

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

پیش بینی آینده ارز و طلا در دو سال پیش رو

دلار می ریزد
طلا صعود می کند

پیش بینی قیمت دلار و طلا از جمله مسائلی است که در رویدادهای اقتصادی و تصمیم گیری تمام فعالان اقتصادی اثر گذار است. حال که سال ۲۰۱۸ میلادی...

۴



چرا دولت‌ها به سیاست‌های کوپنی روی می آورند؟

توزیع بسته حمایتی
در آذرماه

اجرای بسته حمایتی دولت برای مشمولان کمیته امداد و سازمان بهزیستی و همچنین کمک جبرانی شامل واریز ۲۰۰ هزار تومان به حساب کارکنان دولت، از چندی پیش به صورت مرحله‌ای آغاز شده و اگرچه به گفته رئیس جمهور قرار بود این بسته حمایتی تا پایان آبان‌ماه توزیع شود، اما حالا آخرین خبرها حکایت از آن دارد که بسته حمایتی دولت در آذرماه توزیع می‌شود؛ چنانچه عضو هیات رئیسه کمیسیون امنیت ملی و سیاست...

۲

زیرساخت‌های دولت الکترونیک دیروز در نشستی

با حضور وزیر ارتباطات و رئیس مجلس شورای اسلامی تشریح شد

نحوه اتصال کارت سوخت به کارت بانکی

۳

مدیریت و کسب و کار



کارلوس گوسن اتهامات مربوط به تخلف مالی را نپذیرفت

● پرخاشگری همواره نتیجه ناکامی است

● قبل از ارتقای کارکنان، به آنها آموزش دهید

● ۷ افزونه کروم که هر بازاریاب دیجیتال باید بشناسد

● راهکارهای افزایش مشتری در دنیای تجارت آنلاین

● ۶ گام برای تولید یادکست شخصی

● ۴ ترند بازاریابی و پیش‌بینی‌ها برای سال ۲۰۱۹

۸ تا ۱۶



نویخت خبر داد

۸۲ هزار فرصت شغلی
در بخش کشاورزی ایجاد می‌شود

۷

یادداشت

بررسی یک سوال ساده
اما بی‌پاسخ در اقتصاد ایرانحسین حسگو
تحلیلگر حوزه
صنعت

مهم‌ترین پرسش بی‌پاسخ‌مانده در روند توسعه اقتصادی مبتنی بر صنعت در ایران، آن است که کالای تولیدی در بنگاه‌های صنعتی با نگاه به کدام بازار تولید می‌شود؛ بازار داخلی یا خارجی؟! این سؤال بی‌اغراق مهم‌ترین سؤالی است که پس از اجرای تقریباً شش برنامه توسعه و انبوهی از قوانین و مقررات و سیاست‌گذاری‌های خرد و کلان پاسخ آن هنوز روشن نیست و جواب آن مبهم است. سؤالی بس سرنوشت‌ساز که نه فقط سازماندهی اقتصادی و صنعتی بلکه فراتر از آن مناسبات سیاسی و اجتماعی یک کشور را تعیین می‌کند.

روند توسعه صنعتی کره جنوبی، مصداق این ماجراست. تحولات اقتصادی این کشور طی سال‌های ۱۹۶۰-۱۹۸۷ با دو عنوان: «سفر به دموکراسی» و «جهش اقتصادی یا صنعتی سازی صادرات‌محور» نام گرفته است (در سایه خشونت-جونگ-سونگ یو). کشور کره با تغییر استراتژی خود از تقویت صنایع جایگزین واردات، به تشویق و ارائه یارانه به صنایع صادراتی از ۱۹۶۰ به بعد رشد اقتصادی مستمر ۶ درصد...

۹

«مدیا پست» پاسخ می‌دهد: آیا سینما، تلویزیون و روزنامه‌ها از بین خواهند رفت؟

سیاه و سفید آینده رسانه

اوضاع رسانه‌های سنتی خوب نیست و این یک دلیل ساده دارد؛ ما در عصر وفور نعمت زندگی می‌کنیم، اما این جمله یعنی چه؟ یعنی چند دهه پیش در بازار رسانه، کمبود فیلم، خبر و گزارش وجود داشت. شما برای دسترسی به محتوای رسانه‌های مجبور بودید به فلان سالن سینما بروید، فلان شبکه تلویزیونی را نگاه کنید یا فلان روزنامه را بخرید. چاره دیگری نداشتید. کمیاب بودن و اختصاصی بودن اخبار و سرگرمی باعث می‌شد که رسانه‌ها مورد نیاز باشند، بشود به آنها تکیه کرد و آنها هم بتوانند هر شرایطی را تاب بیاورند. اما اینترنت و موبایل همه اینها را به هم ریخت و شما دیگر برای برآورده کردن نیازهای رسانه‌ای‌تان به رسانه خاصی محدود نیستید. نکته عجیب در این میان، درباره صنایعی که اختلال و تحول را تجربه می‌کنند، آن است که اغلب اوقات افراد دخیل در آن از عظمت این تغییرات آگاه نیستند، واضح‌ترین مثال، صنعتی است که خودمان در آن کار می‌کنیم: رسانه و سرگرمی - تغییرات در این صنعت سریع و عظیم است اما برآورد گستره این انقلاب آسان نیست و همین است که باعث شده این صنعت در حال حاضر این قدر مهیج - و پرریسک - به نظر برسد. به گزارش «پندنگر» به نقل از «مدیا پست»، البته اگر یک ناظر بیرونی به باشیدی می‌توانید بخشی از تغییرات را ببینید: مردم روزنامه و مجله نمی‌خرند. آنها به طور فزاینده‌ای از تلویزیون‌های سنتی کلبی دست می‌کشند، تعداد سینماورها به پایین‌ترین حد در سه سال گذشته رسیده، سران استودیوهای سینمایی در حال دست و پا زدن هستند و هم‌زمان سیستم‌های پخش آنلاین فیلم، خبر و سرگرمی رشدی عظیم‌المان را تجربه می‌کنند. برای مثال، در پایان مارس ۲۰۱۸ تعداد مشترکان جهانی نت‌فلیکس به رقم خیره‌کننده ۱۲۵ میلیون نفر رسید. در این میان سرویس مشابه آمازون - پرایم - بعد از نت‌فلیکس و یوتیوب با رشدی خوب در ده سوم محبوب‌ترین سرویس‌های پخش آنلاین قرار گرفت. اگر یک سرمایه‌گذار در حوزه رسانه و سرگرمی باشد به فهمی دقیق‌تر و عمیق‌تر از آینده این صنعت نیاز دارید تا بتوانید جلوی ضرر را بگیرید. اینجا چند سوال کلیدی وجود دارد: آیا رسانه‌های چاپی منقرض می‌شوند؟ رادیو و تلویزیون سنتی چطور؟ سیستم تهیه‌کنندگی فیلم سینمایی توسط شرکت‌های بزرگ فیلمسازی و پخش آن در سالن‌های سینما به کدام سمت می‌رود؟ شبکه‌های تلویزیونی خصوصی برای بقا چه باید بکنند؟ حالا در سه حوزه سرگرمی، اطلاعات آموزش و اخبار دست به پیش‌بینی‌هایی می‌زنیم:

آینده صنعت سرگرمی

این یکی ساده است. نت‌فلیکس باعث شد مردم از شیوه سنتی اشتراک شبکه‌های تلویزیونی به همراه تبلیغات خلاص شوند و با پرداخت هزینه اندک ماهانه به آرشیو عظیمی از فیلم‌های تلویزیونی و سینمایی بدون تبلیغات دسترسی داشته باشند. در حوزه موسیقی هم شاهد چنین روندی هستیم. شما با هزینه‌ای اندک برای شرکت اسپانفای به آرشیو عظیم ۳۵ میلیون آهنگ دسترسی دارید و می‌توانید با اینترنت موبایل هر لحظه به آنها گوش دهید. دیگر قرار نیست فلان آلبوم موسیقی را در اینترنت یا از مغازه بخرید. سیستم خرید اشتراک ماهانه استفاده از یک

شما نشان می‌دهد که چه حجم عظیمی از فیلم توسط کاربران تولید شده و آگهی‌دهندگان و بازاریاب‌ها چطور آنها را جدی گرفته‌اند. در حوزه رسانه، توجه مخاطب اصولاً باعث درآمد می‌شود و این فیلم‌های آموزشی توانسته‌اند توجه جلب کنند. هر بار که فیلم تولیدشده توسط کاربران دیده می‌شود دلاری از جیب رسانه‌های سنتی بیرون می‌آید. پیش‌بینی ما این است که در حوزه آموزش قدرت UGC روز به روز بیشتر می‌شود و برنامه‌سازان آماتور در این حوزه‌ها کم‌کم به رسانه‌های نوتر مثل اینستاگرام و ارتباط نزدیک‌تر با مخاطب روی خواهند آورد.

آینده رسانه‌های خبری

اینجا اوضاع به‌هم‌ریخته‌تر و دل‌پاره‌آورتر است. اخبار قبلاً به نوعی جزو خدمات عمومی قرار می‌گرفت: افراد شافل و صاحبان در روزنامه‌های محلی رسالتی بر دوش خود احساس می‌کردند و آنجا را مرکز سوددهی به حساب نمی‌آوردند. شبکه‌های تلویزیونی باید اخبار محلی را پوشش می‌دادند و برنامه‌هایی در حوزه اطلاع‌رسانی عمومی پخش می‌کردند تا کمیسیون ارتباطات فدرال پروانه پخش‌شان را باطل نکند. در چنین چشم‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی کلبی هم مجبور بودند تا حدی توازن و بی‌طرفی را رعایت کنند. چند تحول باعث تغییر جدی در این فضا شد. رسانه‌های چاپی - مجلات، روزنامه‌ها و حتی کتاب - به سمت توزیع اینترنتی کوچ کردند و کاربران معنادار به آیفون به تکه‌های کوچک متن و فیلم‌های کوتاه و مناسب فضای کوچک صفحه موبایل عادت کردند و از آنجا که اصولاً موقع کار با موبایل همه ما فقط چند دقیقه وقت داریم دورنمای رسانه‌های خبری به هم ریخت. رسانه‌های خبری متوجه شدند اگر دنبال سود باشند باید به سمت سرگرمی گرایش پیدا کنند و ناگهان آینده را از دست دادند. اخبار حرفه‌ای خوب تولیدشده مخاطب نسبتاً کوچکی دارد و هزینه‌اش بالاست. اخبار شوک‌آور، جنجالی و متعصبانه - و حتی جعلی - خیلی ارزان‌تر تولید می‌شود و اغلب اوقات همین اخبار است که در رسانه‌های اجتماعی همه‌گیر می‌شود. این یعنی مخاطب بیشتر و درآمد بیشتر.

خبر، به آن شیوه‌ای که با آن بزرگ شده‌ایم، در خطر است و در صورتی که سیستم اشتراک‌محور نتواند جایگزین سیستم آگهی‌محور کنونی شود رسانه‌های خبری به شکل کنونی از بین خواهند رفت و به جایی خواهیم رسید که نتوانیم فرق خبر و خیال را بفهمیم. این روزها اگر به رسانه معتبری مثل گاردین سر بزنید زیر هر خبر با پیامی به این مضمون روبه‌رو می‌شوید: «درآمد ما از آگهی به شدت پایین آمده و برای تداوم روزنامه‌نگاری به شیوه کنونی نیازمند کمک خوانندگان و فروش اشتراک هستیم». اما این برای مخاطبی که به اخبار مجانی عادت کرده اصلاً آسان نیست.

پیش‌بینی ما در این حوزه این است که اوضاع بخش خبر بدتر می‌شود. جنجالی‌ترین و ویرانگرترین صداها و وبسایت‌ها بیشترین حجم توجه را به خود جلب می‌کنند. رسانه‌های خبری جدی محو می‌شوند و جای خود را به شبکه‌های اجتماعی می‌دهند. اگر می‌خواهید برای فهم رسانه‌های جدید قدرتمند روی یک شبکه متمرکز شوید Reddit را پیشنهاد می‌کنیم.

سلسله نشست‌های حضوری ادتک و کیدتک آغاز شد

سلسله نشست هم‌اندیشی و توسعه زنجیره ارزش کسب و کارهای حوزه فناوری‌های آموزشی ادتک و فناوری حوزه کودکان کیدتک با حضور محسن سیدین، قائم‌مقام مدیرعامل شرکت شناسا، دکتر رزا مهرابی، مدیر سرمایه‌گذاری حوزه ادتک شرکت شناسا و دکتر علی عبدالعالی، دانشیار دانشگاه علم و صنعت در تاریخ ۲۳ آبان‌ماه در شهر کتاب بهشتی برگزار شد.

به گزارش «فرصت امروز»، ادتک، فناوری‌های آموزشی معادل Education Technology یا Ed-Tech مدل‌های کسب و کاری مبتنی بر فناوری در صنعت آموزش و پرورش هستند. هدف این کسب و کارها به کارگیری فناوری در جهت خلق ارزش‌افزوده و تکمیل زنجیره ارزش آموزش و پرورش در حوزه‌های دانش‌آموزی، تحصیلات تکمیلی، توسعه فردی و سرمایه‌های انسانی است. ایجاد و توسعه پلتفرم‌ها، فناوری‌ها و ابزارهای بهینه‌ساز و مکمل فرآیندهای مدیریت مدارس، دانشگاه‌ها، مؤسسات آموزشی، همچنین پلتفرم‌ها، فناوری‌ها و ابزارهای تسهیل‌کننده و ارتقادهنده آموزش و پرورش و فرهنگ در سطح خرد جامعه از رویکردهای ادتک است.

هدف از تشکیل این دوره از نشست‌ها، هم‌افزایی میان متولیان و مخاطبان حوزه‌های فرهنگ و آموزش و پرورش کشور سلسله نشست‌های حضوری با محوریت ایجاد شبکه تعاملاتی دوسویه و توسعه زنجیره ارزش فناوری‌ها و کسب و کارهای ارائه‌کننده خدمات نواورانه آموزشی توسط شناسا است.

موضوعات اصلی این نشست‌ها عبارتند از: # نوآوری و خلق ارزش در صنعت فناوری آموزشی # انواع مدل‌های کسب و کاری صنعت فناوری آموزشی

رویکردهای سرمایه‌گذاری در توسعه فناوری آموزشی # زیست بوم استارت‌آپی ادتک و کیدتک

گفتنی است این نشست‌ها روزهای چهارشنبه، با اطلاع قبلی برگزار می‌شود.



سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

بررسی یک سوال ساده اما بی‌پاسخ در اقتصاد ایران

حسین حقیگو
تحلیلگر حوزه صنعت

مهم‌ترین پرسش بی‌پاسخ‌مانده در روند توسعه اقتصادی مبتنی بر صنعت در ایران، آن است که کالای تولیدی در بنگاه‌های صنعتی یا نگاه به کدام بازار تولید می‌شود؛ بازار داخلی یا خارجی؟! این سؤال بی‌اغراق مهم‌ترین سؤالی است که پس از اجرای تقریباً شش برنامه توسعه و انبوهی از قوانین و مقررات و سیاست‌گذاری‌های خرد و کلان پاسخ آن هنوز روشن نیست و جواب آن مبهم است. سؤالی بس سرنوشت‌ساز که نه‌فقط سازماندهی اقتصادی و صنعتی بلکه

فراثر از آن مناسبات سیاسی و اجتماعی یک کشور را تعیین می‌کند. روند توسعه صنعتی کره جنوبی، مصداق این ماجراست. تحولات اقتصادی این کشور طی سال‌های ۱۹۶۰-۱۹۸۷ با دو عنوان: «سفر به دموکراسی» و «جهش اقتصادی با صنعتی‌سازی صادرات‌محور» نام گرفته است (در سایه خشونت- جونگ- سونگ یو). کشور کره با تغییر استراتژی خود از تقویت صنایع جایگزین واردات، به تشویق و ارائه یارانه به صنایع صادراتی از ۱۹۶۰ به بعد رشد اقتصادی مستمر ۶ درصد و رشد بالای صادرات و افزایش بازدهی را تجربه کرد. در واقع در این دوره است که رفته‌رفته با تغییر رویکرد دولت کره جنوبی، شرکت‌ها مجبور می‌شوند به‌جای بازار محدود داخلی در بازارهای خارجی رقابت کنند. با این تغییر زمین‌بازی از داخل به خارج، اگرچه همچنان اشکال متنوع حمایت‌ها و یارانه‌ها به بنگاه‌ها برای رقابت در بازار خارجی وجود دارد اما دولت مجبور می‌شود این امتیازات را نه به‌صرف وفاداری و کمک سیاسی بلکه بر مبنای بازدهی و رقابت‌پذیری بنگاه‌ها تخصیص دهد. این مهم به‌تدریج به کنترل و مهار رانت‌جویی‌ها و فساد و کاهش قدرت دیوان‌سالارانی منجر شد که مجبور شدند معیارهای غیرشخصی و مشتری‌مدارانه را در رابطه خود با بنگاه‌ها (چاپیول‌ها) تعریف کنند. این تحول بزرگ و صنعتی‌سازی صادرات‌محور به اصلاحات مالی و مقررات‌زدایی، ارتقای شفافیت و پاسخگویی، باز شدن دسترسی به فعالیت‌های اقتصادی و از این طریق به گسترش آموزش و طبقه متوسط و گسترش شبکه تأمین اجتماعی و نشو و نمای سازمان‌ها و بهبود حاکمیت قانون و حرکت به سمت گشایش‌های سیاسی انجامید.

به‌طوری‌که از سال‌های ۲۰۰۳ به بعد گشایش و رقابت در جامعه سیاسی با اصلاحات قوانین انتخاباتی و... به‌فراز گرفتن کره جنوبی در فهرست کشورهای با «دسترسی باز» منجر شد. در واقع «صنعتی‌سازی صادرات‌محور» نقش حامی‌پروری و فساد را در کشور کره جنوبی محدود کرد، چراکه شرکت‌ها مجبور به رقابت در بازارهای جهانی و نه عرصه تنگ و کوچک داخلی شدند. توجه به تجربه کره جنوبی و تجارب سایر کشورهای پیشرفته نشان می‌دهد که گزینش هر یک از الگوهای «جایگزینی واردات»، «توسعه صادرات» و یا الگوهای ترکیبی و هم‌پیوندی با زنجیره تولید جهانی است که استراتژی توسعه اقتصادی و صنعتی یک کشور و شکل تعاملات سیاسی و اجتماعی آن کشور را تعیین می‌کند. علی‌رغم گذشت بیش از نیم‌قرن حرکت در مسیر توسعه صنعتی در ایران اما همچنان الگوی غالب بر توسعه صنعتی کشور و برون‌گرا یا درون‌گرا بودن اقتصاد و صنعت کشور نامشخص است. همچنین پاسخ این سؤالات که چرا بنگاه‌های صنعتی در ایران در اندازه‌های بزرگ شکل نگرفته یا چرا بنگاه‌های صنعتی به منابع بیرون صنعت وابسته‌اند و بدون حمایت‌های دولتی با خطر سقوط مواجه‌اند روشن نیست. سؤالات مهمی که پاسخ آن‌ها را در همان پاسخ به سؤال ابتدایی بحث یعنی توسعه صنعتی و مقصود از تولید کالاها و محصولات چیست می‌توان یافت. بدیهی است هر الگوی توسعه نتایج خاص خود را در بر دارد. چنانکه الگوی «خودکفایی» مبتنی بر تأمین نیازهای ضروری و معیشتی جامعه است و سبب ضعف تولید داخلی و فساد اداری و مالی و فقر مصرف‌کننده و رودررو قرار دادن مصرف‌کننده در مقابل تولیدکننده می‌شود؛ الگوی «جایگزینی واردات» تأمین نیازهای داخلی و اشتغال و انحصار و رانتی بودن اقتصاد را در پی داشته و ایجاد بنگاه‌های بزرگ دولتی و نقش حاشیه‌ای یافتن بخش خصوصی را باوجود شعار «حمایت از تولیدکننده داخلی در مقابل رقیب جهانی» سبب می‌شود. در این میان این تنها «الگوی رقابتی» است که سبب ایجاد صنایع رقابت‌پذیر می‌شود و امکان تولید محصولات در ابعاد و اندازه و کیفیت بازارهای بین‌المللی و کسب جایگاه در اقتصاد جهانی و افزایش رفاه جامعه از طریق افزایش درآمد سرانه را به ارمان می‌آورد. امروزه با تغییر پارادایم در روابط بین‌الملل و جایگزینی «تجارت به بازار با قدرت خرید بالا» به‌جای «مواد اولیه ارزان» و افزایش نسبی قدرت‌بخش خصوصی و پیوند هرچه بیشتر قدرت سیاسی و توانمندی اقتصادی، تحول در سازماندهی اقتصادی کشورمان به امری حیاتی تبدیل شده است. تحولی که تولید کالا به‌قصد و مقصود بیرون و نه بازار محدود داخلی را هدف‌گذاری کند تا رشد و بالندگی صنعت داخلی امکان‌پذیر باشد. با سهم ۲۴٪ درصدی از صادرات جهانی و نبود برنامه و ابهرد مشخص برای اصلاحات اقتصادی در چارچوب اقتصادی آزاد و رقابتی و در پیوند با اقتصاد جهانی و تشدید انواع محدودیت‌ها و تضییقات مالی و ارزی و... چنانکه رئیس اتاق ایران اخیراً در «همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی» بدان‌ها اشاره کرد راه‌جایی نمی‌بریم. با بنگاه‌های کوچک و بازارهای محلی و صادرات مواد خام و نیمه‌خام و کالاهای مازاد بر نیاز داخل است(۱)، نه اقتصاد رشد می‌کند و نه صنعت توسعه می‌یابد و نه جامعه بزرگ و بالغ می‌شود و می‌توان از نظام محدود به نظامی باز و پیشرفته گذار کرد!

پی نوشت: ۱- در سال ۱۳۹۶ صادرات صنعتی کشور با احتساب میعانات گازی حدود ۱۷۱ درصد ارزش صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است، اما به دلیل عدم تنوع، شدت اتکا به منابع طبیعی و درصد پایین پوشش‌دهی جهت واردات صنعتی ساختار شکننده‌ای دارد. در حال حاضر عمده صادرات صنعتی کشور معطوف به کالاهای واسطه‌ای (شامل شیمیایی، پالایشگاهی و فلزات اساسی) است که در مقایسه با اقلام وارداتی که آن نیز معطوف به کالاهای واسطه‌ای است گران‌تر است. چنین ساختار صادراتی به جهت ارزش‌آفرینی وضعیت نامطلوب و در حال فاسی دارد، به‌طوری‌که نسبت قیمت کالاهای صادراتی به وارداتی از ۰.۴۳ در سال ۱۳۸۷ به ۰.۲۶ در سال ۱۳۹۶ رسیده است. این بدان معناست که در حال حاضر برای هر ۲۶ سنت کالای صادراتی، کشور ناگزیر از ۱۰۰ سنت واردات کالاست. بررسی روندهای حاکم بر اقتصاد کشور طی برنامه ششم توسعه نیز طی سناریوهای مختلف حاکی از تقویت ساختار تولیدات منابع پایه و تضعیف صنایع ساخت محوری طی سال‌های آینده است. این در حالی است که با توجه به فراروندی‌های جهانی اعم از ظهور و گسترش کاربرد فناوری‌های تحول‌را و تحولات زیست‌محیطی، درصد قابل‌توجهی از سوخت‌های فسیلی، محصولات معدنی فلزی و غیرفلزی که در حال حاضر در کشور تولید می‌شوند طی دو دهه آینده بازاری نخواهند داشت. ضمن آنکه حتی اگر برای چنین ترکیبی از تولید و صادرات متقاضی وجود داشته باشد، در عمل با روند رو به تضعیف رقابت‌پذیری صنعتی کشور در عرصه جهانی چشم‌انداز مناسبی برای تداوم آن قابل‌تصور نیست.

(موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی- مهرماه ۹۷-)

چرا دولت‌ها به سیاست‌های کوپنی روی می‌آورند؟

توزیع بسته حمایتی در آذرماه



لطفعلی‌پور در گفت‌وگو با ایسنا و در تبیین این مساله ادامه داد: «در تمامی نظام‌های اقتصادی زمانی که در عرضه کالا دچار مشکل شویم دولت‌ها به سیاست‌های کوپنی رو می‌آورند تا عرضه محدود را برای پاسخگویی به نیازها و به صورت کنترل‌شده به اجرا دریاورند، بنابراین کوپنی شدن واقعیتی است که در همه نظام‌های اقتصادی در شرایطی که با کمبود عرضه مواجه هستند، به کار گرفته می‌شود.»

به گفته وی، «اینکه با این موضوع چگونه مقابله کنند و طول دوره کوپنی چقدر باشد بستگی به شرایط اقتصاد دارد؛ چنانچه اگر ما در طول جنگ از کوپن استفاده نمی‌کردیم بسیاری از اقشار دچار مشکلات شدید می‌شدند. یک خاصیت مهم کوپنی‌شدن این است که اقشار فقیر جامعه به کالاهایی دسترسی می‌یابند که در غیر کوپنی شدن دسترسی ندارند.»

این استاد اقتصاد دانشگاه فردوسی ادامه داد: «دومین خاصیت کوپنی شدن این است که قیمت کالاهای اساسی تا حدی کنترل‌شده باقی می‌ماند و بدین ترتیب وضعیت اقشار پایین بدتر از این نمی‌شود. حال اگر کشوری بتواند در شرایطی به صورت کوتاه‌مدت از کوپن استفاده کند و در بلندمدت تولید خود را تشویق و ترغیب کند و اقتصاد مبتنی بر تولید را ایجاد کند، طوری که تولید بتواند به تقاضا جواب دهد به هر میزانی که تولید افزایش پیدا کند از عرضه کالاهای کوپنی درصدی کاهش پیدا می‌کند.»

لطفعلی‌پور با اشاره به اینکه کوپن ابزاری است در جهت کنترل موقت برخی پدیده‌ها تا دولت بتواند در بلندمدت نیازهای واقعی جامعه را تأمین کند، افزود: «تا زمانی که اقتصاد به ثبات پایدار نرسد و عرضه متناسب با تقاضا نباشد در زمینه ارز، مسکن، کالای اساسی و... در صورت پاره‌وقت و ساعتی از آنها استفاده شود. حداکثر ساعت مجاز برای استفاده از بازنشت‌گانی از این دست یک سوم ساعت اداری کارمندان رسمی است و حق‌الزحمه این افراد متناسب با ساعت کاری آنها و حداکثر یک سوم کارمندان رسمی در همان شغل تعیین و پرداخت خواهد شد.

اما در این میان اختلاف زمانی از نظر سازمان اداری و استخدامی و سازمان بازرسی کل کشور در مورد مهلت پایانی حضور بازنشته‌ها وجود دارد و سازمان بازرسی معتقد است که ۱۵ آذرماه زمان اجرای قانون است؛ چرا که قانون در ۳۱ شهریورماه در روزنامه رسمی درج شده و طبق مقررات ۱۵ روز بعد یعنی ۱۵ مهر قابلیت اجرایی دارد که به ۱۵ آذرماه ختم می‌شود.

از سوی دیگر سازمان امور اداری و استخدامی تأکید دارد که در متن قانون به صراحت آمده است، «عروض پس از ابلاغ قانون منع به‌کارگیری بازنشت‌گان این قانون اجرا می‌شود؛ از این رو مهلت ۲۶ آبان خواهد بود که در این حالت قاعده اجرای قوانین مصوب مجلس از تاریخ چاپ در روزنامه رسمی در مورد این قانون اجرایی نخواهد شد.

درباره توزیع بسته حمایتی دولت و نحوه توزیع آن گفت: «دولت در آبان‌ماه امسال با تنظیم آیین‌نامه‌ای دستگاه‌ها را موظف کرد تا در فاصله زمانی مختلف و به نوبت به گروه و قشرهای مردم بسته‌های حمایتی ارائه دهد.»

او با بیان اینکه دولت در اولین مرحله به ۳ میلیون و یکصد خانواده بسته‌های حمایتی ارائه کرده است، گفت: «دولت در صدد است هفته اول آذرماه به بازنشتگان کشوری و لشکری و صندوق فولاد با دریافتی کمتر از ۳ میلیون تومان، بسته حمایتی ارائه کند و این بسته به صورت نقدی به حساب‌شان واریز می‌شود.»

کارکردهای سیاست کوپنی

اگرچه ارائه بسته حمایتی و کمک جبرانی طرحی بود که با هدف کاهش فشار اقتصادی بر جامعه از سوی دولت دوازدهم در سال جاری برنامه‌ریزی و اجرا شده، اما برخی از کارشناسان از همان ابتدا نسبت به اثرگذاری این طرح با دیده تردید می‌نگریسته و معتقد بودند بسته حمایتی دولت چیزی را جبران نمی‌کند.

