

چرا سازمان امور مالیاتی
مزامحه فضای کسب و کار است؟کاوه زرگران
عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

فعالان اقتصادی در طول دهه‌های گذشته همواره از مالیات به عنوان یکی از چالش‌های فعالیت‌های اقتصادی در ایران یاد کرده‌اند؛ در حالی که مالیات تقریباً در تمام کشورهای دنیا به عنوان یکی از منابع اصلی درآمد دولت‌ها به طور جدی دنبال می‌شود. حال سوال اینجاست که چرا سازمان امور مالیاتی در کشور ما از نظر فعالان اقتصادی یکی شناخته می‌شود؟ عمده فعالان اقتصادی در پاسخ به این سوال علت را بی‌عدالتی سازمان امور مالیاتی در اخذ مالیات عنوان می‌کنند. به این صورت که عمده درآمد مالیاتی کشور از فعالان اقتصادی شناسنامه‌دار اخذ می‌شود، در حالی که بنگاه‌هایی بی‌نام و نشان در کشور بدون پرداخت حتی یک ریال مالیات در حال فعالیت هستند و فرارهای مالیاتی بسیار بزرگی نیز از سوی آنها در جریان است. این در حالی است که بنگاه‌های شناسنامه دار کشور باید با تحمل فشار مضاعف عدم توانایی سازمان امور مالیاتی...

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

آیا شب یلدا تاثیری بر تقاضای طلا دارد؟

سکه و طلا به قیمت ۵ ماه پیش برگشت

آخرین بررسی‌ها از بازار سکه و طلا نشان می‌دهد که قیمت سکه و طلا به قیمت پنج ماه پیش بازگشته است. این مطلب را محمد کشتی‌آرای، رئیس کمیسیون...

۴



از رشد صدور پروانه‌های ساختمانی تا افزایش گردش مالی بخش مسکن

نیمرخ بازار مسکن

فرصت امروز: دیروز دو گزارش تحلیلی درباره وضعیت بازار مسکن منتشر شد که یکی گزارش دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی درباره رشد گردش مالی بخش مسکن در هشت ماهه نخست امسال بود و دیگری گزارش مرکز آمار ایران از طرح «گردآوری اطلاعات پروانه‌های ساختمانی صادر شده توسط شهرداری‌های کشور». طبق این گزارش و بنا به اعلام مرکز آمار، درخواست ساخت‌وساز در تهران زیاد شده و در فصل بهار امسال رشد ۳۴.۴ درصدی تعداد پروانه‌های ساختمانی در پایتخت و افزایش ۱۳.۱ درصد صدور پروانه در کل شهرداری‌های کشور نسبت به فصل بهار پارسال را به همراه داشته است. البته بازار مسکن در حال حاضر، وارد رکود توری شده و به نظر می‌رسد در فصل‌های پیش‌رو، صدور پروانه‌های ساختمانی کاهش داشته باشد. همواره دوره‌های رونق مسکن افزایش کمی و کیفی در ۴ حوزه را به همراه دارد و به ترتیب به افزایش تعداد معاملات، افزایش قیمت، افزایش صدور پروانه‌های ساختمانی و افزایش سرمایه‌گذاری و تولید منجر می‌شود...

۳

مراسم رونمایی از بازار قراردادهای آتی سید سهام دیروز در بورس تهران برگزار شد

ابزارهای مالی جدید به بازار می‌آیند

۵

مدیریت و کسب و کار



آیا مایکروسافت می‌تواند سیستم عامل دسکتاپ مبتنی بر لینوکس عرضه کند؟

- ۱۶ ایده کسب درآمد از طریق تلفن‌های همراه
- تجربیات ارزشمند کارآفرینان بزرگ دنیا
- ۲۱ راهکار افزایش شانس فروش محصول در اینستاگرام
- ۱۲ راهکار برای موفقیت بیشتر در دنیای آنلاین
- ۱۲ مزیت مهم داشتن طراح تبلیغات در برندسازی
- کمپین تبلیغاتی سفوراباهمکاری دستیار صوتی گوگل

۸ تا ۱۶



وزیر اقتصاد از عرضه ۶۰ میلیون یورو در سامانه نیما خبر داد

تعادل به بازار ارز

باز می‌گردد

۲

سوءظن در نبود الگوی توسعه

است مثلاً مسکن مهر یک نمونه روز بود. شما می‌خواهید بادوام‌سازی مسکن روستایی بکنید، کیفیت مسکن روستا را ارتقا دهید اما نهاد فنی که باید این را پشتیبانی کند، تاسیس نمی‌شود. در این ساختار افراد وام را می‌گیرند بدون اینکه بادوام‌سازی کنند و زمان زلزله خانه‌ها روی سرشان خراب می‌شود.

الان این اتفاق دارد دوباره تکرار می‌شود. قرار است که ۲۰۰ هزار نفر تجهیزگر انتقال توسعه دانش‌بنیان را به روستا بدهند. صندوق ذخیره ارزی، منابع مالی می‌دهد ولی تجهیزگران تربیت نشده، وام‌ها را می‌گیرند. بازآفرینی شهری باید با توسعه دانش‌بنیان شهر پیوند بخورد. باید به این اصل توجه شود تا زمانی که نهادسازی صورت نگرفته، هر تصمیمی منجر به رانت‌جویی می‌شود.

اما رانت‌جویی خصلت ایرانی‌ها نیست. دولت‌ها مردم و جامعه را رانت‌جو کرده‌اند. این کژکارکردی جامعه را نسبت به مسائل دچار سوءظن نهادینه کرده است. روشن‌فکران رسمی که بنا بوده الگوی توسعه را بی‌آفرینند در حوزه‌های آکادمیک موسسه‌های پژوهشی موفق نشدند. جهت‌گیری روشن‌فکران غیررسمی هم به نظر می‌رسد جهت‌گیری توسعه‌ای نیست. به نظر من الان راه‌حلی که رویه‌روی ما هست این است که دولت به موسسات آزاد پژوهشی اجازه فعالیت بدهد. به انجمن‌های مدنی اجازه فعالیت دهد. دولت دچار سوءظن نهادینه نسبت به احزاب و تشکل‌ها است. اما راه‌حل بازگشت اعتماد و رفع سوءظن این است که حداقل هزینه موسسات پژوهشی را بالا نبرند تا اینها فعالیت کنند و نوآوری پدید آید. آزادی مجالی هم می‌تواند داشته باشد. همین است که می‌بینید یک جامعه در مورد عدالت هزینه می‌کند اما نصیبش اعتیاد و فقر و... می‌شود. چاره این است که روشن‌فکران غیررسمی با کمک گرفتن از دانش و استفاده از دانش خارج بتوانند دستگاه برنامه و الگوی توسعه را تولید کنند. این فرصت زیاد نیست.

اینکه یک جمعی دچار آفت سیاست‌زدگی و فن‌زدگی نباشد. اگر موقعیت اجماع روشن‌فکران و نهادهای مدنی برای تدوین الگوی توسعه از دست برود، ایران فرصت به دست آوردن موفق اجتماعی و همبستگی اجتماعی را از دست می‌دهد. فروپاشی شوروی در اوج قدرت نظامی بود و حتی در جهان مشروعیتش بعد از جنگ ویتنام از آمریکا هم بیشتر بود ولی سیستم دچار فساد سیستماتیک شده بود و دیگر نمی‌توانست نوآوری کند و مردم را قانع کند. مردم نسبت به آن دچار سوءظن نهادینه شدند و فروپاشید. الان هم یکی از دلایلی که اروپای شرقی و روسیه خیلی نمی‌توانند الگوی توسعه در بعضی کشورها داشته باشند به خاطر گذشته‌هراسی است. این گذشته برای اکثریت مردم هراسناک است، این همان کمونیست‌ها هستند و این حرف‌ها همان حرف‌های کمونیست‌هاست که یو پولیست‌ها تکرار می‌کنند. اگر دولت کنونی ما چنین رویه‌ای در پیش گیرد وضعیت ما حتی بدتر از آنها می‌شود؛ چون ایران در منطقه بسیار حساس و پرتنش قرار دارد و اعتماد عمومی به عنوان سرمایه اجتماعی پاسدار ثبات اقتصادی و اجتماعی است.

منبع: آینده‌نگر

فن‌زدگی، حاکمیت الان به خاطر سیاست‌زدگی‌اش باعث شده در طول زمان اندیشه حصر بشود؛ اما همه‌چیز را همگان دانند. شما وقتی برنامه‌ریزی می‌کنید باید این برنامه حامل تمام دانش جامعه باشد البته این تعریف عام است نه تعریف علمی. باید معرفت‌نهادسازی و معرفت دانستن نرم‌ها، اعتقادات و سنت‌ها را بلد باشند. مثل روشن‌فکران مشروطه که این را بلد بودند و قانون‌نویسی‌های‌شان خیلی قوی و محکم و پابرجاست. سیاست‌زدگی موجب فساد سیستماتیک می‌شود و فرد با توجه به ایدئولوژی وارد سیستم می‌شود بدون آنکه شایستگی داشته باشد و اینها فساد سیستماتیک را ایجاد کرده است.

موضوع دیگر در حوزه برنامه‌ریزی توسعه‌ای فن‌زدگی است. باید برای توسعه الگوی مناسب داشت. الگوی توسعه را فن به دست نمی‌دهد، کامپیوتر و شرکت‌های دانش‌بنیان و شرکت‌های فناوری الگوی توسعه ارائه نمی‌دهد. نباید برای الگوسازی از دانشمندان و اندیشمندان علوم اجتماعی و اقتصادی استفاده ابزاری بکنند، این فن‌زدگی است. همین الان هم می‌بینید گفتمان الگوی توسعه گفتمان حذف شده است و چیزهای عجیبی به نام آینده‌نگری می‌آید. وقتی با آنها صحبت می‌کنید و می‌گویید شما این آینده‌نگری را براساس چه الگوی توسعه‌ای می‌سنجید؟ می‌گویند که ما اصلاً اختراع می‌کنیم که بدون الگوی توسعه آینده‌نگری را انجام می‌دهیم یا مثلاً فرض کنید می‌گویید شهر هوشمند را چگونه می‌خواهید بسازید؟ در پاسخ می‌گویند که شهر هوشمند یعنی ما بتوانیم برای سطل زباله سنسور بگذاریم که وقتی پر شد بوق بزند. یعنی شهر هوشمند در این حد تنزل می‌کند. این نوع تفکرات فرزند الان در حاکمیت جایگزین الگوی توسعه شده و در این دولت هم به شدت تشدید شده است. این نوع فن‌زدگی و سیاست‌زدگی هم فساد سیستماتیک را زیاد کرده و هم مانع تدوین الگوی توسعه است و به این ترتیب نهادی که ساخته می‌شود چون الگوی توسعه ندارد ناقص است و این نقص باعث فساد می‌شود. در چنین محیطی سخن گفتن از اعتماد عمومی و هموارسازی بستر برای سرمایه‌گذاری و کارآفرینی دشوار است.

مثلاً کارآفرین به وام‌های زودبازده نیاز دارد. پشتیبان نهاد بانکی - مالی الگوی توسعه است. شما قبلاً یک نهادی ایجاد می‌کنید که فناوری را بتواند به صورت شبکه و سلسله‌مراتب تعریف کند و نحوه آن تفصل آن به جامعه را بداند، اما وقتی این نهاد را قبلاً تعریف نکرده‌اید ولی وام زودبازده به کارآفرینان پرداخت می‌کنید، نتیجه آن جز فساد نخواهد بود.

در مورد شرکت‌های دانش‌بنیان نه قانون‌های حمایت از دارایی فکری تصویب شده است و نه سیستم دانش‌بنیان درست تعریف شده است. در واقع دانش‌بنیانی را به فن تقلیل داده‌اند. شرکت‌های دانشگاهی اسم خود را دانش‌بنیان گذاشته‌اند و به آنها وام ۴ درصد می‌دهند اما شرکت دانش‌بنیانی مثل کارخانه ارج و رشکسته می‌شود بدون اینکه از هیچ وامی استفاده کند. مبنای همه اینها می‌شود رانت‌جویی و فساد سیستماتیک چون نهادها ناقص است. در مورد عدالت هم همین‌گونه

بردارند. قبلاً فکر می‌کردند که الگوی توسعه در ایران سرمایه‌داری وابسته است و با انقلاب از میان برداشته شد یا فکر می‌کردند فساد دربار است. البته آن چیزی که از منظر خودشان مانع می‌دانستند. اما آن الگوی ناقص و غیرنظام‌مندی که در نهادهای نوین توسعه حاکم بوده، به بعد از انقلاب هم رسید و با انقلاب فرهنگی هم این الگوها نوین نشد.

با انقلاب فرهنگی دانشگاه‌ها، موسسات پژوهشی، بودجه‌های پژوهشی و نظامات اعتباری همه در خدمت آن جناح‌هایی قرار گرفت که در حاکمیت حضور دارند ولی اینها نتوانستند الگوی توسعه تعریف کنند. اینها در بهترین حالت ناقد روشن‌فکران رسمی هستند که ناقد فساد و نابرابری و فقرند.

در چنین شرایطی الگوی توسعه باید از دل جامعه مدنی بیرون بیاید. هیچ چاره‌ای جز این نیست. یعنی دولت چاره‌ای جز این نگذاشته است. دولت‌ها این قابلیت را نداشته که الگوی توسعه تولید کند و در عین حال مانع آن شده که یک الگوی توسعه در جامعه مدنی تولید شود. باید پرسید دلیل اصلی این مانع‌تراشی چیست؟ چون به نوعی انقلاب فرهنگی انجام داده که فرار مغزها را موجب شده و فرار مغزها باعث شده جامعه مدنی بخشی از حافظه تاریخی‌اش را از دست بدهد. یعنی جامعه از لحاظ تکنیک می‌بایست امکان ارائه الگوی توسعه داشته باشد. شما وقتی حتی به موسسات پژوهشی آزاد اجازه نمی‌دهید به این ترتیب امکان این را که روشن‌فکران غیررسمی بتوانند در مورد الگوی توسعه گفتمان داشته باشند، از دست می‌دهند. هر دو جناح حاکمیت هنوز هم همین‌گونه هستند. از روشن‌فکران به عنوان «میرزایبویی» می‌خواهند استفاده کنند و غیر از این اگر کار کنند طردشان می‌کنند. این ترس از طردشدگی باعث شده است روشن‌فکران نتوانند دستگاه‌هایی را به صورت الگوهای توسعه خلق کنند یعنی تبدیل می‌شوند به اینکه در آن الگوی ناقصی که در ذهن روشن‌فکران رسمی جناح‌های مختلف حاکمیت است کار بکنند و گر نه طرد می‌شوند.

در این زد و خورد بواش‌بواش فرسوده‌تر و فرسوده‌تر می‌شوند و خلاقیت‌شان هم کمتر می‌شود.

نسل جوانی را بدون هیچ الگوی توسعه‌ای به جای بازنشستگان می‌آورند و خیلی هم خوشحالند که بازنشستگان را حذف می‌کنند. نسل جوان به شدت هم این‌وقتند. چون در طول این مدت هر جناحی که سر کار آمده بوروکراسی را به خاطر نوآوری تنبیه کرده که حالا این تنبیه در اصلاح‌طلب‌ها کمتر بوده است. به خصوص جناح پوپولیست هر موقع سر کار آمده این را به شدت انجام داده و بوروکراسی الان یک بوروکراسی ترسو و این‌الوقتی است که از نوآوری گریزان است. چون نوآوری مثلاً در این دوره ریاست جمهوری باعث طرد شدن در دوره ریاست جمهوری بعدی می‌شود. ما با یک چنین زمینه‌ای روبه‌رو هستیم که به‌هیچ‌وجه از داخل دولت نمی‌شود نوآوری و الگوی توسعه بیرون آید.

برنامه‌ریزی ایرانی دو آفت بزرگ دارد: یکی سیاست‌زدگی و دیگری

کمال اطهری

اقتصاددان و پژوهشگر توسعه

آنچه مسلم است، فقدان برنامه توسعه جامعه ما را دچار سوءظن نهادینه کرده است. سوءظن نهادینه عوامل مختلفی دارد که یک نمونه بسیار بارز آن، مقوله فساد یا فساد سیستماتیک است. مبنای فساد سیستماتیک در اقتصاد ایران را رانت تشکیل داده است. مازاد اقتصادی ایران در اساس از نفت حاصل می‌شود؛ حاکمیت، گروه‌ها و جناح‌های مختلف بدون اینکه هیچ‌گونه مدل توسعه جامعه‌داری یا جامعه‌محوری داشته باشند به تدریج کوشش می‌کنند که برای جامعه به‌روزی به ارمغان آورند، اما این کوشش به تدریج به جنگ جناح‌ها برای تصاحب رانت نفت تبدیل شده و بودجه عمرانی را به حداقل رسانده است. بخش اصلی بودجه صرف فساد و بخشی از آن هم صرف هزینه‌های نظامی می‌شود البته بخشی از هزینه‌های نظامی حتماً لازم است. اما برای سامان دادن بخش اصلی بودجه نظامی وجود ندارد که مازاد اقتصادی را از بخش‌های مولد به دست آورد. این باعث می‌شود که بودجه اندک صرف مقولاتی شود که در نهایت هرچند لازم است ولی باعث کاهش رفاه مردم می‌شود. رانت و فساد باعث شده که سوءظن نهادینه جامعه به طور مداوم افزایش پیدا کند و جلوه‌ای از بروز آن همین اعتراض در خیابان‌ها است که هشداری است بر ساختاری که نه در تولید موفق است و نه بازتوزیع. در تولید موفق نیست چون مدام چالاک‌اش را از دست می‌دهد. در بازتوزیع هم موفق نیست چون آن چیزی که حاصل مازاد اقتصادی نفت و مازاد اقتصادی داخلی است، یا غارت می‌شود یا در همان بوروکراسی محدود ختم می‌شود. الان دولت تبدیل شده به یک اسفنجی که تا موقعی که درآمد نفت بوده از این اسفنج چیزی بیرون بیاید ولی وقتی درآمد نفت کاهش پیدا کرده این اسفنج دیگر نم‌پس ندهد. نتیجه همه این موارد و مسائل این است که اعتماد عمومی به سیاست‌گذارها کم می‌شود.

از سوی دیگر، وقتی درآمد نفتی بیشتر می‌شود ممکن است فساد هم بیشتر شود و دولت به جامعه بی‌توجه باشد، اما باید روی مقابل این مسئله را در جامعه جست‌وجو کنیم. در واقع خود جامعه باید سازوکاری دقیق داشته باشد تا خودش را مقابل یک دولت سلطه‌گرا مجهز کند. آن چیزی که مشخص شده این است که روشن‌فکران رسمی نتوانستند بعد از ۴۰ سال الگوی توسعه مناسبی را ارائه دهند و نهادسازی‌های پایه‌ای را انجام دهند. ما هیچ پایه قابل تداومی در عرصه اقتصاد و اجتماعی نداریم. بعضی نهادها به صورت ناقص مثل شوراهای شهر شکل گرفته که آنها هم چون ناقص است چندان ثمربخش نیست. موضوع اصلی این است که هیچ‌وقت جامعه‌ای توسعه پیدا نمی‌کند مگر اینکه الگوی توسعه‌ای را برای خودش تعریف کرده باشد و آن الگو مورد توافق اکثریت جامعه در حوزه زیرساخت قرار گرفته باشد.

این الگوی توسعه موقعی که انقلاب شد تولید نشده بود و بعد انتظار می‌رفت بالاخره همه موانع را جناح‌های مختلف حاکمیت از سر راه



چرا سازمان امور مالیاتی مزاحم فضای کسب‌وکار است؟

کاوه زرگران
<div>عضو هیات نمایندگان اتاق تهران</div>

فعالان اقتصادی در طول دهه‌های گذشته همواره از مالیات به عنوان یکی از چالش‌های فعالیت‌های اقتصادی در ایران یاد کرده‌اند؛ در حالی که مالیات تقریباً در تمام کشورهای دنیا به عنوان یکی از منابع اصلی درآمد دولت‌ها به طور جدی دنبال می‌شود. حال سوال اینجاست که چرا سازمان امور مالیاتی در کشور ما از نظر فعالان اقتصادی یکی از مزاحمان فضای کسب و کار شناخته می‌شود؟ عمده فعالان اقتصادی در پاسخ به این سوال علت را بی‌عدالتی سازمان امور مالیاتی در اخذ مالیات عنوان می‌کنند. به این صورت که عمده درآمد مالیاتی کشور از فعالان اقتصادی شناسنامه‌دار اخذ می‌شود، در حالی که بنگاه‌هایی بی‌نام و نشان در کشور بدون پرداخت حتی یک ریال مالیات در حال فعالیت هستند و فرارهای مالیاتی بسیار بزرگی نیز از سوی آنها در جریان است. این در حالی است که بنگاه‌های شناسنامه‌دار کشور باید با تحمل فشار مضاعف عدم توانایی سازمان امور مالیاتی در اخذ مالیات از این گروه را جبران کنند و با حاشیه سود کمتر به کار خود ادامه دهند. با وجود وعده‌های فراوان از سوی مقامات دولتی برای اصلاح این روند اما همچنان شاهد هستیم که تاوان ضعف زیرساخت‌های سازمان امور مالیاتی توسط فعالان شناسنامه‌دار اقتصادی کشور پرداخت می‌شود. از زمان تصویب قانون مالیات بر ارزش افزوده در کشور تولیدکنندگان صنعتی شناسنامه‌دار همواره نحوه اجرای این قانون را مورد انتقاد قرار داده و از تریبون‌های مختلف اعتراض خود را به ناعادلانه بودن اجرای این قانون در کشور اعلام و از آن به عنوان یکی از موانع جدی فعالیت تولیدی یاد کرده‌اند. مالیات بر ارزش افزوده در حالی از بخش شفاف تولیدی در کشور اخذ می‌شود که بخش غیرشفاف از پرداخت آن معاف است؛ چراکه سازمان امور مالیاتی تجهیزات و امکانات لازم را برای اخذ مالیات از این بخش در اختیار ندارد. نکته اینجاست که مقامات دولتی نیز به این موضوع اذعان دارند؛ به طوری که محمد شریعتمداری وزیر اسبق صمت از مالیات بر ارزش افزوده به عنوان یکی از موانع جدی صنعت یاد کرده و مجلس نیز در ابتدای سال به تولیدکنندگان صنعتی وعده بازنگری در قانون مالیات بر ارزش افزوده را داده بود که هیچ‌گاه محقق نشد.

افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فشار بر بخش شفاف تولید حاصل می‌شود؛ این بزرگ‌ترین انتقاد تولیدکنندگان صنعتی در کشور است. محصولات تولیدی صنایع تبدیلی کشور در حالی مشمول پرداخت مالیات بر ارزش افزوده هستند که محصولات خام کشاورزی تولیدی حلقه قبل از آنها از پرداخت این مالیات معاف هستند و مالیات آنها به حلقه بعدی یعنی تولیدکنندگان شناسنامه‌دار صنعت غذا منتقل شده است. در مورد حلقه بعد این زنجیره نیز اوضاع به همین منوال است؛ نبود امکانات کافی سازمان امور مالیاتی در نصب صندوق‌های مکانیزه در خرده‌فروشی‌ها سبب شده سهم مصرف‌کنندگان از این مالیات نیز توسط تولیدکنندگان صنعتی پرداخت شود و با کاهش حاشیه سود این بخش بیش از پیش از جذابیت آن برای سرمایه‌گذاران بکاهد. عملکرد سازمان امور مالیاتی در طول دوران اجرای این قانون نشان‌دهنده آن است که این سازمان قادر به اجرای صحیح این قانون در کشور نیست؛ چراکه زیرساخت‌های درست اجرای آن را در اختیار ندارد. اجرای عادلانه قانون مالیات بر ارزش افزوده در زنجیره غذا نیازمند سازوکار و زیرساخت‌های لازم است تا با صدور فاکتور، نوع، مقدار، قیمت، تاریخ و محل فروش کالا به درستی مشخص شود.

تولیدکنندگان صنعت غذایی کشور بارها خواسته خود را مبنی بر بازنگری و تعریف دقیق فرآوری محصولات کشاورزی و گسترش دامنه معافیت‌ها به اقلام غذایی اصلی سبب مصرفی خانوار جهت ارتقای امنیت غذایی در جامعه و نهایتاً لحاظ نرخ صفر مالیات برای اقلام کشاورزی و غذایی به جای معافیت اعلام کرده‌اند؛ با وجود این، این قانون همچنان با توجه به توانایی‌های سازمان امور مالیاتی به طور ناقص در حال اجرا است. شرایط استرداد، محاسبه و اعمال اعتبار مالیاتی نیز در شرایط کمبود نقدینگی حال حاضر عرصه را بیش از پیش بر تولیدکنندگان صنعتی کشور تنگ کرده و سبب شده صنعت کشور در شرایط تحریم‌های اقتصادی و افزایش نرخ ارز و هزینه‌های تولید روزهای بسیار سختی را پشت سر بگذارد؛ شرایطی که بسیاری از بنگاه‌های تولیدی خرد صنعتی فعال کشور را از میدان به در کرده است.

منبع: آینده‌نگر

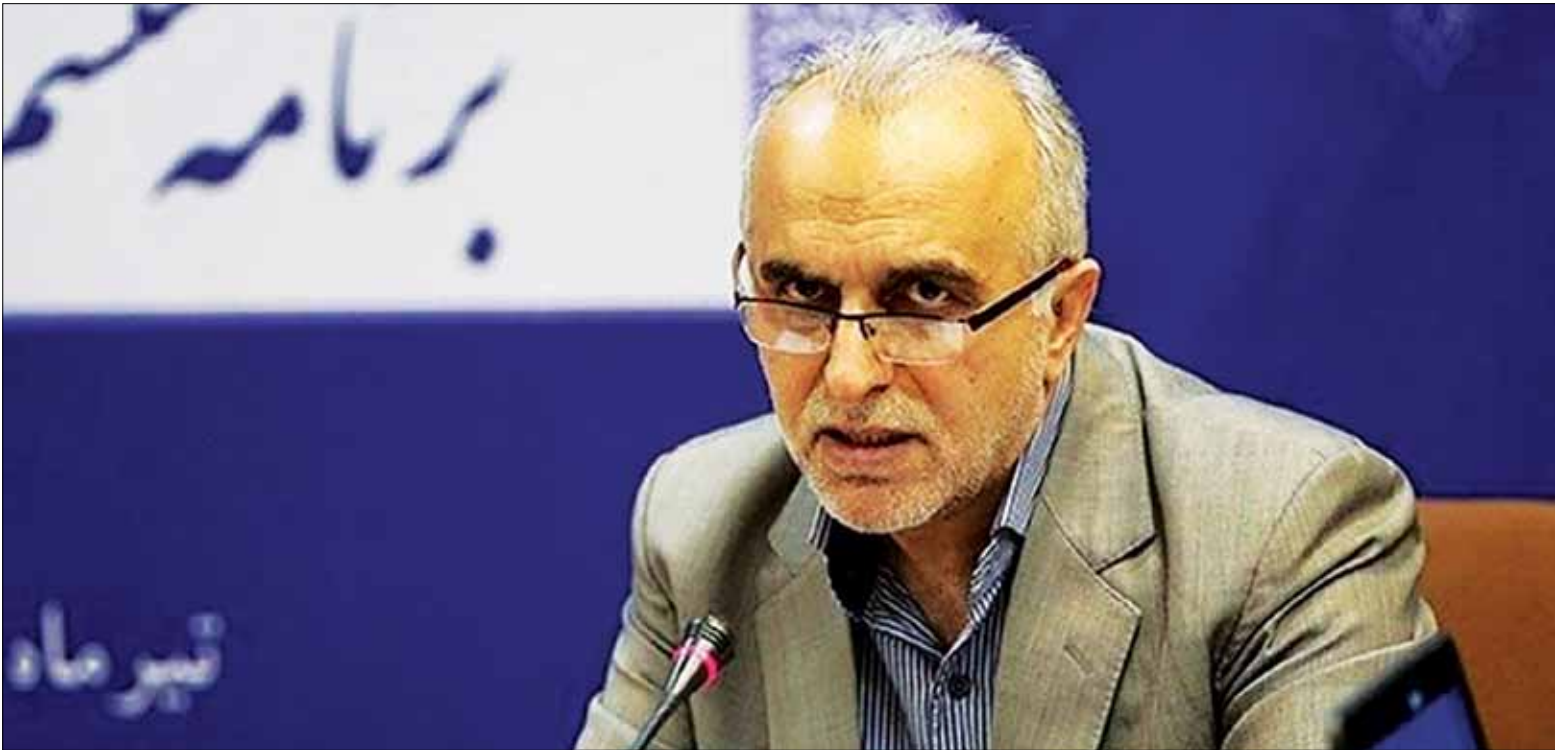
گزارش هفتگی بانک مرکزی از قیمت کالاهای اساسی لبنیات صدرنشین گرانی یک سال اخیر

براساس تازه‌ترین گزارش رسمی بانک مرکزی از متوسط قیمت خرده‌فروشی کالاهای اساسی، نرخ لبنیات ۶۶.۵درصد، تخم مرغ ۶۱.۵درصد، میوه‌های تازه ۵۳.۸درصد،گوشت قرمز ۴۸.۲درصد، گوشت مرغ ۴۴.۱درصد، روغن نباتی ۴۳.۸درصد و قند و شکر ۳۹.۸درصد افزایش یافته است.

به گزارش خیرآنلاین، براساس تازه‌ترین گزارش رسمی بانک مرکزی از متوسط قیمت خرده‌فروشی کالاهای اساسی، در هفته منتهی به شانزدهم آذرماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل نرخ لبنیات ۶۶.۵درصد، تخم مرغ ۶۱.۵درصد، برنج ۳۳.۸درصد، حبوب ۴۴.۱درصد، میوه‌های تازه ۵۳.۳۸درصد، سبزی‌های تازه ۳۷.۱درصد، گوشت قرمز ۴۸.۲درصد، گوشت مرغ ۴۴.۱درصد، چای ۳۳.۲درصد، روغن نباتی ۴۳.۸درصد و قند و شکر ۳۹.۸درصد افزایش یافته است. همچنین آمارهای بانک مرکزی از خلاصه نتایج گزارش متوسط قیمت خرده‌فروشی برخی از مواد خوراکی در هفته منتهی به شانزدهم آذرماه نشان می‌دهد که در این هفته قیمت ششش گروه نسبت به هفته قبل از آن افزایش و چهار گروه کاهش یافت. برهمین اساس، در هفته منتهی به شانزدهم آذرماه نرخ لبنیات ۴۹درصد، تخم مرغ ۴۶درصد، برنج ۳۰.۴درصد، گوشت قرمز ۵۵.۳درصد، گوشت مرغ ۴۰.۷درصد و چای ۳۰.۲درصد نسبت به هفته قبل افزایش و نرخ حبوب ۳۰.۵درصد، میوه‌های تازه ۱۶درصد، سبزی‌های تازه ۹.۰درصد و قند و شکر ۰.۱درصد کاهش یافت. قیمت روغن نباتی نیز ثابت بود.

وزیر اقتصاد از عرضه ۶۰ میلیون یورو در سامانه نیما خبر داد

تعادل به بازار ارز باز می‌گردد



وارد کشور کنند و چقدر خوب است که این دو با هم جوینت شده و به کمک سازندگی کشور بیایند. در موضوع مالیات و بیمه و حتی فضای کسب و کار نیز این شیوه را مدنظر داریم.

معرفی قوانین زائد از سوی بخش خصوصی

وی اظهار داشت: فضای کسب و کار کشور بهبود مناسبی پیدا کرده بود، البته عواملی که امسال وجود داشت، عوامل برون دولتی بودند، اما مهم برای ما این است که چرا باید سرعت ما کم باشد؛ پس بخش خصوصی باید نقش مسئولانه و فعال ایفا کند و ما نیز در هیات مقررات‌زایی معتقدیم که قوانین زائد را باید از سر راه برداشت، اما بخش خصوصی نیز این قوانین زائد را به وزارت اقتصاد معرفی کند. دژپسند گفت: بخش خصوصی وسط میدان است و می‌خواهد مجموعه‌ای وسیع از انتظارات را پوشش دهد، اما ممکن است در این میان بخشنامه و دستورالعمل نامناسبی نیز صادر شود، اما می‌توان کار را با همراهی و همکاری با بخش خصوصی به خوبی پیش برد؛ البته معتقدیم که اجرای مصوبات باید پیگیری شود؛ به همین دلیل گزارشی را تهیه می‌کنیم برای روسای سه قوه و خواهش داریم روی مصوبات، توجه ویژه داشته باشند.

وی درخصوص موضوع مالیات نیز افزود: من به عنوان معلم بخش عمومی، به این نکته اشاره می‌کنم که نمی‌توان بدون توجه به رشد اقتصادی و تداوم سرمایه‌گذاری راجع به نرخ مالیاتی بحث کنیم. باید واقعیت را قبول کرد که نسبت تی به جی دی پی بسیار پایین است، الان به یک روایتی افرادی که می‌خواهند ما را وادار به افزایش مالیات کنند، با ما در عدد این نسبت اختلاف نظر دارند. این عدد اما کم است؛ اما قرار نیست برای رسیدن به نسبت مطلوب، به مودیان خوش حساب ظلم کنیم.

دژپسند در پایان گفت: ما معافیت مالیاتی را یک جا الزام قانونی دارد قبول می‌کنیم؛ اما فرار مالیاتی و اجتناب مالیاتی قابل قبول نیست. اینجا هم خواهش دارم که منت بگذارید به ما در شناسایی راه‌های فرار و اجتناب مالیاتی کمک کنید. شما که در دل کار هستید، خیلی راحت می‌توانید کار را پیش برید. ما بیکار ننشسته‌ایم، ما به دنبال الکترونیکی کردن نظام مالیاتی و استقرار نظام جامع مالیاتی به معنای کامل هستیم.

تعادل به بازار ارز باز می‌گردد



واقعی دولت برای اداره اقتصاد کشور است و در شرایط تحریم، فروراد اقتصادی کشور است؛ به این معنا که این بخش خیلی از موانع برون‌داد که در دنیا با آن مواجه هستیم را با توانمندی، تجربیات و قابلیت‌های خود حل کرده و به یاری دولت می‌شتابد.

به گزارش مهر و به گفته دژپسند، این جملات تعارف‌گونه نیست، بلکه نگاهی به انعکاسی از واقعیت‌هایی است که اگر خوب آن را درک کنیم، اقتصاد کشور را خوب مدیریت خواهیم کرد؛ این در حالی است که از سال ۷۴ به بعد، قائل به این نگاه و عامل به آن هستم و خدا را شاکرم که از فایده این نگاه هم بهره‌مند شدم.

وی اظهار داشت: چین به واسطه نگاهی که اکنون به ایران دارد، می‌تسلبد که دولت با بخش خصوصی و اتاق بازرگانی ایران و چین کار را مدیریت کند؛ این در حالی است که فرصت یا تسهیلاتی ایجاد شده است که براساس آن، کولون‌گام‌های خوبی برداشته است و امیدواریم این فرصت را گسترش دهد تا ما هم بتوانیم ارتباط ایران و چین را بهتر از گذشته برقرار سازیم و البته نیاز به کمک بخش خصوصی هم داریم. وزیر اقتصاد گفت: احساس و ادراک امنیت سرمایه هم‌اکنون وجود ندارد که از اتاق هم تقاضا شده است که نقطه نظرات را بفرستد؛ البته در وزارت اقتصاد نیز معاون امور اقتصادی مسئولیت هماهنگی لایح را دارد، بنابراین از وی خواسته شده که حتما ارتباط با اتاق را سازماندهی کند. دژپسند گفت: ذهن انسان آهن‌پاره و فولاد نیست، اگرچه من ادعا می‌کنم که کارشناس اقتصادی ۳۴ساله هستم و در دانشگاه تدریس می‌کنم، اما باید یادم باشد که اگر این ترکیب با بخش واقعی و مجربین بخش خصوصی شود، می‌تواند تبدیل به سیاست‌گذاری‌های بادوام و باقوام باشد.

وی اظهار داشت: در برنامه‌های خود، بر روی مزیت‌های استانی تاکید زیادی دارم؛ ما سرمایه‌گذاری خارجی را باید جدی بگیریم، این در حالی است که نمی‌شود در تهران نشست و برای سرمایه‌گذاران استانی تصمیم گرفت، پس بخش خصوصی باید توانمندی‌های نسبی سرمایه‌گذاری را تشخیص داده و کار را پیش برد، پس فعالان اقتصادی سفیران جذب سرمایه‌گذاری خارجی هستند.

وزیر اقتصاد گفت: اتاق بازرگانی اینجا باید به عنوان پارت‌نر خود، وارد عمل شده و سرمایه‌گذاران خارجی را به عنوان یک همراه و شریک،

فرصت امروز؛ وزیر اقتصاد با بیان اینکه بازار ارز به سمت نرخ تعادلی در حرکت است، از ورود ۶۰میلیون یورو ارز به سامانه نیما در روز شنبه ۱۲۴آذرماه خبر داد و گفت بازار ارز راه ثبات را در پیش گرفته است.

فرهاد دژپسند در نشست ماهانه اتاق بازرگانی ایران با اشاره به تعامل با بخش خصوصی در تدوین بخشنامه بازگشت ارز حاصل از صادرات گفت: برخی از اعمال نظیر بخش خصوصی بر روی این بخشنامه را به عنوان یک عقب‌نشینی دولت از مواضع خود دانستند، در حالی که روز گذشته بازار نیما ۶۰میلیون یورو عرضه داشت و بازار ارز هم در حال حرکت به سمت یک نرخ تعادلی است چراکه ورود صادرکنندگان ارزشمند برای عرضه ارز، به طرف عرضه کمک می‌کند، البته در طرف تقاضا نیز بانک مرکزی سیاست‌هایی را طراحی کرده است که این دو در کنار هم به مدیریت عرضه و تقاضای مصنوعی ارز کمک می‌کند و تعادل را برمی‌گرداند.

دژپسند با بیان اینکه راجع به نرخ ارز کمتر حرف می‌زنم، ولی می‌خواهم این نکته را تاکید کنم که ثبات بازار ارز، خیلی مهم‌تر از سایر موارد است، گفت: به خصوص اینکه صادرات ایران، واردات پایه است و بنابراین اگر ما ثبات را در بازار ارز ایجاد کنیم، فواید آن را همه بهره‌مند می‌شویم، به همین دلیل اگر تعامل با بخش خصوصی که با بسته بانک مرکزی شروع شد، عمق یابد می‌توانیم به جریان باثبات در بازار ارز دست یابیم که در نهایت به ثبات در اقتصاد تبدیل می‌شود.

وی اظهار داشت: با تغییرات مستمر در قوانین و مقررات اقتصادی حتما سود نمی‌بریم، چراکه همه را در موضع ضعف قرار می‌دهد. از بخش خصوصی هم انتظار داریم که اگر بخشنامه‌ای صادر می‌شود همه به آن پایبند باشند. بخش خصوصی باید بداند که در چه ریلی حرکت می‌کند، این ریل اگر پر پیچ و خم و نوسان باشد، نمی‌توان حرکت کرد و این موضوع باید در تعامل قوی دوسویه و دوجانبه صورت گیرد.

بخش خصوصی، پارت‌نر دولت برای اداره اقتصاد

وزیر اقتصاد ادامه داد: یکی از برنامه‌های جدی وزارت اقتصاد گسترش گفت‌وگو با بخش خصوصی است که البته این اقدام به عنوان ویتترین صورت نمی‌گیرد. هر زمان که دعوتی از سوی اتاق بازرگانی یا تعاون صورت گرفته است، رد نکرده‌ام. در استان‌ها حتما یک جلسه را با فعالان اقتصادی دارم، چراکه بخش خصوصی در شرایط نرمال، پارت‌نر

در آخرین آمار ارائه‌شده از سوی بانک مرکزی می‌توان نرخ برخورداری از ملزومات اولیه زندگی خانوارهای ایرانی را مشاهده کرد. بررسی‌ها نشان می‌دهد همپای امکانات اولیه زندگی نظیر یخچال و فریزر و ماشین لباسشویی و ... تلویزیون نیز در خانه‌های ایرانی جا خوش کرده است. وسایل زندگی ایرانی مورد گزارش بانک مرکزی اغلب به محدوده آشپزخانه مرتبط است. سبک زندگی ایرانی در سال‌های اخیر تغییر کرده است و اغلب خانوارهای ایرانی مبل، فرش، وسایل پخت و پز جدید مانند انواع فرها و … را در اختیار دارند. در واقع، بررسی‌ها نشان می‌دهد بخش عمده‌ای از خانوارهای شهری ایرانی به امکانات اولیه زندگی دسترسی دارند و به نظر می‌رسد برای ارائه تصویر دقیق‌تر از زندگی ایرانی لازم است فهرست کالاهای مورد گزارش از سوی بانک مرکزی مورد بازنگری قرار گیرد. گزارش خیرآنلاین از ضریب نفوذ امکانات اولیه در خانوارهای شهری ایران را در ادامه می‌خوانید.

خودرو

براساس آخرین آمارهای ارائه‌شده نزدیک به ۴۹.۴درصد خانوارهای ایرانی صاحب اتومبیل هستند. شمار خانوارهای شهری ایرانی در آمارهای استخراج شده از سرشماری سال ۱۳۹۵ کمی بیش از ۱۸میلیون خانوار بوده است و بر این اساس در صورتی که تعداد خانوارهای ایرانی را با اعماض ۱۹ میلیون نفر در نظر بگیریم، تعداد خانوارهایی که در ایران اتومبیل دارند، ۹میلیون و ۳۸۶هزار خانوار هستند. باید توجه داشت برخی از این خانوارها با توجه به میزان تمکن مالی‌شان بیش از یک خودرو در اختیار دارند .

موتورسیکلت

شمار موتورسیکلت‌ها در شهرهای بزرگ رو به افزایش است.

