌ترند. سیمس می‌گوید: «ما، به عنوان یک جامعه رو به پیروی، در مسیر نادرستی به‌سوی کسب آمدگی کافی برای چنین عمرهای درازی حرکت می‌کنیم. چندین نسل از آمریکایی‌ها واقعاً ممکن است در دستیابی به ثبات مالی در زندگی خود ناکام بمانند.»

بسیاری از آمریکایی‌ها نمی‌توانند در ۶۵ سالگی بازنشسته شوند

پژوهشگران دریافته‌اند که در حال حاضر مقدار پس‌انداز آمریکایی‌های ۲۵ تا ۶۴ ساله آنقدر کافی نیست که بتوانند به راحتی بازنشسته شوند. تقریباً نیمی از کارکنان آمریکایی در برنامه‌های پس‌انداز بازنشستگی مبتنی بر کار شرکت می‌کنند و به طور میانگین ۶ تا ۸ درصد از درآمد خود را به این برنامه‌ها می‌دهند، اما طبق پیش‌بینی‌های پژوهشگران، اگر این افراد بخواهند استاندارد زندگی خود را حفظ کرده و در ۶۵ سالگی به کلی از کار بازنشسته شوند، باید مقداری بیشتری پس‌انداز کنند. به گفته پژوهشگران این گزارش، آمریکایی‌هایی که برای بازنشستگی در ۶۵ سالگی برنامه‌ریزی می‌کنند، حتی اگر خیلی زود و از ۲۵ سالگی شروع به پس‌انداز کرده باشند نیز باید بین ۱۰ تا ۱۷ درصد از درآمد فعلی خود را کنار بگذارند. کسانی هم که از ۳۵ سالگی شروع به پس‌انداز کرده‌اند باید بین ۱۵ تا ۲۰ درصد از درآمدشان را کنار بگذارند. نسل هزاره (millenials)، افرادی که دهه ۲۰ و اوایل دهه ۳۰ عمرشان را می‌گذرانند، بیش از سایرین در تحقق اهداف موردنظر خود برای بازنشستگی با مشکل مواجهند، اما آن‌ها تنها کسانی نیستند که برای آینده خود آمدگی کمی دارند. پژوهشگران معتقدند نسل انفجار جمعیت (baby boomers) نیز برنامه‌های ضعیفی برای بازنشستگی خود دارند. حدود ۳۰ درصد از نسل میانه انفجار جمعیت، یعنی متولدین سال‌های ۱۹۵۴ تا ۱۹۵۹، در حساب پس‌انداز بازنشستگی خود (از جمله برنامه‌های بازنشستگی محل کار یا حساب‌های بازنشستگی فردی) هیچ مانده‌حسابی ندارند. به علاوه، قریب به ۷۰ درصد از نسل میانه انفجار جمعیت هم به طور میانگین، به ازای هر خانوار، بیش از ۱۱۰.۰۰۰ دلار بدهی دارند و ۱۵ درصد نیز معادل بیش از نیمی از دارایی خود را بدهکارند. به گفته پژوهشگران، برای جبران کسری‌های پس‌انداز بازنشستگی، افزایش سن بازنشستگی می‌تواند منطقی‌ترین راه‌حل باشد. مردم می‌توانند استاندارد زندگی خود را در زمان بازنشستگی پایین آورده و با پس‌انداز بازنشستگی خود دست به سرمایه‌گذاری‌های هوشمندانه‌ای بزنند. باین‌حال، به گفته پژوهشگران در این گزارش، بسیاری از افراد در برهه‌ای از دوران بازنشستگی خود با بحران مالی مواجه می‌شوند.