در واقع، اگر با پایان جنگ و روی کار آمدن دولت سازندگی بود که گرایش به اقتصاد بازار و آزادسازی قیمت‌ها و همچنین فاصله‌گرفتن از سیاست‌های حمایت‌گرایانه اجتماعی در بحث توسعه کشور آغاز شد، اما حالا در دولت دوازدهم و با جدا شدن نیروهایی چون مسعود نیلی، عباس آخوندی و... که به اقتصاد بازار آزاد اعتقاد داشتند، بار دیگر گرایش به سیاست‌های حمایت‌گرایانه اجتماعی در دولت شدت گرفته و نمونه آن را در همین بسته حمایتی و کمک جبرانی دولت می‌توان مشاهده کرد، بنابراین سوالی که مطرح می‌شود آن است که چرا دولت‌ها هر از گاهی به سیاست‌های کوپنی روی می‌آورند؟

در پاسخ به این سوال، محمدرضا لطفعلی‌پور عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد معتقد است: «کوپن ابزاری است در جهت کنترل موقت برخی پدیده‌ها تا دولت بتواند در بلندمدت نیازهای واقعی جامعه را تأمین کند.»

با اتمام مهلت خروج بازنشته‌ها از سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی

اگر بازنشته‌ها نرفتند، اعلام کنید

سوی دستگاه‌های نظارتی بر اجرای قانون منع به‌کارگیری بازنشته‌ها انجام می‌شود ولی اگر نیروهای یک سازمان مشاهده کردند که در محل کارشان بازنشته فعالی وجود دارد که باید طبق قانون، محل کار خود را ترک کند اما همچنان در حال فعالیت است و یا حتی شائبه‌ای در این رابطه وجود داشت، می‌توانند به دستگاه‌های نظارتی از جمله سازمان بازرسی کل کشور، دیوان محاسبات، سازمان امور اداری و استخدامی و مجلس اعلام کرده و به‌طور حتم آنها این موضوع را پیگیری و بر آن نظارت خواهند کرد.

گفتنی است که براساس اصلاحیه قانون منع به‌کارگیری بازنشته‌ها، کلیه وزارتخانه‌ها، موسسات دولتی، موسسات و نهادهای عمومی غیردولتی، شرکت‌های دولتی و دستگاه‌هایی که به نحوی از بودجه دولتی استفاده می‌کنند حق به‌کارگیری بازنشته‌ها را ندارند مگر در قالب شرایط تعیین‌شده در قانون. طبق قانون نیز به کارگیری بازنشته‌ها در سمت‌هایی شامل روسای سه قوه، معاون اول رئیس‌جمهوری، نایب رئیس مجلس و اعضای شورای نگهبان، وزیران، نمایندگان مجلس و معاونان رئیس‌جمهوری و همچنین به کارگیری بازنشتگان نیروهای مسلح با تدابیر فرماندهی معظم کل قوا صرفاً در دستگاه‌های فرودسوی خود مجاز است. همچنین دارندگان اجازات خواسته مقام معظم رهبری، جانبازان بالای ۵۰ درصد، آزادگان بالای سه سال اسارت و فرزندان شهدا از این قانون مستثنی هستند.

بر این اساس اگر افراد بازنشته‌های همچنان در سازمانی فعال هستند

ایمان ولی‌پور
ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

اجرای بسته حمایتی دولت برای مضمحلان کمبته امداد و سازمان بهزیستی و همچنین کمک جبرانی شامل واریز ۲۰۰ هزار تومان به حساب کارکنان دولت، از چندی پیش به صورت مرحله‌ای آغاز شده و اگرچه به گفته رئیس‌جمهور قرار بود این بسته حمایتی تا پایان آبان‌ماه توزیع شود، اما حالا آخرین خبرها حکایت از آن دارد که بسته حمایتی دولت در آذرماه توزیع می‌شود؛ چنانچه عضو هیات‌رئیس کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس از توزیع بسته حمایتی دولت در آخرین ماه پاییز خبر داده و گفته بسته حمایتی در اوایل آذرماه توزیع خواهد شد.

محمدجواد جمالی نویندگانی دیروز با اشاره به بسته‌های حمایتی دولت برای جبران گرانی‌ها گفت: «دولت در نظر دارد به کارمندان و کارگرانی که درآمد زیر ۳ میلیون تومان دارند، بسته حمایتی دهد، در این بین فرمولی برای خانوارهای تک نفره تا ۵ نفره نیز در نظر دارد و براساس این فرمول به خانوارها بسته حمایتی داده می‌شود.»

عضو هیات‌رئیس کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس با اشاره به نکته هوشمندانه دولت برای توزیع بسته حمایتی گفت: «دولت برای جبران گرانی‌ها در نظر دارد بسته حمایتی را در چند مرحله توزیع کند و این کار هوشمندانه است. قرار بود بسته حمایتی تا پایان آبان‌ماه توزیع شود اما به دلیل کمبود اطلاعات و آمار، توزیع بسته‌ها به تأخیر افتاد. سازمان بهزیستی باید آماری را اطلاع‌رسانی می‌کرد اما از آنجایی که همیشه در بحث آمار ضعف داریم این کار با تأخیر صورت گرفت.»

نماینده مردم فسا در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: «با وجود این تأخیر در توزیع بسته‌های حمایتی باید گفت که این بسته اوایل آذرماه توزیع می‌شود و با فرمولی بین خانوارهای تک نفره تا ۵ نفره ارائه خواهد شد.»

همچنین احمد میدری، معاون رفاه اجتماعی وزارت رفاه اجتماعی

دریچه



نویخت خیر داد

۸۲ هزار فرصت شغلی
در بخش کشاورزی ایجاد می‌شود

رئیس سازمان برنامه و بودجه از ایجاد ۸۲ هزار فرصت شغلی در بخش کشاورزی خبر داد و گفت امسال ۱۸ هزار و ۲۵۲ میلیارد تومان در اختیار جهاد کشاورزی قرار گرفته و می‌توانیم ۸۲ هزار فرصت شغلی را طلب کنیم. محمدباقر نوبخت در حاشیه بازدید از بانک ۱۸ مرکز تحقیقات کرم ابریشم کشور در شهرستان شفت، در جمع خبرنگاران، با بیان اینکه توسعه صنعت نوغانداری وابسته به تحقیق و پژوهش است، ادامه داد: امروز ما با روش‌های سنتی نمی‌توانیم با مصنوعات ابریشم جهانی رقابت کنیم.

به گزارش ایسنا، وی با اشاره به پیشرفت بالای کشورهای شرق آسیا همچون چین و ژاپن در این عرصه، افزود: باید از طریق تحقیق و توسعه این امکان را فراهم کنیم که بازدهی صنعت ابریشم در کشور بالا رود. رئیس سازمان برنامه و بودجه، مرکز تحقیقات کرم ابریشم کشور را یکی از مراکز منحصر به فرد دانست و یادآور شد: با توجه به ایجاد بانک ۱۸ کار ارزشمندی در این مرکز صورت گرفته و می‌تواند به عنوان یک سرمایه ملی برای ما محسوب شود.

نوبخت، گزارش عملکرد مرکز تحقیقات کرم ابریشم را بسیار امیدبخش دانست و تصریح کرد: خوشبختانه دانش بالایی در این مجموعه وجود دارد، لذا ما در سازمان برنامه و بودجه کمک خواهیم کرد تا فعالیت‌های این مرکز از جنبه مطالعاتی به جنبه عملیاتی و اشتغال‌زایی تبدیل شود. وی با اشاره به مکانیزم تبصره ۱۸ در بخش کشاورزی، خاطرنشان کرد: امسال ۱۸ هزار و ۲۵۲ میلیارد تومان در اختیار جهاد کشاورزی قرار گرفته و می‌توانیم ۸۲ هزار فرصت شغلی را طلب کنیم. مشاور رئیس جمهور، ابریشم و نوغانداری را کار تخصصی مردم گیلان دانست که کمتر استانی در گذشته از این مزیت برخوردار بوده و تاکید کرد: نه تنها محصول ما باید قابل رقابت با جهان شود، بلکه باید برای جوانان شغل ایجاد کنیم لذا آمادگی داریم اعتبار بیشتری از محل تبصره ۱۸ برای این صنعت در نظر بگیریم، مشروط به اینکه ایجاد اشتغال کند.



نحوه اتصال کارت سوخت به کارت بانکی

زیرساخت‌های دولت الکترونیک دیروز در نشست با حضور وزیر ارتباطات و رئیس مجلس شورای اسلامی تشریح شد

توسعه دولت الکترونیک گفت: ۵۵ درصد نازل‌های پمپ بنزین‌ها به سیستم‌های متمرکز ما متصل شده‌اند و ۴۵ درصد نازل‌ها به دستگاه‌های (Pos) متصل هستند.

محمدجواد آذری جهرمی ادامه داد: تمام دستگاه‌ها که به صورت متمرکز در جایگاه‌های سوخت قرار دارند، به نازل‌ها متصل شده و به‌روزرسانی شده‌اند. بانک مرکزی نیز به اپراتورهای پرداخت الکترونیک (PSP) دستورالعملی داده که بر مبنای آن دستگاه‌های پرداخت باید به‌روزرسانی شوند.

وزیر ارتباطات توضیح داد: به محض ثبت‌نام کاربر برای اتصال کارت سوخت به کارت بانکی، بانک مرکزی به بانک دارنده کارت دستور می‌دهد که کیف پول الکترونیک داخلی کارت ایجاد شود و امکان پرداخت مبلغ سوخت از طریق کارت بانکی دارنده کارت سوخت فراهم شود.

جهرمی با بیان این‌که پیش از این برای سیستم مدیریت سوخت کشور از یک سیستم الکترونیک استفاده می‌شد، افزود: با وجود این، مشکلاتی در این سیستم وجود داشت از جمله مقفود شدن کارت سوخت و دیگر مسائل اما امروز دولت تصمیم گرفته با شیوه نوین این روش را انجام دهد و بدین ترتیب وزارت نفت به عنوان محور موضوع، بخشی از کار را برعهده گرفته و دستگاه‌هایی از جمله بانک مرکزی، ناجا، وزارت ارتباطات و ثبت احوال نیز هر کدام بخشی از کارت را برعهده گرفتند.

استفاده از کارت، دو ساعت پس از اعلام درخواست

او با بیان این‌که افراد باید درخواست خود برای اتصال کارت سوخت به کارت بانکی را ارائه دهند، گفت: پس از اعلام درخواست، ظرف دو ساعت این کارت قابل استفاده است. تنها ۳۳۰ میلیارد تومان هزینه صدور کارت بوده که این هزینه در این روش صرفه‌جویی می‌شود. همچنین در هزینه توزیع و وقت مردم هم صرفه‌جویی خواهد شد. آذری جهرمی با اشاره به ثبت‌نام و درخواست برای اتصال کارت سوخت و بانکی خاطرنشان کرد: از امروز ساعت ۸ تا ۱۱، ۱۵۷ هزار مراجعه برای این کار انجام شده است. این درخواست می‌تواند از طریق اپلیکیشن دولت همراه و سایت دولت الکترونیک انجام شود.

به گفته وزیر ارتباطات، با تحقق دولت الکترونیک، هزینه‌های دولت و حاکمیت کاهش و بهره‌وری افزایش می‌یابد. وی با بیان این‌که در برنامه ششم توسعه، تکلیفی برعهده دستگاه‌های مختلف برای توسعه دولت الکترونیک گذاشته شده است، افزود: وزارت ارتباطات مسئول زیرساخت‌ها بوده است. ضرورت توسعه دولت امروز بیش از هر زمان دیگری اهمیت و توجه ویژه‌ای می‌طلبد. اصل موضوع

فرصت امروز: نحوه اتصال کارت سوخت به کارت بانکی، خبری بود که دیروز وزیر ارتباطات در نشست با حضور علی لاریجانی رئیس مجلس شورای اسلامی در سازمان فناوری اطلاعات اعلام کرد و از تصمیم دولت برای اتصال کارت سوخت به کارت بانکی و صرفه‌جویی ۳۳۰ میلیارد تومانی در صدور کارت خبر داد.

به گفته محمدجواد آذری جهرمی، اتصال سهمیه سوخت به کارت بانکی از دیروز دوشنبه با زیرساخت دولت الکترونیک برقرار شده و در صورت سهمیه‌بندی سوخت، کارت بانکی به عنوان کارت سوخت عمل خواهد کرد. در واقع، با اتصال سهمیه سوخت به کارت بانکی، از روزی که سوخت سهمیه‌بندی شود، شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی، سهمیه سوخت را به کارت بانکی اعلام می‌کند.

کار این اتصال از صبح دیروز شروع شده و در این مرحله فقط اتصال مطرح است، چنانچه از نخستین دقایق صبح دوشنبه تا ساعت ۱۱ پیش از ظهر، نزدیک به ۱۵۱ هزار مراجعه به سامانه ثبت نام کارت سوخت اتفاق افتاده که این روند در روزهای آینده براساس جدول اعلام‌شده ادامه می‌یابد و حدود ۳۳۰ میلیارد تومان در هزینه صدور کارت سوخت صرفه‌جویی می‌شود.

براساس اعلام شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی، «ثبت‌نام مالکان خودرو و موتورسیکلت فاقد کارت سوخت، به‌صورت الکترونیک در سامانه خدمات دولت همراه به نشانی www.mob.gov.ir و اپلیکیشن خدمات دولت همراه، با نصب آن در گوشی‌های هوشمند تلفن همراه در دسترس عموم قرار می‌گیرد. ورود به سامانه‌های اینترنتی براساس آخرین رقم شماره سمت راست تلفن همراه مالکان خودرو، انجام و با شماره ۹۹ آغاز می‌شود. در هیچ‌یک از مراحل ثبت نام، چه به صورت حضوری در دفاتر پلیس ۱۰+ و چه به صورت اینترنتی، نیازی به ارائه رمزهای کارت‌های بانکی نیست.» همچنین پیش از این، شرکت ملی پالایش و پخش از قطعی شدن بازگشت کارت سوخت خبر داده و ضرب‌الاجل ۲۱ روزه‌ای از سوم تا ۲۴ آذرماه برای ثبت‌نام کارت سوخت المثنی برای مالکان فاقد کارت سوخت، تعیین کرده بود. گزارش «ایسنا» از صحبت‌های وزیر ارتباطات و نحوه اتصال کارت سوخت به کارت بانکی را در ادامه می‌خوانید.

اتصال سهمیه سوخت به کارت بانکی با زیرساخت دولت الکترونیک

وزیر ارتباطات با اشاره به تصمیم دولت برای اتصال کارت سوخت به کارت بانکی و نحوه اتصال آن‌ها، از صرفه‌جویی ۳۳۰ میلیارد تومانی در صدور کارت خبر داد و در حاشیه جلسه تشریح پیشرفت‌ها و موانع

چراغ سبز وزارت نفت و پتروشیمی‌ها برای تجمع هلدینگ‌های پتروشیمی

گام بلند برای توسعه صنعت پتروشیمی در ایران

در هفته‌ها و روزهای گذشته در کنار موضوع بازگرداندن ارزش صادراتی پتروشیمی‌ها، مهم‌ترین موضوعی که این صنعت را خیرساز کرده، تجمع هلدینگ‌های پتروشیمی است؛ اتفاقی که اگر رخ دهد می‌تواند برای این صنعت در کشور تاریخ‌ساز شود و حتی نقطه شروعی برای تجمع بسیاری از صنایع دیگر باشد که در حال حاضر با چالش‌های بسیاری روبه‌رو هستند مانند صنعت خودرو، صنعت تولید لوازم خانگی و... چراکه یکی از مشکلات اصلی صنایع در ایران هم‌اکنون تعدد شرکت‌های کوچک و متوسط و نبود هلدینگ‌های بزرگ است؛ برای مثال در کشور ما بیش از ۲۰۰ شرکت تولیدکننده لوازم خانگی وجود دارد در صورتی که در کشور آلمان به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان لوازم خانگی در جهان، کمتر از ۵ شرکت اصلی در این زمینه فعال هستند.

به گزارش پایگاه خبری اتاق تهران، تعدد هلدینگ‌ها و مجتمع‌های پتروشیمی در کشور یکی از اصلی‌ترین موانع پیش روی توسعه این صنعت در کشور به شمار می‌رود، صنعتی که با توجه به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های ایران می‌تواند به یکی از موفق‌ترین صنایع کشور تبدیل شود و حتی جایگزین درآمدهای صادرات نفت خام از کشور باشد. به اعتقاد کارشناسان در صورت تجمع هلدینگ‌های پتروشیمی در کشور در قالب یک یا چند هلدینگ اصلی گام موثری در پیشبرد اهداف توسعه این صنعت برداشته‌شده است. اتفاقی که وزیر نفت بیژن نامدار زنگنه هم با آن موافق است. او چند روز پیش اعلام کرد: «موافق تجمع پتروشیمی‌های فعال با هم‌ا‌مانه در قالب شرکت ملی صنایع پتروشیمی (NPC) هستیم.»

البته در این بین شرکت‌ها و هلدینگ‌های مهم پتروشیمی کشور هم با تجمع موافق هستند و حتی مذاکراتی در این زمینه صورت گرفته است. چندی پیش و در جریان کنگره نفت و نیرو جعفر ربیعی مدیرعامل هلدینگ خلیج‌فارس با اشاره بر این نکته که جمع هلدینگ‌ها می‌تواند قدم موثری در قدرتمندسازی این صنعت داشته باشد، گفت: «تنها زمانی می‌توانیم پای میز مذاکره برای فروش محصولات حرف خود را به کرسی بنشانیم که در یک مجموعه واحد و قدرتمند متمرکز باشیم.»

او همچنین با اشاره به این موضوع که تعدد هلدینگ‌ها در اکثر مواقع سبب چنددستگی تصمیمات و نبود رأی واحد در برابر برنامه‌ریزی‌ها بوده، گفت: «چالش اصلی بر سر راه این مجمع گستردگی شرکت‌های تحت پوشش هلدینگ است. به‌طور مثال برنامه‌ریزی برای ادغام هلدینگ خلیج فارس و تاپیکو از پنج ماه پیش آغاز شده اما به دلیل تعدد شرکت‌های زیرمجموعه این هلدینگ‌ها و نحوه ارزش‌گذاری این شرکت‌ها، تجمع بسیار زمان‌بر خواهد بود.»

همچنین در این همایش، مخدومی مدیرعامل هلدینگ پتروشیمی تاپیکو هم به اختلال توسعه در صنعت پتروشیمی به دلیل پراکندگی هلدینگ‌ها اشاره کرد و گفت: «به نظر می‌رسد ادغام هلدینگ‌های مربوط در یک مجموعه اصلی بسیار می‌تواند در امر توسعه این صنعت مهم و تأثیرگذار باشد. پراکندگی شرکت‌های زیرمجموعه باعث هدر رفت وقت و انرژی برای مدیریت این شرکت‌های متنوع می‌شود. اگر بتوانیم به‌جای هلدینگ‌های متعدد در صنعت پتروشیمی، هلدینگ‌های متنوع در صنایع مختلف داشته باشیم، با سرعت بیشتر به اهداف توسعه‌ای در زمینه تولید و فروش خواهیم رسید. به‌طور مثال، تجمع شرکت لاستیک‌سازی در یک هلدینگ لاستیک‌سازی می‌تواند این صنعت را قدرتمندتر سازد.»

به اعتقاد کارشناسان، هلدینگ‌ها و شرکت‌های پتروشیمی در ایران زمانی می‌توانند با هلدینگ‌های بزرگ جهانی همچون سابیک عربستان رقابت کنند که شرکت‌های پتروشیمی در یک مجموعه بزرگ ادغام شوند و قدرتی جهانی پیدا کنند.

پیش از این رضا نوروز زاده، مدیرعامل پیشین شرکت ملی صنایع پتروشیمی هم گفته بود که تجمع هلدینگ‌ها به ایجاد بخش خصوصی واقعی در این شرکت‌ها منجر خواهد شد. وزیر نفت نیز چند روز پیش اعلام کرد در حال حاضر ارزش محصولات پتروشیمی تولیدی در کشور حدود ۲۰ میلیارد دلار است که این رقم می‌تواند به بیش از ۴۰ میلیارد دلار برسد؛ جهشی بزرگ که یکی از پیش‌زمینه‌های مهم آن تجمع شرکت‌ها و هلدینگ‌های بزرگ پتروشیمی در کشور و شکل‌گیری شرکت‌هایی جهانی و بین‌المللی است.

رورنت نت

۱۶ Mbps | شش ماهه | ۳۶۰ GB

ماهانه ۲۶,۰۰۰ تومان

فعال سازی رایگان | ۷۷٪ تخفیف | تلفن ثابت آسیاتل | اشتراک رایگان فیلمو

asiatech.ir | ۱۵۴۴

آسیاتل

دریچه



در پژوهشکده پولی و بانکی بررسی شد

آسیب‌شناسی
ترازنامه شبکه بانکی

دومین نشست کرسی بررسی‌های راهبردی به موضوع «بررسی و آسیب‌شناسی ترازنامه شبکه بانکی» اختصاص داشت و این نشست در پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی پژوهشکده پولی و بانکی، دومین نشست کرسی بررسی‌های راهبردی در حوزه پول و بانک با موضوع «بررسی و آسیب‌شناسی ترازنامه شبکه بانکی» با حضور نمایندگان شورای عالی امنیت ملی و جمعی از صاحب‌نظران حوزه بانکی برگزار شد.

در ابتدای این نشست حمید زمان‌زاده، معاون پژوهشی پژوهشکده پولی و بانکی ضمن اشاره به اهمیت بررسی دلایل و ریشه‌های ناترازی صورت‌های مالی بانک‌ها، بهبود وضعیت را نیازمند چاره‌اندیشی و اقدام فوری دانست و افزود: در این راستا، اصلاح نظام بانکی یکی از مهمترین برنامه‌هایی است که در دستور کار دولت و بانک مرکزی قرار گرفته است.

در ادامه این نشست، سیدعلی روحانی، مدیر دفتر مطالعات اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس، گفت: عدم تعادل میان دارایی- بدهی و نیز میان درآمد- هزینه صورت‌های مالی بانک‌ها در سال‌های اخیر، شبکه بانکی را در وضعیت نامناسبی قرار داده و پشتیبانی بخش بانکی از بخش واقعی اقتصاد را تضعیف کرده است؛ تداوم این شرایط زمینه‌انباشت دارایی‌های منجمد (فاقد جریان درآمدی نقد) در ترازنامه بانک‌ها را فراهم آورده است.

روحانی تاکید کرد: عدم تناسب میان سیاست‌های پولی و سیاست‌های نظارتی در سال‌های اخیر، موجب انحراف نرخ سود بانکی از عوامل بنیادی اقتصاد و انباشت دارایی‌های موهومی در ترازنامه شبکه بانکی شده که نه تنها فاقد جریان درآمدی است، بلکه اساساً وجود خارجی ندارد به گونه‌ای که، تنها بخش کوچکی از دارایی بانک‌ها به دارایی‌های سالم و نقد اختصاص داشته و بخش بزرگی از آن مربوط به دارایی‌های موهومی و منجمد است.

وی افزود: بر این اساس، سیاست‌های راهبردی برای غلبه بر معضلات شبکه بانکی از جمله حل ناترازی صورت‌های مالی تدوین و تهیه شده است که در این جلسه مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

مدیر دفتر مطالعات اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس خاطرنشان کرد: برای تدوین چنین بسته‌ای باید به دو سوال پاسخ داده شود. اولاً، گزینه‌های ممکن در مواجهه با این شرایط چیست؟ و دوماً، نقاط قوت و ضعف هر رویکرد کدام است؟

روحانی در ادامه خاطرنشان کرد: برای پاسخ به این پرسش‌ها، دو معیار اصلی برای طراحی بسته مطلوب باید در نظر گرفته شود. معیار اول بر این موضوع تاکید دارد که پیاده‌سازی این بسته منجر به بهبود شرایط اقتصاد کلان و بخش واقعی شود و معیار دوم بر خروج همه بانک‌ها از شرایط نامساعد تمرکز دارد.

به گفته وی، کاهش دستوری نرخ‌های سود سپرده‌ها و نظارت شدید بر تخلفات بانک‌ها، اوراق‌سازی بدهی‌های دولت، افزایش سرمایه بانک‌ها از محل آورده سهامداران و افزایش نرخ کارمزد خدمات بانکی از جمله سیاست‌های دیگری هستند که کارشناسان پولی و بانکی برای بهبود شرایط حال حاضر در نظر گرفته‌اند.

مدیر دفتر مطالعات اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس ادامه داد: با این حال ارزیابی انجام‌شده نشان می‌دهد این ابزار قادر نخواهند بود تا مساله ناترازی در بانک‌ها را حل کرده و صرفاً تسکین کوتاه‌مدت بوده‌اند، لذا باید سیاست‌های جدیدی در این رابطه تدوین و پیاده‌سازی شوند که با عنوان سیاست‌های «گزیر» در موضوعات پولی و بانکی مطرح هستند.

وی در ادامه ضمن تشریح این سیاست، به ابعاد و چالش‌های سناریوهای مختلف این رویکرد پرداخت.

در پایان این کرسی، صاحب‌نظران حاضر در نشست، سوالاتی را پیرامون راهکارهای حل مشکلات شبکه بانکی در شرایط کنونی اقتصاد و اثرگذاری متغیرهای اقتصاد کلان بر ناترازی صورت‌های مالی مطرح کردند.

روحانی در پایان خاطرنشان کرد: برای بررسی دقیق‌تر این موضوع باید علل و عوامل ایجاد ناترازی در صورت‌های مالی بانک‌ها در ایران به دقت بررسی شود.

در پایان این کرسی مقرر شد در جلسه آتی کرسی بررسی‌های راهبردی، علل و ریشه‌های بروز مشکلات ترازنامه‌ای در شبکه بانکی مورد بحث و تبادل نظر اعضا قرار گیرد.

پیش‌بینی قیمت دلار و طلا از جمله مسائلی است که در رویدادهای اقتصادی و تصمیم‌گیری تمام‌فعلان اقتصادی اثرگذار است. حال که سال ۲۰۱۸ میلادی رو به پایان است، این سوال مطرح می‌شود که این دو بازار به کدام سو حرکت می‌کنند و در سال ۲۰۱۹ ما شاهد چه وضعیتی خواهیم بود. در همین رابطه، تازه‌ترین برآوردهای نهادهای بین‌المللی حکایت از افت ارزش دلار در مقابل دیگر ارزها و افزایش ارزش طلا در سال ۲۰۱۹ میلادی دارد و در این میان، برخی تحلیلگران اعتقاد دارند چرخه رونق اقتصادی در آمریکا به پایان خود نزدیک شده و این امر بر کاهش ارزش دلار در بازار اثرگذار است.

به گزارش خبرآنلاین، طبق گزارش اخیر بانک فرانسه به دلیل سیاست‌گذاری‌های دولت آمریکا، آغاز جنگ تجاری با کشور چین و مقابله با تجارت آزاد ما شاهد افت ارزش دلار در مقابل دیگر ارزها در سال ۲۰۱۹ میلادی خواهیم بود. البته سیاست‌های دولت ترامپ در مورد توافق‌های جهانی و از بین رفتن نسبی اعتبار این کشور به عنوان یک ابرقدرت اقتصادی در دنیا هم در افت ارزش دلار بی‌تأثیر نخواهد بود.

از طرف دیگر به نظر می‌رسد چرخه رونق اقتصادی در آمریکا هم به پایان خود نزدیک شده باشد و اگر اقتصاد از رونق خارج شود و رکود را آغاز کند فشار مضاعفی در جهت کاهش ارزش دلار در بازار مشاهده خواهد شد. آمریکا بعد از تجربه رکود سال ۲۰۰۸ میلادی به مدد حمایت‌های مالی دولت و فدرال رزرو حدود ۱۰ سال است که رونق اقتصادی را تجربه کرده است و بدون شک باید منتظر آغاز چرخه رکود اقتصادی در این کشور باشیم. این رکود با توجه به سیاست‌های دولت، سیاست‌های فدرال رزرو در جهت افزایش نرخ بهره بانکی و تورم و وضعیت تجارت در این کشور با شدت بیشتری اتفاق خواهد افتاد و افت ارزش دلار را نیز به همراه می‌آورد.

پیش‌بینی آینده ارز و طلا در دو سال پیش رو

دلار می‌ریزد طلا صعود می‌کند



افزایش تولید جهانی طلا در چهار سال آینده

همچنین طبق یک برآورد دیگر، تولید طلا با بالا رفتن اندک قیمت این فلز و توان مالی قوی‌تر شرکت‌های معدنی، در فاصله سال ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۲ رشد خواهد کرد. به گزارش پیش‌بینی کرد تولید جهانی طلا از ۱۰۴ میلیون سولوشنز» در گزارشی پیش‌بینی کرد تولید جهانی طلا از ۱۰۴ میلیون اونس در سال ۲۰۱۸ به ۱۱۵ میلیون اونس تا سال ۲۰۲۲ رشد می‌کند و میانگین رشد تولید سالانه ۲.۶ درصد خواهد بود و قیمت هر اونس به ۱۲۷۵ دلار در سال ۲۰۱۸ و ۱۴۰۰ دلار تا سال ۲۰۲۲ بالغ می‌شود.

روسیه با رشد ۴ درصدی تولید در سال ۲۰۱۸ در مقایسه با نرخ ۰.۸ درصد در سال میلادی گذشته، در روند رشد تولید طلا پیشرو خواهد بود. فیتچ اعلام کرد: تولید روسیه در بلندمدت رشد خواهد کرد زیرا ۱۹ پروژه قرار است راه‌اندازی شوند. یکی از این پروژه‌ها، ناتالکای شرکت پویوس گلد است که تا پایان سال با ظرفیت تولید ۴۲۰ تا ۴۷۰ هزار اونس در سال، به طور کامل عملیاتی می‌شود.