خانوارهای شهری ایران با چه امکاناتی زندگی می‌کنند؟

ضریب نفوذ امکانات اولیه در خانوارهای شهری

بررسی‌ها نشان می‌دهد موتورسیکلت‌هایی که در ایران تردد می‌کنند متأسفانه آلایندهی بسیار بالایی داشته و نقشی مؤثر در بدتر شدن هوای محیط‌های شهری ایفا می‌کنند.

۱۴درصد از خانوارهای ایرانی صاحب موتورسیکلت هستند که باید همپوشانی را در این حوزه در نظر گرفت چرا که ممکن است خانوارهای دارای اتومبیل، موتورسیکلت نیز در اختیار داشته باشند. به این ترتیب کمی بیش از ۳ میلیون خانوار ایرانی صاحب موتورسیکلت هستند.

تلویزیون

اینجا بحث تنها بر سر موضوعات اقتصادی نیست، فراگیر بودن حضور تلویزیون در خانه‌ها نشان از اهمیت رسانه در زندگی امروز دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد ۹۸.۳درصد از خانوارهای ایرانی صاحب تلویزیون هستند. این نکته که چه تعداد از این خانوارها شبکه‌هایی جز شبکه‌های ایرانی را تماشا می‌کنند در گزارش مورد اشاره لحاظ نشده است. بر این اساس ۱۸میلیون و ۶۷۰هزار خانوار ایرانی صاحب تلویزیون هستند .

یخچال و فریزر

از ملزومات اولیه زندگی هر خانواده ایرانی محسوب می‌شود اما نگاهی به آمار نشان می‌دهد تنها ۰.۰۴ درصد از خانوارها هنوز یخچالی در اختیار ندارند. ۹۹.۶درصد از خانوارهای شهری ایرانی این وسیله مصرفی بادوام را در خانه‌های خود جای داده‌اند. در این راستا ۱۸ میلیون و ۹۲۴ هزار خانوار این وسیله بادوام را در اختیار دارند.

اجاق گاز

وسيله پخت و پز در اختيار ۹۹.۷درصد از خانوارهای ایرانی است. این وسیله مصرفی بادوام از مهم‌ترین ملزومات زندگی ایرانی است. ۱۸ میلیون و ۹۴۳ هزار خانوار اجاق گاز دارند.

نگاه

سالانه ۱۱۵ بنگاه اقتصادی بزرگ به جمع بنگاه‌های مشکل‌دار اضافه می‌شود

آمار جالب وزارت کار درباره بنگاه‌های مشکل‌دار

«بنگاه‌های مشکل‌دار» اصلاحی است که کم‌کم به دایره واژگان اقتصادی کشور در حال اضافه شدن است؛ بنگاه‌هایی که به دلیل کمبود نقدینگی، فشارهای مالیاتی، افزایش قیمت دلار و مواد اولیه و... با ده‌ها چالش روبه‌رو شده‌اند و حالا به‌عنوان بنگاه مشکل‌دار شناخته می‌شوند. البته با توجه به تحولات اقتصادی ماه‌های گذشته و افزایش شدید تحریم‌های آمریکا و تحریم‌های داخلی به دلیل سوءمدیریت‌ها به تعداد بنگاه‌های مشکل‌دار افزوده شده است. نگاهی به آمارهای وزارت کار نشان می‌دهد تعداد بنگاه‌هایی که با چالش‌های جدی روبه‌رو هستند از ۲۰۰ واحد در سال ۱۳۸۷ به ۱۱۵۶ واحد در شهریور ۹۷ افزایش یافته است، یعنی به‌صورت میانگین سالانه ۱۱۵ بنگاه اقتصادی بزرگ به جمع بنگاه‌های مشکل‌دار اضافه می‌شود. البته این آمارها شامل بسیاری از بنگاه‌های کوچک و متوسط نمی‌شود و بیشتر بنگاه‌های بزرگ اقتصادی را که در سرشماری‌ها رصد می‌شوند، در نظر می‌گیرند. یکی از چالش‌های جدی که تعطیلی بنگاه‌های اقتصادی برای کشور به همراه دارد بدون شک بیکاری است و در این بین چالش مهم بنگاه‌های مشکل‌دار هم محسوب می‌شود، به شکلی که اطلاعات و آمار رسمی از فرصت‌های ازدست‌رفته شغلی ناشی از بنگاه‌های مشکل‌دار، حاکی از آن است که در سال ۹۴ تعداد ۲۷۴ هزار نفر از نیروی کار بنگاه‌های مشکل‌دار به دلیل تعدیل نیرو یا تعطیلی بنگاه، از بازار کار خارج شدند که این تعداد در سال ۹۶ به ۳۸۰ هزار نفر رسید. از جمعیت ۸۰ میلیون نفری ایران ۶۵.۳ میلیون نفر در سن کار (۱۰ ساله و بیشتر) هستند که از این تعداد فقط ۲۵.۸ میلیون نفر (معادل ۳۹.۴ درصد) طالب ورود به بازار کارند و البته ۳.۲ میلیون نفر از آن‌ها بیکار مانده‌اند. آمارهای رسمی وزارت کار حاکی از این است که تعداد کل شاغلان کشور اعم از مرد و زن با تمام‌وقت و پاره‌وقت به ۲۲ میلیون و ۵۸۸ هزار نفر رسیده که ۳۹.۳ درصد از آن‌ها بیش از ۲۰ ساعت در هفته کار می‌کنند. بررسی نقشه اشتغال کشور نشان می‌دهد ۱۸.۷ میلیون نفر از شاغلان کشور مرد و ۳.۸۸ میلیون نفر زن هستند. براساس نماگرهای بازار کار ایران، شاغلان به‌طور میانگین ۱۲.۲ سال سابقه کار دارند اما باسابقه‌ترین مجموعه نیروی کار کشور با ۱۸.۸ سال، در بخش کشاورزی فعال هستند. میانگین سابقه کار شاغلان بخش صنعت ۱۱.۲ سال و سابقه فعالان حوزه خدمات ۱۰.۶ سال است. به‌عبارت‌دیگر، جوان‌ترین بخش بازار کار کشور، بخش خدمات است و بخش کشاورزی کهن‌سال‌ترین بخش. از سوی دیگر ۱۲.۴ درصد از جمعیت فعال ایران بیکارند که این عدد برای جمعیت فعال مرد ۱.۵ و برای جمعیت زنان ۲۰.۷ درصد بوده است. براساس این آمارها نرخ بیکاری در شهرها ۱۳.۷ و در روستاها ۸.۹ درصد برآورد شده است. نکته قابل‌تأمل در مورد وضعیت بیکاری در ایران این است که ۳۵.۳ درصد از بیکاران دارای مدرک تحصیلی فوق‌دیپلم و لیسانس بوده‌اند و این سهم برای زنان به ۵۹.۹ درصد می‌رسد.

مرکز آمار اعلام کرد

سهم پروژه‌های کاربردی در تحقیقات افزایش یافت

براساس آمارهای مرکز آمار، سهم پروژه‌های کاربردی انجام‌شده نسبت به کل پروژه‌های انجام‌شده در سال ۱۳۹۵ (۵۴ درصد) بوده که بیش‌ترین سهم را در میان سایر پروژه‌های انجام‌شده داشته است. به گزارش ایستا، مرکز آمار به مناسبت روز پژوهش نتایج یک طرح که در سال ۱۳۹۵ انجام شده است را منتشر کرد. بر این اساس در سال ۱۳۹۴ از تعداد ۸۳ هزار و ۶۳۷ پروژه تحقیق و توسعه، سهم پروژه‌های کاربردی انجام‌شده ۴۵ هزار و ۱۵۲ فقره (۵۴ درصد) بوده که بیش‌ترین سهم را در میان سایر پروژه‌های انجام‌شده داشته است. در مقایسه پروژه‌های سال ۱۳۹۴ با سال ۱۳۹۲، پروژه‌های توسعه‌ای از رشد ۲۰.۴۱ درصدی حکایت دارد. پروژه‌های بنیادی نیز از رشد مناسبی برخوردار بوده است اما در مقابل از تعداد پروژه‌های کاربردی کاسته شده است. همچنین توزیع محققان کارگاه‌های دارای فعالیت تحقیق و توسعه بر حسب مدرک تحصیلی نشان می‌دهد که در سال ۱۳۹۴ از ۶۴ هزار و ۷۷۸ نفر محقق معادل تمام‌وقت ۳۹ هزار و ۷۰ نفر (۳۶۰ درصد) دارای مدرک دکتری تخصصی، ۱۵ هزار و ۶۴ نفر (۲۰۳ درصد) دارای مدرک کارشناسی ارشد و دکتری حرفه‌ای، ۸۰۶۶ نفر (۵.۱۲ درصد) دارای مدرک کارشناسی و ۲۵۹۷ نفر (۰.۴ درصد) داری مدرک دیپلم و فوق‌دیپلم بوده‌اند. در مقایسه محققان سال ۱۳۹۴ با سال ۱۳۹۲، محققان دارای مدرک دکتری تخصصی، کارشناسی ارشد و دکتری حرفه‌ای روند افزایشی و محققان دارای مدرک کارشناسی، دیپلم و فوق‌دیپلم روند کاهشی داشته است. نتایج طرح آمارگیری از کارگاه‌های دارای فعالیت تحقیق و توسعه نشان می‌دهد که سایر کارکنان تحقیقاتی معادل تمام‌وقت در سال ۱۳۹۴ معادل ۲۶ هزار و ۹۴۲ نفر بوده است که از این تعداد ۸۶۷۲ نفر (۳۲.۲ درصد) دستیار محقق، ۳۹۳۳ نفر (۶.۱۴ درصد) تکنیسین و ۱۴ هزار و ۳۳۸ نفر (۲۰۲.۵۳ درصد) کارکن دکتری و پشتیبانی بوده‌اند. در مقایسه سایر کارکنان تحقیقاتی سال ۱۳۹۴ با سال‌های ۱۳۹۲ روند کاهشی بوده است. کل هزینه‌های تحقیق و توسعه در سال ۱۳۹۴ برای ۲۱۶۰ کارگاه دارای فعالیت تحقیق و توسعه حدود ۴۷ میلیون و ۶۶۸ هزار و ۶۱۹ میلیون ریال بوده است که این هزینه به تفکیک هزینه‌های جاری و سرمایه‌ای به ترتیب عبارت است از ۳۶ میلیون و ۹۱۵ هزار و ۸۹۴ و ۱۰ میلیون و ۷۵۲ هزار و ۷۵۲ میلیون ریال. در مقایسه کل هزینه‌های تحقیق و توسعه در سال ۱۳۹۴ با سال ۱۳۹۲، به دلیل افزایش کارگاه‌های دارای فعالیت تحقیق و توسعه در سال ۱۳۹۴ این هزینه‌ها تقریباً دو برابر شده است. براساس گزارش مرکز آمار ایران، این مرکز در راستای پاسخ به این نیازها، آمارگیری از کارگاه‌های دارای فعالیت‌های تحقیق و توسعه را از سال ۱۳۷۶ به‌صورت هر دو سال یکبار و پس از آن از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۵ (به جز سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲) به‌طور متوالی اجرا کرده است. در ضمن این طرح در سال ۱۳۹۶ اجرا نشده اما در آبان‌ماه سال ۱۳۹۷ این طرح توسط مرکز آمار ایران اجرا شده است. نتایج اجرای این طرح در سال ۱۳۹۵ به مناسبت روز پژوهش منتشر شده است. در طرح آمارگیری از فعالیت‌های تحقیق و توسعه که در دی ماه سال ۱۳۹۵ اجرا شد، به مراکز تحقیقاتی، دانشگاه‌ها یا مؤسسات آموزش عالی و کارگاه‌های صنعتی ۵۰ کارکن و بیشتر دارای واحد تحقیق و توسعه مراجعه و اطلاعات مربوط به محققان (کل و معادل)، سایر کارکنان (کل و معادل)، پروژه‌ها و هزینه‌های تحقیق و توسعه در سال ۱۳۹۴ جمع‌آوری شده است.



که نسبت به مدت مشابه سال قبل (هشت ماهه نخست سال ۹۶) ۲۶.۲ درصد رشد نشان می‌دهد. این شاخص در هشت ماهه نخست سال گذشته ۴۵ هزار و ۶۱۰ میلیارد تومان برآورد شده بود. منطقه شهرداری تهران با ۹۷۲ فقره، بیشترین میزان معاملات مسکن در آبان ۹۷ را به خود اختصاص داده که این میزان معامله برابر ۱۶.۴ درصد از کل معاملات بوده است. منطقه ۱۹ شهرداری تهران نیز با ۴۳ فقره معامله مسکن، معادل ۷ دهم درصد از کل معاملات، کمترین تعداد معاملات مسکن را در پایتخت به خود اختصاص داده است. بیشترین کاهش معاملات در آبان ۹۷ نسبت به آبان‌ماه سال ۹۶، متعلق به منطقه ۲۲ بوده که نشان‌دهنده کاهش ۶۵.۴ درصدی میزان معاملات است.

متوسط قیمت خرید و فروش هر متر مربع واحد مسکونی در آبان امسال در پایتخت ۹ میلیون و ۱۹۰ هزار تومان عنوان شده که نسبت به هم‌ماه امسال ۶.۴ درصد و نسبت به آبان ماه سال گذشته ۹۱ درصد رشد داشته است. بیشترین قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در تهران در آبان‌ماه امسال مربوط به منطقه یک تهران با ۱۹ میلیون و ۶۸۰ هزار تومان و کمترین قیمت به منطقه ۱۹ با متری ۴ میلیون تومان بوده است. همچنین بیشترین رشد قیمت را منطقه ۹ به خود اختصاص داده به طوری که رشد قیمت‌ها در این منطقه برابر با ۱۰.۴ درصد نسبت به آبان ۹۶ بوده است. کمترین درصد رشد قیمت نیز در منطقه ۱۹ تهران با افزایش ۴.۹ درصدی اتفاق افتاده است.

بیشترین حجم خرید و فروش مسکن در آبان‌ماه امسال متعلق به منطقه ۵ با ۶۱.۴ درصد از معاملات بوده است. همچنین واحدهای زیر پنج سال ساخت با ۳۹.۵ درصد، بیشترین تعداد معاملات مسکن پایتخت را به خود اختصاص داده‌اند.

در هشت ماهه نخست امسال ۹۴ هزار و ۱۷ فقره معامله مسکن در شهر تهران انجام شده که در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۳۹۶ معادل ۱۸.۸ درصد کاهش داشته است. براساس این گزارش میانگین قیمت خرید و فروش مسکن در بازه زمانی هشت ماهه امسال متری ۷ میلیون و ۳۰۲ هزار تومان برآورد می‌شود که نسبت به هشت ماهه نخست سال گذشته ۵۹.۶ درصد رشد داشته است.

از رشد صدور پروانه‌های ساختمانی تا افزایش گردش مالی بخش مسکن

نیمرخ بازار مسکن



۶.۴۳ واحد مسکونی بوده است. مجموع مساحت زیربنا در پروانه‌های احداث ساختمان صادرشده از سوی شهرداری تهران در فصل بهار امسال ۳ میلیون و ۵۳۷ هزار مترمربع بوده است که نسبت به فصل گذشته ۲۹.۲ درصد و نسبت به بهار پارسال ۳۲.۳ درصد افزایش دارد. طبق این آمارها میانگین مساحت هر پروانه ساختمانی در فصل بهار امسال ۱۱۵۸ مترمربع بوده است.

با در نظر گرفتن ضریب ساخت ۶۰ درصد برای تراکم واحدهای مسکونی، تقریباً میانگین مساحت واحدهای مسکونی پیش‌بینی‌شده در پروانه‌های ساختمانی تهران به حدود ۱۰۸ مترمربع می‌رسد که با الگوی مصرفی بازار مسکن یعنی واحد ۷۵ تا ۸۰ متری اختلاف قابل‌توجهی دارد و حاکی از این است که هنوز ساخت واحدهای مسکونی بزرگ متراژ در تهران پرطرفدارتر از ساخت واحدهای میان‌متراژ و منطبق با الگوی مصرف مسکن است.

طبق گزارش مرکز آمار ایران در فصل بهار امسال ۳۴ هزار و ۲۷۸ فقره پروانه احداث ساختمان توسط کل شهرداری‌های کشور صادر شده که این تعداد نسبت به زمستان پارسال با کاهش ۱۰.۴ درصد مواجه بوده اما در مقایسه با بهار سال قبل ۱۳.۱ درصد افزایش داشته است.

در فصل بهار امسال، تعداد واحدهای پیش‌بینی شده در پروانه‌های ساختمانی صادرشده توسط شهرداری‌های کشور به ۹۰ هزار و ۶۶۷ واحد رسیده که نسبت به زمستان و بهار سال قبل به ترتیب ۲ درصد کاهش و ۱۲.۴ درصد افزایش دارد. براساس این آمارها میانگین واحدهای پیش‌بینی شده در این پروانه‌های ساختمانی ۲۶۴ واحد بوده است و با توجه به اینکه مجموع مساحت زیربنا در این پروانه‌های ساختمانی ۱۷ میلیون و ۴۳۸ هزار مترمربع است میانگین زیربنای هر واحد مسکونی با احتساب ضریب تراکم ۶۰ درصد حدود ۱۱۵.۴ مترمربع است.

رشد ۲۶ درصدی گردش مالی بازار مسکن

اما گزارش دوم به دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی اختصاص دارد که براساس آن، در هشت ماهه نخست امسال، ارزش کل معاملات مسکن در تهران از ۲۶.۲ درصد افزایش نسبت به مدت مشابه پارسال به ۵۷.۵ هزار میلیارد تومان رسیده است، اما در سوی مقابل، تعداد معاملات مسکونی در پایتخت در آبان ۹۷ به ۷ هزار و ۱۷ فقره رسیده که نسبت به ماه قبل از آن (مهرماه امسال) ۲۶.۶ درصد و نسبت به آبان‌ماه سال گذشته ۵۳.۱ درصد کاهش داشته است.

گردش مالی بخش مسکن و ارزش کل معاملات این بخش در تهران در هشت ماهه نخست امسال ۵۷ هزار و ۵۵۰ میلیارد تومان بوده

فرصت امروز: دیروز دو گزارش تحلیلی درباره وضعیت بازار مسکن منتشر شد که یکی گزارش دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی درباره رشد گردش مالی بخش مسکن در هشت ماهه نخست امسال بود و دیگری گزارش مرکز آمار ایران از طرح «گردآوری اطلاعات پروانه‌های ساختمانی صادرشده توسط شهرداری‌های کشور». طبق این گزارش و بنا به اعلام مرکز آمار، درخواست ساخت‌وساز در تهران زیاد شده و در فصل بهار امسال رشد ۳۴.۴ درصدی تعداد پروانه‌های ساختمانی در پایتخت و افزایش ۱۳.۱ درصد صدور پروانه در کل شهرداری‌های کشور نسبت به فصل بهار پارسال را به همراه داشته است. البته بازار مسکن در حال حاضر، وارد رکود تومی شده و به نظر می‌رسد در فصل‌های پیش‌رو، صدور پروانه‌های ساختمانی کاهش داشته باشد.

رکود تومی؛ چالش جدی تولید مسکن

همواره دوره‌های رونق مسکن افزایش کمی و کیفی در ۴ حوزه را به همراه دارد و به ترتیب به افزایش تعداد معاملات، افزایش قیمت، افزایش صدور پروانه‌های ساختمانی و افزایش سرمایه‌گذاری و تولید منجر می‌شود. از اوایل سال گذشته تاکنون بازار مسکن افزایش تعداد معاملات، رشد قیمت و افزایش درخواست برای صدور پروانه‌های ساختمانی را شاهد بوده اما ورود این بازار به رکود تومی می‌تواند چهارمین فرآیند بازار مسکن یعنی سرمایه‌گذاری و تولید را با چالش جدی مواجه کند؛ به‌ویژه که قیمت‌نهادهای ساختمانی نیز در یک سال اخیر رشد قابل‌توجهی داشته و عملاً به افزایش هزینه تولید مسکن دامن زده است.

بررسی نتایج طرح «گردآوری اطلاعات پروانه‌های ساختمانی صادرشده توسط شهرداری‌های کشور» نشان می‌دهد که در فصل بهار امسال تعداد ۳۰۵۵ پروانه احداث ساختمان توسط شهرداری تهران صادر شده است که این تعداد نسبت به زمستان ۹۶ حدود ۴۲.۱ درصد و نسبت به فصل بهار ۹۶ حدود ۳۴.۴ درصد افزایش داشته است.

چنانچه راهکاری برای رفع رکود تومی بازار مسکن وجود نداشته باشد، به نظر می‌رسد بخش عمده این پروانه‌های ساختمانی به مرحله تولید یا پایان کار نرسند و در بهترین حالت، سرمایه‌گذاری در آنها به اوایل دوره پیش‌روقت بعدی بازار مسکن موکول شود.