پیامدهای تأخیر در مقاطع مهم زندگی

یکی دیگر از عوامل قدرتمندی که امنیت مالی در زندگی آینده اشخاص را پیش‌بینی می‌کند صاحب‌خانه‌شدن است. خرید خانه نیز رو به کاهش است و به کمترین حد خود در ۵۰ سال گذشته رسیده است. خرید خانه به‌خصوص در میان نسل هزاره بسیار کاهش یافته است. پژوهشگران می‌گویند در مقایسه با افراد متولد دهه ۱۹۶۰، متولدین اوایل دهه ۱۹۸۰ به احتمال کمتری تا قبل از ۳۰ سالگی موفق به خرید خانه می‌شوند. به گفته سیمس «در نسل‌های قدیمی‌تر، به نظر می‌رسد ازدواج آدم‌ها را به خرید خانه ترغیب می‌کند. امروزه، نسل‌های جوان‌تر پیش از آنکه خانه بخرند، به فکر ازدواج، بچه‌دار شدن، بازپرداخت وام‌های دانشجویی و پس‌انداز برای بازنشستگی هستند، که همگی می‌توانند به معنی ماندن طولانی‌مدت در یک حرفه باشند.» تأخیر در خرید خانه به این معنا است که جوانان از مزیت افزایش ارزش خالص خانه در طول زمان بی‌بهره می‌مانند. آن‌طور که پژوهشگران در این گزارش می‌گویند «جوانان آمریکا با نخریدن خانه، ممکن است فرصت افزایش ارزش خانه خود را از دست بدهند. این عامل در کنار پس‌انداز خانگی ناکافی از منابع دیگر، امنیت مالی آتی آن‌ها در سراسر زندگی‌شان را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.» اما طبق یافته‌های پژوهش قبلی مرکز مطالعات طول عمر دانشگاه استنفورد، به تعویق انداختن مقاطع مهم زندگی - مانند خرید خانه- لزوماً به این معنا نیست که افراد به خواست خودشان این رویدادهای مهم را به تأخیر انداخته‌اند. نسل هزاره اظهار داشته‌اند که آن‌ها نیز می‌خواهند در سنی مشابه سن نسل‌های قبل از خود به چنین اهدافی برسند. به گفته پژوهشگران امروزه جوانان با عوامل فراوانی روبه‌رو می‌شوند که انتخاب‌های مالی‌شان را محدود می‌کنند. برای مثال، وام دانشجویی به شدت بر میزان ارزش خالصی که یک فرد می‌تواند برای خود جمع کند- که در چنین موردی کمتر از ۱۰۰۰۰ دلار است- تأثیر منفی می‌گذارد. در نتیجه، افراد توانایی تأمین پیش‌پرداخت درخواستی در بیشتر بازارهای مسکن را نخواهند داشت. سیمس می‌گوید چنین وضعی جوانان را در یک تنگنای مالی دوجانبه قرار می‌دهد. وام‌های دانشجویی برای جوانان مدرک دانشگاهی به ارمان می‌آورد که به طور بالقوه شغل بهتری با امنیت مالی بیشتری را سر راه‌شان قرار می‌دهد، اما بازپرداخت این وام‌ها به معنای محدود شدن توانایی‌شان برای خرید خانه در سنین پایین‌تر است.

قدم‌های جدید

بالیکنه این مطالعه تصویری ناخوشایند از وضعیت مالی بسیاری از مردم آمریکا ترسیم می‌کند، سیمس هنوز هم پیرامون وجود فرصت‌هایی برای تغییر جهت برخی مسیرهای پیش‌بینی شده خوشبین است. به عقیده او می‌توان به افراد برای آنکه تصمیم‌های بهتری برای خود بگیرند انگیزه داد. او همچنین ابراز امیدواری می‌کند که بتوان از این گزارش برای اثرگذاری بر مذاکرات، ترغیب به ارائه محصولات مالی جدید و تشویق خطمشی‌ها و فعالیت‌هایی که امنیت مالی را همگام با بالا رفتن سن آمریکایی‌ها تضمین می‌کنند استفاده کرد. به گفته سیمس «بیشتر آمریکایی‌ها دوست ندارند به پیر شدن فکر کنند، اما واقعیت این است که ما، چه به لحاظ فردی و چه به لحاظ جمعیتی، در حال پیر شدن هستیم، ولی نباید به آن به چشم یک بحران بلکه به عنوان یک فرصت نگاه کنیم. فرصت‌ها فقط وقتی خود را نشان می‌دهند که با برخی چالش‌ها مانند چالش‌های شناخته‌شده در یافته‌های این پروژه مقابله کرده باشیم.»

منبع: stanford

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

چهارشنبه | ۲۰ آبان ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۰۵ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۶ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۶

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



JUST DO EAT.