همچنین پیش‌بینی می‌شود تولید آمریکا رشد مستمری خواهد داشت و از ۸.۶ میلیون اونس در سال ۲۰۱۸ به ۸.۶ میلیون اونس در سال ۲۰۲۲ افزایش پیدا می‌کند. طبق این تحقیقات، عامل رشد تولید طلا، بهبود قیمت‌ها و پروژه‌های جدید و قدیمی خواهد بود و معدنکاران کوچک در این زمینه پیشواز خواهند بود.

براساس گزارش ماینینگ، تولید چین در یک دهه آینده به دلیل کاهش عیار سنگ‌های معدنی، استانداردهای محیط زیستی سختگیرانه و تمرکز معدنکاران روی دارایی‌های کم‌هزینه، کاهش پیدا خواهد کرد. با وجود این حقیقت که تولید طلای چین در سال ۲۰۱۷ بر مبنای سالانه ۸ درصد کاهش یافت و به ۱۴.۸ میلیون اونس رسید اما انتظار می‌رود این کشور بزرگترین تولیدکننده سنگ معدنی طلای جهان بماند.

هنری اندرسون، تحلیلگر سایت کوین ورلد معتقد است تصمیم روسیه و چین در جهت ایجاد سیستم سوبیفتی تازه، تصمیم اروپا برای داشتن ناتوی اروپایی و تقابل دولت آمریکا با دیگر کشورها به خصوص چین در زمینه تجارت همه باعث شد تا آمریکا اعتبار کمتری در تعاملات جهانی داشته باشد. کاهش استفاده از دلار در معاملات که در بسیاری از کشورها کلید خورده است و برخی هم به دنبال آماده‌سازی زیرساخت‌های خود برای تحقق این هدف هستند، اعتبار دلار به عنوان منبع حفظ ارزش پول را از بین می‌برد و ارزش این واحد پولی در دنیا کاهش خواهد یافت.

اما افت ارزش دلار آمریکا در کنار افت نرخ رشد اقتصادی این کشور که می‌تواند روی فضای کلی اقتصادی دنیا هم تأثیر داشته باشد، زمینه را برای افزایش ارزش طلا به عنوان منبع حفظ ارزش فراهم خواهد کرد. سایت کیتکو در گزارش خود نوشت: انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۹ میلادی ارزش طلا در بازار جهانی به ۱۲۷۵ دلار به ازای هر اونس برسد و در سال ۲۰۲۰ میلادی از مرز ۱۳۰۰ دلار بگذرد. از طرف دیگر ارزش هر اونس نقره در بازار جهانی در سال بعد برابر با ۱۵۱۶.۵ دلار خواهد بود و در سال ۲۰۲۰ میلادی از مرز ۱۷.۳۰ دلار خواهد گذشت. دلیل اصلی این تغییرات در قیمت نقره هم ارتباط همسوی قیمت طلا با قیمت نقره است. البته اوضاع اقتصادی دنیا و وضعیت بازار دلار هم می‌تواند روی این مساله تأثیرگذار باشد.

برنارد داد یکی از تحلیلگران بازار فلزات ارزشمند در کیتکو با توجه به پیش‌بینی‌های ارائه‌شده برای سال‌های پیش رو و تغییرات قیمت این فلزات در سال‌های گذشته نوشت: به ازای یک درصد افزایش ارزش طلا در بازار ارزش نقره ۱.۳۷ درصد افزایش پیدا می‌کند. این روند طی ۱۰ سال اخیر کم و بیش بر همین منوال بوده است و ما انتظار داریم در دو سال پیش رو هم همین وضعیت را داشته باشد.

گمانه‌زنی‌ها درباره افزایش تسهیلات خرید مسکن

آیا مبلغ وام مسکن افزایش می‌یابد؟

۳۴۷ فقره تسهیلات به ارزش ۱۸۰۶ میلیارد و ۵۱۶ میلیون تومان به متقاضیان اعطا شده است.

این در حالی است که با توجه به تورم بخش مسکن در ماه‌های اخیر و افزایش قابل توجه قیمت مسکن در این مدت و در عین حال رکودی که به دلیل افزایش قیمت و کاهش قدرت خرید مردم ایجاد شده است، بانک مرکزی باید دیر یا زود سقف تسهیلات مسکن را افزایش دهد تا بتواند رونقی را در بخش مسکن ایجاد کند.

با این حال یکی از وظایف مهم بانک مرکزی این است که این اتفاق در شرایطی رخ دهد که موجب تورم لجام‌گسیخته بخش مسکن نشود، چراکه در این صورت این افزایش سقف تسهیلات نیز بی‌نتیجه خواهد ماند؛ موضوعی که رئیس‌کل بانک مرکزی نیز بر آن تاکید کرده است. عبدالناصر همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی نیز کم‌بودن رقم تسهیلات مسکن با توجه به قیمت‌های فعلی را پذیرفته و در عین حال اعلام کرده است که روی این موضوع باید کار شود تا ایجاد مشکل نکند.

وی با بیان اینکه درخصوص تسهیلات مسکن نیز صحبت‌هایی انجام شده است، اظهار کرد: ما در این زمینه باید هم به فکر رونق بهینه بخش مسکن باشیم و هم حواس‌مان باشد که تورم ایجاد نشود که به محض اتخاذ تصمیمات مناسب آن را اعلام می‌کنیم.

به این ترتیب به نظر می‌رسد که پس از اصلاحات اولیه نظام بانکی کشور که در حال حاضر مهم‌ترین وظیفه بانک مرکزی در کنار کنترل بازار ارز است، فکری نیز به حال تسهیلات مسکن نشود و می‌تواند پیش‌بینی کرد که سقف تسهیلات مسکن در آینده نه‌چندان دور افزایش پیدا خواهد کرد.

با این حال مشاهده می‌شود که هنوز تسهیلات مسکن متقاضیان زیادی دارد و به هر حال افرادی که قصد خرید منزل را دارند، از این تسهیلات استفاده می‌کنند؛ چنان که در هفت ماهه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته، تسهیلات بانک مسکن بیش از ۳۵ درصد افزایش یافته است؛ تسهیلاتی که عمده آن مربوط به خرید و بازسازی منازل مسکونی اختصاص داشته است.

براساس این گزارش، بانک مسکن در هفت ماهه نخست امسال رقمی بالغ ۱۰ هزار و ۸۴۹ میلیارد و ۳۷۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان به متقاضیان سراسر کشور تسهیلات پرداخت کرده است. گزارش عملکرد تسهیلات منعقدشده 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 ۸۴۹ میلیارد و ۳۷۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان بوده که در مقایسه با مبلغ منعقدشده و اعطایی طی دوره مشابه سال گذشته معادل ۳۵۷۰ درصد رشد داشته است.

در هفت ماه ابتدایی سال جاری ۲۹۳ هزار و ۲۵۱ فقره تسهیلات از سوی بانک مسکن به متقاضیان سراسر کشور پرداخت شد و این در حالی است که در همین بازه زمانی در سال گذشته حجم تسهیلات پرداختی معادل ۱۹۸ هزار و ۴۷۹ فقره بوده است.

ارزش کل تسهیلات پرداخت‌شده در هفت ماهه ابتدایی سال گذشته معادل ۷۹۹۶ میلیارد و ۵۶ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان بوده است. در عین حال گزارش عملکرد مربوط به نخستین ماه از فصل پاییز سال جاری نیز حاکی از آن است که در مهرماه سال جاری، ۵۰ هزار و

یکی از مهم‌ترین تسهیلاتی که بانک‌ها در اختیار مردم قرار می‌دهند، تسهیلات مسکن است که متقاضیان زیادی دارد و به دلیل بالا بودن تعداد اقساط به عنوان کمک هزینه‌ای مناسب برای خرید منزل مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ کمک هزینه‌ای که این روزها رقم آن نسبت به قیمت منازل مسکونی پایین است، بنابراین کاهش سهم پوشش‌دهی تسهیلات مسکن نسبت به قیمت منازل مسکونی، مسئولان بانک مرکزی را به بررسی این موضوع واداشته و این احتمال می‌رود که در آینده نزدیک، رقم این تسهیلات افزایش پیدا کند.

به گزارش ایسنا، تسهیلات ۱۶۰ میلیون تومانی مسکن هم‌اکنون تنها ۲۲ درصد از قیمت یک واحد مسکونی ۶۰ متری براساس میانگین قیمت مسکن شهر تهران را پوشش می‌دهد؛ به طوری که اگر شخصی قصد خرید یک منزل مسکونی ۶۰ متری در تهران را داشته باشد، به طور میانگین باید حدود ۵۱۶ میلیون تومان هزینه کند و این در حالی است که تسهیلات مسکن در حال حاضر ۱۶۰ میلیون تومان است.

تیرماه امسال قدرت تسهیلات مسکن برای خرید منزل مسکونی ۶۰ متری در تهران ۲۶ درصد بود که با توجه به افزایش میانگین قیمت مسکن شهر تهران به ۸ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان، قدرت پوشش‌دهی تسهیلات نیز کاهش پیدا کرد.

در این بین رکود بازار مسکن به دلیل پایین بودن توان خرید متقاضیان تشدید شده و برخی معتقدند باید رقم تسهیلات خرید افزایش پیدا کند، اما بعضی دیگر می‌گویند اگر قرار باشد سقف تسهیلات بالا برود باید به بخش تولید مسکن اختصاص پیدا کند و در آن صورت با افزایش عرضه، بازار متعادل می‌شود.

آگهی ابلاغ اوراق مالیاتی

در اجرای ماده ۲۰۸ قانون مالیاتهای مستقیم مصوب ۱۳۶۶ بدینوسیله یک برگ اجرایی با مشخصات زیر به مودی ذیربط ابلاغ می‌گردد تا ظرف یک ماه از تاریخ درج این آگهی به اداره امور مالیاتی مربوطه مراجعه و نسبت به پرداخت مالیات قطعی شده خود اقدام نماید. در غیر این صورت طبق ماده (۲۱۱) ق م م و نیز به استناد آیین‌نامه اجرایی موضوع ماده ۲۱۸ قانون مالیاتهای مستقیم اقدامات اجرایی انجام خواهد شد.

نام شرکت	شماره ثبت	شماره و تاریخ برگه قطعی	نحوه قطعیت	منبع مالیاتی	عملکرد سال	درآمد یا مآخذ مشمول مالیات	مالیات و عوارض متعلقه	شماره واحد مالیاتی	نشانی اداره امور مالیاتی
گلستان سرای پلاستیک	۴۶۱۶۷۹	۵۶۰۰/۱۲/۲۵۸	رای هیات بدوی شماره ۳۱۰۱۹۶۱۰۰۳۰۱۱۳۰۴ مورخ ۱۳۹۶.۱۰.۲۰	ارزش افزوده	دوره چهارم ۹۳	۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۴۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۲۵۸.۳۴۲۱	تهران -خ ولیعصر(عج) بالاتر از پارک ساعی کوچه جهانتاب پ ۱- اداره اجرائیات مالیات بر ارزش افزوده شهر تهران
					دوره اول ۹۴	۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۴۵.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰		
					دوره دوم ۹۴	۵۵۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۴۹.۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰		
					دوره سوم ۹۴	۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۴۵.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰		

روابط عمومی امور مالیاتی شهر و استان تهران

اخبار

زعفران

دلیل افزایش رضایت کشاورزان در پی عرضه زعفران در بورس کالا

یک کارشناس صنعت زعفران گفت افزایش رضایت کشاورزان از تاثیرات عرضه زعفران در بورس کالا است، چرا که با این کار واقعی‌سازی قیمت‌ها صورت گرفته و از این طریق کشاورز خود اقدام به عرضه محصولات در بورس می‌کند و دیگر دلالتان از حاصل دسترنج آنها بهره نمی‌برند.
محمد رمضان‌زاده در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، گفت: وقتی کالایی در بورس کالای ایران پذیرش، عرضه و مورد دادوستد قرار می‌گیرد، به طور حتم باید استانداردهایی را برای رسیدن به این منظور رعایت کند که این موضوع در خصوص محصول زعفران نیز صادق است. این کارشناس صنعت زعفران افزود: با توجه به مواردی که اشاره شد از زمانی که زعفران در بورس کالای ایران پذیرش شده و مورد معامله قرار گرفته است، شاهد افزایش قابل توجه کیفیت محصول تولیدی توسط کشاورزان و عرضه آن در بورس هستیم. وی با بیان اینکه عرضه زعفران در بورس کالا صرفا به افزایش کیفیت بازار داخلی منجر نشده است، گفت: در زمینه صادرات زعفران هم شاهد افزایش کیفیت این محصول به دلیل عرضه در بورس هستیم. کارشناس شرکت زرین زعفران همچنین با بیان این مطلب که در همه جای دنیا، استانداردهایی برای پذیرش و عرضه محصولات در بورس‌های کالایی وجود دارد، گفت: در بورس کالای ما نیز شرایط و استانداردهایی تعیین شده است که براساس آن محصولات مختلف در بورس پذیرش و مورد دادوستد قرار بگیرد که در خصوص محصول زعفران علاوه بر ظاهر این محصول، مواردی همچون رنگ‌دهی و موضوعات تخصصی دیگر ملاک بررسی کیفیت و پذیرش این محصول در بورس هستند.

وی افزود: بر این اساس زمانی که محصول زعفران برای عرضه در بورس در انبارها پذیرش می‌شود، ابتدا ظاهر این محصول مورد بررسی کارشناسان تاییدشده توسط بورس قرار می‌گیرد و پس از آن در صورت تایید استانداردهای بورس، زعفران پذیرش می‌شود. رمضان‌زاده گفت: پس از این مرحله نیز محصول زعفران به آزمایشگاه رفته و در آنجا باید مورد بررسی بیشتر قرار گرفته و کیفیت آن تایید شود و با استانداردهای تعیین شده، مطابقت پیدا کند. بنابراین با توجه به بررسی‌هایی که در زمینه پذیرش زعفران در بورس کالا انجام می‌شود و مراحل مختلف بررسی کیفیت، این موضوع موجب می‌شود تا کشاورزان با دقت و بررسی بیشتری اقدام به کاشت و برداشت زعفران کنند و همه این موضوعات به افزایش کیفیت این محصول کمک شایانی می‌کند. وی ادامه داد: از نسوی دیگر بحث کشف قیمت و شفافیت قیمت نیز از موضوعات قابل توجه در خصوص عرضه محصولات در بورس کالای ایران است. بر این اساس وقتی کالایی توسط تولیدکننده عرضه می‌شود و در آن نسوی معامله، خریدار وجود دارد، قیمت نهایی از دل عرضه و تقاضا مشخص شده و معامله صورت می‌گیرد.

قاجاق ۳ میلیارد دلار پوشاک در سال

عضو هیات مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران میزان قاجاق پوشاک را سالانه بین ۲.۷ تا ۳ میلیارد دلار عنوان کرد. به گزارش ایسنا، صبح روز دوشنبه کنفرانس خبری ششمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران برگزار شده و در آن به بررسی مسائل صنعت پوشاک در شرایط فعلی پرداخته شد.
در این نشست مجید نامی - عضو هیات مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - از برگزاری ششمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران در تاریخ ۱۱ تا ۱۴ آذرماه در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران خبر داد. به گفته وی در روز اول این نمایشگاه سمنباری با عنوان «فرصت‌ها و چالش‌های صنایع پوشاک در شرایط تحریم» برگزار خواهد شد. وی افزود: برای گسترش بازارهای صادراتی و بازدید از توانمندی‌های تولیدی کشور در بخش پوشاک، هیات‌هایی از کشورهای مختلف دعوت شدند تا در این نمایشگاه حضور پیدا کنند. عضو هیات مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران در ادامه به ارائه آمارهایی از میزان مصرف، تولید و قاجاق پوشاک در کشور پرداخت. به گفته وی بزرگی بازار پوشاک ۱۲ میلیارد دلار است که حدود ۵۰درصد از آن در داخل کشور تولید می‌شود. نامی با بیان این که واردات رسمی پوشاک نسبت به واردات قاجاق آن ناچیز است، تصریح کرد: واردات رسمی پوشاک در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۹ میلیون دلار اعلام شد، اما طبق اعلام رسمی سناده مبارزه با قاجاق کالا، ۲.۷ تا ۳ میلیارد دلار در سال قاجاق پوشاک انجام می‌شود.

زیان ۵۰۰میلیارد تومانی تولیدکنندگان جوجه در نیمه نخست سال

یک مقام مسئول گفت در شش ماهه ابتدای سال، تولیدکنندگان جوجه یکروزه با زیان ۵۰۰ میلیارد تومانی در فروش جوجه مواجه شدند.غلامعلی فارغی، دبیر انجمن تولیدکنندگان جوجه یکروزه در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت قیمت جوجه یکروزه در بازار اظهار کرد: هم‌اکنون هر قطعه جوجه یکروزه با نرخ ۲ تا ۲ هزار و ۲۰۰ تومان در بازار عرضه می‌شود که هنوز با نرخ واقعی خود فاصله دارد. وی قیمت جوجه یکروزه را در بازار تابع عرضه و تقاضا دانست و افزود: بر این اساس نمی‌توان پیش‌بینی خاصی راجع به وضعیت بازار داشت چراکه هم‌اکنون نرخ جوجه به سبب کسش و تقاضا و بهبود شرایط بازار افزایش یافته است. فارغی با اشاره به اینکه متوسط نرخ جوجه در شش ماهه ابتدای سال ۱۲۰۰ تومان بود، بیان کرد: با توجه به آنکه در شش ماهه ابتدای سال نرخ جوجه ۴۰۰ تا ۵۰۰درصد کمتر از قیمت تمام‌شده بود، از این رو تولیدکنندگان جوجه یکروزه در چند ماه نخست سال متحمل زیان ۵۰۰ میلیارد تومانی شدند. این مقام مسئول نرخ واقعی هر قطعه جوجه یکروزه را ۲ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد و افزود: در ماه‌های آتی انتظار می‌رود با واقعی شدن قیمت مرغ، نرخ هر قطعه جوجه یکروزه به قیمت تمام‌شده تولید و سود منطقی برای تولیدکننده برسد. وی در پایان با انتقاد از انتشار اخبار تایید نشده مبنی بر تصویب قیمت ۹۸۰۰ تومانی مرغ در بازار تصریح کرد: این نرخ قابل قبول نیست چرا که قیمت تمام شده بالاتر از این رقم است، از این رو پیشنهاد بخش صنفی برای قیمت هر کیلو مرغ در بازار ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان است.

ذخایر قطعی طلا در معادن ایران ۲۵۰ تن است



معدن زرشوران بزرگ‌ترین ذخیره طلای کشور در کلاس جهانی است و این معدن در آینده نزدیک به تولید ۳ تن طلا در سال می‌رسد. بعد از معدن زرشوران، معدن سارایگونی در صورت تکمیل اکتشاف، جزو ذخایر بزرگ کشور محسوب می‌شود که این معدن از سال گذشته به تولید سالانه ۳ تن طلا رسیده است .

توسعه معادن بسیار کمتر از ظرفیت‌های معدنی کشور است

رضا رحمانی، وزیر صنعت، معدن و تجارت؛ توسعه معادن را بسیار کمتر از ظرفیت‌های معدنی کشور دانست و گفت: توسعه معادن متناسب با منابع موجود در کشور نیست و لازم است در این زمینه همکاری‌هایی با سازمان‌های دیگر مثل وزارت راه به منظور تسهیل این فرآیند صورت گیرد.

رحمانی، تقویض اختیار به استان‌ها را در بهبود و توسعه معادن کشور موثر برشمرد و افزود: نظارت بر عملکرد استان‌ها لازمه فعالیت در این زمینه است و باید انجام شود.

تسریع در ورود تکنولوژی به بخش معدن

وزیر صنعت، معدن و تجارت همچنین با اشاره به لزوم تسریع در ورود تکنولوژی و فناوری‌های جدید به بخش معدن تصریح کرد: در این زمینه لازم است تسهیلات برای ورود فناوری و تکنولوژی و همچنین نوسازی ماشین‌الات معدنی در نظر گرفته شود از طرف دیگر اگر نیاز به واردات این ماشین‌الات احساس شود این روند نیز تسهیل شود تا بتوان

سهم ۳۰درصدی دلالتان در افزایش قیمت آجیل

خشکبار گران تر نمی‌شود

برشمرد و افزود: پسته، توت، تخمه ژاپنی و انجیر ازجمله اقلام صادراتی هستند و تاجران کشورهای عراق، افغانستان و سایر کشورها این اجناس را از تولیدکنندگان می‌خرند و فروشندگان در پایان این زنجیره قرار می‌گیرند. رئیس اتحادیه فروشندگان آجیل و خشکبار تصریح کرد: با وجود این عوامل قیمت آجیل و خشکبار گران‌تر نمی‌شود.

احمدی آجیل و خشکبار را از جمله جنس‌های بین‌المللی صادراتی دانست و گفت: در سال‌هایی که آب و هوا مناسب است ۲۲۰ هزار تن تولید پسته داریم و تنها ۲۰درصد از این میزان به هنگام مناسبت‌ها و اعیاد مختلف به فروش می‌رسد و ۸۰درصد باقیمانده صادر می‌شود. رئیس اتحادیه فروشندگان آجیل و خشکبار برخی اجناس مانند مغز گردو، تخمه کدو و تخمه آفتابگردان را با کمبود مواجه دانست و افزود: برای جلوگیری از کمبود باید این محصولات را به صورت

گرانی مصرف لبنیات را ۲۰درصد کاهش داد

عضو انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان گفت: خیلی از واحدهای لبنی کشور به دلیل گرانی مواد اولیه از قبیل کمبود شیر خام، گرانی ظروف بسته‌بندی محصولات لبنی و همینطور رشد بالای نرخ ارز و افزایش سایر هزینه‌های سربرار در آستانه تعدیل نیرو یا تعطیلی قرار دارند.

وی همچنین افزود: مصرف مواد لبنی متأثر از افزایش قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید مردم طی ماه گذشته ۲۰درصد کاهش یافته است. بشیری در ادامه ضمن اشاره به اینکه سازمان حمایت به نوعی یکی از معاونت‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت است، اظهار داشت: مسائل و مشکلات کشور خیلی بیشتر از توان این سازمان است. وی یادآور شد: وزارت صنعت، معدن و تجارت برای سالماندھی واحدهای خود در تمامی رسته‌های کالایی و صنعتی زیرساخت‌های لازم را هنوز فراهم نکرده تا بتواند مسائل اقتصادی رسته‌های مختلف را به نحو احسن مدیریت کند.

معدانی که پشتوانه پول ملی کشورند

اخبار

پس از دوبار شکست موفق به کار آفرینی شدم

سید احمد موسوی یکی از بسیجیانی است که پس از دوبار شکست، در بازیافت لوازم یدکی خودرو و تولید قطعات جدید و کارآفرینی موفق ظاهر شد. به گزارش نافع، اقتصاد مقاومتی، خرید کالای داخلی و همت تولیدکننده داخلی را می‌طلبید، در این بین بزرگ‌ترین دغدغه تولیدکننده داخلی داشتن مواد اولیه و بافروش است؛ گاهی کمبود مواد اولیه و ورود بی‌رویه کالای خارجی موجب ضرر رساندن به تولیدکننده داخلی می‌شود، بنابراین تولیدکننده داخلی نیاز به عزمی راسخ و همت و توان بالا دارد. در این بین برخی افراد از جمله بسیجیان نخبه همتی بلند در تولید محصولات داخلی دارند که سید احمد موسوی یکی از بسیجیانی است که در بازیافت لوازم یدکی خودرو و تولید قطعات جدید و کارآفرینی موفق بوده است و به مناسبت هفته بسیج گفت‌وگویی با این کارآفرین بسیجی داشتیم. موسوی با بیان اینکه مدرک تحصیلی دیپلم برق خودرو دارم، اظهار کرد: حدود ۲۰ سال به صورت تجربی فعالیت‌های مرتبط با برق خودرو را انجام می‌دهم و از ابتدای فعالیت در این بخش، دوست داشتم این حرفه را همراه با آموزش و خلاقیت بیشتر طی کنم. وی به روند کاری خود اشاره کرد و گفت: طی سال‌های ۷۷ و ۷۸ خودروهای جدید وارد بازار شد به همین دلیل سعی کردم مهارت‌هایی در زمینه تعمیر و لوازم خودروهای جدید کسب کنم؛ سال ۷۹ مبلغ ۴۰۰ هزار تومان قرض گرفتم و یک مغازه تعمیرات و باتری‌سازی راه‌اندازی کردم. این کارآفرین بسیجی بیان کرد: دوران سربازی هم‌زمان با شروع فعالیتم در مغازه بود و به دلیل اینکه درآمد بسیار اندکی داشتم، نمی‌توانستم از فرد دیگری برای ادامه روند کاری کمک بگیرم، بنابراین سعی داشتم از هر فرصتی هرچند اندک برای ادامه فعالیتم در مغازه استفاده کنم.وی با بیان اینکه در سال ۸۱ توانستم فعالیت‌های خود را در زمینه لوازم یدکی خودرو توسعه بدهم، افزود: چند سال بعد با جمع‌آوری خودروهای فرسوده، سهمیه‌بندی بنزین و ورود اجناس چینی به بازار متأسفانه شکست بزرگی متحمل شدم و مجبور به انجام فعالیت‌های خدماتی در جهاد کشاورزی شدم. موسوی ادامه داد: یکی از دوستانم لوازم یدکی خودرو برای فروش گذاشت و اقدام به خرید لوازم یدکی خودرو کردم و از این طریق سود خوبی نصیب شد. وی با بیان اینکه همه ما ادعا داریم که گوش به فرمان رهبری هستیم اما مهم این است که بتوانیم در عمل ثابت کنیم؛ تصریح کرد: فرمایشات مقام معظم رهبری با توجه به شرایط جامعه و دیدگاه همه‌جانبه ایشان نسبت به امور مهم کشور ارائه می‌شود و باید به دنبال تحقق آن‌ها باشیم.