پروانه احداث ساختمان رشد کرد

طبق اعلام مرکز آمار ایران، تعداد واحدهای مسکونی پیش‌بینی‌شده در این پروانه‌ها به ۱۹ هزار و ۶۵۹ دستگاه می‌رسد که نسبت به زمستان پارسال ۳۰.۱ درصد و نسبت به بهار پارسال ۳۱.۶ درصد رشد دارد. براساس این آمارها، در فصل بهار امسال میانگین واحدهای مسکونی پیش‌بینی شده در هر پروانه ساختمانی صادرشده در تهران

با وجود کاهش ۸ هزار تومانی قیمت دلار

انتظارات تومی نمی‌گذارد قیمت‌ها پایین بیاید

آزاد ارز که افزایش آن علت یا بهانه بسیاری از جهش‌های قیمتی بوده است آنقدر عدد بزرگی است که بتوان انتظار اثرگذاری آن بر نرخ تورم را داشت. در این باره حمید دیهیم، عضو هیات علمی دانشگاه تهران در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به اصطلاح چسبندگی قیمت‌ها اظهار کرد: زمانی که قیمت‌ها در اثر تورم بالا می‌رود به همان سرعت پایین نمی‌آید. این قاعده در همه جای دنیا صدق می‌کند اما در ایران به خاطر وجود برخی از مسائل متفاوت است.

او با بیان اینکه در عدم کاهش قیمت‌ها متاثر از نرخ ارز تفاوتی بین فروشگاه‌های تعاونی و خصوصی وجود ندارد، اضافه کرد: چه‌بسا در فروشگاه‌های خصوصی به دلیل دارابودن انبارهای بزرگتر قیمت‌ها ارزان‌تر هم باشد کما اینکه در مورد برخی از اجناس همینطور هم هست. این اقتصاددان همچنین با اشاره به نرسیدن ارزها به قیمت تعادلی اظهار کرد: زمانی که ارزها ثابت ندارند، بازار نمی‌تواند روی آن

کاهش حدود ۸ هزار تومانی قیمت دلار نسبت به دوران اوج قیمتش، بدون همراهی قیمت‌هاست؛ مسأله‌ای که به گفته کارشناسان، علت آن در چسبندگی قیمت‌ها و وجود انتظارات تومی در بازار است. به گزارش ایسنا، بهانه بسیاری از واردکنندگان یا عرضه‌کنندگان اقلام مصرفی در بازارها برای افزایش قیمت محصولات خود افزایش جهشی نرخ ارز در بازار بوده است؛ بازار ارزی که تا چند ماه پیش قیمت دلار ۱۸ هزار تومانی را هم تجربه کرد. قیمت دلار اما این روزها با دوران اوج خود فاصله زیادی گرفته است؛ به طوری که قیمت آن در بازارهای آزاد کانال ۹ و ۱۰ هزار تومان را هم تجربه کرد در حالی که قیمت‌ها متناسب با این کاهش نرخ ارز کاهش محسوسی در بازارها نداشته‌اند. آنچه مسلم است این است که نمی‌توانیم انتظار کاهش لحظه‌ای قیمت‌ها را به موازات کاهش لحظه‌ای قیمت نرخ ارز در بازار داشته باشیم؛ با این حال کاهش ۸۰۰۰ تومانی قیمت‌ها در بازار

حساب کند و قیمت‌ها را متناسب با کاهش آن به سرعت کاهش دهد. ضمن اینکه ممکن است بسیاری از کالاهایی که خریداری شده است با ارز گران‌تر از ارز فعلی بوده باشد و به همین خاطر برای فروش‌شده به‌صرفه نباشد که آن را ارزان‌تر به فروش برساند. گفتنی است در ادامه روند کاهشی نرخ ارز بانک‌ها روز شنبه (۲۴ آذر) نرخ خرید ارز را کاهش دادند و تا ساعت ۱۳ روز یکشنبه هر دلار آمریکا را ۱۰ هزار و ۹۳ تومان خریدند. نرخ خرید یورو نیز نسبت به آخرین روز هفته قبل کاهشی بوده و ۱۱ هزار و ۴۱۵ تومان است. در صورتی‌که روزهای پایانی هفته گذشته هر دلار در بانک‌ها قیمت ۱۰ هزار و ۱۱۱ تومان و هر یورو ۱۲ هزار و ۱۲۲ تومان خریداری می‌شد. همچنین قیمت خرید هر دلار آمریکا در بازار آزاد توسط صرافی ملی نیز ۱۰ هزار و ۱۵ تومان اعلام شده است که پایین‌تر از نرخ خرید بانک‌هاست.

یادداشت

بازار ارز چگونه گمراه می‌شود؟

اصغر سمیعی
کارشناس ارزی

از آغاز دولت یازدهم مسئولان اقتصادی دولت فعالان بازار را امیدوار می‌کردند که به زودی در کشور شاهد قیمت‌های واقعی و ثبات و نرخ ارز واحد خواهیم بود این وعده البته چندین بار تکرار شد، ولی در مقاطع مختلف و با بهانه‌های گوناگون از انجام آن طفره رفتند. چرا؟ چیزی که واضح است اینکه چند نرخ ننگه داشتن ارز یا هر کلای دیگری باعث ایجاد نوعی رانت برای عده‌ای می‌شود که می‌توانند آن کالا را با نرخ ارزان‌تر به دست بیاورند چه آن طایفه از قدرتمندان باشند یا ثروتمندان، چه از صرافان باشند چه بازرگانان، چه بهانه آن کمک به محرومان باشد و چه توسعه کسب و کار، چه انگیزه آن خیرخواهانه باشد و یا سودجویانه اثر مخرب خود را بر اقتصاد خواهد گذاشت.

به هر روی در پنج سال اول دولت آقای دکتر روحانی این اتفاق مبارک نیفتاد در حالی که در مقطعی به راحتی امکان انجام آن بود و بالاخره آنقدر بر پایین نگه داشتن نرخ ارز به صورت دستوری و مصنوعی اصرار کردند تا در سال ۹۷ فکس به بهانه تهدیدی که از طرف رهبر مستکبران صورت گرفت فنر قیمت ارز رها شد و متاسفانه باعث صدمه فراوان به اقتصاد کشور و فعالان اقتصادی شد. انتظار این بود که این تجربه باعث شود که مسئولان اقتصادی از رفتارهای غیراقتصادی با اقتصاد کشور دست بردارند و با واقعی کردن نرخ‌ها و علامت‌ها دیگر باعث گمراهی مردم و فعالان اقتصادی نشوند و از رانت‌خواری تراست‌ها و صاحبان قدرت و ثروت جلوگیری کنند.

ولی متاسفانه باهم با اعلام قیمت‌های غیرواقعی و ارزان و محدود باعث شدند بازار غیررسمی تقویت شود و سفته‌بازان اداره آن را به عهده گرفته و با ایجاد نوسانات مخرب باعث خالی شدن جیب مردم و پرکردن جیب خود شوند.

مسئولان به جای اینکه با اعلام نرخ واحد همه انرژی خود را صرف جلوگیری از تلاطمات و نوسانات در بازار ارز کنند هر از گاهی خودشان هم با تزریق منابع و یا با خودداری از تزریق دانسته یا ندانسته، با تراست‌های رانت‌خوار و دشمنان کینه‌جو همراه شدند بدون اینکه توجه کنند، ممکن است که دشمنان اقتصادی ما و در رأس آن حکومت مرتجع سعودی، با میلیارد‌ها دلار نفتی، نیض بازار را به دست بگیرد و با کمک عمال خود در دویب و اربیل و افغانستان و ترکیه و ... به ایجاد تنش‌های رو به بالا یا رو به پایین در بازار بپردازد و با آشفته کردن بازار ذهن مردم را مشغول و آنها را نسبت به درایت مسئولان بدبینی کنند.

قبیل بارها عرض کرده‌ام تنها راهی که می‌شود دشمن را ناامید کرد حقیر بسول و واقعیت‌ها و توضیح آن برای مردم است قیمت یعنی علامت و دادن علامت‌های واقعی مردم را از اشتباه بیرون می‌آورد و باعث تصحیح رفتار آنها می‌شود، ولی قیمت غیرواقعی مسلماً باعث گمراهی فعالان اقتصادی، گسترش بیکاری، افزایش واردات کالاهای غیرضروری و خروج بی‌رویه ارز از کشور و رانت و فساد و خلاصه ضرر و زیان مردم و کشور خواهد بود.

تا پایان مهرماه امسال

نقدینگی ۱۶۹۳ هزار میلیارد تومان شد

بانک مرکزی حجم نقدینگی در مهرماه سال جاری را بیش از هزار و ۶۹۳ هزار میلیارد تومان اعلام کرد که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲۰.۷ درصد افزایش نشان می‌دهد.

بانک مرکزی با انتشار گزارشی آمراهای اقتصادی در مهرماه سال جاری، حجم نقدینگی را ۱۶ هزار و ۹۳۸.۴ هزار میلیارد ریال اعلام کرد که نسبت به اسفندماه سال گذشته ۱۰.۷ درصد و نسبت به مدت مشابه سال قبل (مهر ۹۷) نسبت به مهر ۹۶، ۲۰.۷ درصد افزایش نشان می‌دهد. حجم پول در این دوره ۲۴۲۰.۱ هزار میلیارد ریال با ۴۷.۷ درصد افزایش نسبت به مهرماه سال قبل بوده و حجم شبه‌پول نیز با ۱۷.۲ درصد رشد، ۱۴۵۱۸.۳ هزار میلیارد ریال است.

بر پایه این گزارش، میزان دارایی‌های خارجی سیستم بانکی در مهرماه امسال ۳۰۲.۸۳ هزار میلیارد ریال اعلام شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲۲.۲ درصد افزایش یافته است. در عین حال، بدهی بخش دولتی در دوره مورد بررسی ۲۹۷۰.۱ هزار میلیارد ریال است که نسبت به مهرماه سال ۲۰۹ درصد رشد یافته است.

طبق اعلام بانک مرکزی، بدهی بخش غیردولتی ۱۱۷۶۳ هزار میلیارد ریال است که نشان‌دهنده ۱۸ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل بوده و نسبت به اسفندماه سال گذشته نیز ۷.۷ درصد رشد نشان می‌دهد. میزان دارایی‌های خارجی بانک مرکزی نیز در مهرماه سال جاری به ۴۵۱۹.۲ هزار میلیارد ریال رسید که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲۶ درصد افزایش نشان می‌دهد. همچنین بدهی بخش دولتی به بانک مرکزی در دوره مورد بررسی نیز ۶۳.۱ هزار میلیارد ریال بوده که نشان‌دهنده ۶.۲ درصد افزایش است. بدهی‌های ارزی بانک مرکزی در مهرماه سال جاری ۲۲۲۵.۹ هزار میلیارد ریال اعلام شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲۹.۲ درصد افزایش یافته است. این گزارش می‌گوید، میزان دارایی‌های خارجی در این بخش با ۴۰.۶ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال گذشته به ۳۷۸۴ هزار میلیارد ریال رسیده و حجم اسکناس و مسکوک نیز با منفی ۱.۲ درصد، ۹۰.۷ هزار میلیارد ریال است.

سپرده بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی نزد بانک مرکزی با ۲۵.۹ درصد افزایش به ۲۳۰۷ هزار میلیارد ریال رسید. همچنین بدهی بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی نیز در دوره مهرماه سال ۹۷ با ۴۲.۹ درصد افزایش به ۱۶۰۵.۴ هزار میلیارد ریال رسیده است. همچنین میزان دارایی‌های خارجی بانک‌های تجاری کشور در مهرماه امسال ۵۷۴.۳ هزار میلیارد ریال است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۴۳.۱ درصد رشد نشان می‌دهد. سپرده بانک‌های تجاری نزد بانک مرکزی نیز ۳۹۲.۶ هزار میلیارد ریال بوده که ۲۷.۱ درصد افزایش یافته است. جمع کل دارایی‌های بانک‌های تجاری در دوره مورد بررسی، ۵۳۳۵.۳ هزار میلیارد ریال بوده که به نسبت مهرماه سال ۹۶ دارای ۱۹.۲ درصد رشد است و میزان بدهی بانک‌های تجاری به بانک مرکزی در مهرماه به ۳۹.۴ هزار میلیارد ریال رسیده که ۶۵.۱ درصد نسبت به مهر ۹۶ کاهش داشته است.



مشکل مواجه می‌کند، هرچند که اگر در نهایت این مدیریت ادامه یابد و بدایتیم که به مصلحت کشور است، همکاری می‌کنند.

سلطانی‌زاده اضافه کرد: این در حالی است که در وضعیت فعلی بانک‌ها می‌توانند هر چقدر که می‌خواهند ارز بخرند و در سیستم بانکی خود بفروشند تا حدودی رقابت برابر نبوده و تجربه ثابت کرده که هر گاه به بخش خصوصی توجه نشده است، برای مدت کوتاهی شاید اوضاع درست شود، اما در درازمدت امکان‌پذیر نخواهد بود.

بسه گفته وی، در شرایط فعلی صرافی‌ها تقریباً کار خاصی انجام نمی‌دهند و صرافان با مشکل کاهش مشتری و تقاضا برای ارز در بازار روبه‌رو هستند که مشکلات زیادی را برای آن‌ها ایجاد کرده است. سخنگوی کانون صرافان ایرانیان ادامه داد: برخی از صرافی‌ها حدود ۴ میلیارد تومان و برخی دیگر مبالغی بیش از این مقدار را سرمایه‌گذاری کرده‌اند و اگر قرار باشد با این سرمایه بخواهند چند دلار در روز بخرند و بفروشند، با مشکل مواجه خواهند شد.

سلطانی‌زاده با بیان اینکه پیش از این روزانه ۵۰ تا ۱۰۰ هزار دلار ارز میانگین معاملات روزانه صرافی‌ها بود، تصریح کرد: این باعث می‌شد که سرمایه ما به گردش بیفتد و از محل همین گردش سرمایه بتوانیم سود خود را کسب کنیم، اما با این آمار و ارقام جدید، عملاً صرافی‌ها ضرر می‌کنند.

سخنگوی کانون صرافان ایرانیان با اشاره به نقش پررنگ صرافی‌ها در اقتصاد کشور، گفت: صرافی‌ها رابطه نزدیکی با اقتصاد دارند و در دوران تحریم‌ها توانستند بسیاری از نقل و انتقالات ارزی را تسهیل کنند.

سلطانی‌زاده خاطر نشان کرد: در حال حاضر نیز کارگزاران بسیاری از صرافی بانک‌ها، صرافی‌های بزرگی هستند که بسیار به این سیستم کمک می‌کنند و نقش صرافی نباید نادیده گرفته شود.

وی درباره عدم فروش ارزهای خانگی در بازار از سوی مردم نیز گفت: شاید یکی از دلایل این موضوع، کاهش ناگهانی نرخ ارز بوده که بسیاری از خریداران، ضررهای بالایی را متحمل شده‌اند که ترجیح داده‌اند ارزهای خریداری‌شده را نگهداری کنند.

بابت مصارف بیست‌دوگانه خدماتی و همچنین بابت واردات کالا مطابق با قوانین آن بخشنامه امکان‌پذیر است.

این در حالی است که صرافان معتقدند که بخشنامه‌های متعدد بانک مرکزی مشکلاتی را برای آنان ایجاد کرده است.

در این رابطه کارمان سلطانی‌زاده، سخنگوی کانون صرافان ایرانیان در گفت‌وگو با ایسنا، درباره تلاش بانک مرکزی برای خرید ارز صادرکنندگان توسط بانک‌ها، اظهار کرد: در حال حاضر، صرافی‌ها به دلیل اینکه نمی‌توانند ارز را بفروشند، خرید چندانی هم نمی‌کنند. وی با اشاره به بخشنامه‌های متعدد ارز دولت و بانک مرکزی در ماه‌های اخیر، گفت: البته قطعاً پشت این تصمیمات، سیاستی وجود دارد که اصل سیاست، قابل قبول به نظر می‌رسد و آن هم مدیریت مصرف ارز در شرایط فعلی است، اما مشکلی که برای صرافان پیش آمده این است که صرافی‌ها نمی‌توانند مثل قبل ارز را خرید و فروش کنند و این موضوع هزینه‌ها را برای آن‌ها افزایش داده است.

سخنگوی کانون صرافان ایرانیان با بیان اینکه شرایط فروش ارز دشوار شده است، ادامه داد: حدود ۶۵۰ صرافی‌ها در کشور مشغول به کار هستند که هر کدام از این صرافی‌ها اگر بخواهند روزانه چند دلار ارز بفروشند، قطعاً از پس هزینه‌های خود بر نمی‌آیند.

سلطانی‌زاده با اشاره به ایجاد محدودیت برای فروش ارز توسط صرافی‌ها، اظهار کرد: ایجاد محدودیت فروش ارز برای صرافی‌ها سبب می‌شود تا بار دیگر معاملات زیرزمینی و غیرشفاف رونق گیرد که این موضوع به صلاح اقتصاد شفاف کشور نیست.

وی افزود: در هفته گذشته یکی از صادرکنندگان، قصد فروش ۵۰ هزار دلار ارز را داشت که هیچ‌یک از صرافی‌هایی که با آن‌ها تماس گرفته بودند، حاضر به خرید آن نشدند، چراکه قیمت ارز رو به کاهش بود و صرافان نمی‌توانستند ارز خریداری‌شده را در مدت‌زمان کوتاهی بفروشند و این باعث می‌شود که صرف از قیمت بازار جا بماند و ضرر کند.

سخنگوی کانون صرافان ایرانیان با تاکید بر اینکه ما مخالف نظارت دولت نیستیم، گفت: با این حال در مدت‌زمان کوتاهی یعنی کمتر از یک ماه بخشنامه‌های ارزی متعددی صادر شده که این‌ها کار ما را با

بانک مرکزی توانسته با کنترل بازار ارز، آرامش را به این بازار برگرداند و رفته‌رفته قیمت ارز را کاهش دهد، اما روند کاهش نرخ دلار به کاهش قابل توجه میزان خرید و فروش ارز در بازار منجر شد و در این میان با کاهش تقاضا، صراف‌ها متضرر شده‌اند و آنگور که خودشان می‌گویند، مشتری چندانی ندارند.

به گزارش ایسنا، یکی از مواردی که درست پس از کاهش نرخ دلار مشاهده شد، کاهش قابل توجه میزان خرید و فروش ارز در بازار بود؛ به طوری که به نظر می‌رسید بسیاری از مردم به دلیل کاهش یک‌باره قیمت‌ها از خود را نفروختند و تصمیم گرفتند آن را نگه دارند. با این حال با تداوم کاهش نرخ ارز، برخی نیز از ترس ضرر بیشتر، اقدام به فروش ارز کردند، اما به نظر می‌رسد که بسیاری از ارزهای خانگی هنوز فروخته نشده‌اند.

اقدامات بانک مرکزی گرچه به آرامش بازار کمک کرده، اما خرید و فروش ارز در بازار با اندکی اختلال مواجه شده و تقاضا برای ارز بسیار کاهش یافته است که این امر می‌تواند صرافی‌های فعال در بازار ارز را متضرر کند.

یکی از مهم‌ترین مواردی که سبب شده تا مردم نتوانند ارز بخرند و صرافی‌ها نیز در فروش ارز مشکل پیدا کنند، شرایط سخت خرید ارز برای متقاضیان و ایجاد محدودیت برای آن‌هاست.

در حال حاضر هر فردی می‌تواند با کدملی خود حداکثر تا ۲۰۰۰ دلار در سال از صرافی‌ها خرید کند و بیش از آن امکان‌پذیر نیست. بانک مرکزی، دیروز یکشنبه نیز بخشنامه‌ای را ابلاغ کرد که در آن موارد تکمیلی دستورالعمل خرید و فروش ارز توسط صرافی‌های مجاز را اعلام کرده است.

بر این اساس، علاوه بر دستورالعمل‌های قبلی مقرر شده که صرافی‌های مجاز باید هنگام ثبت خرید ارز حاصل از صادرات، گزینه «از محل صادرات» را در سامانه سنا انتخاب کنند.

همچنین براساس این بخشنامه، فروش ارز به منظور واردات کالا و خدمات صرفاً همانند گذشته از طریق سامانه نیما امکان‌پذیر است.

از سوی دیگر، مصارف فروش حواله‌های ارزی به دو صورت فروش ارز

آیا شب یلدا تأثیری بر تقاضای طلا دارد؟

سکه و طلا به قیمت ۵ ماه پیش برگشت

پرنسنگ و قابل توجه نبوده است. در واقع، نوسان قیمت دلار، طلا و سکه در ماه‌های اخیر عاملی شده تا مردم به آینده و قدرت خرید خود اعتماد نداشته باشند که این موضوع از خرید و فروش در بازار طلا و سکه کاسته است. او با تاکید بر اینکه کاهش حجم خرید و فروش، بازار را به سمت رکود برده است، خاطر نشان کرد: طلا در کنار جنبه زینتی، دارای جنبه سرمایه‌گذاری نیز هست و در روزهای اخیر میزان خرید مردم برای رفع نیاز شب یلدا به شدت کم بوده است.