TO CHOOSE FAIRTRADE BANANAS IS TO ACT AGAINST INEQUALITY.

www.fairtrade.lu



روابط اجتماعی خوب در سازمان و نقش شگفت‌انگیز آن در شادابی و بهره‌وری

مثال کارکنان بخش‌های مختلف در شرکت هاب‌اسپات، به‌سختی می‌توانند با دیگر همکاران خود در سایر بخش‌ها دیدار کنند و معمولاً قادر به ملاقات رودررو و معاشرت با هم نیستند. آلیسون الورتی، معاون بخش موفقیت مشتری هاب‌اسپات در این‌خصوص می‌گوید: «ما هر سه ماه یک‌بار، میزبان ضیافت شامی هستیم که مدیران اجرایی‌مان هزینه‌های آن را پرداخته و هدایت گفت‌وگوها میان حضار را عهده‌دار می‌شوند. اعضا نیز شام خود را در کنار گروهی از همکاران ناشناخته خود در هاب‌اسپات صرف کرده و با هم معاشرت می‌کنند.»

به گفته لورا پنتی، از تهیه‌کنندگان شبکه CNBC، کارکنان این شرکت به‌صورت منظم در مهمانی‌های سازمانی حضور یافته و غذای مختصری را در کنار یکدیگر می‌خورند.

با توجه به آنکه ۷۰ درصد از مردم جهان حداقل یک بار در هفته دور کاری را تجربه می‌کنند، شرکت‌ها به‌دنبال یافتن راه‌هایی برای تعامل بیشتر با دورکاران و تقویت احساس تعلق آن‌ها به سازمان هستند. به‌طور مثال، تیم‌های کاری در شرکت آکامای هر از گاهی به‌منظور دیدار رودررو با دیگر همکاران خود و از نقاط مختلف جهان، در یک نقطه گردهم می‌آیند.

راس فیئربرگ، معاون استراتژی و عملیات این شرکت می‌گوید: «این سفرها برای ما گران آب می‌خورد و بنابراین خروجی آن باید هزینه‌ها را توجیه کند، اما تجربه من نشان می‌دهد که، گردهم‌آدن نیروهای دورکار و ملاقات آن‌ها با دیگر همکاران‌شان در آکامای، تعهد آن‌ها به تیم و سازمان را تقویت می‌کند.»

رهبرانی که بتوانند با تقویت ارتباطات اجتماعی، دل‌بستگی نیروی کار خود را تقویت کنند، قادر خواهند بود به مدت طولانی‌تری روی هم‌تیمی‌های خود حساب کرده و فرهنگی سالم ایجاد کنند. این فرهنگ باعث می‌شود همه از کار لذت ببرند.

ایجاد روابط خوب کاری تنها به رضایت شغلی و لذت بیشتر از کار نمی‌انجامد، بلکه روابط سازنده و دوستانه می‌تواند زمینه‌های ایجاد تعلق خاطر، پیشرفت شغلی و رشد هرچه بیشتر سازمان را فراهم کند. ایجاد و حفظ ارتباطات کاری خوب با همه همکاران مستودنی است و موجب شادابی و بهره‌وری محیط کار می‌شود.

منبع: WEFORUM/zoomit

جنیفر شایفر، مدیرکل تدارکات حمل و نقل جنرال‌الکترونیک ترنسپورتیشن نیز می‌گوید: «داشتن دوستان نزدیک در این شرکت، یکی از دلایل اصلی بوده که من را حدود ۱۱ سال در اینجا ماندگار کرده است و به همین دلیل مایلم که همچنان به‌کار خود در جنرال‌الکترونیک ادامه دهم.»

از نگاه نسل هزاره، همکاران در جایگاه خانواده کاری و مدیران نیز به‌عنوان پدر این خانواده در نظر گرفته می‌شوند. روشن است که ترک کردن خانواده بسی سخت‌تر از جدا شدن از تعدادی آدم آشنا است که به ندرت می‌بینیم‌شان و پیوندی احساسی نیز در میان‌مان وجود ندارد.

رهبران سازمان باید در راستای ایجاد یک فرهنگ اجتماعی غنی در محیط کار تلاش کنند. چرا که این امر برای سلامت خود و تیم‌شان مفید است. در یک بررسی جهانی توسط موسسه فیوچر ورک‌پالیسی و وبرجین پالس، از شرکت‌کنندگان در مورد چگونگی فراهم کردن بستری لازم برای ایجاد روابط مستحکم در محیط کار توسط رهبران، سوال شد.