بازار انحصاری در اختیار خودروسازان

افزایش قیمت خودرو خلاف اصل

مشتری‌مداری است

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس، گفت خودروسازان به دنبال افزایش قیمت خودرو هستند زیرا بازار انحصاری را در اختیار دارند و ممنوعیت واردات خودرو امتیازی است که به خودروسازان داده می‌شود. سیدحمید زریابادی با گفت‌وگو با خبرنگار خبرگزاری خانه ملت، در خصوص نحوه قیمت‌گذاری خودرو، اظهار داشت: تعدادی از نمایندگان عضو کمیسیون با افزایش قیمت خودرو به صورت یک طرفه به این معنا که خودروساز در حال حاضر بدهی دارد و باید با افزایش قیمت‌ها از آنها حمایت شود مخالفت کردند به دلیل اینکه این موضوع خلاف اصل مشتری‌مداری و حمایت از مصرف‌کننده است. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه کیفیت خودروها و مدیریت خودروسازی‌ها تغییر نکرده و به صورت یک‌جانبه بحث افزایش قیمت محصولات مطرح می‌شود، گفت: از این منظر با افزایش قیمت محصولات مخالف هستیم و این موضوع در کمیسیون مورد بحث قرار گرفته اما نهایتاً جمع‌بندی موضوع در دولت انجام شود. نمایندگان دولت موافق افزایش قیمت خودرو هستند

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی به محمدرضا ناجی – زهرا خراسانی
<p>خواهان صندوق کار آفرینی امید دادخواستی به طرفیت خوانده محمدرضا ناجی و زهرا خراسانی به خواسته صدور حکم به محکومیت نامفاتی خوانندگان به پرداخت مبلغ ۰۵۶ -۲۵۸۹۰۰ خسارت فرزندانی و خسارت دادرسی مطرح کرده که به این شعبه ارجاع و به شماره پرونده کلاسه ۰۸۸۲-۰۰۰۸۸۲-۹۶/۹۸۲۴۴۰۰۰۸۸۲ شعبه ۸ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان شهریار ثبت و وقت رسیدگی آن ۱۶/۱۱/۹۷ ساعت ۱۱ تعیین که حسب دستور دادگاه، با تجویز ماده ۳۲ قانون آیین دادرسی مدنی به علت مجهول‌المنان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کنترلاشارت آگهی می‌گردد تا خوانده طرف بکلمه از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه نالی دادخواست و ضمانت را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.</p> <p>نشانی دادگاه حقوقی شعبه ۸ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان شهریار ۶۳۱</p>
فادانامه
<p>پرونده کلاسه ۰۵۹۷-۰۵۶۴۰۰۵۶۴۰۰۰۹۸۰۰۶۰ شعبه ۵ دادگاه عمومی حقوقی گرگان تصمیم‌نهایی شماره ۰۹۰۴-۰۵۶۴۰۰۰۵۶۴۰۰۰۹۸۰۰۰۹۷۰ شماره بایگهی شعبه ۷۹۲-۹۶/۹۶ خواهان آقای هوشنگ سیف علیان فرزند اسفندیار با وکالت آقای مسلم باقری فرزند قدرت که نشانی گرگان عدالت ۳۱ ساختمان کوروش طبقه ۲ واحد ۲ و خوانندگان ۱- خلم گل نسا و بلنگی فرزند حسن به نشانی گرگان کوی گلپا گلبرگ ششم ساختمان ابریشم طبقه ۳ واحد ۳.۸ آقای صاحب گلدسته فرزند محمد به نشانی استان گلستان شهرستان گرگان خیابان جمهوری روبروی جمهوری ۱۳ نمایش گه اتومبیل رولک ۲.حکم کلاهی نقدی پور فرزند حسن با وکالت آقای مسعود کاکاندری فرزند ابوالقاسم به نشانی ملازده نولارسول اکرم روبروی خیابان امام خمینی بن بست چمران ساختمان سینا طبقه دوم دفتر وکالت و آقای محمدرضا گودرزی فرزند احمد به نشانی جنت آباد شمالی نبش بهارستان ۱۱ پلاک ۳۰۰ واحد ۱۰ آقای محمد رضا لقمسی فرزند عباسعلی به نشانی مجهول‌المنان خوانسته ها، ۱۱ اثبات صحت و اصالت صلح نامه ۲۳.آرام به تنظیم سند رسمی ملک ۲.تعیین نلت ما ترک گردش کار، خواهان دادخواستی به طرفیت خوانده ۹۶.تقدیم حکم که پس از ارجاع به این شعبه و ثبت به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی در وقت فوق‌العاده/مقرر دادگاه به تصدی انضا کننده زیر تشکیل شده و با توجه به محتویات پرونده ختم رسیدگی را اعلام و به شرح ذیل و با استناد از خلدوند متعال مبادرت به اثنای رای می‌نمایند</p> <p>توقف دادرسی</p> <p>درخصوص دعوی آقای هوشنگ سیف علیان فرزند اسفندیار با وکالت آقای مسلم باقری به طرفیت خلم گل نسا بلنگی فرزند حسن- کلاهی نقدی پور فرزند حسن و صاحب گلدسته فرزند محمد به خواسته تقاضای صدور حکم مبنی بر ۱. تعیین نلت ماترک مرحوم سید حسن باقری و اخراج و نعلق آن نلت از ششادنگ پلاک نبشی ۲۳۲ فرعی از یک فرعی از ۱۲۹ اصلی بخش ۲ نلت گرگان ۲. اثبات صحت و اصالت صلحنامه مورخه ۰۵۷/۸۳۰ به شرح متن دادخواست ۳.آرام به نلتل سند (درصورت مزاد نلت از پلاک موسوم- انتقال سند مشایع) رقم دادگاه با توجه به محتویات پرونده نظر به اینکه سیدزادگان پرونده به شماره ۷۵۰۰۲۵ شعبه پنجم بازرسی گرگان مطرح رسیدگی دارند لذا تعیین تکلیف آن پرونده در این پرونده موثر است از این رو ماده ۱۹ قانون آیین دادرسی مدنی توقف دادرسی صادر و اعلام میگردد. بدیهی است پس از تعیین تکلیف آن پرونده با تقاضای هر یک از طرفین بدون تشریفات این پرونده قابل رسیدگی است. توقف دادرسی حاضر شده قطعی است.</p> <p>سید علی اسفندیاری- رئیس شعبه پنجم دادگاه عمومی حقوقی گرگان</p>

چرا بنزین به اندازه نفت ارزان نشد؟



کاهش نشان می‌دهد. طبق آمار موسسه نفت استرالیا، میانگین قیمت بنزین در استرالیا از ۱۶۰۵ دلار استرالیا (۱.۱۶ دلار) در هر لیتر در هفته منتهی به ۲۸ اکتبر، به ۱.۳۷۸ دلار در هفته منتهی به ۲۵ نوامبر کاهش پیدا کرده است.

مالیات سوخت استرالیا به میزان مشابه هند است یعنی در قیمت سوخت بدون مالیات کاهش قابل ملاحظه‌ای روی داده است اما همچنان با افت قیمت برنت برابری نمی‌کند.

چین که سیستم کنترل‌شده‌ای برای قیمت خرده‌فروشی سوخت دارد، در مقایسه با هند و استرالیا کاهش قیمتی کمتری داشته است و طبق آمار وب‌سایت گلوبال پترول پرایس، قیمت بنزین در این کشور در هفته منتهی به ۱۹ نوامبر، ۵۵.۴درصد کاهش یافته و به ۷.۷۴ یوان (۱.۱۲ دلار) در هر لیتر بالغ شد.

ممکن است قیمت بنزین در این کشورها در هفته‌های آینده کاهش پیدا کند اما بعید است این کاهش با توجه به افت شدید قیمت نفت، به همان میزانی باشد که مصرف‌کنندگان امیدوار بودند. پالایشگاه‌های آسیایی به سختی از تولید بنزین سودآوری دارند و حاشیه سود تولید یک بشکه بنزین اکتان ۹۲ از نفت برنت در سنگاپور در ۲۳نوامبر به ۳۲ سنت رسید که در مقایسه با ضرر ۱.۱۷ دلار در هر بشکه که هشتم نوامبر به ثبت رسانده بودند بهبود داشت اما همچنان

چرا دلار ارزان شد، ولی خودرو گران؟

تحریم‌ها با خودروهای داخلی چه می‌کنند؟

تحریم خودرو در همان فهرست اولیه تحریم‌های آمریکا در مردادماه نیز قرار گرفته بود. در این شرایط، بیشترین فشار روی خودروهایی آمد که تولید مشترک ایران و کشورهای اروپایی بودند، اما به طور طبیعی

خودروهای خارجی اترپذیری کمتری از این موضوع دارند.

با توجه به درصد داخلی‌سازی خودروها که به آن اشاره شد، تحریم نباید اثر قابل توجهی روی خودروهای داخلی بگذارد. در این شرایط، با توجه به اینکه مسئولان حوزه قطعه‌سازی و نیز واردات قطعه، گفته‌اند که به اندازه کافی دست‌کم برای مقطعی بعد از شروع تحریم‌ها، قطعات موردنیاز را وارد کرده‌اند، نباید انتظار داشته باشیم که تحریم‌ها ناگهان

قیمت خودروهای داخلی را دگرگون کنند. درصد تاثیر آنها با توجه به آمار ذکرشده مشخص و محدود است.

عرضه و تقاضای خودرو کاهش یافته یا افزایش؟

آمارها نشان می‌دهد تولید خودرو در مهرماه سال جاری نسبت به شهریور ۵۰درصدافزایش یافته است. با توجه به افزایش تولید خودرو، به طور طبیعی حتی بدون توجه به قیمت دلار و موضوع تحریم‌ها، قیمت خودرو باید کاهش یابد، اما باز هم این اتفاق رخ نداده. پس علت چیست؟

علت واقعی چیست؟

به گفته کارشناسان و آگاهان بازار، عمده‌ترین دلیل افزایش غیرمنطقی قیمت خودرو در هفته گذشته، بالاتکلیفی خریداران و

با وجود کاهش قیمت دلار، هفته گذشته روند صعودی قیمت خودروهای ساخت داخل ادامه یافت. این در حالی است که در ماه‌های اخیر، با افزایش قیمت دلار، علاوه بر خودروهای وارداتی، خودروهای داخلی هم دچار افزایش بها شدند.

به گزارش انتخاب، این موضوع، این سوال را پیش می‌آورد که چرا با وجود کاهش نرخ ارز، قیمت خودروهای داخلی نه‌تنها کاهش نیافته بلکه بیشتر هم شده است؟ اگر پاسخ اولیه این است که قیمت داخلی‌ها مستقل از قیمت دلار است، پس چرا با افزایش قیمت دلار، قیمت همین خودروهای ساخت داخل افزایش یافته بود؟

دلار چقدر روی قیمت خودروهای داخلی اثرگذار است؟

برای پاسخ دقیق‌تر به این سوال، چند نکته را باید مدنظر قرار دهیم. اول اینکه چند درصد قطعات خودروهای داخلی ساخت داخل است و چند درصد آن وارداتی؟ طبق آمار وزارت صنعت در اواخر سال گذشته، اگرچه هیچ‌یک از محصولات، ۱۰۰درصد ساخت داخل نیستند اما به طور مثال، سمند، پژو ۴۰۵ و پژو پارس تا مرز ۹۳درصد ساخت داخل هستند. این رقم برای پراید که حدود ۲۵درصد بازار به آن تعلق دارد نیز تا مرز ۸۷درصد داخلی است.

به بیان ساده‌تر، قیمت دلار روی قیمت نهایی این خودروها اثرگذار است هرچند اثر آن محدود است؛ تا همین جای کار باید با کاهش نرخ دلار که پس از ۱۳ آبان صورت گرفته، قیمت داخلی‌ها هم کاهش یابد، اما اینچنین نشده و به عکس، روند افزایش قیمت ادامه یافته.

رئیس اتحادیه نمایشگاهداران و فروشندگان خودرو اظهار داشت عدم عرضه خودرو منجر به افزایش قیمت خودروهای داخلی شده و در این شرایط قیمت‌ها سلیقه‌ای تعیین می‌شود.

سید مومنی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، تصریح کرد: طی چند ماه اخیر عرضه کم خودروسازان منجر به افزایش قیمت‌ها شده و این در حالی است که خودروهای عرضه‌شده به صورت کارتکس یا صلح شماره‌گذاری و وارد بازار می‌شود و افراد از این طریق با سود حدود ۷۰درصدی خودروها را به فروش می‌رسانند، در واقع بازار جولانگاه این قشر شده است.

وی در خصوص درخواست خودروسازان برای افزایش قیمت خودرو گفت: می‌بایست کارشناسان میزان ارزیبری خودروها را بررسی و با تحلیل هزینه‌های تولید، درصد افزایش قیمت را تعیین کنند اما مسئله این است که با افزایش قیمت خودرو آیا خودروسازان نیاز بازار را تامین خواهند کرد؟ آیا دوباره شاهد دو نرخی شدن قیمت خودرو نخواهیم بود؟

بسیار کمتر از رکورد ۱۱.۵۵ دلار است که در ۱۵ اوت به ثبت رسیده بود.

با ضعیف شدن حاشیه سود تولید بنزین، پالایشگاه‌ها برای کاهش بیشتر قیمت محدودیت دارند. این کار به نوعی یک تیغ دولبه برای پالایشگاه‌های آسیایی است و آنها می‌توانند قیمت بنزین را کاهش داده و به ضرر تن دهند به امید این که تقاضا رونق پیدا کند و مازاد عرضه بنزین رفع شود.

با توجه به تقاضای بالا برای دیزل و سود پالایشگاهی قوی، تعجبی ندارد که چرا قیمت خرده‌فروشی در هند و استرالیا، منعکس‌کننده افت اخیر قیمت نفت نیست.

با تمرکز بالایی که در بازارهای نفت روی بخش عرضه و تغییر نگرانی‌ها از کمبود به مازاد عرضه وجود ندارد، بخش تقاضای این معادله، نباید نادیده گرفته شود.

براساس گزارش رویترز، شاید بهترین راه برای این که تولیدکنندگان، معامله‌گران و پالایشگاه‌ها مازاد عرضه در بازارهای نفت را حذف کنند، تقویت رشد تقاضا برای رفع مازاد عرضه است.

با این حال، با توجه به افت اندک قیمت خرده‌فروشی بنزین و دیزل در کشورهای بزرگ آسیا، محدود شدن تقاضا در بازار اجتناب‌ناپذیر خواهد ماند.

فروشندگان است. به بیان ساده‌تر، وزارت صنعت به عنوان متولی این بخش، هیچ برنامه مشخصی برای ساماندهی بازار خودرو نداشته و همین بی‌برنامگی دامنگیر این بازار شده است.

به طور مثال، هنوز هیچ قدمی برای تعیین قیمت خودرو برداشته نشده. برخی فروشندگان با تصور احتمال افزایش قیمت، با فروش خودرو خودداری کرده‌اند و از آن سو، خریداران نیز با شیاعت افزایش قیمت، به بازار هجوم آورده‌اند و حتی کاهش قیمتی را که می‌توانست با افزایش عرضه در ماه اخیر رخ دهد، خنثی کرده‌اند.

چندی پیش ساسپا اعلام کرده بود که حدود ۳۰هزار خودرو متعلق به این شرکت به‌دلیل نقص قطعه در کف کارخانه مانده‌اند. به طور طبیعی این موضوع بر بلاتکلیفی بازار خودرو اثرگذار است. اینکه تکلیف این خودروها نیز مشخص نمی‌شود، خود به مدیریت نامشخص وزارت صنعت بازمی‌گردد. مدیریت فاجعه‌بار وزارت صنعت در حوزه خودرو به همین مورد اخیر محدود نیست؛ این موضوع در یک سال اخیر به بارزترین شکل ممکن نمود یافته و باعث شده علاوه بر افتضاحی که در خودروهای وارداتی به وجود آمد، در حوزه خودروهای داخلی نیز شاهد ثبت رکوردهای منفی ویژه‌ای در جمله پراید ۴۰میلیون تومانی باشیم. معلوم نیست با تغییر وزیر چه آینده‌ای در انتظار بازار خودروهای داخلی خواهد بود، اما تاکنون نه‌تنها هیچ نشانه مثبتی دیده نشده، بلکه سسومدیریت و بی‌برنامگی همچنان این بازار را از وضعیت ایده‌آل خود دور نگه داشته است.

سود ۷۰درصدی دلالان از فروش کارتکسی خودرو

قیمت منطقی این محصول ۷۰ میلیون تومان است و بالاتر از آن غیر منطقی است.

رئیس اتحادیه نمایشگاهداران و فروشندگان خودرو اذعان داشت: عدم تعیین قیمت خودرو باعث بلاتکلیفی بازار شده و خریداران و فروشندگان منتظر تعیین قیمت‌ها و تصمیم ستاد تنظیم بازار هستند لذا مشخص شدن قیمت‌ها، بازار را از بلاتکلیفی نجات خواهد داد.

وی گفت: به دلیل کاهش قدرت خرید مردم و کاهش تقاضا، با وجود افزایش قیمت ارز، طی دو ماه گذشته قیمت خودروهای خارجی تغییری نداشته. افرادی که سال گذشته خودروی ستانفاره را با ۲۰۰میلیون تومان خریداری می‌کردند امسال توان خرید این محصول را با قیمت ۵۷۰میلیون تومان ندارند. در شرایط کنونی عدم رونق در بازار منجر به کاهش معاملات شده و باید گفت بازار در حال رکود است و خریداران سعی می‌کنند نیاز خود را با خودروهای کمتر از ۲۰۰ میلیون تومان تامین کنند.



سامانه آنلاین پاب کار، بستری برای کسب در آمد بیشتر

پاب کار، سامانه‌ای است حرفه‌ای در حوزه کسب‌وکار که با ارائه خدمات مناسب به درخواست‌کنندگان هر نوع خدمت مورد انتظار، فضایی را جهت اشتغال‌زایی افراد و سازمان‌های مستعد و توانمند در حوزه مشاغل خانگی و صنعتی ایجاد کرده است. سامانه آنلاین پاب کار، بستری آماده برای افراد و کسب و کارهایی است که به دنبال ارائه خدمات و تخصص خود در بستر آنلاین و در سطح وسیع هستند و می‌خواهند درآمد بیشتری از پتانسیل تخصص و توان خود کسب کنند. محمدرضا نجاتیان پور، قائم‌مقام مدیرعامل در شرکت پاب کار هدف از راه‌اندازی این سامانه را ایجاد ارتباط مؤثر فی ما بین خدمت‌دهندگان و خدمت‌گیرندگان دانست و گفت: این سامانه در قالبی ملی و فراگیر طراحی و ایجاد شده است، در واقع پاب کار ارتباط‌دهنده متخصصان حرفه‌ای به نیازمندان به تخصص و خدمات است.



دریچه



بهترین استراتژی‌های قیمت‌گذاری برای کلمات کلیدی گوگل

مترجم: سالار ساری نوایی

با چگونگی کار با پایه و اساس قیمت‌گذاری توسط افرادی که می‌توان به شخصه دید، به آنها پاسخ و مطابقت‌شان داد، آشنا شوید. بخش ذیل برگرفته از کتاب Bryan Tidd و Perry Marshall، Mike Rhodes به نام راهنمای نهایی برای گوگل ادوردز (Google AdWords) است. این کتاب را همین حالا از Amazon، Barnes & Noble، iTunes و IndieBound تهیه کنید. برای شروع کار با گوگل ادوردز، به چه میزان هزینه نیاز دارید؟ پاسخ‌دهی به این سؤال بسیار مهم است. خوشبختانه ابزار گوگل به شما کمک می‌کند به هنگام راه‌اندازی کمپین یا گروه تبلیغاتی جدید، از نامعلوم‌بودن خروجی آن بکاهید.

با قیمت‌گذاری‌های دستی آغاز کنید

قیمت‌گذاری‌های دستی بهترین راه برای آگاهی از چگونگی عملکرد (یا عمل نکردن) سرمایه شما هستند. ما به شما پیشنهاد نمی‌کنیم هنگام شروع از تنظیمات قیمت‌گذاری اتوماتیک مختلف گوگل استفاده کنید. تا زمانی که حقیقتاً از چگونگی عملکرد قیمت‌گذاری‌های‌تان برای خود آگاه نشدید، به آنها مراجعه نکنید. با موارد اصولی آغاز کنید -ارقامی که می‌توانید به شخصه مشاهده کنید، به آنها پاسخ و مطابقت‌شان دهید. در واقع ماشین گوگل در تعیین اینکه قیمت‌گذاری‌ها باید چگونه باشند عملکرد خوبی ندارد، مگر تا زمانی که مقدار فراوانی از داده در اختیار داشته باشد. شما نیاز دارید حداقل به ۵۰۰ تبدیل در ماه (در سطح کمپین) دست پیدا کنید تا بتوانید از قیمت‌گذاری خودکار استفاده کنید.

در چه مکانی باید قیمت‌گذاری کنید

شبکه نمایشی گوگل (GDN) می‌تواند کمی پیچیده باشد. حال بهتر است بر روی جست‌وجو تمرکز کنیم. جست‌وجو به شما دو گزینه می‌دهد، گزینه اول (و آسان‌تر) این است که قیمت‌گذاری را در سطح گروه تبلیغاتی و گزینه دوم این است که آنها را در سطح کلمه کلیدی انجام دهید. مانند انتقال دستی در مقابل انتقال اتوماتیک، قیمت‌گذاری با کلمه کلیدی کنترل بیشتری در اختیار شما قرار می‌دهد، اما باید نظارت و مدیریت بیشتری انجام دهید.

از چه عاملی به عنوان قیمت‌گذاری آغازین باید استفاده کنید

ما پیشنهاد می‌کنیم برای شروع از ابزار برنامه‌ریزی کلمات کلیدی گوگل استفاده کنید. کلمات کلیدی خود را وارد کنید تا به شما یک قیمت‌گذاری آغازین منطقی پیشنهاد دهد. اگر با پیشنهادات گوگل احساس راحتی نمی‌کنید، با ۱ یا ۲ دلار به ازای هر کلیک آغاز کنید. البته این مورد به بودجه و ریسک‌پذیری شما بستگی خواهد داشت. به هر روی این مرحله تنها یک نقطه آغاز است. در ادامه به مراتب آن را تغییر خواهید داد. سه ستون اضافی داده دیگر نیز وجود دارد که بهتر است در کنار هر کدام از کلمات کلیدی خود اضافه کنید تا به عنوان راهنمایی برای دیده‌شدن تبلیغات‌تان به شکلی مفرود به‌صرفه ۴ه کار روند. این موارد را تحت تب Keywords پیدا خواهید کرد: روی - Co umn Chooser یک کلیک کنید. در بخش Attributes، سه ستون اضافی به نام‌های Estimated First Page Bid (قیمت‌گذاری تخمینی صفحه اول)، Estimated Top Page Bid (قیمت‌گذاری تخمینی صفحه برت) و - Est mated First Position Bid (قیمت‌گذاری تخمینی موقعیت اول) را اضافه کنید. تبلیغ‌کنندگان مختلف، اهداف متفاوتی دارند و به دنبال ارقام متفاوتی هستند. قصد ما در اینجا هدف‌گذاری برای اثرات بیشتر، کلیک‌های بیشتر و حتی نمایش بیشتر ویدئوها نیست. ما علاقه‌مند به تبدیلات و داده‌های تبدیل شما هستیم. تاکنون پیگیری خود را راه‌اندازی کرده‌اید، تبدیلات در حال وقوع هستند و شما در حال کسب داده‌های تبدیل هستید. تحت Shared

کارلوس گوسن اتهامات مربوط به تخلف مالی را نپذیرفت

کارلوس گوسن که هفته گذشته به اتهام تخلف مالی از مقام ریاست هیات مدیره نیشان برکنار شد، اتهامات مطرح‌شده را تکذیب کرد.

کارلوس گوسن، رئیس سابق هیات مدیره شرکت خودروسازی نیشان ژاپن اتهامات مربوط به سوءاستفاده مالی را رد کرد. گوسن که هفته گذشته توسط دادستانی ژاپن دستگیر شده بود، به خبرنگاران گفت که از گزارش نکردن دقیق درآمد و پاداش خود قصدی نداشته است؛ گوسن بدون ارائه جزئیات و مستندات بیش‌تر، ادعاهای مطرح‌شده علیه خود را تکذیب کرد.

گرگ کلی، عضو آمریکایی هیات مدیره نیشان که همراه با کارلوس گوسن دستگیر شد، در دفاع از گوسن گفت:

این موضوع با مقامات مورد بحث قرار گرفت و موارد مبهم آن به‌خوبی برطرف شد. دادستان ژاپن می‌گوید که گوسن و کلی تقریباً نیمی از پاداش ۸۸ میلیون دلاری خود در نیشان را طی سال‌های ۲۰۱۰ تاکنون به دستگاه‌های قانونی دولتی اعلام نکرده‌اند. این شرکت همچنین گوسن را به برخی تخلفات مالی دیگر از جمله خرید مسکن در لبنان و برزیل متهم می‌کند. گوسن و کلی هفته گذشته توسط نیشان از سمت خود در هیات مدیره برکنار شدند. اتحاد رنو-نیشان هم گوسن را از مقام ریاست هیات مدیره عزل کرد و یکی از مدیران اجرایی خود به نام تیری بولور را به‌عنوان مدیر موقت منصوب کرد. تیری بولور تا انتخاب رئیس جدید از اختیارات گوسن برخوردار خواهد بود.

نیشان قصد دارد طی یک یا دو ماه آینده رئیس جدیدی برای هیات مدیره خود معرفی کند؛ جلسه آینده این هیات پیش از پایان سال جاری میلادی برگزار خواهد شد و نیشان امیدوار است که تا آن موقع، رئیس جدیدی انتخاب کند. هنوز شرکت‌های رنو (به تنهایی) و میتسوبیشی که کارلوس گوسن ریاست هیات مدیره آن‌ها را برعهده داشت، تصمیمی برای برکناری یا جانشینی او نگرفته‌اند.

Library (کتابخانه مشترک) در اکانت خود، بخشی به نام Bid Strategies

(استراتژی‌های قیمت‌گذاری) خواهید یافت. در این قسمت قابلیت ایجاد ۶ استراتژی قیمت‌گذاری متفاوت را مشاهده خواهید کرد:

۱- هزینه افزوده به ازای کلیک (ECPC)

می‌توان گفت این مورد یکی از امن‌ترین استراتژی‌های قیمت‌گذاری گوگل و مکانی مناسب برای آغاز است. شما طبق معمول قیمت‌گذاری همیشگی خود را انتخاب می‌کنید و گوگل آن را بسته به محاسباتی براساس اینکه یک کلیک به خصوص منجر به تبدیل می‌شود یا خیر، کاهش یا افزایش می‌دهد.

۲- هزینه مطلوب به ازای اکتساب (CPA)

اگر از پیگیری تبدیل استفاده می‌کنید (که باید بکنید)، می‌توانید از این استراتژی قیمت‌گذاری نیز بهره ببرید. این مورد در گذشته با نام بهینه‌ساز تبدیل گوگل شناخته می‌شد. گوگل توسط آن به حداکثرسازی تعداد تبدیلات شما و پایبندماندن به CPA موردنظرتان می‌پردازد. شما مقدار CPA هدف خود را در سطح کمپین یا گروه تبلیغاتی معین می‌کنید؛ سپس گوگل تصمیم می‌گیرد چه زمانی و به چه کسانی تبلیغات شما را نمایش دهد و چه میزان به ازای هر کلیک مطالبه کند تا به هدف شما برسد. راهنمای حرفه‌ای: از CPA هدف خود برای تطبیق مخارج کلی کمپین‌تان استفاده کنید. اگر می‌خواهید ترافیک ورودی خود را کاهش دهید، بودجه را کم نکنید؛ به جای آن CPA هدف را کاهش دهید. این کار ماشین را مجبور می‌سازد سخت‌تر کار کند تا برای شما فروش‌ها یا لیده‌های ارزان‌تری پیدا کند.

۳- بازده مطلوب برای هزینه تبلیغ (ROAS)

اگر از پیگیری تبدیل استفاده می‌کنید، این مورد یک گزینه دیگر است. در اینجا استراتژی این است که به ROI (بازده سرمایه‌گذاری) مطلوب دست پیدا کنیم. این امر یعنی شما به دنبال ارزش تبدیل هستید و نه تعداد کل تبدیلات.

۴- حداکثرسازی کلیک‌ها

با این روش، گوگل به صورت خودکار قیمت‌گذاری‌های شما را به منظور حداکثرسازی کلیک‌هایی که دریافت می‌کنید مطابقت می‌دهد. شما می‌توانید حداکثر میزان بودجه را معین کنید، اما گوگل آزادانه این اختیار را دارد که قیمت‌گذاری‌های شما را با هر روشی که سیستم آن باور دارد بیشترین کلیک‌ها را به دنبال خواهد داشت، مطابقت دهد. حقیقتاً مسا این مورد را پیشنهاد نمی‌کنیم. اگر حجم ترافیک خالص برای شما مهم‌تر از تبدیلات است، شاید بخواهید این مورد را آزمایش و در غیر این صورت از آن دوری کنید.

۵- موقعیت مطلوب صفحه جست‌وجو

گوگل قیمت‌گذاری شما را بر این اساس که اعلام می‌کنید صرفاً به دنبال قرار گرفتن در صفحه اول نتایج جست‌وجو هستید یا در ابتدای نتایج، مطابقت می‌دهد. در استفاده از این مورد حواس‌تان جمع باشد. قرار گرفتن در بالای صفحه می‌تواند بسیار هزینه‌بر باشد. آگاه باشید که شما به گوگل اجازه می‌دهید پول‌تان را خرج کند.

۶- اشتراک رتبه بالاتر مطلوب

با این روش، شما نام دامنه یک وبسایت را مشخص می‌کنید -به احتمال زیاد یکی از رقبای اصلی خود- و از گوگل می‌خواهید تبلیغات شما را بالاتر از آن رقیب به خصوص نمایش دهد. همچنین می‌توانید درصد زمانی که می‌خواهید در رتبه بالاتری قرار بگیرید را مشخص سازید. به خاطر داشته باشید گوگل تضمین نمی‌کند که همواره در رتبه بالاتری از رقیب خود قرار بگیرید و این امر بستگی به این دارد که رقیب شما تا چه میزان مایل به هزینه‌کردن باشد. این یک استراتژی ریسکی برای مبتدیان است. اگر رقبای شما قیمت‌گذاری بالایی داشته باشند، شاید مجبور شوید بیش از آنچه مدنظرتان است هزینه کنید.

منبع: entrepreneur

IBM و دانشگاه کلمبیا دو شتاب‌دهنده بلاک‌چین راه‌اندازی می‌کنند

آن‌ها متمرکز خواهد بود. دیوید پست، مدیرعامل شتاب‌دهنده بلاک‌چین IBM می‌گوید: به‌نظر می‌رسد امکانات و کاربردهای فناوری بلاک‌چین بی‌پایان است. ما شاهد بودیم که نیروهای مستعد فنی، چگونه برای ساخت برنامه‌های کاربردی پیشرو تلاش می‌کنند

ما معتقدیم که تصویب بلاک‌چین، امری اجتناب‌ناپذیر است، اما دریای تغییرات پیش‌رو، به تخصص و تکنولوژی مناسب نیاز دارد. همکاری IBM و دانشگاه کلمبیا به بنیان‌گذاری که در اوایل یا میانه راه ساخت شبکه‌های سطح سازمانی هستند، کمک می‌کند تا نوآوری‌های بلاک‌چین را روبه‌جلو هدایت کنند.

از طرف دیگر، شتاب‌دهنده بلاک‌چین کلمبیا، ابزارها و تخصص لازم برای راه‌اندازی استارت‌آپ‌های بلاک‌چین را در اختیار ۱۰

شرکتی قرار می‌دهد که در مرحله ایده‌پردازی هستند. تا زمانی که کارآفرینان، ارتباط خود را با دانشگاه کلمبیا یا هر دانشگاه دیگر نیویورک حفظ کنند، همه امکانات را در اختیار خواهند داشت.

بخش تحقیقات و نوآوری دانشگاه کلمبیا با مشارکت مرکز بلاک‌چین شرکت IBM، دو شتاب‌دهنده را با محوریت توسعه کسب‌وکارهای پایدار بخش بلاک‌چین راه‌اندازی می‌کنند.