محمودلی در پاسخ به این سوال که خریدهای اخیر معطوف به سکه یا مصنوعات طلا است، گفت: خریدهای صورت گرفته در روزهای اخیر که شب یلدا نیز در پیش است، معطوف به مصنوعات کادویی

و سازندگان طلا و جواهر، نقره و سکه تهران تصریح کرد: طلاهای سنگین و مصنوعات به اصطلاح پرکار، در ویرتین‌ها انباشته شده و تقاضایی برای آن‌ها وجود ندارد. طراحان صنف طلا و جواهر با توجه به اعیاد و مراسم‌ها مصنوعات خود را طراحی می‌کنند که در حال حاضر طراحی‌های داخلی تماماً نیاز بازار و مشتریان را رفع می‌کند، اما گفته‌ها نمادند که به واسطه رکود بازار طلا، طراحان و تولیدکنندگان آنچنان رغبتی برای فعالیت ندارند.

شده در حالی که هفته گذشته ربع‌سکه قیمتی معادل یک میلیون و ۱۵۰ هزار تومان داشت. وی خاطر نشان کرد: قیمت سکه دارای ۴۵۰ هزار تومان حباب است و باید به قیمت واقعی برسیم. طلای ۱۸ عیار نیز کاهش قیمت داشته و به گرمی ۳۰۱ هزار تومان رسیده است. خوشبختانه قیمت طلا حباب ندارد و متاثر از قیمت سکه و نرخ طلای جهانی است.

کشتی‌آرای در پایان گفت: با اقدامات بانک مرکزی، نرخ ارز روند کاهش یافته و یکی دیگر از عوامل این مساله را می‌توان ورود ارزهای خانگی به چرخه بازار دانست زیرا با ریزش قیمت‌ها، نگهداری طلا و سکه و ارز صرفه ندارد بنابراین می‌توان انتظار داشت میل به ورود طلا و سکه و ارزهای خانگی به بازار بیشتر شود.

شب یلدا تأثیری بر تقاضای طلا ندارد

همچنین رئیس اتحادیه فروشندگان و سازندگان طلا و جواهر، نقره و سکه تهران گفت: مناسبت‌هایی همچون شب یلدا در افزایش تقاضای بازار تأثیری ندارد.

ابراهیم محمودلی در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: در سال‌های گذشته به بهانه‌های مختلف همچون اعیاد و مناسبت‌هایی همچون شب یلدا حجم خرید در بازار طلا افزایش می‌یافت، اما در سال جاری افزایش حجم خرید مصنوعات طلا و سکه با نزدیکی به اعیاد و جشن‌ها آنچنان

مراسم رونمایی از بازار قراردادهای آتی سید سهام دیروز در بورس تهران برگزار شد

ابزارهای مالی جدید به بازار می آیند



فرصت امروز: رئیس سازمان بورس که چندی پیش از ورود ابزارهای مالی جدید در آینده نزدیک به بازار سرمایه خبر داده بود، دیروز در مراسم رونمایی از ابزار معاملاتی آتی روی سید سهام، اعلام کرد که تا پایان سال فروش استقراضی هم وارد بازار می شود و با این حساب از کاهش قیمت‌ها در بازار می توان سود برد.

شاپور محمدی روز یکشنبه در مراسم رونمایی از ابزارهای جدید بازار سرمایه، یکی از مهمترین مزایای ابزارهای مشتقه را مدیریت ریسک بازار سهام دانست و گفت: از طریق این ابزار سرمایه‌گذاران می‌توانند سودی بیشتر از سودهای معمولی کسب کنند.

محمدی با اظهار خوش بینی نسبت به رونق معاملات آتی سید سهام ادامه داد: در سال گذشته ابزار آتی تک سهم در بورس تهران رونمایی شد و اینک با ورود ابزار آتی شاخص سهام این امیدواری وجود دارد تا شاهد رونق هرچه بیشتر استفاده از ابزار مشتقه در بورس تهران باشیم. به گفته وی، برای به ثمر رسیدن این هدف، نهادهای مختلف تلاش قابل توجهی داشته‌اند که از آن جمله می‌توان به حضور پرنسپال شرکت‌های تامین سرمایه و کارگزاری‌ها اشاره کرد. همچنین شرکت مدیریت فناوری اطلاعات بورس نیز طی این مدت فعالیت گسترده‌ای داشت و توانست بستری لازم برای انجام معاملات آتی سید سهام و تعریف نمادها را ایجاد کند.

فرصت سودآوری برای ریسک‌گریزان به گزارش سنا، عضو شورای عالی بورس با اشاره به اهداف اعمال این ابزار در بازار سهام گفت: یکی از اهداف مهم ابزار مشتقه ایجاد فرصت سرمایه‌گذاری برای افرادی است که به دنبال کسب سودهای بیشتر از مقدار معمول ناشی از فرصت‌های آربیتراژی هستند. فرصت‌های آربیتراژی برای ایجاد تعادل در بازار مناسب هستند. یکی از ابزارهای جلوگیری از یک طرفه شدن بازارها، ابزارهای مشتقه هستند که سازمان بورس توانست اختیار معاملات را ایجاد کند که نیاز به توسعه دارد و امروز قرارداد آتی سید سهام تشکیل می‌شود.

به گفته رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار از این ابزار آتی روی سید سهام، پوشش ریسک مناسب است و استفاده از این ابزار می‌تواند بسیاری از ریسک‌گریزان را به سمت سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه هدایت کند، همچنین می‌تواند مدیریت ریسک برای اشخاص و صندوق‌ها را تا حد قابل توجهی افزایش دهد.

دو ابزار جدید در راه است محمدی همچنین از ورود دو ابزار جدید بورسی دیگر تا پایان سال خبر داد و گفت: در همکاری‌های مشترک سازمان بورس و دیگر ارکان در نظر گرفته شده است، تا پایان سال جاری ابزار فروش استقراضی و

وارانت راه‌اندازی شود. با ورود این ابزارها به لحاظ ابزار کلاسیک جعبه ابزار بازار سهام کامل می‌شود. با توجه به اینکه در بحث ابزارهای مالی اسلامی در بورس نیز پیشرفت شگرفی داشته‌ایم، در آن زمینه نیز راه‌اندازی اوراق بیمه اتکایی در دستور کار همکاران ما قرار دارد.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار تصریح کرد: در سال‌های اخیر، نهادهای مالی، رشد مطلوبی داشته‌اند، به طوری که پیش‌بینی می‌شود تعداد این نهادها تا پایان سال به ۶۵۰ نهاد مالی برسد. بی‌شک وجود این نهادها اثرات قابل توجهی در فعالیت بازار سرمایه داشته و می‌تواند باعث قوام بخشیدن به اجرای ابزارهای جدید شود.

وی در پایان بر لزوم فرهنگ‌سازی ابزارهای مالی مختلف در بازار سرمایه از سوی رسانه‌ها تأکید کرد و گفت: بی‌شک عمق بازار سهام بدون آشنایی با ابزارهای مالی مختلف افزایش نخواهد یافت، بنابراین رسانه‌ها برای فرهنگ‌سازی ابزارهای مالی در افکار عمومی باید وارد میدان شوند و فعالیت گسترده‌ای داشته باشند.

محبوبیت آتی سید سهام در میان ابزارهای مشتقه همچنین علی صحرائی، مدیرعامل شرکت بورس تهران در مراسم رونمایی از ابزار قراردادهای آتی سید سهام با اشاره به پوشش ریسک مناسب این ابزار گفت: طی چند سال اخیر با هماهنگی و همدلی گروه‌های مختلف بورس تهران، توانستیم یک ابزار جدید مشتقه به منظور پوشش ریسک بیشتر بازار ایجاد کنیم.

او به تلاش‌های گسترده بورس تهران در این زمینه اشاره کرد و گفت: شرکت بورس تهران هم‌زمان با تغییرات در هیات مدیره، وظایف و اهداف مهمی را برای فعالیت خود در نظر گرفت. اولین وظیفه این شرکت، عمق بخشی به بازار با توجه به شرایط اقتصادی کشور و دومین هدف آن ایجاد ابزارهای جدید با پوشش ریسک مناسب است.

مدیرعامل شرکت بورس تهران از تشکیل کمیته توسعه در این شرکت خبر داد و ادامه داد: این کمیته که به تازگی فعالیت خود را آغاز کرده است، وظیفه رصد فعالیت بخش‌های مختلف شرکت بورس تهران را بر عهده دارد. نظارت این کمیته شرایطی را فراهم می‌کند تا رسیدن به اهداف در نظر گرفته شده با سرعت بیشتری انجام گیرد.

وی همچنین به تاریخچه ورود ابزار مشتقه به بورس تهران اشاره کرد و گفت: ابزار فروش تبعی از اولین ابزارهای مشتقه‌ای بود که در بورس تهران استفاده شد، این ابزار در ابتدا تنها کارکرد بیمه‌ای داشت، اما هم‌اکنون در بحث تامین مالی نیز استفاده می‌شود. در سال ۹۶ از طریق این ابزار ۲ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان تامین مالی در بخش‌های مختلف صورت گرفت که ۱۹ درصد کل تامین مالی کشور در آن سال بود.

به گفته صحرائی، در سال ۹۵ نیز ابزار آپشن با اختیار معامله رونمایی

نماگر بازار سهام

افت ۲ هزار و ۷۷۸ پله‌ای شاخص بورس

معدنی‌ها و فلزی‌ها ترمز بورس را کشیدند

بانکی‌ها که در روز نخست هفته به کاهش شاخص کل در بورس دامن زدند، روز یکشنبه نیز روند کاهش قیمت را سبزی کردند. همچنین نمادهای خودرویی و معدنی و فلزی با کاهش قیمت مواجه شدند. به گزارش ایسنا، روز یکشنبه شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۲۷۷۸ واحد افت کرد و به رقم ۱۶۱ هزار و ۷۰۷ واحدی رسید. شاخص کل هم‌وزن هم‌جهت با شاخص نقدی و قیمتی ۳۱۸ واحد پایین رفت و در تراز ۲۷ هزار و ۳۳۳ واحد نشست. شاخص آزاد شناور نیز با ۳۰۳۶ واحد کاهش تا رقم ۱۷۳ هزار و ۴۵۵ واحدی پایین رفت و شاخص بازار اول و دوم نیز هر کدام به ترتیب ۲۲۳۵ و ۴۶۲۲ واحد کاهش یافت.

روز یکشنبه نمادهایی در گروه کانه‌های فلزی، فلزات اساسی و محصولات شیمیایی بیشترین تاثیر را در نوسانات شاخص کل داشتند به طوری که معدنی و صنعتی گل‌گهر، فولاد مبارکه اصفهان و صنایع پتروشیمی خلیج فارس هر یک به ترتیب ۳۲۱، ۲۲۱ و ۲۰۹ واحد تاثیر کاهنده روی شاخص‌های بازار داشتند. بانکی‌ها نیز همانند روز شنبه به کاهش شاخص‌های بازار دامن زدند و تعدادی از نمادهای بانکی بعد از این نمادهای یادشده بر نوسانات شاخص کل تاثیر منفی داشتند. در عین حال نمادهایی از گروه مپنا، پتروشیمی خارک و صنایع شیمیایی ایران هر یک به ترتیب ۳۱، ۱۰۵ و ۱۴ واحد تاثیر کاهنده روی شاخص بازار سرمایه داشتند. بانکی‌ها بار دیگر نسبت به دیگر گروه‌ها حجم و ارزش معامله بالایی را تجربه کردند، به طوری که ارزش کل معاملات این گروه به رقم ۵۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان رسید، اما در عین حال در این گروه شاهد افت قیمت فزاینده و صف‌های فروش بودیم، به طوری که در نمادهای بانک ملت، بانک تجارت و بانک صادرات قیمت‌ها بیش از ۴ درصد افت کرد. گروه استخراج کانه‌های فلزی نیز به شدت با کاهش قیمت مواجه شدند و در برخی از نمادها مخصوصاً نمادهای تاثیرگذار روی شاخص صف‌های میلیونی فروش ایجاد شد. در این گروه ۲۹ میلیون سهم به ارزش حدود ۲۸ میلیارد تومان مورد دادوستد قرار گرفت. اما در گروه محصولات شیمیایی نمادهایی مشاهده می‌شد که کمتر از ۲ درصد کاهش قیمت را تجربه کردند، هرچند که مدیریت صنعت شوینده بهشهر و بین‌المللی صنایع پارس مرز ۴ درصد را در کاهش قیمت پشت سر گذاشتند. خودرویی‌ها نیز با کاهش قیمت مواجه شدند و عمدتاً شرکت‌های این گروه ۲ درصد را در قیمت پایانی تجربه کردند. فرآورده‌های نفتی نیز عمدتاً با کاهش قیمت روبرو شدند. ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۴۰۴ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن ۱۵ میلیارد سهم و اوراق مالی بود. آیفکس نیز با ۱۵۸ واحد کاهش روبرو شد و تا رقم ۱۸۲۶۶۳ پایین رفت. ارزش معاملات فرابورس ایران به رقم ۴۵۷ میلیارد تومان و حجم معاملات آن به ۶۳۶ میلیون سهم و اوراق مالی رسید.

شد که در بازار در حال معامله است و بعد از آن آتی سید سهام است که بیشتر در قالب آتی تک سهم استفاده می‌شود.

کارکردهای چندگانه ابزار جدید بازار سرمایه مدیرعامل شرکت بورس تهران با بیان اینکه آتی سید سهام از محبوبیت قابل توجهی در بازارهای جهانی برخوردار است، گفت: در معاملات بورس‌های بزرگ جهانی، ابزار آتی سید سهام جزو ۴ ابزار مشتقه پر معامله است. براساس مطالعات WFE، حدود ۶۰ درصد از معاملات جهانی ابزار مشتقه با ابزار آتی روی شاخص صورت می‌گیرد. صحرائی با اشاره به تلاش‌های کمیته فقهی بورس طی این مدت گفت: کمیته فقهی در سال ۹۴ مطالعات گسترده‌ای را در این زمینه آغاز کرد، که در نهایت با همفکری تحقیق و توسعه بورس تهران، سید مرجعی از صنایع مختلف در نظر گرفته شد و براساس آن ابزار آتی

مناقصه عمومی دو مرحله‌ای ۱۵۸-۹۷

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی



موضوع مناقصه: عبارتست از خرید انواع مقره برابر ۹ برگ مشخصات فنی و استاندارد وزارت نیرو بشرح جدول ذیل:

متقاضیان شرکت در مناقصه می‌توانند در قبال ارائه اعلامیه واریز مبلغ پانصد هزار ریال به حساب سیبیا ۰۱۰۵۵۹۲۶۷۷۰۰۹ نزد بانک ملی شعبه برق ارومیه (کد ۵۱۳۳) به آدرس ارومیه - خیابان سربازان گمنام (برق سابق) - نرسیده به چهارراه مخابرات - شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی، واحد تدارکات تلفن ۳۱۱۰۴۳۴۵ جهت دریافت اسناد مناقصه مراجعه نمایند، ضمناً اسناد مناقصه در سایت های اطلاع رسانی معاملات صنعت برق (شرکت توانیر) شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی و سایت ملی اطلاع رسانی مناقصات به ترتیب به آدرس: WWW.tavanir.org.ir و WWW.Waepd.ir و lets.mporg.ir قابل مشاهده است.

مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ کل سپرده شرکت در مناقصه جمعا ۳۸۷/۰۰۰/۰۰۰ (سیصد و هشتاد و هفت میلیون) ریال بشرح ذیل میباشد:

ردیف	شرح کالا	تعداد (عدد)	سپرده شرکت در مناقصه به ریال
۱	مقره بشقابی ۲۴ کیلو ولت سیلیکونی (کمپوزید)	۴۵۰۰	۲۵۶/۰۰۰/۰۰۰
۲	مقره سوزنی سیلیکونی ۴ بشقاب پایه کوتاه	۱۸۰۰	۱۳۱/۰۰۰/۰۰۰

توضیح ۱: تعیین برنده مناقصه بصورت موردی بوده و میزان سپرده هر ردیف به تفکیک در جدول فوق درج گردیده است.

توضیح ۲: پیشنهاد دهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده شرکت در مناقصه، تضمین‌های معتبر (براساس شرایط مناقصه) تهیه و تسلیم نماید و به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهایی که بعد از انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. مهلت فروش اسناد: از تاریخ درج نوبت دوم فراخوان در روزنامه تا پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۹۷/۱۰/۳

مهلت و محل تحویل پیشنهادهای: حداکثر تا ساعت ۱۳ (یک بعد از ظهر) روز پنج شنبه مورخ ۹۷/۱۰/۱۳ به اداره دبیرخانه شرکت توزیع برق آذربایجانغربی.

زمان و محل برگزاری مناقصه: زمان بازگشایی پاکت های الف و ب راس ساعت چهارده (دو بعد از ظهر) روز شنبه مورخ ۹۷/۱۰/۱۵ در محل شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی.

بازگشایی پاکت ج (پیشنهاد قیمت) مناقصه گران پس از بررسی های فنی و بازرگانی خواهد بود و زمان برگزاری آن به اطلاع مناقصه گران خواهد رسید.

توضیح ۳: سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

شناسه آگهی: ۳۱۷۵۱۷ روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای (نوبت اول)



شرکت توزیع نیروی برق استان کرمانشاه در نظر دارد اقلام مشروحه ذیل را از طریق مناقصه عمومی خریداری نماید. لذا تولیدکنندگان - تامین کنندگان واجد صلاحیت می‌توانند جهت دریافت اسناد مناقصه پس از درج نوبت دوم این آگهی در روزنامه فرصت امروز مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۹ ساعت ۵ روز کاری به امور تدارکات این شرکت واقع در کرمانشاه- خیابان شهید امجدیان (سیلو) و یا به سایت های WWW.tavanir.org.ir و lets.mporg.ir مراجعه نمایند.

شماره مناقصه	شرح مناقصه	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)
۹۷/۶۴-۰۱ (تجدید نوبت اول)	خرید ۲۰۰۰ دستگاه کنتور تکفاز الکترونیکی آپارتمانی (بدون قاب و فیوز) و ۸۰۰۰ دستگاه کنتور تکفاز دیجیتالی یا قاب (بدون فیوز)	۱۹.۷۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۸۴۱.۰۰۰.۰۰۰

توضیحات:

نوع تضمین شرکت در مناقصه (ضمائم نامه بانکی و یا واریز وجه نقد) مهلت و مکان تسلیم پیشنهاد تا ساعت ۱۴:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۱۲ دبیر خانه شرکت زمان و مکان بازگشایی پاکت ساعت ۱۴:۳۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۱۲ اتالی کنفرانس شرکت به پیشنهادهای فاقد سوره، سپرده مخدوش، سپرده‌های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهایی که بعد از انقضاء مدت مقرر در اسناد مناقصه واصل می‌شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است. جهت کسب اطلاعات بیشتر بشماره تلفن های ۰۸۲-۲۸۲۵۹۹۰ تماس حاصل نمایند.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان کرمانشاه

افت قیمت گوشت قرمز در گرو واردات

رئیس اتحادیه فروشندگان گوشت گوسفندی قیمت هر کیلو گوشت گوسفندی را بیش از ۶۸ هزار تومان اعلام کرد و گفت برای رفع مشکل بازار گوشت و با توجه به نیاز دیگر صنوف همگن، پیشنهاد می‌شود در اسرع وقت دام زنده به کشور وارد شود. علیرضا ملکی در گفت‌وگو با ایسنا، در رابطه با شرایط بازار گوشت قرمز و تصمیم برخی دستگاه‌ها برای عرضه گوشت قرمز تازه در کنار اتحادیه فروشندگان گوشت گوسفندی، گفت: اتحادیه از عرضه گوشت قرمز توسط نهادهای خصوصی و دولتی حمایت می‌کند زیرا با افزایش عرضه، از التهابات بازار که بر قیمت آن تاثیر بسزایی دارد، کاسته می‌شود.

رئیس اتحادیه فروشندگان گوشت گوسفندی با تاکید بر اینکه بازار گوشت قرمز با التهاب و تنش همراه است، اظهار کرد: طی هفته‌های گذشته قیمت گوشت دو تا سه بار افزایش را تجربه کرده که دلیل اصلی این موضوع کاهش میزان عرضه گوشت تازه به واسطه قاچاق دام زنده است.

وی تصریح کرد: احتمال داده می‌شود در روزهای اخیر از میزان قاچاق دام زنده از کشور کاسته شده باشد اما به دلیل آن که حجم قابل توجهی از نیاز بازار به صورت قاچاق دام از کشور خارج شده، در شرایط فعلی بازار با کمبود و افزایش قیمت گوشت مواجه شده است.

ملکی تاکید کرد: با افت عرضه دام زنده در بازار، صنوف همگن همچون فروشندگان دل و قلو، سیراب و شیردان و کله پاچه در تامین نیاز خود با مشکل مواجه هستند و پیشنهاد می‌شود برای رفع مشکل بازار در اسرع وقت واردات دام زنده انجام شود و دام زنده در کشور ذبح شده تا در کنار تامین نیاز گوشت گرم قرمز، نیاز دیگر صنوف نیز رفع شود.