تقریباً نیمی از پاسخ‌دهندگان، به اقدامات مرتبط با تیم‌سازی و برگزاری رویدادهای اجتماعی اشاره کردند و پاسخ حدود یک‌سوم آنها نیز «سفرهای کاری» و انجام کار در محیطی غیر از فضای سازمانی بود. و نهایتاً تنها ۲۰ درصد بر استفاده از فناوری‌های تعاملی‌تر تأکید داشتند. بنابراین، تناسب مناسب میان ارتباطات مستقیم و فناوری‌های تعاملی، ضمن ایجاد احساس تعلق خاطر در میان نیروی کار، ارتباطات آن‌ها را نیز توسعه می‌دهد.

به گفته رین یانگ، قائم‌مقام بخش مدیریت محصول شرکت ورک‌دی: «ما توانسته‌ایم طراحی فضای کار خود را متناسب با روند مدیریت محصول و شیوه عملکرد تیم‌های توسعه بهینه کنیم.» او از تیم خود خواسته تا ایده‌های‌شان را درباره فضای کار با یکدیگر در میان گذاشته و نظرات خود را در صفحه شرکت در پینترست به اشتراک بگذارند. فضای کاری ورک‌دی به لطف اقدامات مدیران آن در تیم‌سازی، موجب تقویت تعامل در میان کارکنان شده و روابط آنها را استحکام بخشیده است. چرا که آنها در قامت یک تیم و دوشادوش یکدیگر بر سر یک موضوع همکاری می‌کنند.

گذشته از اقدامات تیم‌سازی، رویدادهای اجتماعی نیز می‌توانند بسیار مؤثر، سرگرم‌کننده و جذاب باشند. به‌طور

روابط کاری خوب اهمیت فوق‌العاده‌ای برای پیشرفت فردی و سازمانی دارد. این روابط، دل‌بستگی افراد و ماندگار شدن آنها را در سازمان افزایش می‌دهد.

نسل جدید نیروی کار در صورت داشتن روابط تیمی قوی‌تر، دل‌بستگی بیشتری به‌کار خود داشته و ماندگاری‌شان در سازمان با مراتب طولانی‌تر خواهد بود. امروزه شیوه کار بسیار غیرمتمرکز شده است و به این ترتیب کارکنان بیشتری قادرند از راه دور کار کنند. به‌علاوه، ابزارهای نوین ارتباطی، مرزهای ارتباطات چهره به چهره را درنوردیده و امکانات جدیدی را در جهت توسعه روابط کاری فراهم کرده است.

با این وجود، بررسی‌های موسسه افکارسنجی گالوپ در زمینه وضعیت فضای جهانی کار نشان می‌دهد که ۸۵ درصد از نیروی کار جهانی، یا تعلق خاطری به سازمان خود ندارند یا کاملاً از آن دل بریده‌اند. در نتیجه هزینه‌ای در حدود ۷ تریلیون دلار از محل کاهش بهره‌وری به شرکت‌ها تحمیل می‌شود. در مقابل، رهبرانی که اجتماعی‌سازی نیروی کار خود را در اولویت قرار داده‌اند، شاهد تعهد تیمی بیشتر و افزایش بهره‌وری و سلامت سازمانی هستند.

در این میان، سال‌ها است که نسل هزاره (برابر با متولدین دهه ۶۰ و ۷۰ ایران) به‌عنوان نسلی بی‌وفا به سازمان شناخته می‌شوند؛ جوان‌های بازگوش و کنجکاوی که مدام از این شاخه به آن شاخه می‌روند. هرچند شواهدی وجود دارد که این دیدگاه کلیشه‌ای را نسبت به میلنیال‌ها (نسل هزاره) زیر سوال می‌برد، اما هرچه جوان‌تر باشید، احتمال بیشتری دارد که شغل‌تان را تغییر دهید؛ چرا که در این سن و سال همچنان در تلاش برای کشف خود هستید.

اما خیلی‌ای از میلنیال‌ها ممکن است درست مانند نسل‌های قبلی، سال‌ها در یک سازمان ماندگار شوند. آن هم نه به‌خاطر برخورداری از امنیت شغلی، بلکه در نتیجه ارتباطات گسترده و دوستانه با همکاران‌شان.

احساس تعلق

به گفته میشل اودلند، مدیر بازاریابی توتینو و اولد ال پاسو از محصولات شرکت غذایی جنرال میلز: «۱۱ سال می‌شود که در جنرال میلز کار می‌کنم و روابط دوستانه با همکارانم قطعاً یکی از مهم‌ترین دلایل ماندگاری‌ام در این شرکت بوده است. این ارتباطات، احساسی قوی از تعلق و وابستگی در من ایجاد می‌کند.»