روز ۱۹ نوامبر ۲۰۱۸، دانشگاه کلمبیا و فروش ارزهای دیجیتال رمز پایه مشغول هستند، به نظر می‌رسد که بیت‌کوین راه خود را در پرداخت‌های پولی و مالیاتی رسمی و دولتی پیدا کرده و قرار است از این پس، افراد واجد شرایط پرداخت مالیات در صورتی که نمی‌خواهند به موجودی حساب‌های بانکی خود دست بزنند، قادر خواهند بود مالیات خود را به صورت بیت‌کوین بپردازند.

بر اساس بیانیه‌ای که توسط اداره خزانه‌داری در ایالت اوهایو منتشر شده است، ۲۳ نوع مالیات مختلف اعم از مالیات فروش، سوخت، سیگار و... در آن درج شده است که صاحبان مشاغل امکان انتخاب پرداخت مالیات پولی و بیت‌کوینی را خواهند داشت.

مالیات جهانی ۱۰ شرکتی را که در مراحل پیشرفته‌تر قرار دارند، تسریع می‌کند و روی ساخت یک شبکه تجاری سازمانی و پایگاه کاربری برای راهکارهای مبتنی بر بلاک‌چین

مالیات خود را با بیت‌کوین بپردازید!

در آمریکا چنین پیشنهادی را مطرح کرد که با استقبال مشاوران اقتصادی و کارشناسان مربوطه مواجه شد.

با توجه به افزایش تعداد کاربران، سرمایه‌گذاران و تاجران در ایالات متحده آمریکا که به استخراج و خرید و فروش ارزهای دیجیتال رمز پایه مشغول هستند، به نظر می‌رسد که بیت‌کوین راه خود را در پرداخت‌های پولی و مالیاتی رسمی و دولتی پیدا کرده و قرار است از این پس، افراد واجد شرایط پرداخت مالیات در صورتی که نمی‌خواهند به موجودی حساب‌های بانکی خود دست بزنند، قادر خواهند بود مالیات خود را به صورت بیت‌کوین بپردازند.

بر اساس بیانیه‌ای که توسط اداره خزانه‌داری در ایالت اوهایو منتشر شده است، ۲۳ نوع مالیات مختلف اعم از مالیات فروش، سوخت، سیگار و... در آن درج شده است که صاحبان مشاغل امکان انتخاب پرداخت مالیات پولی و بیت‌کوینی را خواهند داشت.

ایالت اوهایو در آمریکا از این پس به صاحبان کسب و کار این امکان را می‌دهد تا به وسیله ارز دیجیتال بیت‌کوین مالیات خود را پرداخت کنند.

به گزارش جهان نیوز، با توجه به محبوبیت و استقبال بی‌نظیری از بازار ارزهای دیجیتال رمزنگاری شده همچون بیت‌کوین در جهان، به نظر می‌رسد که بسیاری از شرکت‌های خصوصی و نهادهای دولتی در بسیاری از کشورها قصد دارند مبادلات مالی، تجاری و پولی خود را با توسعه درگاه‌های مربوطه از این طریق صورت دهند.

حالا وال استریت ژورنال در تازه‌ترین گزارش خود اعلام کرده است که بازرگانان و صاحبان مشاغل و کسب و کار ساکن در شهرهای ایالت اوهایو در آمریکا از این پس قادر خواهند بود با ارزهای دیجیتال بیت‌کوین مالیات خود را بپردازند. چندی پیش بود که جاش ماندل، رئیس خزانه‌داری ایالت اوهایو



سومین رویداد کار آفرینی حوزه سلول‌های بنیادی آغاز شد

سومین رویداد استارت‌آپی سلول‌های بنیادی، پزشکی بازساختی، علوم مهندسی و همگرا امروز در پژوهشکده علوم و فناوری انرژی شریف فعالیت خود را آغاز کرد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سروش شکرچیان، دبیر برگزاری سومین رویداد کار آفرینی سلول‌های بنیادی، پزشکی بازساختی، علوم مهندسی و همگرا گفت: ظرفیت برگزاری این رویداد ۱۰۰ نفر است که این ظرفیت تکمیل شده است. این رویداد کار آفرینی با حضور ۶ سخنران، ۹ منتور، ۸ داور به همراه یک پنل سرمایه‌گذاری برگزار می‌شود. وی بیان کرد: با توجه به اینکه رویداد استارت‌آپی با ارائه ایده افراد و حضور سرمایه‌گذاران همراه است، در این رویداد کار آفرینی برای نخستین بار قرارداد NDA در نظر گرفته شده است که میان سرمایه‌گذاران و صاحبان ایده به امضا می‌رسد تا از سرقت ایده جلوگیری شود.



یادداشت

نشانه‌هایی از اشکالات اساسی در قیف فروش کسب‌وکار

نشانی‌ها و اشکالات قیف فروش خود را زودتر شناسایی کنید: از گوگل آنالیتیکس برای پیگیری و رصد پیشرفت قیف فروش خود استفاده کنید

گوگل آنالیتیکس هر کسب‌وکاری را که در مورد قیف فروش خود نیاز دارید در اختیار قرار می‌دهد؛ چه تعدادی از بازدیدکننده‌ها روی صفحه فرود شما کلیک کرده‌اند، بیشترین زمان خود را کجا صرف کرده‌اند، در کدام نقطه از سایت خارج شده‌اند، خرید آنها تا زمان تکمیل شدن چه میزان طول کشیده است و اطلاعاتی ارزشمند از این دست. با تجزیه و تحلیل این داده‌ها، می‌توان دریافت که برای بهبود قیف فروش، باید بیشتر در کجا وقت بگذاریم. این فرآیند نهایتاً به فروش بیشتر منتهی خواهد شد.

تست A/B را اجرا کنید

تست A/B نیز برای مقایسه یک آزمایش در ۲ حالت مختلف A و B به کار می‌رود. به زبان ساده‌تر تست A/B روشی برای ارزیابی ۲ یا چند نسخه متفاوت از یک موضوع محسوب می‌شود. می‌توان به کمک آن دریافت که کدام روش بازاریابی برای مشتری معنادار است و نتیجه بهتری را برای موفقیت کسب‌وکار به همراه خواهد داشت. متأسفانه طبق آمار موسسه اینوسپ، تنها ۴۴ درصد از شرکت‌ها از این ابزار مهم در استراتژی بازاریابی خود استفاده می‌کنند. آشنایی که می‌تواند شدیداً به کسب‌وکار شما آسیب برساند. جزئیات می‌تواند تفاوتی عمده در نگاه مشتریان ایجاد کند. از طریق آزمون A/B می‌توان دریافت که چه عواملی موجب فروش بیشتر شده و کدام عوامل مشتری را رویگردان می‌کند. گاهی مواردی به سادگی ترکیب رنگی و املائی کلمات در وبسایت شما می‌تواند موجب لغزش فروش و کاهش نرخ تبدیل شود، بنابراین ارزشش را دارد که نسخه‌های مختلف راهکار خود را مقایسه و آزمون کنید.

به مشتریان قدیمی توجه نمی‌کنید

درست نیست که تمام وقت و منابع خود را برای جذب مشتری‌های جدید صرف کرده و از مشتریان موجودتان غفلت کنید. طبق آمار Business.com، مشتریان وفادار، حدود ۶۷ درصد بیشتر از مشتریان جدید خرید می‌کنند. مشتریان قدیمی، منبعی بزرگ برای افزایش درآمدهای شرکت محسوب می‌شوند و نمی‌توان به سادگی از کنار این فرصت گذشت. بسیاری از کسب‌وکارها تصور می‌کنند که به محض آنکه مشتری خرید می‌کند، قیف فروش نیز به پایان می‌رسد، اما این دیدگاه هم درست نیست. اگر مشتریان قبلی شما تنها به اندازه نصف مشتریان جدیدتان از شما خرید کنند، ارزشش را دارد که برای آنها وقت صرف کرده و میزان ارتباطات خود با آنها را توسعه دهید. پیگیری مشتریان نیز اهمیت دارد. براساس مطالعه لید ریسپانس منیجمنت، اگر شرکتی بتواند ظرف ۵ دقیقه ابتدایی پس از تماس اولیه مشتری با او ارتباط بگیرد و مورد وی را تمام و کمال پیگیری کند، ۲۱ برابر احتمال بیشتری برای تبدیل او به خریدار وجود دارد، اما اگر از مشتریان قبلی‌تان غافل شوید، درآمد بسیاری را از دست خواهید داد؛ چراکه آنها اصلی‌ترین منبع درآمدزایی کسب‌وکاران هستند. بررسی کنید که مشتری چه فرآیندی را در هنگام خرید طی می‌کند. آیا بلافاصله بعد از اینکه مشتری از شما خرید کرد، پیامی برای او ارسال و بابت پیوستن به گروه خریداران‌تان از او تشکر می‌کنید؟ به این ترتیب مشتری احساس می‌کند برای او ارزش قائل هستید. آیا گهگاهی جویای حال مشتریان می‌شوید و پیشنهادها یا تخفیف‌های جذاب برای او ارسال می‌کنید؟ در دنیای سریع امروز، یک پیام قدردانی به مخاطب یادآوری می‌کند که شما زمانی را صرف کرده و برای وی ارزش قائل شده‌اید. بهینه‌سازی مستمر قیف فروش همان نکته‌ای است که باعث می‌شود فرآیند فروش ادامه‌دار شود و موثر و نتیجه‌بخش باشد. با این کار علاوه بر انتقال درست ارزش محصول، ارتباط دوطرفه شکل می‌گیرد. مو به موی فرآیند فروش خود را بازبینی کنید، به این ترتیب درآمد بیشتری خواهید داشت. به علاوه، می‌توانید مشتریان‌تان را خشنود کنید.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit



مازندران استان پایلوت برای کسب و کار زنبورداری تعیین شد

اولویت‌دار شناسایی شد و استان مازندران به عنوان یکی از استان‌های پایلوت رسته زنبورداری انتخاب شد.

اصغری با تأکید بر ضرورت افزایش بهره‌وری در رسته زنبورداری استان مازندران تصریح کرد: در این تفاهم‌نامه با هدف تغییر الگوی تولید در صنعت زنبورداری از تولید صرفاً عسل به تولید سایر محصولات زنبورعسل با همکاری دستگاه‌های مرتبط برنامه عمل رسته زنبورداری جهت تکمیل زنجیره تولید و عرضه سایر محصولات زنبورعسل آموزش‌های تخصصی ارائه خواهد شد.

دبیر کارگروه تخصصی اشتغال استان مازندران بیان داشت: در رسته زنبورداری آقای دکتر فولادپیان کارگزار جوان و بسیار فعال طرح تکاپو در استان هستند که تاکنون زمینه‌ساز فعالیت‌های بسیار مطلوبی از قبیل برگزاری دوره‌های آموزشی تولید ژله رویال، بره موم، گرده گل و تولید زهر زنبور عسل در استان شده‌اند و این تفاهم‌نامه نیز به پیشنهاد ایشان منعقد شده است.

مدیرکل تعاون مازندران گفت مازندران به عنوان استان پایلوت در راستای توسعه رسته زنبورداری برای کسب و کار تعیین شده است.

به گزارش مهر، کامران اصغری در حاشیه جلسه امضای تفاهم‌نامه رسته زنبورداری طرح تکاپو اظهار داشت: اجرای طرح «توسعه کسب و کار و اشتغال پایدار (تکاپو)» از اواخر سال ۱۳۹۲ با همکاری سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (UNIDO) در دستور کار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و این اداره کل قرار گرفت.

وی افزود: اجرای این طرح به طور کلی در مرحله اول انجام مطالعات و شناسایی بسته‌های اولویت‌دار در سطوح استانی و ملی و مرحله دوم پیاده‌سازی برنامه‌های عملیاتی جهت توسعه رسته کسب و کارهای اولویت‌دار در استان‌های هدف صورت گرفته است.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی مازندران خاطر نشان کرد: براساس مطالعات ملی رسته زنبورداری، به عنوان یکی از رسته‌های



اعلام حمایت وزارت ارشاد از کسب و کارهای فرهنگی و هنری

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی براساس شیوه‌نامه‌ای از حمایت از راهاندازی کسب و کارهای فرهنگی و هنری در شهرهای مختلف حمایت می‌کند. به گزارش مهر به نقل از مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، علی اصغر سیدآبادی مشاور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در امور برنامه‌ریزی با اعلام این خبر افزود: براساس این شیوه‌نامه که به امضای وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسیده است، این وزارتخانه در قالب طرح‌های گذرهای فرهنگ و هنر و طرح تبدیل فضاهای میراثی، اوقافی و دیگر فضاهای قابل تبدیل به فضاهای فرهنگی و هنری از کسانی که می‌خواهند کسب و کارهای فرهنگی و هنری راهاندازی کنند، حمایت می‌کند. سیدآبادی ادامه داد: تقویت ظرفیت‌های مردمی در حوزه فرهنگ و هنر و همچنین افزایش دسترسی مردم به آثار و خدمات فرهنگی و هنری جزو برنامه‌های وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی است و ذیل این دو برنامه کلان، راهاندازی گذرهای فرهنگ و هنر در شهرها، تبدیل فضاهای میراثی، اوقافی و دیگر فضاها به فضاهای فرهنگی، هنری، راهاندازی روز بازارهای فرهنگ و هنر، خرید

فرهنگ و ارشاد اسلامی، علی اصغر سیدآبادی مشاور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در امور برنامه‌ریزی با اعلام این خبر افزود: براساس این شیوه‌نامه که به امضای وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسیده است، این وزارتخانه در قالب طرح‌های گذرهای فرهنگ و هنر و طرح تبدیل فضاهای میراثی، اوقافی و دیگر فضاهای قابل تبدیل به فضاهای فرهنگی و هنری از کسانی که می‌خواهند کسب و کارهای فرهنگی و هنری راهاندازی کنند، حمایت می‌کند. سیدآبادی ادامه داد: تقویت ظرفیت‌های مردمی در حوزه فرهنگ و هنر و همچنین افزایش دسترسی مردم به آثار و خدمات فرهنگی و هنری جزو برنامه‌های وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی است و ذیل این دو برنامه کلان، راهاندازی گذرهای فرهنگ و هنر در شهرها، تبدیل فضاهای میراثی، اوقافی و دیگر فضاها به فضاهای فرهنگی، هنری، راهاندازی روز بازارهای فرهنگ و هنر، خرید

فرهنگ و ارشاد اسلامی، علی اصغر سیدآبادی مشاور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در امور برنامه‌ریزی با اعلام این خبر افزود: براساس این شیوه‌نامه که به امضای وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی رسیده است، این وزارتخانه در قالب طرح‌های گذرهای فرهنگ و هنر و طرح تبدیل فضاهای میراثی، اوقافی و دیگر فضاهای قابل تبدیل به فضاهای فرهنگی و هنری از کسانی که می‌خواهند کسب و کارهای فرهنگی و هنری راهاندازی کنند، حمایت می‌کند. سیدآبادی ادامه داد: تقویت ظرفیت‌های مردمی در حوزه فرهنگ و هنر و همچنین افزایش دسترسی مردم به آثار و خدمات فرهنگی و هنری جزو برنامه‌های وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی است و ذیل این دو برنامه کلان، راهاندازی گذرهای فرهنگ و هنر در شهرها، تبدیل فضاهای میراثی، اوقافی و دیگر فضاها به فضاهای فرهنگی، هنری، راهاندازی روز بازارهای فرهنگ و هنر، خرید

فروش اینترنتی آثار فرهنگی و هنری و دسترسی آنلاین به رویدادها و آثار فرهنگی و هنری در قالب طرح‌های حمایتی امسال و سال آینده اجرا خواهد شد. وی گفت: گذرهای فرهنگ و هنر کار مشترک بین شهرداری‌ها و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. شهرداری‌ها با اختصاص خیابان، میدان یا گذرهای مناسب به این کار و آماده‌سازی آن در این اقدام مشارکت می‌کند و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از طریق صندوق اعتباری هنر با اعطای تسهیلات ارزان قیمت از بخش خصوصی برای راهاندازی کسب و کارهای فرهنگی و هنری حمایت می‌کند. سیدآبادی با تأکید بر این که شیوه‌نامه همچنین فرما در خواست تسهیلات منتشر شده است، افزود: شهرداری‌ها و ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرهای متقاضی می‌توانند با شناسایی، مطالعه و انتخاب فضاهای مناسب درخواست تسهیلات خود را به معاونت توسعه مدیریت و منابع وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارائه دهند تا پس از بازدید از فضاهای انتخاب شده و تأیید آن، امکان پرداخت تسهیلات به کسانی که بخواهند در آنجا کسب و کار فرهنگی و هنری راهاندازی کنند، فراهم شود.



۴ ترند بازاربایی و پیش‌بینی‌ها برای سال ۲۰۱۹

در این مقاله با دنبال کردن ترند بازاربایی ۲۰۱۹، به دنبال پیش‌نهاد بهتری برای کسب و کارها هستیم تا بتوانند طرح بازاربایی خود را با این رویکرد بهتر ببینند. همیشه با سال جدید ما به فکر تغییرات از جمله در برنامه بازاربایی کسب و‌کار خود هستیم.

خیلی از بازاربای‌ها هم به دنبال تغییری با ترک حاشیه امن در کار خود هستند. دلیل این کار می‌تواند تمایل به دست آوردن سود بیشتر و یا گرایش به پیشرفت باشد. در اینجا چهار روش وجود دارند که می‌توانید برای اجرای ایده‌های جدید در بازاربایی خود از آن استفاده کنید. همراه با ترندهای جدید بازاربایی، ۴ پیش‌بینی وجود دارد که بر پایه تحقیقات انجام‌شده در طول سال ۲۰۱۸ مورد اشاره قرار خواهند گرفت. در پایان سال، می‌توانید آن‌ها را مرور کنید و ببینید که چقدر دقیق بوده است.

ترند ۱: اتوماسیون و یادگیری ماشین توسط بازاربای‌ها مورد استقبال قرار خواهد گرفت

یکی از بهترین ترندها در سال ۲۰۱۹، اتوماسیون بازاربایی خواهد بود. با این حال، شما می‌توانید اتوماسیون را به عنوان شاخه‌ای از یادگیری ماشین در نظر بگیرید.

پس به دنبال این مورد باشید:
چطور می‌توانید با استفاده از سیستم‌های خودکار به اهداف بازاربایی خود دست یابید؟

نگران نباشید، هنوز ما با اوج و آینده این ابزار کارآمد فاصله داریم. بنابراین قرار نیست همه سیستم بازاربایی خود را اتوماتیک کنید.

اما حتما می‌توانیم از آن در بخشی از بازاربایی کسب و کار خود استفاده کنیم، مثلا می‌توانید تعدادی از کارها را به گونه‌ای انجام دهید که زمان کمتری از صرف ارتباط مستقیم برند خود با مشتریان احتمالی کنید.

بر طبق گفته **The Smart Insight** ، اتوماسیون بازاربایی بهترین ترند بازاربایی در سال ۲۰۱۹ خواهد بود.

تاکنون هیچ رویکردی در اتوماسیون وجود ندارد که با همه اندازه‌ها و انواع کسب و کارها مطابقت داشته باشد، بنابراین بازاربای‌ها باید برای استفاده از اتوماسیون در کسب‌وکار، اتوماسیون مناسب خود را ایجاد کنند.

خوب است بدانید که یادگیری ماشینی از شاخه هوش مصنوعی برای یادگیری رفتارها و گرایش‌های مشتریان استفاده می‌شود.

این روش می‌تواند به شکل اتوماسیون، کاربردهای زیر را داشته باشد:

- برای ساده کردن روند وفادارسازی مشتریان
- پشتیبانی بهتر مشتریان با استفاده از چت باکس‌ها
- برنامه‌هایی با استفاده از ترکیب چند ویژگی، می‌توانند باعث شوند که :
- سرعت پشتیبانی بالا برود.
- مشتری با یک محصول خاص آشنا شود.

ترند ۲: تمرکز بیشتر بر تبلیغات موبایلی و Omni channel ها توسط بازاربای‌ها خواهد بود

بسیاری از بازاربای‌ها در سال ۲۰۱۹ فراتر از کمپیوترهای رومیزی فکر می‌کنند

تبلیغات موبایلی

آنها دربراره راه‌های بازاربایی انحصاری از طریق موبایل فکر می‌کنند. آنها با استفاده از تجربه موبایلی مشتری، کمپین‌ها و صفحات ورود خاصی ایجاد می‌کنند.

بسیاری از بازاربای‌ها در سال ۲۰۱۹ فراتر از کمپیوترهای رومیزی فکر می‌کنند

تبلیغات موبایلی

آنها دربراره راه‌های بازاربایی انحصاری از طریق موبایل فکر می‌کنند. آنها با استفاده از تجربه موبایلی مشتری، کمپین‌ها و صفحات ورود خاصی ایجاد می‌کنند.

بسیاری از مزایای مهم استفاده از Omni channel کسه به رویکرد تبلیغاتی بسیار نزدیک است :

در کانال‌های مختلفی می‌توان هماهنگ رویکردی مشترک را به صورت

کمپین طراحی کرد.

مانند :

- کمپینی سازماندهی‌شده در فیس‌بوک برای اشتراک‌گذاری صفحه فرودی از وبسایت

قرار دادن لینک صفحه فرود مشخصی از طریق لینک بایو در اینستاگرام

پیش‌بینی می‌شود که در آینده بازاربایی ۲۰۱۹، شاهد باشیم که بسیاری از بازاربای‌ها از این دست رویکردها اتخاذ می‌کنند.

بنابراین هماغطور که گفته شد:

• آنها در برنامه‌های استراتژی خود تنها به یک کانال واحد محدود نمی‌شوند.

• بازاربایان شاهد افزایش تولید لید یا مخاطب از طریق کانال‌های مختلف هستند.

ترند ۳: بازاربایان از ویدئوی زنده در کمپین‌های خود استفاده می‌کنند

درست است که استفاده ویژگی ویدئویی زنده در سال ۲۰۱۸ خیلی باب نبوده است، اما مطمئن باشید در سال ۲۰۱۹ بازاربای‌ها در این کار خلاق‌تر خواهند شد. به لطف شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و فیس‌بوک، دیدن فیلم‌های زنده در حال تبدیل شدن به بخشی از فعالیت‌های متعدد تبلیغاتی است. اگرچه تا به امروز، هنوز هم از استفاده ویدئوی زنده نمی‌توان داده‌های خوب و کاملی به دست آورد، با این حال پیشنهاد می‌کنم از یک صفحه فرود برای نتیجه بهتر استفاده کنید. طبق آخرین بررسی‌ها در شبکه‌های اجتماعی، بازاربای‌ها از ابزارهای موجود در شبکه‌های اجتماعی برای ویدئوی زنده جهت ایجاد تعامل استفاده می‌کنند. همچنین HubSpot

اعلام کرده است که ویدئوی آنلاین در حال تبدیل شدن به یکی از مشهورترین ترندهای بازاربایی است. در سنال ۲۰۱۸ اینستاگرام یک ویژگی ویدئویی جدید را اعلام کرد و بازاربای‌ها اکنون می‌توانند از آن استفاده کنند. خبرخوش این که ویدئوی زنده نه‌تنها توسط شرکت‌های بزرگ با فالوورهای زیاد، بلکه شرکت‌های کوچک نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد.

ترند ۴: برنامه‌های وفاداری مشتری توسط بازاربای‌ها ایجاد می‌شود

همانطور که می‌دانید برای به‌دست آوردن مشتری می‌بایست زمان زیادی صرف کرد. در نتیجه از دیدگاه بازاربای‌ها باید بیشتر بر توسعه برنامه‌های وفاداری مشتری تمرکز کرد. در این روش به جای یک خرید، تمرکز بر ایجاد روش مشترک بودن و دریافت حق اشتراک است. یکی از مزیت‌های این روش، کمک به اطلاع‌رسانی بهتر خدمات و محصولات است. این مدل اشتراکی، برای شرکت‌های نوپا و نیز کسب و کارهای مستقل کاربرد دارد. با این حال فراموش نکنید که: حق اشتراک فقط در صورتی کار می‌کند که مشتری خریدی داشته باشد.

منبع: ibazaryabi

برندسازی شخصی با یک روش طلایی

۶ گام برای تولید پادکست شخصی



کنند قدری شوک وارد شود. برای یک پادکست خوب به تجهیزات صوتی خوب لازم است تا یک کیفیت صوتی حرفه‌ای ایجاد کرد و گوش کردن به آن راحت باشد.

بهترین محتوا در جهان هم شنیده نخواهد شد اگر که ضبط آن بسیار ضعیف باشد، صدای آن بیش از حد بلند باشد، مکث و توقف زیاد داشته باشد و یا یک نویز یکنواخت روی آن باشد. با این حال، لازم نیست که یک هزینه هنگفت تجهیزات پخش پادکست صرف کنید. در اینجا خلاصه‌ای جامع از تجهیزاتی که بدان نیاز دارید ارائه شده‌اند.

برای مثال، اگر برای یک پادکست کوچک‌تر و یا متوسط برنامه‌ریزی کرده‌اید می‌توانید با ضبط صدا روی iPhone خود بسا میکروفون پلاگین یک کیفیت صوتی مطلوب داشته باشید.

نیازها، نتایج مطلوب و بودجه خود را بررسی کنید و براساس آن استودیوی خود را مجزئ کنید.

۳- اسکرپیت بردارید

زمانی که صرفا کار خود را شروع کرده‌اید نخست یک مقدار ریتم پادکست را تمرین کنید. به‌ویژه اگر هیچ‌گاه قبلا یک چنین تجربه‌ای نداشته‌اید کار صحبت کردن با مخاطب، تنظیم سرعت پخش و استفاده از یک سبک ارائه مطلوب ممکن است برای شما چالش‌برانگیز باشد. به این دلیل بهتر است که نخست روی یک اسکرپیت کاملا ابداعی کار کنید. بعدا که در این زمینه اطمینان بیشتری به خود پیدا کردید بدون متن صحبت کردن را تمرین کنید و در پادکست خود یک مقدار آزاد عمل کنید، اما اکنون برای شروع کار با یک نوشته کامل و دقیق شروع کنید که کل پادکست شما از شروع تا پایان را پوشش دهد و شما را در حین کار سردرگم نکند.

در مورد توسعه اسکرپیت خود به‌خاطر داشته باشید که یک پادکست خوب هرچند که یک طرفه است اما با یک گفت‌وگوی بزرگ وجه مشترک بسیار دارد. از داستان‌ها و نمونه‌های شخصی برای برداشت نکات مهم استفاده کنید. اطمینان داشته باشید که این نکات همیشه با نیاز مخاطب شما مرتبط هستند.

شما حتی می‌توانید یک مصاحبه ترتیب دهید و یا با همکار خود یک گفت‌وگوی تازه و جالب ایجاد کنید.

۴- تمرین، تمرین، تمرین – سپس ضبط

اکنون اسکرپیت شما کامل است و آماده ضبط هستید! اما یک مقدار دست ن‌نگه‌دارید و سریع عمل نکنید.

همان‌طور که بدون آمادگی قبلی حادقلی برای یک ارائه یک وینبار زنده شرکت نمی‌کنید پادکست خود را هم نمی‌توانید ضبط کنید مگر اینکه بارها و بارها تمرین کرده باشید. به‌ویژه در اپیزودهای اولیه که از لحاظ مسائل فنی و مسائل ارائه هنوز به فرآیند ضبط آشنایی ندارید هرچه بیشتر تمرین کنید کار شما در زمان ضبط راحت‌تر خواهد بود.

طی اجراهای تمرینی، سبک‌ها و آهنگ‌های مختلف گفتار را تمرین کنید، به‌طور طبیعی اجرا کنید، گویا که با یک دوست صحبت می‌کنید.

هیچ‌کس دوست ندارد یک صدای یکنواخت و خسته‌کننده را بشنود. از طرف دیگر، در اجرا یک سبک بیش از حد یکنواخت نداشته باشید، این سبک ممکن است آزاردهنده باشد و خیلی حرفه‌ای به نظر نرسد.

اگر از یک موسیقی متنی استفاده می‌کنید چند سبک معدود را امتحان کنید و تلاش کنید که آنها را متناسب با حسی که می‌خواهید انتقال دهید انتخاب کنید. از این مهم‌تر اینکه، زمان را مدیریت کنید.

بهتر است زمان بیشتری را به تقویت اعتماد به نفس و دلگرمی خود اختصاص دهید و با این کار از سردرد احتمالی خود در اتاق ضبط جلوگیری کنید.

۵- یک میزبان حجم زیاد را انتخاب کنید

اکنون که فایل‌های صوتی پادکست خود را تهیه کرده‌اید یک سرویس میزبان را انتخاب کنید که پادکست‌های شما را ذخیره‌سازی کرده و آنها را در دنیا پخش کند. سرویس‌های میزبانی پادکست بسیاری -در طیف رایگان تا پولی – وجود دارند که همه قابل دسترس هستند. شما می‌توانید یک فهرست نسبتا جامع از آپشن‌های میزبانی پادکست را در این پست مفید ببینید.

هر سرویس میزبانی مشخصه‌ها و مزایای مختلف دارد و شما باید یک مقدار راجع به آنها تحقیق کنید و متناسب بسا بودجه و کار خود یک سرویس میزبان مناسب پیدا کنید.