رئیس اتحادیه فروشندگان گوشت گوسفندی گفت: در حال حاضر گوشت گوسفندی با قیمت بیش از ۶۳ هزار تومان به واحدهای صنفی عرضه و فروشندگان با احتساب ۱۰ درصد سود قانونی گوشت را در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌دهند که هر کیلو شقه بدون دنبه بیش از ۶۸ هزار تومان برای مشتری تمام می‌شود. وی در پاسخ به این سوال که قیمت هر کیلو دام زنده چقدر است، گفت: دامدار و پرورش‌دهنده دام به دلیل افزایش قیمت روزانه دام زنده از عرضه آن برای کسب سود بیشتر خودداری می‌کنند. هر کیلو دام زنده به صورت تعداد در شرایط فعلی ۲۸ تا ۳۰ هزار تومان است.

تخم مرغ ارزان شد

یک مقام مسئول گفت متوسط قیمت هر کیلو تخم‌مرغ درب مرغداری ۸ هزار و ۲۰۰ تومان بوده که نسبت به هفته گذشته ۷۰۰ تومان کاهش داشته است.

فرزاد طلاکش، دبیرکل کانون پرورش‌دهندگان مرغ تخم‌گذار در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین تحولات بازار تخم‌مرغ اظهار کرد: هم‌اکنون متوسط قیمت هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری ۸ هزار و ۲۰۰ تا ۸ هزار و ۲۰۰ تومان بوده که نسبت به هفته گذشته ۶۰۰ تا ۷۰۰ تومان کاهش داشته است.

وی قیمت واقعی هر عدد تخم‌مرغ در خرده‌فروشی‌ها را ۶۵۰ تا ۷۰۰ تومان دانست و افزود: این در حالی است که هر شانه تخم مرغ به سبب کمبود نظارت بر واحدهای خرده‌فروشی ۲۳ تا ۲۴ هزار تومان عرضه می‌شود.



طلاکش ادامه داد: با توجه به کاهش تقاضا و افزایش تولید پیش‌بینی می‌شود که اگر قیمت تخم مرغ کاهش نداشته باشد، دیگر روند افزایشی نخواهد داشت.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه تولید تخم مرغ در استان‌های قزوین، البرز، تهران و قم افزایش یافته است، بیان کرد: روزانه ۲۸۰۰ تن تخم مرغ در کشور تولید می‌شود که این میزان با تقاضا همخوانی دارد.

وی با اشاره به اینکه واردات تخم مرغ تأثیری در تنظیم بازار ندارد، افزود: اگرچه مسئولان اعلام کردند که برای تنظیم بازار ۲۰۰۰ تن تخم مرغ وارد می‌کنند، اما از آنجا که روزانه ۵۵۰ تن تخم مرغ تنها در شهر تهران مصرف می‌شود، این میزان تأثیری در کنترل قیمت‌ها ندارد.

مدیرعامل اتحادیه مرغ تخم‌گذار با اشاره به اینکه سود واردات شیرین است، گفت: اگر دولت یک دهم مبلغ واردات تخم مرغ را به صورت تسهیلات در اختیار شکل‌های صنفی می‌گذاشت، بی‌شک بازار تخم مرغ تنظیم می‌شد.

طلاکش در پایان درباره وضعیت آنفلونزای حاد پرندگان در مرغداری بومی دماوند تصریح کرد: بیماری آنفلونزای حاد پرندگان به صورت شیوع و همه‌گیری در مرغداری‌های بومی استان دماوند گزارش نشده است و همانند سایر بیماری‌ها به صورت موردی آنفلونزا داشتیم.

اگرچه با سقوط نرخ دلار به کانال ۱۰ هزار تومان، انتظار آحاد جامعه بر آن بود که ترمز گرانی‌ها کشیده شود، اما بازار حرف دیگری برای گفتن دارد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، چندماهه‌ای است که قیمت اقلام اساسی در بازار دستخوش تغییر و تحولاتی قرار گرفته است که با سقوط نرخ دلار به کانال ۱۰ هزار تومان، انتظار آحاد جامعه بر آن بود که ترمز گرانی‌ها کشیده شود.

ناگفته نماند که گزارش‌های میدانی حاکی از آن است که قیمت گوشت قرمز، مرغ، تخم مرغ، برنج، حبوبات، روغن، آجیل و خشکبار نه تنها در بازار کاهشی نداشته بلکه روند افزایشی و باثباتی را در بازار تجربه کرده که این امر واکنش بسیاری از مصرف‌کنندگان را به همراه داشته است چرا که با افزایش نرخ دلار، قیمت تمامی کالاها به سبب جو روانی بازار سیر صعودی به خود گرفته است.

بسیاری از مسئولان بر این باورند که قیمت اقلام تحت تاثیر افزایش قیمت ارز به سرعت در بازار افزایش می‌یابد، در حالی که با سقوط نرخ دلار و سودجویی دلان ماه‌ها زمان نیاز است تا قیمت‌ها به روال سابق بازگردد.

به نظر می‌رسد با توجه به اختصاص ارز یرانه‌ای به واردات نهاده‌های دامی، مسئولان با اعمال نظارت بیشتر باید از نوسان قیمت ذرت و کنجاله سویا که تاثیر بسزایی در افزایش قیمت تمام‌شده محصولاتی نظیر گوشت قرمز، مرغ، تخم مرغ دارد، جلوگیری کنند.

حال به سراغ مسئولان ذی‌ربط می‌رویم تا از آخرین وضعیت تاثیر کاهش نرخ ارز بر بازار اقلام اساسی باخبر شویم:

قیمت اقلام اساسی باید ۶۰ درصد کاهش داشته باشد

قاسمعلی حسینی، دبیرکل بنکساران مواد غذایی با اشاره به تاثیر کاهش نرخ دلار بر قیمت اقلام اساسی اظهار کرد: اگرچه عموم مردم با کاهش ۷ تا ۸ هزار تومانی نرخ دلار انتظار داشتند که قیمت اقلام اساسی نظیر حبوبات، برنج، قند و شکر، روغن و... به همین نسبت در بازار کاهش یابد، اما متأسفانه سودجویی واردکنندگان، کم‌فروشی و گران‌فروشی کارخانه‌های تولیدی و امید به افزایش مجدد قیمت‌ها موجب شده است تا روند نزولی قیمت نرخ دلار تاثیر چندانی بر بازار اقلام اساسی نداشته باشد. وی افزود: با کاهش نرخ دلار از مرز ۱۸ هزار تومان به کانال ۱۰ هزار تومان انتظار بر آن بود که قیمت اقلام اساسی ۶۰ تا ۷۰ درصد ارزان شود، در حالی که هم‌اکنون قیمت‌ها تنها ۵ درصد در بازار افت داشته است. حسینی، آزادسازی نرخ ارز را تنها راهکار تنظیم بازار اقلام اساسی دانست و گفت: با آزادسازی نرخ ارز به سبب از بین رفتن انحصار و ایجاد رقابت میان واردکنندگان قیمت‌ها واقعی می‌شود، این در حالی است که در شرایط فعلی علی‌رغم اختصاص ارز یرانه‌ای به واردات، کالا با ارز آزاد در بازار به فروش می‌رسد که این امر به معنای سودجویی ۲۰۰ درصدی است. این مقام مسئول با اشاره به اینکه با آزادسازی نرخ ارز، عرضه و تقاضا تعیین‌کننده قیمت‌هاست، بیان کرد: تا زمانی که رقابت شفاف و واقعی میان واردکنندگان با آزادسازی نرخ ارز ایجاد نشود، روند افزایش قیمت‌ها ادامه خواهد داشت. وی با اشاره به اینکه کاهش قیمت رب گوجه در بازار ملموس نیست، افزود: علی‌رغم افزایش چشمگیر قیمت رب گوجه در ماه‌های اخیر به دنبال ممنوعیت صادرات، قیمت تنها ۱۰ درصد در بازار کاهش یافته است. حسینی در

احتمال گرانی قیمت کالاهای مهم در سال آینده

بازارهای سهام و اوراق قرضه دارد.

به گفته کالین سیزینسکی - استراتژیست ارشد در شرکت SIA Wealth Management، توقف افزایش نرخ‌های بهره یا حتی کاهش احتمالی آنها، ممکن است فشار را از روی کالاهایی که به دلار آمریکا معامله می‌شوند بردارد. قیمت طلا و همچنین کالاهایی مانند گندم و ذرت روند رو به رشدی پیدا کرده است. از ابتدای امسال تاکنون بهای معاملات آتی گندم ۲۴ درصد و ذرت حدود ۱۰ درصد رشد کرده است.

سال جیلبرتی - رئیس شرکت «توکروم تردینگ»، در این باره به مارکت وایج گفت: ذرت در میان غلات مهم در سال ۲۰۱۹ خوش خواهد درخشید که به دلیل بهبود عوامل بنیادین آن است. مصرف جهانی از ذرت تقریباً دو برابر تولید آن رشد کرده و پیش‌بینی شده ذخایر ذرت از سال گذشته ۹.۲ درصد رشد کند.

اما گندم شرایط دشواری را برای تکرار عملکرد درخشان سال ۲۰۱۸ خواهد داشت، زیرا بالا رفتن قیمت‌ها در سال میلادی جاری، به افزایش کاشت منجر شد و ممکن است عرضه مازاد بر تقاضا در سال ۲۰۱۹ را به دنبال داشته باشد. اما در این میان، دورنمای سویا بهبود پیدا کرده است. قیمت سویا که به دلیل اختلاف تجاری میان آمریکا و چین

دلار سقوط کرد، ترمز گرانی اقلام اساسی کشیده نشد!



پایان تصریح کرد: با وجود کاهش نرخ دلار و مواد اولیه، اما قیمت درج شده بر روی کالا مربوط به ۲ تا ۳ ماه گذشته است.

نوسان نرخ ارز یکی از عوامل افت قیمت آجیل و خشکبار

مصطفی احمدی، رئیس اتحادیه آجیل و خشکبار تهران با اشاره به اینکه نوسان نرخ ارز یکی از عوامل کاهش قیمت آجیل و خشکبار است، اظهار کرد: نوسان نرخ ارز یکی از دلایل گرانی خشکبار در بازار به شمار می‌رود که تنها روند نزولی قیمت دلار، کاهش ۱۰ درصدی نرخ اقلام آجیل و خشکبار را به همراه داشته است.

وی با اشاره به اینکه ۳۰ درصد عامل گرانی اقلام آجیل و خشکبار مربوط به سودجویی دلان است، افزود: همچنین کاهش ۷۰ تا ۸۰ درصدی تولید ناشی از سرمازدگی بهاره نسبت به مدت مشابه سال قبل در گرانی بی تاثیر نبوده است. احمدی، ۳۰ درصد قیمت‌های فعلی آجیل و خشکبار را کاذب برشمرد و گفت: با توجه به افت قیمت دلار انتظار می‌رود که روند نزولی قیمت آجیل و خشکبار در بازار کاهش یابد تا قدرت خرید مردم بالا رود چرا که با نوسان ۱۰۰ درصدی قیمت اقلام آجیل و خشکبار نسبت به مدت مشابه سال قبل رکود سنگینی بر بازار حاکم است. رئیس اتحادیه آجیل و خشکبار با اشاره به اینکه قیمت اقلام برحسب نرخ دلار کاهش نیافته است، بیان کرد: هم‌اکنون هر کیلو اقلام آجیل و خشکبار براساس کیفیت، نوع جنس و... با نرخ‌های متفاوتی در بازار عرضه می‌شود که این امر به معنای گران‌فروشی نیست. وی در پایان تصریح کرد: با استمرار روند نزولی قیمت دلار انتظار می‌رود که قیمت آجیل و خشکبار به نرخ واقعی خود برسد تا بازار به رونق برسد.

بیش از ۵۰ درصد سقوط کرده بود، به دنبال آتش‌بس تجاری میان این دو کشور و آمادگی چین برای ازسرگیری خرید سویای آمریکا، ممکن است به سرعت افزایش پیدا کند.

قیمت مس هم به دلیل نگرانی‌های پرامون جنگ تجاری آمریکا و چین و افت احتمالی تقاضا، کاهش پیدا کرده بود اما اکنون به نظر می‌رسد در میان کالاهایی قرار دارد که دورنمای امیدبخشی در سال ۲۰۱۹ دارند.

اما گاز طبیعی که امسال حدود ۳۰ درصد رشد قیمت داشت، ممکن است با معکوس شدن اقبال خود در سال آینده مواجه شود و افزایش تماشایی قیمت‌ش ممکن است به کاهش آن در سال ۲۰۱۹ منجر شود. به گفته تحلیلگران، به محض اینکه زمستان تمام شود، تقاضای فصلی کمتر خواهد شد و قیمت بالاتری که اخیراً مشاهده شده است ممکن است فضا را برای هزینه سرمایه بیشتر تشویق کرده و کمک کند سطح ذخایر تا زمستان آینده بالاتر رود.

براساس گزارش مارکت وایج، تحلیلگران تصویر متفاوتی را برای کالاها در سال آینده ترسیم می‌کنند زیرا برخی از ابهامات در سال ۲۰۱۸ مانند اختلافات تجاری و میزان افزایش نرخ‌های بهره آمریکا همچنان در سال ۲۰۱۹ بر بازارها سایه خواهد افکند.

جشن خرید اینترنتی ایران، رویداد یلدای ۹۷ دیجی کالا

در خرید کالاهای مختلف ارائه می‌دهد. همچنین این گزارش شامل اطلاعات و آماری از قبیل پرفروش‌ترین برندهای ایرانی در گروه‌های کالایی مختلف، زمان‌های اوج خرید و کالاهای پرفروش سال است. ترویج فرهنگ خرید محصولات ایرانی، شفافیت بیشتر و حمایت معرفی برندهای باکیفیت ایران به عموم مردم یکی از مهم‌ترین اهداف انتشار این گزارش است.

جام برترین‌های دیجی کالا مگ

چهارمین رقابت جام برترین‌های دیجی کالا مگ که از تاریخ ۱۲ تا ۱۹ آذر ۱۳۹۷ برگزار شد، بستری است برای انعکاس نگاه ایرانیان از محبوب‌ترین برندها و محصولاتی که در سال گذشته عرضه شده‌اند. این رقابت در ۹ گروه شامل برترین برند ایرانی تولیدکننده لوازم خانگی، برترین برند ایرانی تولیدکننده کالاهای سوپرمارکتی و مواد غذایی، برترین برند ایرانی تولیدکننده پوشاک و اکسسوری، مقرون به صرفه‌ترین گوشی، بهترین گوشی پرچمدار، خلاقانه‌ترین نوآوری در کالاهای الکترونیک مصرفی، بهترین بازی ویدئویی سال، موفق‌ترین کمپانی حوزه فناوری دیجیتال و خواندنی‌ترین کتاب الکترونیک فارسی سال برگزار شد. در رویداد یلدای ۹۷ دیجی کالا برندهای برگزیده معرفی و تقدیر شدند. همچنین ۴۱۰ هزار رای در این نظرسنجی جمع‌آوری و به ۹ نفر از شرکت‌کنندگان به قید قرعه جایزه‌ای اهدا شد.

تجربه خوشایند خرید برای ایرانیان

دیجی کالا در راستای مهم‌ترین اصل خود، مشتری‌محوری، در حال بهبود و توسعه ابزارهای نظارتی و کنترل بیشتر بر عملکرد فروشندگان در پلتفرم مارکت‌پلیس است. بهبود و شفاف‌شدن عملکرد فروشندگان در هر شرایط اقتصادی و در بخش‌های مختلفی مانند عرضه مازاد بر تقاضا در سال ۲۰۱۹ را تخفیف‌های کاذب، بهبود فرآیندهای ارسال و بازگشت سفارش‌ها، ایجاد ورودی‌های حساس در مرکز پردازش برای جلوگیری از ورود کالاهای غیراصل، متمایز کردن فروشنده‌های برگزیده با عملکرد مطلوب، رده‌بندی آن‌ها براساس نظر مشتریان و جلوگیری از فعالیت فروشندگان با عملکرد ضعیف، بخشی از این فعالیت‌هاست. همچنین حمایت بیشتر از مشتریانی که به هر دلیل تجربه ناخوشایندی از خرید داشته‌اند هدفی است که در تمامی بخش‌ها دنبال می‌شود. بخش بزرگی از این ابزارها که با تکنیک‌های داده‌کاوی (Data Mining) و کمک بخش‌های پژوهشی و دانشگاهی کشور توسعه پیدا کرده‌اند، هم‌اکنون اجرایی شده است و دیجی‌کالا با آمادگی به استقبال یلدای شگفت‌انگیز ۹۷ می‌رود.

دیجی کالا رکورد: گزارش خرید اینترنتی ایرانیان

دیجی کالا به زودی برای اولین بار گزارشی با عنوان «دیجی کالا رکورد» منتشر خواهد کرد. این گزارش بر مبنای واقعیاتی از رفتار خرید مصرف‌کنندگان در بستر آنلاین است و چکیده‌ای از سلیقه ایرانیان

دیجی کالا امسال هم به سنت سال‌های گذشته بزرگترین رویداد خرید اینترنتی کشور را در آستانه پلدا و روز خرید اینترنتی ایرانیان از تاریخ ۲۷ تا ۳۰ آذر ۹۷ برگزار می‌کند. در یلدای شگفت‌انگیز ۹۷، برندها و محصولات باکیفیت ایرانی نقش ویژه‌ای دارند. این جشن با همکاری و همراهی بیش از ۳ هزار فروشنده و کسب و کار ایرانی برگزیده، از مجموعه ۱۵ هزار فروشنده پلتفرم مارکت‌پلیس دیجی کالا (Marketplace) برگزار می‌شود. در جشنواره یلدای شگفت‌انگیز امسال، ۲۰۰ هزار نوع کالا (از مجموع یک میلیون تنوع کالایی) با نشان ویژه‌ای پیدا عرضه می‌شوند.

دیجی کالا پشتیبان برندها و کسب‌وکارهای ایرانی در یلدای ۹۷ یلدای شگفت‌انگیز ۹۷ به تمامی یک جشن ایرانی و با هدف ارتقای فرهنگ خرید کالای ایرانی است. دیجی کالا در جشن خرید اینترنتی ایران همراه و پشتیبان ۱۵۰۰ برند باکیفیت ایرانی است.

کمیسین فروش دیجی کالا برای محصولات باکیفیت ایرانی در این جشنواره صفر است. همچنین کارمزد دیجی کالا از فروشندگان محصولات ایرانی که عملکرد مطلوب دارند، صفر است. ضمناً دیجی کالا جایگاه‌های ویژه‌ای برای محصولات ایرانی در این جشنواره در نظر گرفته است و در تمامی صفحات دیجی کالا، محصولات ایرانی حضور دارند.

اخبار

کاهش ۱۰ تا ۱۵درصدی قیمت لوازم یدکی به دنبال کاهش نرخ ارز

سختگوی اتحادیه لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران اعلام کرد که کاهش نرخ ارز، از طرفی کاهش ۱۰ تا ۱۵درصدی قیمت لوازم یدکی را به همراه داشته و از طرف دیگر به دلیل عدم تثبیت نرخ ارز و قیمت‌ها، رکود افزایش پیدا کرده است. سید مهدی کاظمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو اظهار داشت: کاهش نرخ ارز، به طور نسبی تأثیری در بازار لوازم یدکی نیز داشته و در برر سی‌ها مشخص شده که قیمت‌ها ۱۰ تا ۱۵درصد کاهش پیدا کرده اما رکود افزایش یافته است. وی تصریح کرد: رکود به دلیل بالاترکلیفی در حال افزایش است، زیرا تاجار نگران تغییر قیمت‌ها هستند و نمی‌توانند در خصوص خرید و فروش تصمیم‌گیری نمایند. در واقع بالاترکلیفی به رکود دامن می‌زند، بنابراین با ثبات نرخ ارز و رفع بالاترکلیفی، رکود نیز برطرف می‌شود. وی افزود: اگر نرخ ارز به مدت یک سال مشخص و ثابت باشد تأثیر بسزایی در بازار، قیمت‌ها و میزان فروش خواهد داشت و رکود، رفته رفته برطرف می‌شود. وی درخصوص کمبود لوازم یدکی در بازار گفت: کمبود به گونه‌ای که عده‌ای توصیف می‌کنند نیست، در واقع با کمبود در قطعات خودروهایی مواجه هستیم که در چند سال اخیر به بازار ایران وارد شده‌اند. مثلاً بعضی از قطعات خودرو داستر مثل کمپرسور کولر آن، کمپیا با نایاب است و مصرف‌کنندگان در صورت نیاز قادر به دستیابی به این قطعات نیستند. سختگوی اتحادیه لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران افزود: بنابراین در مورد بسیاری از خودروهای خارجی –مخصوصا خودروهای شاسی‌بند- که در چند سال اخیر وارد بازار شده و هنوز تعدادشان در کشور زیاد نشده که تولیدکنندگان داخلی اقدام به تولید قطعات نمایند، مشکل تأمین قطعات وجود دارد. کاظمی تصریح کرد: با ارائه نمونه قطعه به تولیدکننده داخلی و سفارش به تعداد زیاد، تولیدکننده داخلی قطعه مورد نظر را تولید خواهد کرد اما سفارش به تعداد اندک برای تولیدکننده به‌صرفه نیست و به ناچار باید اقدام به واردات کنیم. وی گفت: ما درخصوص قطعات خودروهایی که در ایران تولید می‌شود نگرانی زیادی نداریم زیرا قطعات این خودروها از راه تولید داخل یا واردات به هر حال در دسترس مصرف‌کننده قرار خواهد گرفت. نگرانی ما در مورد خودروهایی است که در دو سه سال اخیر وارد بازار ایران شده است.