به‌خاطر داشته باشید که یک فیدRSS برای پادکست شما بهتر است. یک فید RSS شنوندگان شما را قادر می‌سازد که مشترک دریافت پادکست شما شوند و پس از ارائه فوراً اپیزودهای شما را دریافت کنند. شما ممکن است بخواهید از یک سرویس میزبان استفاده کنید که یک فید RSS پادکست برای شما ایجاد کند؛ اغلب میزبان‌های بهترین پادکست این مشخصه را ارائه می‌دهند.

اگر سرویس میزبان شما این کار را برای شما انجام ندهد شما خود می‌توانید فید RSS پادکست خود را ایجاد کنید.

۶- توسعه را متوقف نکنید

اکنون که شما یک پادکست فعال تولید کرده‌اید باید آن را بی‌وقفه توسعه دهید. اما قبل از این کار بایستی یک عنوان بسیار جذاب برای اثر هنری خود انتخاب کنید که شخصیت و خاص بودن پادکست شما را انعکاس دهد.

پس از این کار ظرفیت، آماده هستید که آن را ارتقا دهید. به روش‌های مختلف می‌توانید این کار را انجام دهید. نخست، لازم است که آن را روی iTunes و Google Play Stote ارتقا دهید. هر پادکست حرفه‌ای به یک وبسایت خاص خود نیاز دارد. این وبسایت صفحه‌ای است که پادکست شما را برای کل جهان ارائه می‌دهد. این وبسایت شامل اپیزودهای پادکست شما، یک وبگاه، اطلاعات بیشتر راجع به شما، بی‌زینس شما، محصولات و خدمات، یک مشخصه کامنت برای شنوندگان شما و بسیاری از مشخصه‌های دیگر است. روش‌های مهم دیگر برای ارتقای پادکست شما رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیسکاواری محتوایی هستند. تولید پادکست کار یک شب نیست. اگر شما در این کار به لحاظ فنی ماهر نباشید ممکن است کیفیت ضبط صدا و میزبان پادکست بیش از حد ضعیف به نظر آیند. با این حال، اگر همین مراحل ساده را طی کنید قطعاً خواهید توانست آنها را مدیریت کنید.

چالش واقعی در تولید پادکست این است که در یک موقعیت مناسب اقدام کنید، روی موضوعی تمرکز کنید که هیچ‌گاه قبلا روی آن کار نشده است و صدایی را ضبط و پخش کنید که شنوندگان با آن ارتباط برقرار کنند و بخواهند بارها و بارها به آنها گوش دهند.

زمانی که در این کار ماهر شدید برای تولید پادکست شخصی خود دیگر مشکلی نخواهید داشت.

منبع: outbrain

ایستگاه بازاریابی

۷ افزونه کروم که هر بازاریاب دیجیتال باید بشناسد

مترجم: مهدی کاظمیون

بازاریابان دیجیتال همواره به دنبال راهایی برای بهینه‌سازی هستند. تنها نرخ تبدیل کاربر به مشتری نیست که برای آنها اهمیت دارد؛ سرعت عمل نیز مهم است! به عنوان مدیر بهینه‌سازی نرخ تبدیل در تیم جذب مشتری آنلاین Outbrain، شغل من درک این مسئله است که چه عاملی نظر افراد را جلب می‌کند و یا به عبارت دقیق‌تر، چه عاملی افراد را ترغیب به کلیک کردن می‌کند. با نگاهی سراسری، این کار ساده به نظر می‌رسد. اگر شخصی به محصول یا خدمات‌تان علاقه‌مند باشد، نهایتاً با شما ارتباط برقرار می‌کند و یا قدم‌های بعدی را در جهت تبدیل‌شدن کامل به یک مشتری جدید برمی‌دارد؛ درست است؟ قضیه به این سادگی‌ها هم نیست. در دنیای واقعی، تبدیل‌ها چالش‌برانگیز هستند. من هر روز را صرف بررسی عمیق‌تر معیارها می‌کنم و در تلاش هستم بفهمم چرا افراد اینگونه در فضای مجازی رفتار می‌کنند. چه عاملی سبب ایجاد نرخ تبدیل بالاتر می‌شود؟ تلنگر یا جلوه دیداری کوچک؟ تناسب یا کارایی؟ یک تیتتر جدید؟...

برای یافتن پاسخ این سوالات، کاری هست که باید آن را به مراتب انجام دهید. آزمایش کردن به دفعات زیاد. برای کمک به شما ۷ افزونه کروم را انتخاب کرده‌ام که خود به صورت روزانه از آنها استفاده می‌کنم و از طریق این افزونه‌ها درک بهتری نسبت به مسیر طی‌شده توسط مشتریان Outbrain در وب‌سایت به دست می‌آورم. امیدوارم این موارد به شما نیز در بهبود کارتان کمک کنند. نگاهی به موارد ذیل بیندازید.

شماره ۱- Loom

امتیاز معرکه‌بودن: ۱۰.۰

در نهایت بخش بزرگی از بازاریابی موفق، شخصی‌سازی محتوای انسانی است. Loom افزونه‌ای فوق‌العاده است که به شما اجازه می‌دهد به راحتی از خود و صفحه نمایش‌تان برای ارائه یک پیام ویدئویی قانع‌کننده تصویر ضبط کنید. من از Loom برای بازاریابی ایمیلی استفاده می‌کنم و شاهد افزایش ۴۰ درصدی در نرخ کلیک بوده‌ام. می‌توانید از آن در امر فروش و آموزش تازه‌واردان نیز بهره ببرید!

شماره ۲- Zest

امتیاز معرکه‌بودن: ۹.۵

پیش از عملی‌ساختن ویژگی یا محصول جدید، انجام تحقیقات امری ضروری است. چه عاملی می‌تواند بهتر از کشف محتوای مرتبط عمل کند؛ به خصوص محتوایی که توسط بازاریابی به بازاریاب دیگر توصیه می‌شود؟ اگر با Zest آشنایی ندارید، قطعاً برای توصیه آن از من تشکر خواهید کرد. به شما هشدار می‌دهم؛ نیاز پیدا خواهید کرد زمانی را که حین ساعات کاری بر روی این افزونه صرف می‌کنید محدود سازید، چرا که واقعاً اعتیادآور است!

شماره ۳- Session Body

امتیاز معرکه‌بودن: ۹.۵

آیا خود را میان چند دوجین زبانه که هم‌زمان در مرورگر‌تان باز هستند می‌یابید؟ آیا گاه حس می‌کنید کمی سردرگم شده‌اید؟ در این صورت شما به این افزونه نیاز دارید. Session body به شما لیستی از تمامی زبانه‌های باز و تیتتر آنها ارائه می‌دهد. دیگر نیازی نیست با عصبانیت بر آیکن سایت‌ها کلیک و سعی کنید وب‌سایتی که چند دقیقه پیش باز کرده‌اید را بیابید. این افزونه در زمان و انرژی شما صرفه‌جویی می‌کند!

شماره ۴- Grammarly

امتیاز معرکه‌بودن: ۹.۰

گگر تست A/B بازاریابی اجزایی شما را بهبود می‌دهد، - Gra marly نیز همین کار را برای مهارت‌های نوشتاری‌تان انجام می‌دهد. انگلیسی زبان مادری من نیست، به همین خاطر گاه کمی (با زیادا) به کمک نیاز دارم. با Grammarly می‌توانم چکیده ایمیل‌های بازاریابی که به خوبی نوشته شده‌اند، مطالبی دیگر را به دست آورم. در خصوص انگلیسی‌زبان‌ها نیز Grammarly نزدیک‌شدن به یک نویسنده بی‌نقص را آسان‌تر می‌سازد. برای دیدن اینکه Grammarly چگونه کار می‌کند، استفاده از این ابزار رایگان بررسی گرامر را بر روی وب‌سایت Grammarly امتحان کنید.

شماره ۵- Datanyze insider

امتیاز معرکه‌بودن: ۹.۰

نقش بهینه‌ساز نرخ تبدیل کاربر به مشتری، تنها بهینه‌سازی نیست(۱). امروزه وظیفه ما کسب مشتریان جدید و تأییدشده بیشتر سست، بنابراین بر روی رشد شرکت کار می‌کنیم. - Datanyze I sider افزونه‌ای عالی برای تحقیق در مورد بازار هدف است. شما می‌توانید به سرعت در مورد شرکت اطلاعات بیشتری مانند اندازه، صنعت، رتبه الکسا، فناوری‌های اینترنتی، فعالیت‌های اجتماعی و دیگر موارد به دست آورید. این ابزار به تیم فروش کمک می‌کند بازار هدف مشتریان خود را بهتر درک کند؛ یعنی اولین گام در برنامه‌های بهینه‌سازی تبدیل.

شماره ۶- Eye Dropper

امتیاز معرکه‌بودن: ۸.۵

EyeDropper یکی از افزونه‌هایی است که مرتب به آن سر می‌زنم و از آن استفاده می‌کنم. هر رنگی که می‌خواهید در اینترنت انتخاب کنید و کد آن را برای استفاده در فوتوشاپ یا Canva به دست آورید. زمانی که نیاز به یک طراحی سریع دارید و یا می‌خواهید رنگی را به طراح خود پیشنهاد دهید، EyeDropper به شما کمک می‌کند.

شماره ۷- Save to Pocket

امتیاز معرکه‌بودن: ۸.۰

محتوای عالی زیاد، اما زمان کم! اگر می‌خواهید موردی را برای بعد ذخیره کنید، این افزونه انتخابی عالی برای شماسست. می‌توانید برای مطالعه در زمانی دیگر، هر صفحه‌ای را در اینترنت و حتی بر روی گوشی یا تبلت خود و بدون اتصال به اینترنت ذخیره کنید. من دو ساعت از روزم را به محتوای «Pocket» شده‌ای اختصاص می‌دهم که واقعاً برایم الهام‌بخش است. تنها مشکل آن؟ ذخیره‌کردن بیش از حد! حال با تمامی این افزونه‌ها آشنا شده‌اید. این هفت افزونه کروم به من کمک می‌کنند شاخص‌های کلیدی عملکرد را در نوردم. افزونه‌های بسیار دیگری نیز وجود دارند، اما اینها مواردی هستند که من به صورت روزانه و جهت افزایش بهره‌وری خود از آنها استفاده می‌کنم.

منبع: outbrain

راهکارهای افزایش مشتری در دنیای تجارت آنلاین



در عین حال هماهنگ با ماهیت کسب‌وکارمان است. به این ترتیب مخاطب به مطالب ما نگاه ویژه‌ای خواهد داشت. در حقیقت اکنون بسیاری از برندها علاوه بر فروش محصولات بدل به یک مرجع معتبر در زمینه مقاله‌های تخصصی حوزه کسب‌وکار شده‌اند. این امر به لطف توجه به بخش تولید محتوای جذاب صورت می‌گیرد.

یکی از ایده‌های جالب برای برندهای تازه‌کار ساخت یک وبلاگ ویژه است. در این وبلاگ ما و سایر نویسندگان امکان تولید محتوای تخصصی‌تر نسبت به سایت‌مان را خواهیم داشت. برای شروع دعوت از برخی نویسندگان به منظور نگارش متن در قالب میهمان ایده مناسبی است. البته پس از توسعه وبلاگ باید به فکر هیات تحریریه منحصر به فرد آن نیز بود. در غیر این صورت وبلاگ‌مان هیچ‌گاه جلوه حرفه‌ای به خود نخواهد گرفت. یکی از نمونه‌های مطلوب در زمینه راهاندازی وبلاگ تخصصی مربوط به برند Hootsuite است. این برند در وبلاگ خود مجموعه‌ای از محتوای تخصصی در زمینه بازاریابی و تبلیغات را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. توجه داشته باشید که زمینه اصلی کسب‌وکار این برند تولید نرم‌افزارهای مدیریت کلان‌داده‌های سایت و اکانت‌های شبکه‌های اجتماعی برای اهداف تجاری است. به این ترتیب تولید محتوای جذاب آنها سرمایه‌گذاری بالایی پیرامون جلب مشتری کرده‌اند.

۳. فالوورها را به دست بیاورید

برخی از برندها پس از راهاندازی اکانت رسمی‌شان در شبکه‌های اجتماعی به سراغ خرید فالوور می‌روند. صرف نظر از فرآیند بیپهوده خرید فالوور، براساس آخرین آپدیت مقررات شبکه‌های اجتماعی چنین کاری خلاف و منجر به اعمال محدودیت یا حذف حساب کاربری‌مان خواهد شد. راهکار جایگزین در این میان تلاش برای کسب فالوورهای واقعی است. به این ترتیب دیگر نگرانی‌های پیرامون حذف اکانت‌مان را نخواهیم داشت.

شاید برای شما عبارت «فالوورهای واقعی» اندکی گمراه‌کننده باشد. در هر صورت آیا همه فالوورها واقعی نیستند؟ متأسفانه پاسخ پرسش شما منفی است. بر این اساس بسیاری از شرکت‌های سودجو به منظور کسب درآمد اقدام به تولید کاربرهای تقلبی و فروش آنها به مشتریان‌شان می‌کنند. اگرچه شبکه‌های اجتماعی طرح‌های زیادی برای مقابله با چنین اقداماتی و حذف اکانت‌های غیررسمی دارند، اما هنوز هم اکانت‌های تقلبی زیادی در سطح شبکه‌های اجتماعی به چشم می‌خورد.

پرسش اصلی در این میان چرایی اهمیت شمار فالوورها برای برندهاست. به هر حال همین عامل باعث اقدام به خرید فالوور از سوی برندهای مختلف می‌شود. این نوع نگاه به فالوور ناشی از الگوی تعریف موفقیت ما در بازاریابی و فروش اینترنتی است. بر این اساس چنین برندهایی موفقیت خود را در نمایش تصویری محبوب و پرمخاطب از کسب‌وکارشان می‌بینند. اگرچه نمایش تصویری قوی از برندها به هیچ‌وجه بد نیست، اما باید مطابق با واقعیت‌ها باشد. در غیر این صورت نتیجه‌ای بهتر از فراموشی از سوی مخاطب دریافت نخواهیم کرد.

تبدیل شدن به برندی محبوب و حرفه‌ای در حوزه کسب‌وکارمان نیازمند تلاش برای تحقق این هدف است. به این ترتیب با تولید محتوای تخصصی، بهبود کیفیت محصولات و نحوه تعامل با مشتریان چنین هدفی جامه عمل به تن خواهد کرد. فالوورهای تقلبی در این فرآیند فقط نوعی شبیه‌سازی را انجام می‌دهند. نکته مهم در اینجا عدم دریافت هرگونه واکنش از سوی فالوورهای تقلبی است. با این حال در زمینه جلب فالوور واقعی داستان متفاوت است. در آنجا کاربران به طور معمول نظرات‌شان را با ما در میان می‌گذارند.

۴. سرمایه‌گذاری بر روی موبایل

پلتفرم آنلاین تجاری در موبایل یکی از زمینه‌های نوظهور و به شدت مهم قلمداد می‌شود. اکنون اغلب مردم برای جست‌وجو در اینترنت از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند. به این ترتیب تا سال ۲۰۲۰ بیش از ۷۰درصد گشت و گذارهای آنلاین از طریق گوشی‌های هوشمند صورت خواهد گرفت. در مورد فروشگاه‌های آنلاین به طور کلی دو راهکار پیش روی است. نخست اینکه سایت اصلی را به گونه‌ای هماهنگ با مرورگرهای موبایلی طراحی کنند. دوم اینکه اپ ویژه‌ای برای فروشگاه‌شان راهاندازی کنند. به این ترتیب مخاطب با مراجعه به اپ ما به راحتی و در قالبی زیبا از مطالب‌مان بهره‌مند خواهد شد.

اگرچه تحمل هزینه‌های ناشی از هماهنگ‌سازی محتوا با پلتفرم موبایل چندان ساده نیست، اما سرمایه‌گذاری مطمئنی برای آینده برندها است. به این ترتیب فرآیند جذب مخاطب برندها هیچ‌گاه روند نزولی به خود نخواهد گرفت.

توجه داشته باشید که توسعه سایت و سازگاری آن برای کاربران گوشی‌های هوشمند به معنای جلب نظر شمار بالاتری از مخاطب‌هاست. به این ترتیب با جلب نظر تعداد بیشتری از مخاطب‌ها میزان فروش‌مان نیز افزایش خواهد یافت. اگر به این نکته مهم توجه داشته باشید، هیچ‌گاه از سرمایه‌گذاری در این بخش امتناع نخواهید کرد. در حقیقت این کار نوعی سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت محسوب می‌شود. به این ترتیب در کوتاه‌ترین زمان ممکن میزان درآمد و سودتا افزایش چشمگیری خواهد یافت.

۵. ارائه محصولات مکمل

اگر شما در حال حاضر مشغول به تولید محصولات و عرضه‌اش در سایت‌تان هستید، به میزان علاقه مشتری‌تان بدان توجه کنید. در صورت علاقه شدید مشتریان به کالایی خاص باید دست به تولید و ارائه محصولات مشابه و مکمل آن نیز زد. به این ترتیب شناسن ما برای فروش بیشتر به مشتریان علاقه‌مند به محصول نخست افزایش چشمگیری خواهد یافت. اگر در زمینه شناسایی محصولات پرطرفدار درست عمل کنیم، یافتن محصولات مکمل و عرضه‌شان در فروشگاه آنلاین‌مان مشکل خاصی را به همراه نخواهد داشت. در هر صورت به عنوان یک فروشگاه آنلاین وظیفه اصلی ما توجه به سلیقه مخاطب‌ها و تلاش برای جلب رضایت هرچه بیشتر آنهاست.

منبع: noobpreneur

به قلم: ایوان ویدجایا مالک سایت noobpreneur.com

ترجمه: علی آل‌علی

براساس آمارهای رسمی اکنون از هر ۱۰ مشتری ۸ نفر خرید خود را به صورت آنلاین انجام می‌دهد. اگر شما به تازگی فروشگاه‌های آنلاین برای برند خود راه‌اندازی کرده‌اید یا قصد فروش محصولات دیگران به صورت آنلاین را دارید، با توجه به چند نکته و توصیه مهم فرصت افزایش سودتان را خواهید داشت.

در این مقاله قصد دارم به بررسی ۵ روش برتر در زمینه افزایش فالوورهای‌مان در زمینه فروش آنلاین بپردازم. بی‌شک استفاده از این توصیه‌ها و روش‌ها ما را در کسب موفقیت باری خواهد کرد.

۱. فرآیند را ساده تعریف کنید

راه‌اندازی یک فروشگاه آنلاین به طور معمول از طریق ایجاد یک سایت رسمی و شروع به کار در شبکه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد. در حقیقت مشتریان در حوزه آنلاین به دنبال کسب اطلاعات ساده و راحت هستند. بنابراین همه اطلاعات جانبی یک محصول باید به راحتی در دسترس مخاطب قرار گیرد. هدف اصلی بسیاری از فروشگاه‌های اینترنتی مانند آمازون نمایش فضایی دوستانه به مشتریان است. به این ترتیب محتوای ما باید چنین احساسی را منعکس کند. یکی از مشکلات اساسی خریدارها به هنگام خرید آنلاین بحث پرداخت هزینه است. به این ترتیب ما باید چند روش مختلف برای پرداخت هزینه خرید آماده کنیم. در این صورت مشتری به هنگام خرید با کمترین دشواری مواجه می‌شود.

اگر شما بیش از یک سایت یا شبکه اجتماعی را برای بازاریابی و فروش محصولات‌تان به کار گرفته‌اید، باید نسبت به تداوم در پیگیری اهداف و ارزش‌های برندها جدی باشید. در تمام سایت‌ها و اکانت‌های رسمی‌تان در شبکه‌های اجتماعی از لوگو برندها استفاده کنید. همچنین به یاد داشته باشید که تصویر لوگوی شما در شبکه‌های اجتماعی مختلف باید یکسان باشد. یکی از اشتباهات رایج در اینجا استفاده از فیلترهای رنگی متفاوت در هر شبکه اجتماعی است. به این ترتیب وجهه حرفه‌ای ما در نزد مخاطب خدشه‌دار خواهد شد. امروزه در دنیای پر از برندهای بزرگ، مشتریان بیشتر به شرکت‌های خودمانی و صمیمی جلب می‌شوند. به همین خاطر تمرکز اصلی ما در اینجا باید بر روی انتشار محتوای دوستانه و تعامل صمیمی با مشتریان‌مان باشد. در این صورت شناسن ما برای افزایش میزان مخاطب و فروش برندها بسیار بالا خواهد رفت.

۲. به بارگذاری محتوا ادامه دهید

درحالی که فروش هدف اصلی شما در دنیای کسب‌وکار محسوب می‌شود، نباید همیشه نسبت به خودمان توجه داشته باشیم. در این صورت برند ما خودخواه جلوه خواهد کرد. بی‌تردید چنین شیوه تعاملی و نمایش هویت برندها شمار بالایی از مشتریان را ناامید خواهد کرد. کلید موفقیت در دنیای آنلاین تولید و بارگذاری محتوای جذاب و

رهبری

قبل از ارتقای کارکنان به پست‌های مدیریتی، به آنها آموزش دهید

کارکنان خوب همیشه مدیران خوبی نمی‌شوند. قبل از ارتقا با استفاده از مربی‌گری به آنها آموزش دهید و از زیردستان آنها بازخورد دریافت کنید.

یک رهبر، پتانسیل افراد را هنگامی که در عرصه تخصص، تسلط خود را به نمایش می‌گذارند، می‌بیند. یک طراح برتر، بهترین استراتژیست، فروشنده با بالاترین عملکرد و ارشدترین مهندس. آنها سال به سال در رشته خود پیشرفت کرده‌اند و اغلب برای مسئولیت بیشتر، دیده شدن و تمرکز بر توسعه حرفه‌ای خود ابراز تمایل می‌کنند.

بنابراین، مدیران با تمام نیت خوب خود، از آنها می‌خواهند (در حالی که در اوج تخصص خود هستند)، به نقش‌هایی که هیچ‌وقت ایفا نکرده‌اند، بدون آموزش و پشتیبانی مورد نیاز، قدم بگذارند. چالش این است که آنها از شکست این کارکنان، شگفت‌زده و غافلگیر می‌شوند.

کارکنان خوب همیشه مدیران خوبی نمی‌شوند

مدیریت افراد، نیازمند بهره‌گیری از مهارت‌های انسان‌محور خود است. ما همه از این مهارت‌ها برخوردار هستیم، اما تشویق به توسعه و پرورش آنها نشده‌ایم، زیرا ما بیشتر زندگی بزرگسالی خود را با تلاش برای بهتر بودن در حرفه انتخابی خود سپری کرده‌ایم.

انتقال به یک نقش مدیریتی معمولاً نقطه‌ی عطفی در زندگی حرفه‌ای هر فرد محسوب می‌شود و نشانه به رسمیت شناختن و دیده شدن پتانسیل رهبری شما توسط شرکت است اما در واقعیت، یک کارمند خوب به طور خودکار به یک رهبر خوب تبدیل نمی‌شود. این تغییر نیازمند یادگیری بسیاری از مهارت‌های جدید، گاهی اوقات از پایه و ابتدا است.

هنگامی که مدیران جدید در حال مبارزه و تقلا هستند، تیم‌شان نیز همین کار را انجام خواهند داد. احتمال از دست دادن کارکنان تحت نظر چنین مدیری زیاد است و هر چیزی در رابطه با جایگزینی کارکنان، هزینه‌بر است. آمار مربوط به هزینه جایگزینی و استخدام فرد جدید از ده‌ها هزار دلار تا ۱.۵ تا دو برابر حقوق سالانه کارکنان را شامل می‌شود.

اما آماری که بیشترین اهمیت را دارد، به‌طور گسترده یا به‌راحتی اندازه‌گیری نمی‌شود؛ مانند پیامدهای ناخواسته سلب کردن اعتماد به نفس یک مدیر جدید. این شخص از یک خبره با عملکرد بالا در حرفه تخصصی خود به یک رهبر مردد و شکست‌خورده تبدیل شده است و این اثر عمیقاً احساس می‌شود. در نهایت، خلاص شدن از آن، هم برای فرد و هم برای سازمان سخت است.

اگر آنها بتوانند وضعیت را بهبود بخشیده و در سازمان ماندگار شوند، اغلب سال‌ها طول می‌کشد تا اعتبار آنها دوباره بازیابی شود. اگر هم آنها خودشان سازمان را ترک کنند یا به علت عملکرد نامناسب مجبور به ترک سازمان شوند، احتمالاً عادات بد مشابهی را در یک سازمان دیگر ایجاد کرده و همچنان به شکست می‌رسند. برای جلوگیری از این سناریو، باید مدیران جدید را برای موفق شدن در این مسیر آماده کنید.

قبل از ارتقا، آموزش دهید

بسیاری از شرکت‌ها، پرسنل خود را پس از انتصاب به عنوان مدیر، تحت آموزش قرار می‌دهند، که خیلی دیر است. آنها قبل از اینکه به پست سرپرستی قدم بگذارند، نیاز به دوره کارآموزی دارند تا مهارت‌های رهبری مورد نیاز را یاد بگیرند.

یک برنامه ارتباطی با شغل مدیریتی مورد نظر ایجاد کنید (برنامه‌ای که مهارت‌های رهبری را بدون وعده ارتقا آموزش دهد).

این نوع سناریو، به رهبران بالقوه فرصت تمرین نقش خود را پیش از تعهد به گرفتن آن پست می‌دهد و فرصت‌های یادگیری ارزشمندی را حتی اگر به پست مدیریتی ارتقا نیابند، فراهم می‌آورد.

از یک مربی استفاده کنید

بیشتر اوقات ما فقط زمانی در مربیگری فردی سرمایه‌گذاری می‌کنیم که مدیر با مشکل واقعی روبه‌رو می‌شود، اما اگر واقعا می‌خواهید یک مدیر جدید شکوفا شده و رشد کند، باید سرمایه‌گذاری مربی‌گری را پیش از آن انجام دهید. به این ترتیب، آنها فضای لازم برای چالش و تلاش را خواهند داشت و در وضعیت بهتری برای ایفای نقش جدید با عزت و اعتماد به نفس کافی خواهند بود.

یک برنامه مربی‌گری ایجاد کنید که در آن رهبران ارشدتر نقش مربی را برای مدیر تازه ترفیح‌گرفته بازی می‌کنند. این کار، رشد مداوم را برای رهبران با تجربه فراهم می‌کند و به آنها درک عمیقی از آنچه مدیران جدید با آن در سازمان شما دست و پنجه نرم می‌کنند، می‌دهد.

از تیم‌های آنها بازخورد دریافت کنید

همچنین باید از تمریختمی سرمایه‌گذاری در رهبران جدید مطمئن شوید. فرصت‌های بازخورد از بخش‌های مختلف سازمان را فراهم کنید. این کار نه‌تنها نشان‌دهنده رشد و توسعه مدیر جدید است، بلکه به شما نیز می‌گوید که چه مربی‌گری و آموزش‌های اضافی برای آنها مفید خواهد بود.

گرفتن بازخورد از طریق ارزیابی‌های استاندارد ۱۸۰ یا ۳۶۰ درجه، مستقل از بررسی عملکرد سالیانه، یک راه برای دادن بازخورد‌های ارزشمند به مدیر جدید است (بدون احساس تاثیرات منفی بر ارزیابی‌های رسمی). القای تفکر ذهنی رشد به صورت وسیع، فرآیندی زمان‌بر است و فرصتی برای گفت‌وگوهای هدفمند در جهت افزایش مهارت‌های رهبری آنها فراهم می‌آورد. ایجاد فرهنگ بازخورد در اوایل پست مدیریت، آنها را برای درخواست بازخورد و ارزش قائل شدن برای آن و واکنش نسبت به آن، در طول زندگی حرفه‌ای آنها، آماده می‌کند.

سرمایه‌گذاری در رشد کارکنان، مشارکت آنها را عمیق‌تر می‌کند. هرگونه سرمایه‌گذاری در مدیران به نوعی سرمایه‌گذاری در تیم‌های آنها هم محسوب می‌شود. بنابراین آموزش‌های شایسته آنها و مربی‌گری که به آنها کمک کند را همراه بازخورد‌هایی از سوی تیم‌های‌شان که آنها را موفق و قوی نگه دارد، فراهم کنید. در نهایت شما هم از انجام این اقدامات راضی و خشنود خواهید شد.

منبع:FASTCOMPANY/zoomit



۱ – هنگامی که برای رفتار پرخاشگرانه به عنوان پاسخ به ناکامی انتظار تنبیه برود از بروز آن جلوگیری به عمل می‌آید.

۲ – هرچه مقدار تنبیه مورد انتظار بیشتر باشد، بیشتر از بروز رفتار خصمانه جلوگیری می‌شود.

۳ – افراد بلندپایه معمولاً کمتر آماج پرخاشگری قرار می‌گیرند تا افراد دون‌پایه.

۴ – گروه‌ها و افرادی که معمولاً به عنوان سپرهای بلا انتخاب شده‌اند و آماج رفتار پرخاشگرانه قرار می‌گیرند اغلب افرادی ضعیف‌ترند و قدرت مقابله (اقتصادی، روانشناختی، اجتماعی) ندارند. این امر به احتمال زیاد پرخاشگری را موفقیت‌آمیز می‌گرداند.