۳ نقطه ضعف صنعت خودروی ایران

مدیرعامل اسبق سایپا گفت در حال حاضر از لحاظ طراحی پلتفرم تا حدودی موفق عمل کرده‌ایم و در ایران خودرو و سایپا طراحی خودرو عملاً اجرا می‌شود. به گزارش جمهوری‌رت، سعید مدنی ادامه داد: با حضور کارشناسان خارجی نیز می‌توان کیفیت پلتفرم و طراحی را ارتقا داد. ما قادر به احداث خطوط تولید بدون وابستگی زیاد به خارج، طراحی و اجرای خطوط مونتاژ بدنه و خطوط رنگ و طراحی خطوط تولید نهایی هستیم. همچنین باتوجه به در اختیار داشتن دانش فنی تولید و اجرای تست‌های کیفی، توانایی احداث مراکز آزمون تست جاده‌ای را نیز داریم. قدرت زنجیره تأمین خودروسازی کشور به اندازه‌ای است که با دریافت حمایت‌های بینبتر، دولت قادر به تولید قطعات با تکنولوژی‌های روز دنیا خواهد بود. حدود ۱۵۰۰ شبکه فروش و خدمات پس‌از فروش در کشور داریم که سرمایه‌گذاری آن‌ها در گذشته صورت گرفته، بنابراین در صورت بهبود روابط سیاسی، اکثر خودروسازان دنیا حاضر به سرمایه‌گذاری برای ورود تکنولوژی‌های روز به کشور خواهند بود زیرا زنجیره تأمین قدرتمند در اختیار داریم و تنها باید آن را ارتقا دهیم. همچنین شنیکه فروش و خدمات پس‌ازفروشی داریم که فقط باید به‌روز شود. از نقاط ضعف خودروسازی کشور می‌توان به کندی طراحی پلتفرم، عدم تولید موتورهای کم‌مصرف مطابق با استانداردهای جدید زیست محیطی دنیا و عدم توان تولید گیربکس اتومات اشاره کرد. با توجه به آنکه تا چندسال آینده تمایل مشتریان با مشکل مواجه هستند، برخی قطعه‌سازان واحدهای خود را تعطیل کرده، تا ۵۰درصد تعدیل نیرو داشته یا شیفت‌های کاری خود را کاهش داده‌اند که به تولید لطمه وارد می‌کند. به عقیده خلخالی، باید این‌فرهنگ جا بیفتد که اگر کالایی را با قیمت گران‌تر، اما به قیمت واقعی خریداری کنیم کمک‌کننده به اقتصاد داخل است و لزوماً بد نیست. در تمام دنیا مردم با خرید کالاهای داخلی با قیمت واقعی، به اقتصاد کشور خود کمک می‌کنند. از طرف دیگر باید قیمت را کنترل کرد به نوعی که مطابق قدرت خرید مردم باشد و مردم داخل کشور از این موضوع دچار آسیب نشوند. این کارشناس صنعت خودرو اظهار کرد: از طرف دیگر ضروری است که دست دلان در این حوزه کوتاه شود. در حال حاضر فضایی وجود دارد که سرمایه‌گذاری جذابی برای خرید خودرو ایجاد شده که با قیمت پایین‌تر از کارخانه خرید صورت می‌گیرد و در فضای بازار آزاد به فروش می‌رسد.

اعتراض سهامداران خودرویی نسبت به قیمت‌گذاری دستوری

برخی سهامداران خُرد شرکت‌های خودروسازی طی نامه‌ای سرگشاده به مسئولین دی‌ریط به تاووم عدم اصلاح قیمت‌های محصولات تولیدی خودروسازان معترض شده و نوشتند: از مسئولان می‌خواهیم، حق ما را از دلانن بستناند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، بر این اساس سهامداران صنعت خودرو در نگاشته خود با بیان اینکه در نامه‌های ارسالی انجمن قطعه‌سازان و خودروسازان به شورای رقابت و سازمان‌های مرتبط نسبت به رانت ایجادشده از محل قیمت‌گذاری دستوری خودرو هشدار داده‌اند اما گوش شنوایی وجود ندارد. سهامداران شرکت‌های خودروسازی در این نامه از نمایندگان مجلس و وزیر صنعت، معدن و تجارت درخواست کمک و اعلام کرده‌اند: لایه با نفوذ دلانان و واسطه‌ها به بهانه گرانی سبب شده‌اند تا قیمت خودرو در بازار رسمی فاصله بسیار زیادی با قیمت‌های درخوردوسازان بیش از ۱هزار میلیارد تومان زیان و به جای آن دلانن ۱۰ هزار میلیارد تومان سود بردند. سهامداران شرکت‌های خودرویی در نامه خود ضمن انتقاد از قیمت‌گذاری دستوری خطاب به مسئولین کشور اعلام کرده‌اند:خطور می‌شود با افزایش بیش از ۷۰درصدی سواد اولیه تولید، افزایش نرخ ارز از ۲۴۰۰ به تا ۹۰۰۰ تومان کنونی، نرخ تورم، بر طبل ثابت ماندن قیمت خودرو و قیمت‌گذاری دستوری کوبید. آیا از وضعیت بیکاری کارگران شرکت‌های قطعه‌سازی و کاهش تولید خودروسازان و زیان آنان با توجه به مشکلات خودتخریمی‌ها و تخریم‌های بین‌المللی خبر دارید؟ ما سهامداران صنعت خودروی کشور از مسئولین کشور یک خواسته اصلی داریم، هرچه سریع‌تر دستور اصلاح قیمت‌ها براساس تعیین قیمت ۵درصد زیر قیمت بازار را صادر کنند.

مدیریت صحیح و قطع امید از خارج تفاوت اصلی حوزه دفاعی با صنعت خودروسازی است



بنی‌صدر بسیار مهم است. رهبر انقلاب در دوران ریاست جمهوری نیز حمایت و مدیریتت جنگ تحمیلی و حمایت ویژه‌ای از بخش دفاع داشتند. وی در ادامه به دوران آغازین رهبری حضرت آیت‌الله خامنه‌ای اشاره کرد و گفت: بعد از جنگ تحمیلی بحران‌های بسیاری از جمله تهاجم عراق به کویت، حمله آمریکا به عراق و افغانستان در این زمان رخ داد و درایت، آینده‌نگری و اندیشه دفاعی مقام معظم رهبری موجب اتخاذ سیاست بازدارندگی از سوی جمهوری اسلامی ایران شد. در این زمان سیاست خودکفای دفاعی موجب خوداتکایی و پیشرفت در تولید تجهیزات مختلف صنعت دفاعی اتخاذ و موجب بازدارندگی دفاعی شد. وزیر دفاع در ادامه به حضور آمریکا در منطقه و تهاجم نظامی به عراق و افغانستان اشاره کرد و گفت: ایستادگی و اتخاذ تدابیر صحیح و راهبردی مقام معظم رهبری در این زمان خاص موجب شکست آمریکایی‌ها و خروج آن‌ها از منطقه شد.

وزیر دفاع افزود: آن روز دشمنان از تهدید نظامی ناامید شده‌اند و از سر استیصال فشار می‌آورند که شما موشک دارید. ما به خوبی می‌دانیم که لحظه‌ای از توان دفاعی نمی‌توان غافل شد. ان‌شاءالله در دیگر حوزه‌ها هم مانند حوزه دفاع با استفاده از اندیشه‌های رهبر معظم انقلاب به پیشرفت و بازدارندگی برسیم.

وزی با بیان اینکه شعار ما در وزارت دفاع ما می‌توانیم است، افزود: برخی بعد از رونمایی از جنگنده کوثر می‌گفتند چگونه در ساخت جنگنده به این جایگاه رسیده‌ایم، من به آن‌ها می‌گویم بخش دفاع اندیشه‌های رهبر انقلاب را سرلوحه کار خود قرار داده و نگاهی به بیرون ندارد.

امیر حاتمی در پایان گفت: باور اینکه ما می‌توانیم در حوزه دفاعی شکل گرفته است و مدیریت صحیح و قطع امید از خارج در حوزه دفاعی تفاوت اصلی با صنعت خودروسازی است.

وزیر دفاع گفت باور اینکه ما می‌توانیم در حوزه دفاعی شکل گرفته است و مدیریتت صحیح و قطع امید از خارج در حوزه دفاعی تفاوت اصلی با صنعت خودروسازی است. به گزارش خبرگزاری دانشجو، امیرسررتیب امیر حاتمی، وزیر دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح در چهارمین همایش تبیین اندیشه دفاعی امام خامنه‌ای که صبح روز گذشته در سالن شهدای ساعد سازمان صنایع دریایی وزارت دفاع برگزار شد، با بیان اینکه این همایش نشان‌دهنده بلوغ است و مشخص می‌کند ما به دنبال برسی اندیشه، ولی‌فقیه هستیم، خاطر‌نشان کرد: زمانی که اندیشه‌های دفاعی مقام معظم رهبری را بررسی می‌کنیم به عمق راهبردی و دقت این بیانات پی می‌بریم، زمانی که ایشان از دقت موشک‌ها سخن گفتند برای بسیاری رسیدن به این هدف غیرممکن بود، اما در مدت کوتاهی رسیدن به این هدف را همه دیدند. یکی از مهمترین محورهای اصلی این همایش ایجاد بستر اجرایی شدن اندیشه‌های مقام معظم رهبری در همه حوزه‌ها است.

امیر حاتمی در ادامه به بیان آثار و پیامدهای اندیشه‌های مقام معظم رهبری پرداخت و گفت: ایشان بعد از انقلاب جایگاه‌ها و مسئولیت‌های مختلفی داشتند که تأثیرگذاری رهبری در هر کدام از این مسئولیت‌ها قابل بررسی و مستودنی است. ایشان در اجرایی‌شدن فرمان امام راحل برای حفظ ارتش و بعد از آن در مجلس شورای اسلامی برای خلع

عوامل تاثیرگذار بر قیمت خودرو

عضو هیات علمی گروه مهندسی خودروی دانشگاه علم و صنعت تأکید کرد: در کنار همه اینها بحث بازار آزاد نیز مطرح است. وجود فاصله زیاد بین قیمت خودرو در کارخانه و بازار آزاد دردرساز شده است. در قیمت‌گذاری‌ها باید قیمت بازار آزاد نیز در نظر گرفته شود و به این مهم توجه شود که پایین و واقعی نبودن قیمت‌ها در کارخانه، فرصت دلالی را پیش می‌آورد در صورتی که همیشه باید حمایت جدی از تولیدکننده وجود داشته باشد. وی تصریح کرد: سیاست‌ها باید به سمت‌وسویی برود که تولید خودرو افزایش پیدا کند. برای افزایش میزان تولید نیز باید جذابیت ایجاد شود و سرمایه‌گذاران جذب شوند تا به جای آنکه کشتش به سمت واردات داشته باشند، به تولید جذب شوند. اینها مواردی است که باید در نظر گرفته شود تا قیمت‌ها واقعی شوند و جذابیت تولید داخلی برای سرمایه‌گذاران افزایش پیدا کند. خلخالی خاطر‌نشان کرد: در حال حاضر قیمتی که خودروسازان برای قطعه‌سازان تعیین می‌کنند، در برخی موارد یک دوم هزینه تمام‌شده آنها است، ضمن اینکه بسیاری از خودروسازان به تأمین‌کنندگان قطعات خود قول داده‌اند که قیمت‌ها اصلاح و واقعی خواهد شد، بنابراین باید منافع یک زنجیره تأمین بزرگ را نیز در نظر داشت. در حال حاضر برای اینکه یک خودرو وارد بازار شود حدود ۲۰۰۰ شرکت

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت گفت مدنظر قرار دادن نرخ ارز، توجه به امکان تأمین مواد اولیه و قطعات و همچنین نگاه ویژه به فاصله بین قیمت خودرو در کارخانه و بازار آزاد، از مواردی است که باید در واقعی‌سازی قیمت خودرو مدنظر قرار بگیرد.

به گزارش پدال نیوز، ابوالفضل خلخالی، عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت گفت: مدنظر قرار دادن نرخ ارز، توجه به امکان تأمین سواد اولیه و قطعات و همچنین نگاه ویژه به فاصله بین قیمت خودرو در کارخانه و بازار آزاد، از مواردی است که باید در واقعی‌سازی قیمت خودرو مدنظر قرار بگیرد.

وی اظهار کرد: از الزامات واقعی‌سازی قیمت خودرو بخشی مربوط به نرخ ارز است که باید در نظر بگیریم که قیمت آن نسبت به سال گذشته افزایش حداقل سه برابری داشته است؛ بنابراین قیمت‌گذاری‌ها باید مطابق نرخ ارز در بازار صورت پذیرد.

وی افزود: از موارد دیگری می‌توان گفت که مواد اولیه‌ای که در داخل کشور تولید می‌شوند در حال حاضر کم شده و همچنین افزایش قیمت شدیدی را تجربه کرده‌اند. در تأمین قطعات خارجی که وارداتی هستند نیز برای واردات مشکلاتی وجود دارد؛ بنابراین دسترسی کم به قطعات و افزایش قیمت آن‌ها نیز باید در قیمت‌گذاری خودرو لحاظ شود.

مشخص نشدن تکلیف خودروهای رسوب کرده در گمرک در حالی به سوژه این روزها و عامل اعتراض‌های خریداران از شرکت‌های واردکننده تبدیل شده که مسئولان خیر می‌دهند در صورت نبود مشکلات قضایی و گمرکی واردکنندگان، در سریع‌ترین زمان خودروها به دست صاحبان‌شان خواهد رسید.

واردات خودرو در سال ۱۳۹۶ رشد شتابانی داشت که سبب شد اواخر تیرماه پارسال وزارت صنعت، معدن و تجارت با دستور وزیر وقت، ثبت سفارش آن را تا زمان اصلاح آیین‌نامه مربوطه در دولت متوقف کند. این ممنوعیت اواخر دی‌ماه و با ابلاغ آیین‌نامه جدید واردات خودرو، برطرف و واردات خودروها از سر گرفته شد اما با تغییر سیاست‌های ارزی دولت در سال ۹۷ از سویی و نیز خروج آمریکا از برجام، دولت تصمیم گرفت واردات برخی کالاهای غیرضروری از جمله خودرو را بار دیگر متوقف کند.

از تیرماه امسال که دولت با هدف صرفه‌جویی ارزی واردات یک هزار و ۴۰۰ قلم کالا از جمله خودرو را ممنوع کرد، آن دسته از خودروهایی که تا پیش از آن فرایند ثبت سفارش را انجام داده بودند، در گمرک رسوب کرده و از ترخیص آنها جلوگیری شد. گمرک روز گذشته نامه «انسحاق جهانیگری» معاون اول رئیس جمهوری را منتشر کرد که سی‌ام آبان ماه خطاب به وزیران امور اقتصادی و دارایی و صنعت، معدن و تجارت درخصوص «تعیین تکلیف موضوع استمرار خسارت ناشی از دپوی خودروهای مربوط به

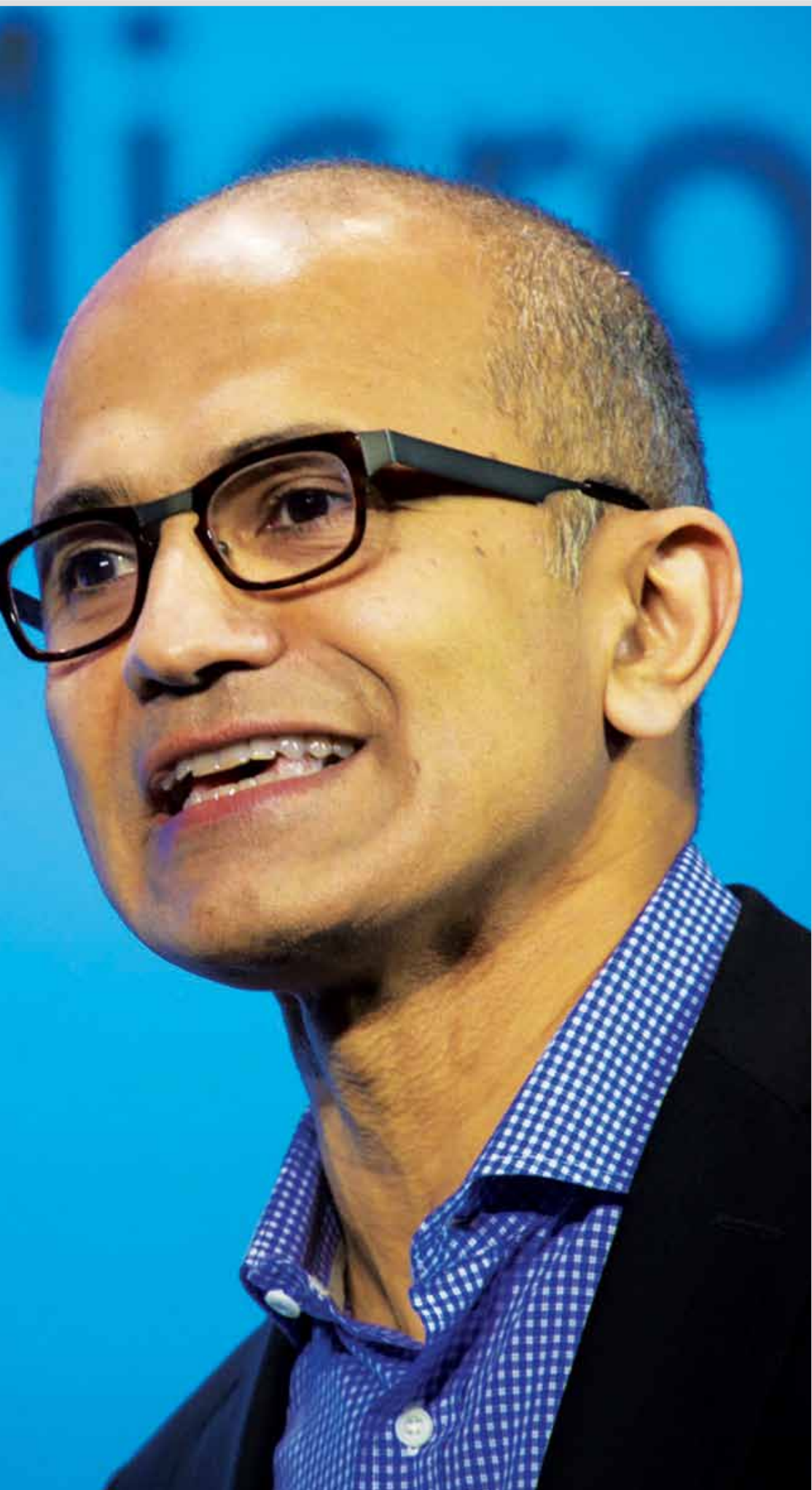
برندهای مختلف در گمرکات کشور»، تصریح کرده بود: «نباید تحت تأثیر فضاسازی، موانع فعالان اقتصادی را برطرف نکنیم. اگر کسی تخلف کرده دستگاه قضایی برخورد می‌کند و نباید برای کسانی که در چارچوب قوانین و مقررات عمل کرده‌اند، مشکل ایجاد شود.»

در حالی که این روزها شاهد اعتراض‌های خریداران خودرو از شرکت‌های واردکننده برای احقاق حرق‌شان هستیم، فرصت سازمان ملی استاندارد برای ارائه استانداردهای هشنادوپنج‌گانه خودرویی تا پایان آذرماه رو به پایان است؛ سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی نیز برای ترخیص خودروهای رسوب کرده در گمرک اولتیماتوم داده و بازار شب عبید خودروها و اوج گرفتن تقاضاهای مردمی برای خودروهای جدید نزدیک است اما هنوز خبری از ترخیص خودروها نیست.

ترخیص ۱۵هزار خودرو منتظر تصمیم هیات دولت است

در این زمینه، «گوروش مرشدسلوک» رئیس انجمن واردکنندگان خودرو افزود: همچنان منتظر تصمیم‌گیری هیات دولت در این زمینه هستیم. وی افزود: تعرفه‌ها و حقوق گمرکی بخش اعظم این خودروها پرداخت شده، با این حال برای ترخیص آنها تصمیم‌گیری نشده و اعتراض‌های صاحبان این خودروها را شاهدیم.