۵ – وقوع انقلاب در نتیجه ناکامی پس از یک دوره بالا رفتن انتظارات محتمل‌تر است (داوینز، ۱۹۶۲). یک توضیح برای این نکته که توسط والاس (۱۹۷۱) خاطر‌نشان شده است و هماهنگ با نکته کلی ماست، این است که در اقلای دوره‌های بالا‌رفتن انتظارات مهارهای شدید بر مردم به تدریج کاهش می‌یابند، اعتراضات به گونه‌ای فزاینده تحمل می‌گردند و ممنوعیت‌های مردمان ستم‌دیده برای دست زدن به اعتراض خشونت‌آمیز به تدریج کمتر می‌شوند. در این مفهوم، این انتظار که پرخاشگری به حصول ارزش بیشتری منجر خواهد شد، افزایش می‌یابد. بدین سان، به احتمال زیاد به هنگام وقوع ناکامی پرخاشگری مبادرت خواهد شد. با این حال کاربرد فرضیه ناکامی –پرخاشگری برای رفتار سازمانی چگونه است؟ این یافته‌ها هر یک از پیامدهای زیر را پیشنهاد می‌کنند:

۱ – پرخاشگری به احتمال زیاد یک ویژگی خاص سازمان‌های بزرگ است تا سازمان‌های کوچک زیرا (الف) نظارت موثر برای مهار پرخاشگری در پاسخ به ناکامی برای سازمان‌های بزرگ دشوارتر است و (ب) پیچیدگی نظام‌های بزرگ امکان بیشتری را برای وقوع ناکامی فراهم می‌آورد.

۲ – پرخاشگری در سازمان‌های سلسله‌مراتبی محتمل‌تر است چه افراد در رده‌های بالای سلسله مراتب تمایل دارند علیه افرادی که در آن نظام پایگاه پایین‌تری دارند دست به پرخاشگری بزنند تا سمت‌ها را ثابت نگهدارند و بدان سبب که افراد پایین‌تر در آن نظام ضعیف‌تر از آنند که بتوانند دست به عمل متقابل بزنند.

۳ – اگر خواهان موفقیتیم ممکن است ناچار بشویم با قدری پرخاشگری کنار بیاییم چه موفقیت قدری پرخاشگری پدید می‌آورد. ضمناً شایان توجه است که کلمن (۱۹۷۳) اهمیت مهار سلسله مراتبی، عادی‌سازی و تحقیر افراد را در ایجاد پرخاشگری شدید علیه دیگران نشان داده است. این یافته با یافته‌های عمومی در شماره‌های ۴، ۵، نیز با الگوی نظری عمومی که قبلاً در این یادداشت پیشنهاد شد هماهنگی دارد.

ادامه دارد...

فرآیندهای انگیزشی سازمان: پرخاشگری، قدرت و مخاطره‌پذیری(۱)

پر خاشگری همواره نتیجه ناکامی است

سه پیش‌بینی منجر می‌شود. نخستین پیش‌بینی این است که هرچه ناکامی شدیدتر باشد، پرخاشگری بیشتر است. ثانیاً، هرچه انگیزه رفتار ناکام شده قوی‌تر باشد، ناکامی بیشتر است و فشار برای پرخاشگری نیز بیشتر خواهد بود. ثانیاً، هرچه تعداد ناکامی‌ها بیشتر باشد، پاسخ پرخاشگرانه شدیدتر خواهد بود. بر کوویتز با بازنگری مطالب پژوهشی، به این نتیجه‌گیری رسید که دو فرضیه اول تایید می‌شوند، لیکن فرضیه سوم تایید نمی‌گردد. داده‌های مربوط به فرضیه سوم حاکی از یک رابطه منحنی هستند، بدین معنا که پرخاشگری به عنوان پاسخی به ناکامی تا یک نقطه با شمار ناکامی‌ها افزایش می‌یابد و آنگاه رو به کاهش می‌گذارد، آن‌گونه که در شکل (۱-الف) نشان می‌دهد. چرا یک چنین رابطه‌ای حاصل می‌شود؟ چنین به نظر می‌رسد که انتظارات، پاسخ عمده این پرسش باشند، بدین معنا که به تدریج که بر شماره ناکامی‌ها افزوده می‌شود، شخص وقوع آنها را انتظار دارد. بنابر این، هنگامی که یک ناکامی کرارا روی می‌دهد، واکنش نسبت به آن کمتر منفی می‌شود.

رابطه میان احتمال پاسخ پرخاشگرانه و شمار ناکامی‌های پیشین به طور کلی، ناکامی‌های مورد انتظار واکنش‌های هیجانی خفیف‌تری ایجاد می‌کنند تا ناکامی‌های غیرمنتظره. دو دلیل برای این موضوع پیشنهاد شده است (۱) فرد ممکن است در نتیجه انتظار مداخله در فعالیت خود اعمال یا حتی اهداف خود را تغییر دهد، به طوری که واقعا ناکامی کمتری را تجربه کند، (۲) ناکامی‌های مورد انتظار ممکن است ملایم‌تر قضاوت شوند (برکوویتز، ۱۹۶۲). دلایل این موضوع که ناکامی‌های مورد انتظار به اندازه ناکامی‌های غیرمنتظره منجر به پرخاشگری نمی‌شوند خواه اینها باشند و خواه نباشند، رفتار پرخاشگرانه آن فرآیند خود به خودی نیست که از نظریه اصلی ناکامی – پرخاشگری استنباط می‌شود. بلکه، انتظارات، شناخت‌ها و تاریخچه پیشین فرد هم در اینکه پرخاشگری به عنوان پاسخی به ناکامی روی می‌دهد یا رفتاری دیگر، مؤثرند. چنین می‌نماید که با یک گام دیگر می‌توان معاصر نظریه ناکامی –پرخاشگری را به عنوان گونه‌ای دیگر از چارچوب انتظار ارزش تلقی کرد. این گام باید نشان دهد که احتمال وقوع رفتار پرخاشگرانه به عنوان تابعی از این انتظار که ارزش‌ها می‌تواند حاصل شوند و از بازده‌های منفی می‌توان اجتناب کرد، افزایش یابد. به راستی همچنین شواهدی وجود داد. هر یک از بیانات موضوعات زیر مبتنی بر یافته‌های پژوهشی است و هنگامی که در جای مناسب خود به آنها توجه شود، همگی نمایانگر این نتیجه‌گیری هستند که پرخاشگری علیه دیگران می‌تواند رفتاری تلقی شود که در نتیجه قرار گرفتن در حالتی که در آن وقت هیچ‌گونه سودی حاصل نمی‌شود(یعنی، ناکام شدن) و (۲) این انتظار که با چنین کاری به کسب بازده‌های مطلوب نائل می‌آییم، روی می‌دهد. شواهد پژوهشی برای چنین تلقیقی به شرح زیر است:

حامد‌هدائی

روانکاو فروش ایران

انجام وظیفه تنها فرآیند انگیزشی مورد علاقه در فهم رفتار سازمانی نیست. مطالبی مانند پرخاشگری، خلاقیت و پذیراشدن تغییر و دگرگونی نیز مورد علاقه‌اند. بنابرین در این سلسله مقاله پیش رو به بررسی (۱) انگیزش پرخاشگری، (۲) انگیزش قدرت به ویژه از دیدگاهی که ماهیت و نوع رهبری را تحت تاثیر قرار می‌دهد و (۳) انگیزش مخاطره‌پذیری خواهیم پرداخت.

روش کار در سلسله یادداشت حاضر این خواهد بود که نخست فرضیه ناکامی – پرخاشگری را که از لحاظ تاریخی مشهورترین نظریه در این زمینه است همراه با پیامدهای آن برای دنیای کار مسورد بحث قرار دهیم. سپس به شیوه‌های دیگر پرخاشگری می‌پردازیم و این موضوع را نیز مورد بحث قرار خواهیم داد که چگونه این شیوه‌ها ممکن است فهمی از رفتار کار و کنش سازمانی برای ما فراهم سازند.

فرضیه ناکامی –پرخاشگری

در سال ۱۹۳۹ کتاب «ناکامی و پرخاشگری» (دالرد، دوب، میلر، مورر، سیزرز) دیدگاه زیر را مطرح کرد: «پرخاشگری همواره نتیجه ناکامی است»، و «وقوع رفتار پرخاشگرانه همیشه دال بر وجود پیشینی ناکامی است و برعکس، وجود ناکامی همواره منجر به گونه‌ای پرخاشگری می‌گردد.» کوتاه سخن، یک رابطه یک به یک میان پرخاشگری و ناکامی فرض شده بود. ناکامی حالتی تعریف شده است که در اثر بازداری یک پاسخ معطوف به هدف به وجود می‌آید. بنابر این فرضیه، هرگاه عملی پرخاشگرانه روی دهد، این عمل همواره ناشی از نوعی ناکامی یا بازداری پاسخ معطوف به هدف است که بر موجود زنده تحمیل شده است. برعکس، هر گاه موجود زنده از گونه‌ای ناکامی و سرخوردگی رنج ببرد، به پرخاشگری متوسل می‌شود (کافمن، ۱۹۷۰) علی‌رغم ظرافت و وضوح پیشنهادهای اولیه ناکامی –پرخاشگری، در سال‌های بعد برای این روابط پیش‌بینی‌شده خود به خوی پشتوانه و تایید اندکی به دست آمده است. نخستین تجدیدنظر هنگامی به عمل آمد که یکی از مولفان این فرض را بهتر تشخیص داد که ناکامی تنها منجر به برانگیختن پرخاشگری می‌گردد(میلر، ۱۹۴۱) و احتمال اینکه پرخاشگری واقعا رخ بدهد تابعی از متغیرهای دیگر به غیر از ناکامی است. با گذشت سالیان، دیگر نقاط ضعف فرضیه ناکامی –پرخاشگری نیز نمایان شد. مثلاً، این نکته خاطر‌نشان شد که اغلب در پاسخ‌های معطوف به هدف مداخله به عمل می‌آید بی آنکه هیچ‌گونه پرخاشگری روی دهد. همچنین، در واکنش به ناکامی‌های نسبتاً جزئی اغلب پرخاشگری زیادی رخ می‌دهد. در نتیجه این نقاط ضعف تا یک صورتبندی تازه پیشنهاد کند، که اینک به بررسی آن می‌پردازیم. بنا به نظر بر کوویتز فرضیه اصلی ناکامی – پرخاشگری به

آگهی تغییرات شرکت مشاور سرمایه گذاری ارزش پرداز آریان سهامی خاص به شماره ثبت ۳۹۷۹۳۳ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۴۸۱۸۲۲

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۷/۰۴/۲۵ و مجوز شماره ۱۲۲،۳۹۸۲۹ مورخه ۹۷/۷/۱۲ سازمان بورس و اوراق بهادار تصمیمات ذیل اتخاذ شد: اشخاص ذیل برای مدت دو سال به عنوان اعضاء هیئت مدیره شرکت منصوب گردیدند. - شرکت سرمایه گذاری پارس آریان شناسه ملی ۱۰۱۰۲۳۴۷۳۲۱ و جناب آقای احمد پویان فر به شماره ملی ۲۹۳۹۷۸۸۶۰۱ و گروه ارزش آفرینان پاسارگاد شناسه ملی ۱۰۱۰۳۸۱۰۹۴۱ و آقای هادی جمالیان به شماره ملی ۴۴۸۹۷۴۶۸۹۱ و شرکت سرمایه گذاری پارس حافظ شناسه ملی ۱۰۱۰۲۹۶۰۴۰۰

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران (۲۹۸۱۲۸)

آگهی اخطار ماده ۱۰۱ آیین نامه اجرای اسناد رسمی

بدینوسیله به شرکت صنعتی تجاری نسیم جزیره به نشانی تهران خیابان خیام کوی مهدویان احدی پلاک ۱۲۰ طبقه همکف بدهکار پرونده اجرایی کلاسه ۱۷۸۰۳-۳/ش-۱۴۲ و ۸۸۰۰۱۴۲ ابلاغ می گردد ملک مورد وثیقه پرونده اجرایی مذکور به پلاک ثبتی شماره ۳۵۲۶/۲۴۴۱ واقع در بخش ۳ تهران متعلق به حسن کیا کاطمی به مبلغ ۶،۳۰۰،۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده که نظریه کارشناس مذکور در آدرس مندرج در متن سند رهنی به نشانی فوق الذکر جهت ابلاغ ارسال که طبق گزارش واحد ابلاغ ثبت اسناد (منطقه ۱۶ پستی) آدرس مذکور مورد شناسایی واقع نگردیده لذا مراتب به شرح فوق به شما ابلاغ می گردد چنانچه به مبلغ ارزیابی پلاک مذکور معترض می باشید می توانید اعتراض کتبی خود را ظرف مدت ۵ روز از تاریخ انتشار این آگهی ضمیمه فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدینظر به مبلغ ۱۱،۲۷۸،۰۰۰ ریال واریز به حساب سیبا ۱۰۳۱۳۴۸۰۰۰۱ نزد بانک ملی به نام کنون کارشناس رسمی دادگستری به دفتر این اداره واقع در تهران میدان ونک چهارراه جهان کودک پلاک ۳۴ ساختمان معاونت اجرای اسناد رسمی استان تهران طبقه دوم تسلیم و ضمنا به اعتراضی که خارج از موعد و یا فاقد فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدینظر باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.

م.الف ۱۸۲۱۱ رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - نقیبه

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به آقای علیرضا گلشنی و خانم ملودی گلشنی و خانم پروانه فهیمی و خانم لادن گلشنی به نشانی: تهران خیابان پاسداران گمنام تقاطع واضحی فر کدپستی ۱۷۶۷۳۸۶۵۱ ابلاغ می شود که بانک انصار جهت تخلیه شش دانگ پلاک ثبتی ۳۸۴۴ اصلی ۲۵ فرعی بخش ۷ تهران به موجب سند شماره ۹۳۲-۶۰۹۳۲/۱۲/۹۶ تنظیمی دفترخانه شماره ۱۳۳ تهران علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرایی به کلاسه ۹۷۰۰۰۶۹ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۹۷/۱۲/۲۲ مأمور مربوطه آدرس شما به شرح متن سند فوق شناخته نشده و آدرس فعلی شما نیز برای این اجرا مشخص نمی باشد لذا به تقاضای وارده شماره ۳۰۲۶-۹۷/۲/۳۱-۳ وکیل بستانکار و طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرا مفاد اجرائیه یک مرتبه در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به تخلیه ملک مورد معامله اقدامی ننمایید برای مقررات اقدام خواهد شد.

م.الف ۱۸۲۳۶ رئیس اداره اول اجرای اسناد رسمی - احمدیان

آگهی ابلاغ اجرائیه کلاسه ۹۷۰۲۲۵۶

بدینوسیله به آقای رضا لطفی میلاد جردی فرزند دخیل به شماره شناسنامه ۱۸۰۴ صادره از تهران به نشانی تهران خیابان رودکی چهارراه هاشمی ک تقی زاده پ ۲ ابلاغ می گردد که خانم مهتری بهمین پور به استناد سند نکاحیه ۴۷۱۲-۱۳۷۷/۱۲/۰۸ دفتر ازدواج ۲۹ شهرری جهت وصول تعداد یکصد سکه طلای بهار آزادی مهریه خود علیه شما مبادرت به صدور اجرائیه نموده پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و به کلاسه ۹۷۰۲۲۵۶ در این اجرا مطرح می باشد لذا طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرایی مفاد اسناد رسمی به شما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است ظرف مدت ده روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و در غیر این صورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرایی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد.

م.الف ۱۸۲۱۴ رئیس اداره پنجم اجرای اسناد رسمی تهران - علینژاد

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۱۰۰۲ مورخ ۹۷/۶/۱۲ و رای اصلاحی به شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۱۱۸۸ مورخ ۹۷/۸/۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محمدتقی فلاحی فرزند شیرعلی به شماره شناسنامه ۱۴۲ صادره از جاپلق در سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۰۳/۲۰ متر مربع در قسمتی از عرصه پلاک ۱۴۳۲ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی خانم شهربانو کبیر مکمل محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م.الف ۱۸۲۱۶ غلامرضا غضنفری - رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۹/۱۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۹/۲۱

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۱۰۰۱ مورخ ۹۷/۶/۱۲ و رای اصلاحی به شماره ۹۷/۸/۲ مورخ ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۱۱۸۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای مسعود فلاحی فرزند محمدتقی به شماره شناسنامه ۱۳۷۴ صادره از تهران در سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۰۳/۲۰ متر مربع در قسمتی از عرصه پلاک ۱۴۳۲ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی خانم شهربانو کبیر مکمل محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م.الف ۱۸۲۱۷ غلامرضا غضنفری - رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۹/۱۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۹/۲۱

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۱۲۲۸ مورخ ۹۷/۸/۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای ابراهیم شریفی علیانی فرزند اسماعیل بشماره شناسنامه ۱۰ صادره از ضیاء آباد در شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۳۹/۵۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۲۴۳۱ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی خانم مریم رفعت محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م.الف ۱۷۶۷۴ رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۹/۱۶

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۱۲۲۹ مورخ ۹۷/۸/۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای علی افشار فرزند حسینعلی بشماره شناسنامه ۴۴۸۸۸ صادره از تهران در شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۵۶/۳۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۲۴۳۱ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی خانم مریم رفعت محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م.الف ۱۷۶۷۳ رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۹/۱۶

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۱۲۵۸ مورخ ۹۷/۸/۱۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای اصلاان عبادی فرزند ساری بشماره شناسنامه ۲۷۲ صادره از هشتگرد در شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۲۰/۷۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۵۲۹۳ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲۸۴۸ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای جلال باقر ویردی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م.الف ۱۷۶۷۰ رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۹/۱۶

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۱۲۵۷ مورخ ۹۷/۸/۱۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای نادر غلامی فرزند موسی قلی بشماره شناسنامه ۲۸۸ صادره از چارابوماق در شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۲۹/۳۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۵۲۹۳ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲۸۴۸ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای جلال باقر ویردی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م.الف ۱۷۶۶۹ رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۹/۱۶

بر اساس ارزیابی ستاد اقامه نماز استان قم صورت گرفت:

«تقدیر ویژه» از شرکت توزیع برق استان در راستای توسعه فرهنگ اقامه نماز

قم- خبرنگار فرصت امروز- شرکت توزیع برق استان قم در ارزیابی های ستاد اقامه نماز استان در خصوص پرداختن به امر نماز موفق به کسب عنوان «تقدیر ویژه» شد. مهندس مهرداد غضنفری امرایی معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع و رئیس شورای فرهنگی استانداری قم در نامه‌ای خطاب به مهندس آهنین پنجه مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قم اعلام کرد: بر اساس ارزیابی و داوری عملکرد سال ۹۶ دستگاه‌ها از سوی ستاد اقامه نماز استان، آن دستگاه در امر نماز شایسته عنوان «تقدیر ویژه» شد. وی خطاب به مدیرعامل توزیع برق استان قم ضمن تبریک این موفقیت خاطر نشان کرده است: از سعی و تلاش شما در امر توسعه و ترویج فرهنگ نماز در آن دستگاه تقدیر و تشکر نموده‌امید است تلاش‌های انجام شده، مورد عنایت خداوند متعال قرار گیرد و در راه گسترش فرهنگ نورانی نماز، همواره موفق و موید باشید.



مسئول فرهنگی نیروگاه شهید رجایی در میان مسئولان فرهنگی شرکت های تولید و مدیریت تولید برق کشور، عنوان برتر این دوره را به دست آورد

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- در گردهمایی بزرگ مسئولان فرهنگی و انجمن جماعات صنعت برق کشور، مسئول فرهنگی نیروگاه شهید رجایی توانست با ارائه مستندات و گزارش‌های مستدل از فعالیت‌های سالانه خود، لوح تقدیر ویژه را در میان شرکت‌های تولید و مدیریت تولید برق، دریافت نماید. در لوح اهدایی



از سوی محسن طرطلب، مدیرعامل و رئیس شورای فرهنگی شرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی، خطاب به موسی اصلی بیگی، مسئول فرهنگی نیروگاه شهید رجایی آمده است: حال که خداوند این توفیق را نصیب شما نموده است که با تلاش و کوشش خالصانه در زمینه انجام فعالیت‌های فرهنگی و دینی، رتبه شایسته تقدیر ویژه را در میان شرکت‌های تولید و مدیریت تولید برق سراسر کشور در سال ۱۳۹۶ کسب نمایید، بدین وسیله ضمن قدردانی و سپاس‌گزاری از جنابعالی، امیدوارم که در ظل عنایات حق تعالی و توجهات حضرت ولی عصر(عج) و رهنمودهای مقام معظم رهبری، موفق و موید باشید.

شهردار گرگان: ۵ آذر سند افتخار مردم گرگان در انقلاب اسلامی است

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- شهردار گرگان گفت: پنجم آذر سند افتخار مردم گرگان در انقلاب اسلامی است و یادمان نرود برای پیروزی و حفظ انقلاب و آرمان‌های امام و شهید، چه جوانانی مه‌مانده به میدان جهاد رفتند و با خون خود، امنیت حاکم را پدید آورده و حفظ کردند به گزارش مرکز اطلاع‌رسانی روابط عمومی شهرداری گرگان، عبدالرضا دادپود صبح امروز در مراسم نواختن زنگ روز ملی گرگان، یادمان شهدای پنج آذر گرگان اظهار کرد: این شهیدان برای خارج شدن ایران از ظلم استکبار، عزیزترین داشته خود یعنی جانشان گذاشتند و جوانان بسیاری را برای حفظ این دستاورد و این پیروزی خون داندن تا دشمنان به این کشور و این نظام و مردم آسیبی نرساندوی با اشاره به اینکه پنج آذر سند افتخار مردم گرگان در انقلاب اسلامی است، ادامه داد: نباید یادمان برود که چه چیزهایی داریم و برای حفظ این داشته‌ها چه فداکاری‌هایی انجام شد و باید سعی کنیم با اقدامات مثبت، این داشته‌ها را حفظ کنیم. شهردار گرگان بیان کرد: شما دانش‌آموزان در سنگر امروز با کسب علم و دانش می‌توانید این دستاوردها را حفظ کنید. دادپود با اشاره به رشادت‌های امروز جوانان در میدان نبرد با گروه‌های تکفیری در کیلومترها دورتر از مرزهای کشور گفت: اگر این عزیزان نبودند و دشمن به مرزهای کشور می‌رسید شاید امروز این امنیت و آرامش را نداشتیم و باید در نزدیک‌ترین نقاط ممکن با دشمن می‌جنگیدیم.



انتصاب مدیران جدید امور آب و فاضلاب شهرستان های خنداب و فراهان

اراک- مینورستمی- طی احکامی جداگانه از سوی مهندس خلیلی مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی، محمد کاکایی شمس منفرد به عنوان مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان خنداب و مبین صحاف کاشانی به عنوان مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان فراهان منصوب شدند. در جلسه‌ای که به منظور تودیع و معارفه مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان خنداب با حضور عبدالرضا حاجی علی بیگی فرماندار خنداب، مهندس عبدالرضا خلیلی مدیرعامل و جمعی از مدیران و معاونان شرکت آب و فاضلاب استان در محل فرمانداری شهرستان خنداب برگزار شد ضمن قدردانی از زحمات و تلاش‌های مبین صحاف کاشانی مدیر پیشین امور آبفا شهرستان خنداب، محمد کاکایی شمس منفرد به عنوان مدیر جدید این امور معرفی گردید. همچنین در جلسه‌ای مشابه با حضور سجادی فرماندار شهرستان فراهان و مسئولان شرکت آب و فاضلاب در محل فرمانداری این شهرستان از تلاش‌ها و خدمات مهندس رحیم کریمی مهرآبادی مدیر پیشین امور آب و فاضلاب فراهان قدردانی و مبین صحاف کاشانی به عنوان مدیر جدید این امور معرفی گردید. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی ضمن آرزوی موفقیت برای مدیران پیشین امور آبفا این شهرها در دیگر عرصه‌های خدمات رسانی بخش آب و فاضلاب و مدیران جدید در پیشبرد اهداف شرکت و ارائه خدمات به مشترکان شهرستان محل خدمت خود، اظهار امیدواری نمود با تعامل خوب با مردم و مسئولان شهرستان‌ها خدمات مطلوب‌تری به مردم شریف این شهرستان‌ها ارائه نمایند.

شهردار کرج: یکی از منضبط ترین شهرداری های کشور است

کرج- خبرنگار فرصت امروز- شهردار کرج گفت: شهرداری کرج یکی از منضبط ترین شهرداری های کشور در تعامل با بانک شهر بوده است. علی اصغر کمالی زاده ضمن قدردانی از عملکرد محمدرضا احمدی نژاد سرپرست سابق شهرداری کرج، افزود: کلاشه کرج با مشکلات متعددی روبرو است که رشد نامتوازن جمعیت به این مشکلات دامن می‌زند. شهردار کرج با اعلام اینکه در شرایط کنونی عدد میزان تقاضا نسبت به ارائه خدمات بیشتر است، گفت: امیدواریم در دوره جدید بتوانیم با کمک و همراهی مردم و دستگاه‌های اجرایی خدمات ارزنده‌ای به شهروندان ارائه کنیم. رای جداگتری اعضای شورا نقطه قوت است



کمالی زاده به اعتماد حداکثری اعضای شورای شهر کرج در انتخاب وی به عنوان شهردار کرج نیز اشاره کرد و گفت: این اعتماد علاوه بر سنگین کردن بار مسئولیت، نقطه قوتی برای اداره شهر خواهد بود. وی با اشاره به برنامه‌های ارائه شده خود، افزود: کرج در بخش‌های فرهنگی، اجتماعی، محیط زیست، عمران و توسعه ناوگان حمل و نقل عمومی نیازمند اقدامات اساسی است. شهردار کرج توسعه ناوگان حمل و نقل عمومی را یکی از دغدغه‌های مجموعه مدیریت شهری دانست و ادامه داد: در حالی طی ۱۰ سال گذشته ناوگان حمل و نقل عمومی کرج با بیش از یک هزار دستگاه اتوبوس و میانگین سنی زیر ۵ سال مسافرین درون شهری را جلب می‌کرده که این رقم در حال حاضر به ۳۶۰ دستگاه اتوبوس با میانگین سنی بیش از ۹ سال رسیده است. کمالی زاده فرسودگی ناوگان حمل و نقل عمومی را از مهم‌ترین مشکلات این کلاشه عنوان کرد و افزود: برنامه ریزی خوبی برای تامین منابع مالی و بهبود وضعیت ناوگان حمل و نقل عمومی شهر انجام شده است. این مسئول ادامه داد: امیدوارم با ارائه بسته‌های تشویقی شاهد فعالیت و حضور سرپامه گذاران بخش خصوصی در این حوزه باشیم.

شهردار بندرعباس: «وحدت» یکی از زیباترین و والاترین واژه‌ها است

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- شهردار بندرعباس با تأکید بر اینکه جمهوری اسلامی، پیش‌گام وحدت اسلامی است، گفت: یکی از زیباترین و والاترین واژه‌ها، واژه وحدت و برادری است. عباس امینی‌زاده با تبریک هفته وحدت اظهار کرد: هر سال در ماه ربیع‌الاول به مناسبت میلاد پیامبر اسلام (ص) در فاصله ۱۲ و ۱۳ ربیع‌الاول در ایران و بسیاری از کشورهای اسلامی هفته وحدت برگزار می‌شود. وی با اشاره به اینکه به اعتقاد اهل سنت ۱۲ ربیع‌الاول و به نظر اهل شیعیه ۱۷ ربیع‌الاول روز میلاد پیامبر اسلام (ص) است، افزود: این اختلاف سبب شد تا امام خمینی (ره) با نام گذاری این ایام به نام هفته وحدت هم به نظر دو مذهب بزرگ اسلام احترام گذاشته و هم بر لزوم وحدت بیش از پیش جهان اسلام صحنه گذارد. شهردار بندرعباس ادامه داد: مسلمانان در تاریخ پر فراز و نشیب اسلام، بارها شاهد تلاش دشمنان قسم خورده برای برهم زدن وحدت اسلامی مسلمانان بوده‌اند. دشمنان بارها با حربه‌های گوناگون سعی در از بین بردن اسلام و اندیشه‌های ناب محمدی (ص) از پهنه جهان هستی داشته‌اند. امینی‌زاده تصریح کرد: این هفته، فرصت مناسبی است تا ضرورت همبستگی و یکدلی جهان اسلام به ویژه در این زمان پر از فتنه و آشوب، با دقت بیشتری مورد بررسی قرار گیرد.



پژمان فر: ۳ طرح دوفوریتی برای مقابله با تحریم‌ها تقدیم هیات رئیسه مجلس شد

مشهد- صابر ابراهیم بای- نصرالله پژمانفر درباره آخرین وضعیت ۳ طرح پیشنهادی مجلس برای مقابله با تحریم‌های آمریکا اظهار داشت: این ۳ طرح به هیات رئیسه مجلس و به صورت دوفوریتی ارائه شده است و امیدواریم که بتوانیم این طرح‌ها را خارج از دستور در صحن علنی مطرح کنیم. وی ادامه داد: البته نگرانی ما در این است که ممکن است این طرح‌ها با نگاه‌های سیاسی به تأخیر بیاقتند و ما توانیم از جایگاه قانونی خود برای پیشبرد این طرح‌ها استفاده کنیم.



مهندس سید عبدالله موسوی:

نمایشگاه صنعت نفت و حفاری خوزستان نمایش توانمندی‌ها و ظرفیت‌های سازندگان داخلی است



اهواز- شش‌شنبه قچاوند- مدیرعامل و رئیس هیأت مدیره شرکت ملی حفاری ایران گفت: نمایشگاه تخصصی ساخت داخل تجهیزات صنعت نفت و حفاری خوزستان نمایش توانمندی‌ها و ظرفیت‌های سازندگان ایرانی در عرصه تامین نیازهای صنایع کشور خاصه در بخش نفت، گاز و حفاری است. مهندس سید عبدالله موسوی در چهارمین و آخرین روز کاری این نمایشگاه با اشاره به فرصت ایجاد شده برای بازدید از غرفه‌ها و دیدار و گفت‌وگو با مدیران و نمایندگان شرکت‌های سازنده تجهیزات و تامین‌کنندگان کالا، افزود: در این بازدید‌ها بیش از پیش با توانمندی‌های صنعتگران کشورمان از نزدیک آشنا شدم و اعتقاد دارم ظرفیت‌های بالفعل زیادی در بحث بومی‌سازی و ساخت قطعات و تجهیزات کاربردی در صنعت نفت و حفاری وجود دارد که می‌بایست با همکاری و همیاری و بهره‌گیری از دانش فنی متخصصان و کارشناسان شرکت‌های زیرمجموعه صنعت نفت،

سرپرست استانداری آذربایجان شرقی:

توسعه صادرات غیرنفتی نیازمند دیپلماسی اقتصادی قوی است



تبریز- اسد فلاح- سرپرست استانداری آذربایجان شرقی با تأکید بر ضرورت توجه به توسعه صادرات غیرنفتی در کشور گفت: دیپلماسی اقتصادی در داخل و خارج نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه صادرات غیرنفتی دارد از این رو ما نیازمند تقویت دیپلماسی اقتصادی خود در سطح ملی و بین‌المللی هستیم. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، جواد رحمتی در بیست و چهارمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی در تبریز، اظهار کرد: امروز باید دستگاه دیپلماسی با تلاشی مضاعف فضا را در آن طرف مرزها برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان ما تصویب کند و این مهم با تعامل دو جانبه میسر خواهد بود. وی خاطر نشان کرد: امروز باید حاکمیت دیپلماسی مناسبی را بدون جناح بندی جدیدی در دنیا با غلظت و تعامل ایجاد کند. وی با اشاره به شرایط سخت اقتصادی حاکم بر کشور گفت: امروز دوران سختی را می‌گذرانیم به اعتقاد من وضعیت جکم حاصل سوء مدیریتی است که داشته‌ایم و راه حل این مشکلات نیز به مدیریت برمی‌گردد. سرپرست استانداری آذربایجان شرقی افزود: افراد باید در سیستم دولتی مسئولیت‌های

مدیرعامل شرکت گاز مازندران:

فرهنگ بسیج به معنای تجلی روحیه خدمت و ایثار در جامعه است



ساری- دهقان- مدیرعامل شرکت گاز مازندران، بسیج را تجلی لوح خدمت و ایثار به مردم در جامعه دانست و گفت: بسیجی ولایت‌مدار محض است و در عرصه خدمت به نظام، صیانت و حفاظت از اهداف و آرمان‌های انقلاب پیش‌گام بوده و خواهد بود. جعفر احمدپور در همایش آمادگی زمستانی بسیجیان گاز استان در ساری با تبریک هفته وحدت و بسیج اظهار داشت: پیامبر اکرم (ص) الگو و اسوه حسنه برای همه بشریت و همه دوران است. وی با بیان اینکه داشتن فرهنگ بسیجی یک افتخار است و در جامعه نمونه‌هایی از تجلی این فرهنگ را شاهدیم، افزود: مشارکت بسیج در رفع محرومیت زدایی خصوصاً در روستاها، حضور بسیج در کمک‌به‌حادثه دیدگان و دیگر صحنه‌ها از جمله این موارد است. احمدپور تصریح کرد: بسیجیان در دوران جنگ تحمیلی برای حفظ امنیت کشور نقش آفرینی کردند و امروز نیز در عرصه‌های سازندگی فعالیت دارند. مدیرعامل شرکت گاز مازندران، ادامه داد: امروز بسیج بیشتر تأثیر و نقش را در تعالی فرهنگ دینی و اخلاقی و دوری جامعه از ناهنجاری‌های اخلاقی و دینی دارد. وی توسعه تفکر و فرهنگ بسیجی در بدنه سازمان را ضروری دانست و گفت: همه افرادی که

رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان خبر داد:

قریب به ۲۰۰۰ دانش آموز در استان بوشهر تحت پوشش طرح همیار گاز قرار می‌گیرند



بوشهر- خبرنگار فرصت امروز- رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر گفت: شرکت گاز استان بوشهر با اجرای طرح همیار گاز توسط این شرکت خبر داد و افزود: با اجرای این طرح قریب به ۲۰۰۰ دانش آموز هم استان به عنوان همیار گاز شناخته و معرفی می‌شوند. مهندس ابراهیم عباسی در ادامه بیان داشت: طرح فوق با هدف آموزش مصرف‌ایمن و بهینه‌گاز به دانش‌آموزان مقطع ابتدایی اجرا و طی آن مضامین مرتبط با حوزه‌ی ایمنی و صرفه‌جویی در مصرف گاز ارائه می‌گردد. وی در ادامه اظهار داشت:

این طرح علاوه بر شهر بوشهر، در کلیه شهرستان‌های استان نیز اجرا و طی آن، کارشناسان واحدهای روابط عمومی، HSE و امداد به ارائه آموزش‌های مورد نظر به دانش‌آموزان می‌پردازند. رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر با اشاره به این اقدامات، افزود: همیار گاز استان بوشهر با تأکید بر اینکه در راستای

اصفهان- قاسم اسد- شبکه فاضلاب شهرهای ایماشهر، کلیشاد، سودرجان، قهدریجان و اشترجان که از اردیبهشت ماه با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی اجرایی شده هم‌اکنون به پیشرفت ۴۰ درصدی رسیده است. مدیر آب و فاضلاب شهرستان فلاورجان گفت: تکمیل تاسیسات فاضلاب شهرهای فولادشهر و ایماشهر، کلیدشاد، سودرجان، قهدریجان و اشترجان با سرمایه‌گذاری شرکت ذوب آهن اصفهان اجرا می‌شود این قرارداد سرمایه‌گذاری به روش بیع متقابل با مبلغ ۲۱۰۰ میلیارد ریال منعقد شد. براندوخ با بیان اینکه تکمیل شبکه فاضلاب فولادشهر و ایماشهر به طول ۲۷۵ کیلومتر است خاطر نشان ساخت: با اجرای شبکه فاضلاب فولادشهر، ایماشهر، کلیشاد، سودرجان، قهدریجان و اشترجان که در مجموع به طول شبکه ۲۷۵ کیلومتر است مردم این شهرستانها پس از سالها به این مطالبه خود که برخوردار از خدمات شبکه فاضلاب است دست می‌یابند. وی افزود: ظرفیت تصفیه خانه فاضلاب شهرهای فولادشهر و ایماشهر ۲۴۰ هزار نفر با دبی ۱۸۸ لیتر در ثانیه است براندوخ افزود: با تکمیل تاسیسات فاضلاب شهرهای فولادشهر، ای

موسوی گفت: برپایی دهمین نمایشگاه تخصصی ساخت تجهیزات داخل صنعت نفت و حفاری خوزستان فرصت بسیار مناسبی ایجاد کرد تا سازندگان و متخصصان شرکت‌های نفتی ضمن تبادل تجربیات با نیازهای یکدیگر آشنا و در جهت رشد و تعالی هر چه بیشتر صنعت نفت و ایجاد فرصت‌های شغلی گام بردارند. مدیرعامل و رئیس هیأت مدیره شرکت ملی حفاری ایران افزود: در گفت‌وگوی نزدیک و تعامل با سازندگان راه‌های همکاری و همیاری بیشتر در شتاب بخشیدن به بومی‌سازی قطعات و تجهیزات با اهتمام ویژه به بهبود کیفیت تولیدات همسو با کمیت کارکرد از شرکت‌های کارفرما مطالبات قابل توجهی دارد. تصریح کرد: تلاش می‌شود تا ضمن پشتیبانی مستمر از تولیدات داخلی و حمایت از سازندگان در خصوص به روز رسانی پرداخت‌ها و مطالبات سازندگان و پیمانکاران بتدریج مبادرت نماید.

سرپرست استانداری آذربایجان شرقی:

توسعه صادرات غیرنفتی نیازمند دیپلماسی اقتصادی قوی است

حکومت دینی چه می‌خواهیم تلاش همه‌ما باید ایجاد ارزش در این بخش باشد و کسی که برای معیشت حداقلی مردمی تلاش می‌کند باید مورد حمایت و احترام قرار گیرد. رحمتی خواستار ورود و جدی دولت به بحث موانع و مشکلات فعالیت‌های بخش خصوصی شد و گفت: به عنوان کارگزار دولت درخواست دارم این موانع را برطرف کنیم، درد دل‌هایی که توسط فعالان بخش خصوصی مطرح می‌شود باید در جمع‌های تخصصی تبدیل به راه کار شده و این راهکارها به دستور العمل تبدیل شود و از طریق ارائه لایحه به مجلس موانع قانونی نیز حل شود. سرپرست استانداری آذربایجان شرقی با تأکید بر اینکه دیگر زمان صحبت کردن صرف گذشته است خاطر نشان کرد: ما آموزش‌های لازم را همسو با مدل‌های جدید اقتصادی برای برون رفت از مشکلات ندیده‌ایم از این رو برای رفع مشکلات نیازمند همراهی بخش خصوصی هستیم. وی ادامه داد: حداقل هنر ما در استان این می‌تواند باشد که به عنوان یک پایلوت از این قوانین و مقررات دست و پاگیر بکاهیم و جلوی رفتارهای پانزده‌باز را بگیریم.

مدیرعامل شرکت گاز مازندران:

فرهنگ بسیج به معنای تجلی روحیه خدمت و ایثار در جامعه است

آن‌گاه می‌کنند، بر عزم جزم برای انجام کار ملی تأکید کرد و ابراز داشت: باید تمام تلاش خود را در ارائه خدمتی مناسب ملت و مردم غیور این مرز و بوم ارائه کنیم. در ادامه "سید حمزه عمادی" فرمانده بسیج شرکت گاز استان نیز در این همایش ۳۰۰ نفره بسیجیان گفت: آسایش و آرامش امروز ما مدیون خون شهدای گرانقدر و ایثار رزمندگان اسلام است که این فداکاری‌ها باید گرمی داشته شود. وی محور همایش را تجدید میثاق با شهدای گرانقدر و تجدید بیعت با مقام معظم رهبری عنوان کرد و گفت: انشالله... با برگزاری این گونه همایش‌ها و بهره‌گیری از توصیه‌های مسئولین با تمام قوا در خدمت مردم شریف استان بوده و در راستای شعار بسیج گاز مازندران، باید خدمات رسانی بی‌منت به این عزیزان داشته باشیم. عمادی با تصریح این مطلب که تفکر بسیج در شرکت گاز مازندران نهادینه شده است، به اشتغال ۳۰۶ ایثارگر در شرکت گاز مازندران اشاره کرد و افزود: بسیج در میادین مختلف به بهترین شکل ممکن حضور داشته و نیاز است بسیجیان با حضور در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و ارتقاء سطح علمی خود، مدیران لایقی برای خدمات رسانی به مردم عزیز باشند.

رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان خبر داد:

قریب به ۲۰۰۰ دانش آموز در استان بوشهر تحت پوشش طرح همیار گاز قرار می‌گیرند

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز- رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر گفت: شرکت گاز استان بوشهر با اجرای طرح همیار گاز توسط این شرکت خبر داد و افزود: با اجرای این طرح قریب به ۲۰۰۰ دانش آموز هم استان به عنوان همیار گاز شناخته و معرفی می‌شوند. مهندس ابراهیم عباسی در ادامه بیان داشت: طرح فوق با هدف آموزش مصرف‌ایمن و بهینه‌گاز به دانش‌آموزان مقطع ابتدایی اجرا و طی آن مضامین مرتبط با حوزه‌ی ایمنی و صرفه‌جویی در مصرف گاز ارائه می‌گردد. وی در ادامه اظهار داشت:

این طرح علاوه بر شهر بوشهر، در کلیه شهرستان‌های استان نیز اجرا و طی آن، کارشناسان واحدهای روابط عمومی، HSE و امداد به ارائه آموزش‌های مورد نظر به دانش‌آموزان می‌پردازند. رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر با اشاره به این اقدامات، افزود: همیار گاز استان بوشهر با تأکید بر اینکه در راستای

مدیرعامل شرکت گاز مازندران:

توسعه صادرات غیرنفتی نیازمند دیپلماسی اقتصادی قوی است

حکومت دینی چه می‌خواهیم تلاش همه‌ما باید ایجاد ارزش در این بخش باشد و کسی که برای معیشت حداقلی مردمی تلاش می‌کند باید مورد حمایت و احترام قرار گیرد. رحمتی خواستار ورود و جدی دولت به بحث موانع و مشکلات فعالیت‌های بخش خصوصی شد و گفت: به عنوان کارگزار دولت درخواست دارم این موانع را برطرف کنیم، درد دل‌هایی که توسط فعالان بخش خصوصی مطرح می‌شود باید در جمع‌های تخصصی تبدیل به راه کار شده و این راهکارها به دستور العمل تبدیل شود و از طریق ارائه لایحه به مجلس موانع قانونی نیز حل شود. سرپرست استانداری آذربایجان شرقی با تأکید بر اینکه دیگر زمان صحبت کردن صرف گذشته است خاطر نشان کرد: ما آموزش‌های لازم را همسو با مدل‌های جدید اقتصادی برای برون رفت از مشکلات ندیده‌ایم از این رو برای رفع مشکلات نیازمند همراهی بخش خصوصی هستیم. وی ادامه داد: حداقل هنر ما در استان این می‌تواند باشد که به عنوان یک پایلوت از این قوانین و مقررات دست و پاگیر بکاهیم و جلوی رفتارهای پانزده‌باز را بگیریم.

برای ایجاد تغییر، الزاما نباید ایلان ماسک باشید

مترجم: امید گوهری

در نهایت اتفاق افتاد. در تمامی یک کارخانه، استفاده از گوشت ممنوع شد. نظریه دغدغه‌های زیست‌محیطی موجود، شرکت WeWork با این اقدام، گامی مهم در حفظ کره زمین برداشت. در عکس‌العملی نسبت به اقدامات ایلان ماسک (Elon Musk)، مؤسس WeWork، آقای میگل مک‌کلوی (Miguel McKelvey) گفت، اقدامات شرکت وی در راستای گیاه‌خواری «اثر زیست‌محیطی بیشتری نسبت به خودروهای هیبریدی شرکت ایلان ماسک دارد.»

شاید کمی اغراق‌آمیز به نظر رسد، اما نکته‌ای در اینجا وجود دارد. برخی اهداف کسب‌وکار منجمله اهداف توسعه پایدار و مسئولیت‌های اجتماعی الزاما نباید شرایط کلی شرکت‌ها را به تمامی تغییر دهند. در حقیقت این اقدامات برای شرکت آثار مثبت به همراه دارند. برای مثال به منع استفاده از نی‌های پلاستیکی در استارباکس توجه کنید. این اقدام نه تنها برای طبیعت مفید است، بلکه احتمال خرید قهوه را نیز بالا می‌برد. استارباکس این تصمیم را در قبال درخواست مشتریانش اتخاذ کرد. با اینکه سیاست‌های کلی این شرکت‌ها در قبال اقتصاد و محیط‌زیست چپ‌گرایانه بوده است، اما چنین اقداماتی اثری منفی بر شرایط کارخانه نخواهند داشت.

این غول حوزه تولید قهوه تنها نیست. بسیاری از رهبران کسب‌وکار به دنبال جذب منابع مالی جهت گام برداشتن در حوزه توسعه پایدار هستند. برندهایی همچون المارت (Walmart)، مارس (Mars) و دیزنی (Disney) سیاست‌هایی همسو با منافع محیط‌زیست اتخاذ کرده‌اند.

مؤسس و مدیرعامل شرکت Conversation International می‌گوید، «منافع و ارزش‌ها مخالف یکدیگر نیستند، حداقل الزامی در تضاد میان این دو وجود ندارد. وقتی ذهنیت شما بهبود شرایط شرکت و دستیابی به نتایج مطلوب باشد، این روند می‌تواند با کمک به مردم همسو شود. آیا این شرایط ایده‌آل نیست؟»

بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های نامناسب حول گرایش‌های درونی افرادی صورت می‌گیرند که به فکر دیگر مردم نیستند. این نگرش درست نیست و برای دستیابی به حداکثر خروجی باید در آنها بازنگری کرد. در اینجا با دلایلی آشنا می‌شویم که نشان می‌دهند رفتار درست، خروجی مطلوبی نیز دارد.

۱- بهترین استعدادها را جذب خواهید کرد

برای اینکه بتوانید آینده شرکت‌تان را تضمین کنید، باید استعدادهای جوان را جذب کنید. این کارمندان جوان که بسیاری از آنها در رده مدیران سازمانی هستند، مدت زیادی را در انتظار تصمیمات شما جهت همسویی شرکت با ارزش‌های‌شان نمی‌مانند.

این ارزش‌ها هر روز وضوح بیشتری می‌یابند. بنابر گزارش دیلویت (Deloitte) ۸۷ درصد از جوانان اعتقاد دارند معیارهای مالی، شاخص کافی جهت سنجش موفقیت نیستند. این افراد انتظار دارند ارزش‌های شرکت‌ها با ارزش‌های ذهنی‌شان منجمله محیط‌زیست، نابرابری حقوق و دیگر معضلات اجتماعی همسو شوند.

۲- می‌توانید نیازهای مشتریان را پاسخ بگویید

کارمندان تنها اهرم فشار بر شرکت‌ها در پیروی از ارزش‌های اجتماعی نیستند. مطالبات مشتریان، بسیاری از ارگان‌ها را به پیروی از ارزش‌های اجتماعی همچون استفاده از فناوری‌های سبز و یا توسعه محصولات و خدمات ارزشمند ملزم کرده است.

با پیروی مجموعه‌های بزرگی همچون المارت و Fruit of the Loom از چنین خواسته‌هایی، واضح است که به نقطه عطف ارزش‌های تجاری رسیده‌ایم. وقتی تمام کسب‌وکارهای فعال چنین ارزش‌هایی را پاس می‌دارند، برای شما نیز راهی جز پیروی از آنها باقی نمی‌ماند.

۳- هزینه‌ها را کاهش می‌دهید

کوتاه‌بینانه است اگر تصور کنید پیروی از این ارزش‌ها برای شما از نظر مالی زیان‌آور خواهد بود. چنین دیدگاهی نشان می‌دهد که شما سیاست‌هایی کوتاه‌مدت دارید. شرکت‌های حامی محیط‌زیست در بلندمدت مصرف انرژی خود را کاهش می‌دهند و ضمن تلاش برای افزایش بهره‌وری، هزینه‌های خود را نیز پایین می‌آورند.

بسیاری از این اقدامات نیاز کمی به تزریق منابع مالی دارند. کارمندان می‌توانند چراغ‌های بی‌استفاده را خاموش کنند و یا مصرف کاغذ را کاهش دهند. بدیهی است که استفاده از گرمایش زمین به جای روش‌های گرمایش مرسوم کنونی، ذخیره انرژی بیشتری به همراه خواهد داشت، اما نکته مهم این است که ابتدا با گام‌های کوچک‌تر اقدامات خود را آغاز کنید تا شرایط، مہیای تغییرات کلان‌تر شوند.

۴- چهره برند خود را مطلوب‌تر می‌سازید

چهره برند به عنوان اهرمی برای افزایش سوددهی، عامل محرک دیگری است. در دنیای امروز که یک گزارش آنلاین می‌تواند خدشه بزرگی به اسم و رسم یک شرکت وارد کند، اهمیت پیروی از خواسته‌های مشتریان دوچندان می‌شود.

پژوهشی از جانب Natural Marketing Institute نشان می‌دهد که ۵۸ درصد از مشتریان، در اقدام به خرید، پایداری شرکت‌ها را به حفظ محیط‌زیست در نظر می‌گیرند. سایر مشتریان بررسی می‌کنند که آیا شرکت‌ها در زمینه‌های مربوط به دغدغه‌های اجتماعی سرمایه‌گذاری کرده‌اند یا خیر. مثال‌هایی از این دست بسیار هستند. نکته مهم در انتها این است که مشتریان به عنوان ناظری بر اعمال شرکت‌ها عمل می‌کنند.

اگر عاملی در کسب‌وکار قطعی باشد، این است که مسیر پیشروی با ارزش‌های اخلاقی گره خورده است. اما همین مسیر به راحتی قابل همگامی است؛ شاید حتی لازم نباشد برای طی‌کردن آن از مصرف گوشت دست بکشید!

منبع: entrepreneur



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

سه‌شنبه | ۶ آذر ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۰۷ | 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: ۸۸۸۹۵۳۴۴ - ۸۸۸۹۵۳۴۱

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



NO SIN
MORE TOMATOES. LESS SUGAR



۸ اقدامی که برای موفقیت شخصی باید مورد توجه قرار داد

برخوردار خواهد بود.

۳- تنها با خودتان به رقابت بپردازید

توانند به موفقیت حد اکثری دست پیدا کنند، توجه بیش از حد به سایرین است. در این رابطه توجه داشته باشید که رقیبی که برای خود تعیین کرده‌اید، در واقع دارد مسیر خود را با توجه به نیاز و اهداف خود می‌پیماید. تحت این شرایط اگر بخواهید دقیقاً نقطه مقابل وی باشید و یا در این مسیر تعیین شده، پیشی بگیرید بدون شک تصمیم شما هوشمندانه و کارآمد خواهد بود. به همین خاطر توصیه می‌شود که تنها رقیب شما دیروز خودتان باشد. این امر باعث خواهد شد تا امکان تجربه یک رقابت مفید و نه صرفاً فرسایشی، شکل گیرد. فراموش نکنید که رقابت با هر فردی، به علت این امر که آن‌ها اقداماتی را نیز علیه شما انجام خواهند داد، همواره با هزینه‌هایی همراه خواهد بود. به همین خاطر باید تا حد امکان از این رقابت‌های فرسایشی دوری کرد.

۴- به خودتان اطمینان داشته باشید

شما تنها زمانی می‌توانید با شجاعت به کارهای خود ادامه دهید که در ابتدا خودتان اطمینان کافی داشته باشید. این امر از جمله مسائل بنیادی است که بسیاری از افراد در رابطه با آن با مشکلاتی جدی مواجه هستند. در این رابطه توجه داشته باشید که تفاوت میان افراد موفق و ناموفق در میزان استقامت آن‌ها در برابر ناملایماتی است که کلید موفقیت در این امر بدون شک اعتماد به نفس است. خوشبختانه امروزه مقالات حاوی راهکارهای مفید برای افزایش آن به چاپ رسیده که ضرورت مطالعه آن را افزایش می‌دهد.

۵- یک تیم قدرتمند ایجاد کنید

این امر یک واقعیت غیرقابل انکار است که نمی‌توان به تنهایی تمامی کارها را انجام داد. همین امر باعث می‌شود تا شما مجبور به همکاری با سایرین، باشید. در این رابطه توجه داشته باشید که به هر میزانی که تیم شما از قدرت بیشتری برخوردار باشد، به همان میزان نیز محدوده عملکردی و کیفیت کار نیز افزایش پیدا خواهد کرد. با این حال توانایی تنها عامل مهم محسوب نشده و به سایر عوامل نظیر قدرت کار تیمی آن‌ها نیز باید توجه داشته

به قلم: شری کمپبل روان‌شناس، سخنران و نویسنده حوزه مدیریت
مترجم: امیر آل‌علی

با نگاهی به افراد موفق، ممکن است تصور کنید که آن‌ها از موهبت و یا قدرت خاصی برخوردار بوده که سایرین از آن‌ها بی‌بهره هستند. با این حال واقعیت این است که هر فردی می‌تواند در مسیر موفقیت گام برداشته و به اهداف درست خود دست پیدا کند. منظور از اهداف درست این است که برای خواسته شما باید احتمال وقوع وجود داشته باشد در غیر این صورت حتی در بهترین حالت ممکن نیز شما قادر به تحقق بخشیدن به آن نخواهید بود. در این رابطه توجه داشته باشید که موفقیت امری یک شبه نبوده و چندین مرحله مختلف را دارا است. در این رابطه مواردی وجود دارد که به صورت مستقیم و غیرمستقیم، شما را به سمت هدف نهایی سوق خواهد داد که در ادامه به بررسی آن مورد آن خواهیم پرداخت.

۱- فرصت‌های جدید برای خود ایجاد کنید

هیچ چیز بدتر از این نیست که مجبور باشید تمام روز را به ماری بپردازید که به آن تمایلی ندارید. به همین خاطر لازم است تا همواره توانایی‌های خود را گسترش داده و با این اقدام فرصت را برای فعالیت‌های بیش‌تر برای خود هموار سازید. در این رابطه توجه داشته باشید که این اقدام شما تنها برای عدم اجبار شما به انجام یک کار و در نهایت یافتن زمینه مورد علاقه شما خواهد بود، به همین خاطر نباید این امر را اقدامی ابدی تصور کرد. همچنین فراموش نکنید که شما حتی در یک حرفه خاص نیز با ایجاد چالش و فرصت‌های جدید، بر سطح توانایی و دانش خود خواهید افزود که این امر خود شرایط را برای رشد سریع‌تر شما مهیا خواهد کرد.

۲- بر روی خود تمرکز کنید

برای کسب موفقیت، شما باید از آمادگی لازم برای دستیابی به این هدف برخوردار باشید. برای این امر توصیه می‌شود تا بر روی خود سرمایه‌گذاری کرده و توجه اصلی را حول محور خود قرار دهید. این امر باعث خواهد شد تا در نهایت به موارد حاشیه‌ای کمتر توجه نشان داده و به خودشناسی مطلوبی دست پیدا کنید. بدون شک تحت این شرایط برنامه‌ریزی شما از قدرت و جامعیت بالاتری



باشید. در نهایت فراموش نکنید که تیم شکل‌گرفته شما امری مطلق نبوده و می‌توانید در طول مسیر آن را بهبود بخشیده و افرادی دیگر را جایگزین کنید.

۶- به کاری که انجام می‌دهید عشق بورزید

با نگاهی به افراد موفق به این نکته پی خواهید برد که تقریباً تمامی آن‌ها مشغول انجام کاری هستند که نسبت به آن اشتیاق بسیار بالایی را دارند. در این رابطه فراموش نکنید که تمامی جنبه‌های کار کاملاً مطابق میل شما، خصوصاً در مراحل اولیه نخواهد بود. به همین خاطر توصیه می‌شود تا در تلاش برای جذاب‌سازی تمام اقدامات خود باشید. در بسیاری از موارد مشاهده شده است که افراد به علت عدم آگاهی کافی، نگاه تک‌بعدی و یا عدم مهارت لازم از کار خود متنفر هستند. به همین خاطر حتی ممکن است با رفع این موانع، شما در کاری که فکرش را هم نمی‌کنید، به موفقیت‌های چشمگیری برسید.

۷- صفات مثبت خود را افزایش دهید

افرادی که از مجموعه‌ای از صفات خوب بهره‌مند هستند، معمولاً حس بهتری را در سایرین ایجاد کرده و زندگی بهتری را تجربه می‌کنند. فراموش نکنید که شما برای کسب موفقیت نیازمند نظم‌دهی به زندگی خود خواهید بود که این امر تنها از افراد مثبت برخوردار خواهد آمد. به همین خاطر توصیه می‌شود تا برای هموار ساختن مسیر موفقیت خود، در تلاش برای بهبود اخلاقیات خود باشید. فراموش نکنید که تفاوت حرفه‌ای‌ها با آماتورها نه تنها در سطح دانش، بلکه در نحوه عملکرد و رفتار آن‌ها نیز است.

۸- موفقیت‌های خود را جشن بگیرید

برای حفظ انگیزه، شما نیازمند روحیه‌بخشی به خود خواهید بود. در این رابطه مری تابلر مور (بازیگر مطرح سینما) در جمله‌ای مشهور عنوان کرده است که شما نمی‌توانید شجاعت خود را بدون در اختیار داشتن روحیه حفظ کنید. با توجه به اهمیت این موضوع، از جمله اقدامات مفید در این رابطه جشن گرفتن تمامی دستاوردهای شما است. بدون شک به پایان رساندن یک هدف برای شما با خستگی همراه خواهد بود. به همین خاطر یک جشن به طور کامل می‌تواند استرس و فشار موجود را از بین برده و شما را برای فعالیت‌های دیگر آماده کند.

منبع: entrepreneur