مرشد سلوک درخصوص پیش‌بینی نشدن ردیفی در بودجه سال ۹۸ از محل تعرفه واردات خودرو گفت: امسال با اینکه واردات خودرو در بودجه پیش‌بینی شده بود، اما در نهایت ممنوعیت واردات رقم خورد؛



بهره‌برداری از نخستین مرکز نیکوکاری کار آفرینی روستایی

معاون مشارکت‌های مردمی کمیته امداد خراسان رضوی اظهار داشت برنامه‌ریزی برای درآمد مراکز نیکوکاری ۲۰ میلیارد تومان برآورد شده بود که خوشبختانه با تحقق کامل برنامه، این رقم در هشت‌ماهه امسال از ۲۱ میلیارد و ۴۴۰ میلیون تومان عبور کرد. وی با اشاره به میزان کمک‌های هشت ماهه سال قبل گفت: مراکز نیکوکاری فعال در خراسان رضوی در هشت‌ماهه سال گذشته حدود ۸ میلیارد و ۳۲۰ میلیون تومان جمع‌آوری کمک داشتند. سلمان دانشور از فعالان ۷۹ مرکز نیکوکاری در هشت‌ماهه امسال در خراسان رضوی خبر داد و افزود: کمک‌های مراکز نیکوکاری در این هشت‌ماهه در قالب‌های مختلف بوده است که بیش از ۱۰ میلیارد و ۷۴۵ میلیون تومان آن در قالب کالا، بیش از ۸ میلیارد و ۵۸ میلیون تومان در قالب ارائه خدمات و بیش از ۲ میلیارد و ۵۸۹ میلیون تومان به‌صورت نقدی جمع‌آوری و هزینه شده است.



دریچه

هر آنچه باید درباره قرارداد عدم افشا بدانید

«قرارداد عدم افشا» راهکاری برای جلوگیری از درز اطلاعات در روابط گوناگون، به‌ویژه روابط تجاری است که اقدام مؤثری در حفظ اطلاعات اشخاص می‌تواند تلقی شود. زمانی که اختراعی کرده‌اید یا در حال مذاکره با شرکت بزرگی درباره تجاری‌سازی فناوری خود هستید یا ایده استارت‌آپی دارید، به‌ناچار باید اطلاعاتی درباره اختراع و فناوری یا هر نوع اطلاعات دیگری به طرف مقابل ارائه دهید. در نتیجه این اقدام ممکن است تمام یا بخشی از اطلاعاتتان فاش شود و آنچه در پی کسب آن بودید، از بین رود. به‌منظور جلوگیری از این اتفاق، از طریق قرارداد طرفی یا طرفین مقابل را به رازداری و عدم افشای اطلاعات می‌توان متعهد کرد. قرارداد عدم افشا (Non Disclosure) یا قرارداد رازداری توافقی است که یکی از طرفین یا هر دو طرف متعهد می‌شوند اطلاعات معینی را محرمانه نگاه دارند و آن را افشا نکنند. همان‌طور که اشاره شد، این تعهد می‌تواند دوطرفه یا یک‌طرفه باشد. در ادامه، مشخصات و الزامات این قرارداد را تشریح خواهیم کرد.

معنا و محدوده اطلاعات

هرگونه اطلاعات یا داده بازرشی مشمول این اطلاعات خواهد بود که به یکی از طرفین قرارداد متعلق باشد و به‌طور عمومی فاش نشده و در اختیار عموم قرار نگرفته است. در قرارداد باید به‌صراحت قید شود چه نوع اطلاعاتی موضوع قرارداد است و از ذکر عبارات کلی پرهیز شود. این اطلاعات به‌طور معمول برای محافظت از مالکیت‌های فکری منعقد می‌شود، اما به‌صورت کلی ممکن است یکی از موضوعات زیر باشد:

- هرگونه اطلاعات علمی و فنی، اسرار تجاری، اطلاعات مربوط به اختراعات، طرح‌ها، فرآیندها و فرآورده‌هایی که واجد شرایط اختراع نباشند؛
- فناوری‌های نوین یا روش بهبود فناوری؛
- هرگونه مفهوم و گزارشی که محتوای ویژه‌ای داشته باشد؛ مانند چارت‌ها و نمودارها؛

- دانش فنی (Know How) و محصولات درحال ساخت و توصیف‌ها؛
- اطلاعات مربوط به نرم‌افزارهای رایانه‌ای، برنامه‌های رایانه‌ای، کد منبع، کد مقصد و پایگاه‌های داده (دیتابیس)؛

- استراتژی‌های کسب‌وکار و ایده استارت‌آپ.

چه اطلاعاتی را نمی‌توان از طریق قرارداد عدم افشا حمایت کرد؟

- هرگونه اطلاعاتی که دریافت‌کننده از لحاظ قانونی به استفاده از آن مجاز باشد. برای مثال، از طریق قرارداد لیسانس (مجوز بهره‌برداری) به استفاده از آن اطلاعات مجاز باشد؛

- اطلاعات را از طریق شخص ثالث یا شخصاً و به‌صورت قانونی کسب کرده باشد. برای نمونه، اسرار تجاری موجود در محصولی را با مهندسی معکوس به‌دست آورده باشد. البته، اثبات این امر می‌تواند دشوار بنظر برسد؛

- اطلاعات را پیش‌تر عموم شناخته باشند. برای مثال، فرمولی که اکنون نیز شناسایی شده و از آن استفاده می‌شود؛

- از لحاظ قانونی آن اطلاعات می‌بایست افشا شود. برای نمونه، ماده هفدهم قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری و طرح‌های صنعتی مصوب ۱۳۸۶ مقرر می‌کند چنانچه منافع عمومی مانند امنیت ملی و تغذیه و بهداشت یا توسعه سایر بخش‌های حیاتی اقتصادی کشور اقتضا کند، مخترع باید اختراع خود را در شرایط خاصی افشا کند (مجوز بهره‌برداری اجباری از اختراع).

طرفین قرارداد

به‌طور کلی، در هر رابطه‌ای که افشای اطلاعات ممکن است به شخص حقیقی یا حقوقی مشخصی آسیب برساند، انعقاد قرارداد عدم افشا منطقی بنظر می‌رسد. به‌طور معمول در روابطی از این دست به انعقاد این قرارداد منجر می‌شوند:

- میان دو کسب‌وکار
- میان کارمند و کارفرما
- در قراردادهای فروش اسرار تجاری
- در قراردادهای واگذاری
- در قراردادهای تأمین منابع مالی
- با کارآموزانی که قرار است وارد مجموعه شوند

هدف و نحوه استفاده از اطلاعات

طرفین قرارداد باید به‌طور صریح توافق کنند هدف و نحوه استفاده از قرارداد چگونه است. برای مثال، اگر اطلاعات، فناوری یا نرم‌افزاری خاصی است، باید نحوه تجاری‌سازی یا استفاده دریافت‌کننده مشخص شود یا استفاده‌کنندگان از اطلاعات شامل چه کسانی می‌شوند. برای نمونه، شعب دیگر شرکت نیز می‌توانند از آن اطلاعات استفاده کنند یا خیر. در خصوص هدف استفاده از اطلاعات نیز نباید ابهامی وجود داشته باشد.

زمان

زمان تعهد به عدم افشا باید در قرارداد مشخص شود؛ چراکه مطابق ماده نهمین و پنجاه و نهم قانون مدنی نمی‌توان فردی را برای همیشه به عدم افشای اطلاعات متعهد دانست (سلب حق باید به‌صورت جزئی باشد). همچنین، این زمان نباید بسیار طولانی باشد. برای مثال، نمی‌توان از طریق این قرارداد فردی را برای مدت ۲۰ سال به عدم افشای اطلاعات متعهد دانست. این زمان باید متعارف باشد (دو یا سه سال یا در بعضی موارد بیشتر). مدت زمان باید با توجه به ماهیت اطلاعات مشخص شود.

مستند قانونی

واضح است قرارداد عدم افشا، مانند اجاره و وکالت، یکی از عقود معین در قانون مدنی نیست، اما براساس ماده دهم قانون مدنی، می‌توان این قرارداد را با رعایت سایر الزامات قانونی منعقد کرد. ماده دهم قانون مدنی می‌گوید قراردادهای خصوصی در برابر کسانی که آن را منعقد کرده‌اند، در صورتی نافذ است که مخالف صریح قانون نباشد.

تفسیر محدوده افشای اطلاعات

افشای اطلاعات در معنای عام تفسیر می‌شود؛ بنابراین، افشای اطلاعات اصلاح‌شده یا تغییر یافته نیز موجب مسئولیت خواهد بود. به‌طور کلی، هر شکلی از افشای اطلاعات موضوع قرارداد موجب مسئولیت است. به‌عنوان مثال، چنانچه مدیر شرکتی به عدم افشای اطلاعات متعهد شود ولی یکی از کارمندان مجموعه‌اش به‌دلیل تقصیر مدیر، اطلاعات را افشا کند، این اقدام می‌تواند نقض تعهد در نظر گرفته شود.

جبران خسارت

در صورتی که دریافت‌کننده اطلاعات علی‌رغم تعهد آن را افشا کند، طرف مقابل می‌تواند در دادگاه علیه او طرح دعوا کند. دادگاه پس از بررسی و کسب نظر از کارشناسان مرتبط، میزان خسارت را تعیین می‌کند. افزون بر این، طرفین می‌توانند از قبل در قرارداد خود درباره میزان و مبلغ جبران خسارت توافق کنند (وجه التزام).

جمع‌بندی

چنانچه اطلاعات مهمی دارید و می‌خواهید آن را با شخص دیگری به‌دلایل مختلف به اشتراک بگذارید، قرارداد عدم افشا می‌تواند شما را به مقصود برساند. در حال حاضر در کشور ما، این اقدام کمی نامأنوس بنظر می‌رسد، اما باید آن را تا حد زیادی وافی به مقصود دانست. نکته پایانی این است اگرچه قرارداد عدم افشا موجب می‌شود دریافت‌کننده اطلاعات به عدم افشا متعهد شود، از همکاری با رقبا در تحصیل قانونی اطلاعات ممانع نمی‌شود. منبع: zoomit

کاهش رتبه ایران در بهبود محیط کسب و کار

که نامناسب است.

وی درباره دلایل کاهش رتبه ایران در بهبود محیط کسب و کار گفت: سرعت اصلاحات در کشورهای منطقه بسیار بیشتر از ماست و به‌عنوان نمونه سال گذشته در افغانستان حدود هشت اصلاح قانونی را داشتند در حالی که ما فقط یک اصلاح داشتیم.

نایب‌رئیس اتاق بازرگانی با اشاره به نیاز به گواهی عدم سوء پیشینه اظهار داشت: چرا باید دو تا سه هفته برای صدور این گواهی زمان نیاز است در حالی که می‌توان این گواهی را به شکل برخط صادر کرد. این موضوع می‌تواند تاثیر زیادی بر رتبه ایران داشته باشد. سلاح‌ورزی گفت: در سه سال گذشته با وجود تلاش گسترده تنها ۲۸ درصد مجوزهای کسب و کار بررسی شده است. وی افزود: به نظر می‌رسد اجرای دولت الکترونیک کمک زیادی به مقررات‌زایی کند.



نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران از کاهش رتبه ایران در بهبود محیط کسب و کار خبر داد و گفت سرعت اصلاحات در کشورهای منطقه به نسبت ایران دلیل عمده این کاهش بوده است.

به گزارش ایران اكونومیست، حسین سلاح‌ورزی نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران در جلسه هیات نمایندگان که با حضور فرهاد دژپسند وزیر امور اقتصادی و دارایی برگزار شد، با ارائه گزارشی درباره مقررات‌زایی و فضای کسب و کار گفت: متأسفانه در دو الی سه سال اخیر به‌طور مستمر نزول رتبه جهانی کسب و کار داشتیم در حالی که نمره ایران افزایش یافته است.

وی افزود: در برخی از شاخص‌ها بهبود و در برخی نزول داشته‌ایم، رتبه ایران در منطقه منا و بین ۲۰ کشور ۱۴ است

و تنها کشورهایی مانند یمن، سوریه و عراق پایین‌تر از ایران هستند. سلاح‌ورزی تصریح کرد: در سند چشم‌انداز قرار بود رتبه اول منطقه را داشته باشیم ولی در حال حاضر رتبه ۱۸ را داریم

جریان اجتماعی استارت‌آپی در کشور شتاب گرفته است

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، گفت از ابتدای دولت تدبیر و امید، جریان اجتماعی استارت‌آپی در کشور سرعت گرفته است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در مراسم

نوزدهمین جشنواره تجلیل از پژوهشگران و فناوران برگزیده کشور، که با حضور معاون اول رئیس جمهوری در سالن اجلاس سران برگزار شد، بیان کرد: معاونت علمی در عرصه توسعه پژوهش در کشور همکاری‌های تنگاتنگی با وزارت علوم، تحقیقات و فناوری دارد و در این چند سال نتایج خوبی در این همکاری‌ها به دست آورده‌ایم. وی افزود: یک راه جدید در دولت تدبیر و امید در زمینه پژوهش و فناوری در کشور باز شده است که براساس این راه جدید، پژوهش و فناوری به اقتصاد گره خورده است. به گفته رئیس بنیاد ملی نخبگان، تلاش دولت این است که پژوهش را به بخشی از اقتصاد تبدیل کند و با تقویت بخش پژوهش، اقتصاد کشور را نیز تقویت کند. ستاری ادامه داد: امروز جریان استارت‌آپی در کشور به کمک جوانان کم



سن و سال شکل گرفته و این جریان به سرعت در حال گسترش است. در این جریان، جوانان تبدیل به تاثیرگذاران بزرگ اقتصادی در کشور شده‌اند. وی همچنین عنوان کرد: در حال حاضر بیش از ۳ هزار شرکت دانش‌بنیان در کشور فعال هستند که میزان صادرات و وام‌گیری آنها از شبکه بانکی کشور رشد بسیار چشمگیری یافته است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به ضرورت وجود همدلی و همکاری همه دستگاه‌ها برای افزایش ضرب نفوذ جوانان در اقتصاد کشور، تصریح کرد: اگر دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها به اقتصاد کشور پیوند بخورند شاهد اتفاقات خوب و رشد قابل توجه در اقتصاد کشور خواهیم بود. در نوزدهمین جشنواره تجلیل از پژوهشگران و فناوران برگزیده کشور با حضور معاون اول ریاست جمهوری، معاون علمی و فناوری

رئیس جمهوری، وزیر علوم، تحقیقات و فناوری و وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی از ۱۸ پژوهشگر و ۶ فناور برگزیده کشور و ۵ نفر از استاندانان حامی فناوری و پژوهش در کشور تجلیل شد.

آمادگی صندوق نوآوری برای حمایت از پژوهش‌های علوم انسانی



رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی با تأکید بر اینکه برای اعمال حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان به کمک‌های شرکت‌های دانش‌بنیان و صندوق‌های پژوهش و فناوری مستقر در استان‌ها نیازمند هستیم، گفت: تاکنون از سوی این صندوق حمایت‌های مناسبی از حوزه علوم انسانی صورت نگرفته که دلیل آن عدم شناخت کافی بوده است، ما در این زمینه آماده دریافت پیشنهادات فعالان این عرصه هستیم. به گزارش ایسنا، دکتر علی وحدت در نشست وزارت علوم با رؤسای پارک‌های علم و فناوری و معاونان پژوهش و فناوری دانشگاه‌ها با اشاره به برنامه‌های حمایتی این صندوق، افزود: با توجه به جوان بودن صندوق نوآوری و شکوفایی تا کنون این صندوق تلاش داشته تا از شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت کند و یا در زمینه تأمین سرمایه در گردش این شرکت‌ها فعال بوده است.



یادداشت

اگر می‌خواهید کار آفرین موفق باشید ۶ نکته را به خاطر بسپارید

از تکنولوژی و لوازم وابسته به آن دور می‌کنید و به کتابخوانی و یا استفاده از لوازم شخصی می‌پردازید. برای کسب اطلاعات بیشتر درباره درونگرایی و برونگرایی باید مقاله‌های مربوط به فلسفه رواقی‌گری را مطالعه بفرمایید.

۳. نقاط قوت خود را تقویت و بارور کنید

نقاط قوت و استعدادهای خود را شناسایی کنید تا به طور روزانه از آن نقاط قوت برای بهره‌برداری از ارزش‌های دیگران استفاده کنید. ممکن است نقاط قوت شما وابسته به تصمیماتی باشند که در گذشته گرفتید و یا در آینده خواهید گرفت. به این فکر کنید که در زمان موفقیت‌های‌تان کدام استعداد را بیشتر به کار گرفتید. اگر هنوز در شناسایی آن استعدادها تردید دارید، چند تست شخصیتی انجام دهید. نظیر تست پیدا کردن نقاط قوت و تست ۱۶ شخصیت که به طور آنلاین هم موجود است.

۴. در انزوا کار نکنید

یک ضرب‌المثل آفریقایی می‌گوید: اگر می‌خواهید سریع بروید، تنها بروید. اگر می‌خواهید دور بروید، با هم بروید. بنابراین اندیشه‌های منطقی را در ذهن خود پرورش دهید تا دنیا را پر از کارهای شاد و امید ببینید. در انزوا کار نکنید. در عوض با افراد و یا مدیران دیگر همکاری و هم‌نشینی داشته باشید و یک تیم منحصربه‌فرد و مثال‌زدنی تشکیل دهید. آنان به شما می‌آموزند که چگونه رهبر خوبی برای مجموعه خود باشید و با این اوصاف چیزی بیشتر از خود و حد تصورتان خواهید ساخت که در نتیجه میراثی ارزشمند و پاداشی به‌جا خواهید گذاشت.

۵. بخشی از گروه خود باشید. نه اینکه رئیس بازی و نظارت کنید

در کتاب «هبر آخر غذا می‌خورد»، «سایمون سینک» می‌گوید که رهبران بزرگ از گروه خود مراقبت می‌کنند و آنها را در اولویت قرار داده و به خودشان ترجیح می‌دهند. از همه مهم‌تر به زیرگروه‌های‌تان بفهمانید که همیشه هوای آنها را خواهید داشت تا آنها با خیال راحت و آسودگی کامل به کار خود ادامه دهند تا همبستگی جمعی در گروه و بین زیرمجموعه‌ها ایجاد شود.

قبل از فرآیند اجرای نقشه، ابتدا طرح را طراحی و به خوبی توسعه دهید، از دانش اعضای گروه درس گرفته و آنها را در توسعه نقشه به کار بگیرید. از طرح پرسش‌های بی‌پاسخ نداشته باشید و نظر همه را جویا شوید. این ویژگی باعث می‌شود که شما به عنوان یک رهبر خوب و مقتدر، اعتمادبه‌نفس و اعتبار بالاتری نسبت به قبل پیدا کنید.

۶. خدماتی عالی ارائه دهید

از حیطة وظایف خود با فراتر گذاشته و چالش‌های بزرگ جهانی را به مبارزه بطلبید. برای مثال: بیل گیتس پس از آنکه به سختی موفق به دستیابی به اهدافش در زمینه تکنولوژی شد، تصمیم گرفت در راستای ریشه‌کن کردن بیماری‌های همه‌گیر، گام بلندی بردارد. اسطوره‌هایی مثل مارتین لوتر کینگ جونیور و مادر ترسا هم میل خود به بهتر کردن دنیا را نشان دادند. در مجموع باید بدانید این انگیزه و تشویقی مضاعف است که شما از پیش دیدگاه و هدفی برای زندگی آینده خود داشته باشید. تا پس از رسیدن موفقیت، هم خود از آن بهره ببرید و هم میراثی ارزشمند برای نسل‌های آینده به جای بگذارید. یکی از استادان بنده به نام «دیوید رابرت» زمانی به من گفت: شجاعت به معنای فقدان ترس نیست بلکه نوعی قضاوت است که از نظر آن فرد شجاع، ارزش شجاعت بیشتر از ترس است. ممکن است شخص شجاع عمر طولانی‌ای نداشته باشد ولی فرد ترسو و محتاط هرگز به معنای واقعی زندگی نخواهد کرد. به یاد داشته باشید که ما در خارق‌العاده‌ترین زمان تاریخ بشریت زندگی می‌کنیم که تکنولوژی به بهترین نحو گسترش یافته است. آیا دل‌تان می‌خواهد از این فرصت طلایی استفاده کنید و میراثی از خود به جای بگذارید تا به شکوفایی بشریت در این سیه‌ها کمک کند؟

منبع: Entrepreneur/ucan

روش‌هایی که از تجربیات مدیران موفق و کارکنان به‌دست آمده‌اند شما را در این راه یاری خواهند کرد. این یک مقاله کاربردی در زمینه کارآفرینی است که از تجربیات آقای «کونال سوب»، به دست آمده است. کونال سوب بنیانگذار و مدیر شرکت «نوس» است. او در مسائل اجتماعی و تأثیر گذاشتن بر افراد مقابلش و همچنین رهبری یک گروه، متخصص است. او یک نویسنده هم هست و در حال حاضر در حال نوشتن کتابی با عنوان «شادی افزایشی» است.

۱. دلیل یا چرایی زندگی‌تان را بدانید

پیتر دیاماندیس، کارآفرین پیشگام می‌گوید: «بهترین راه برای پیش‌بینی آینده، این است که آینده را از همین حالا بسازید.» یا کونال سوب در مصاحبه‌ای گفت: مردم اغلب به من می‌گویند: «کونال، من حالا ۳۰ ساله شدم و نمی‌دانم برای زندگی‌ام چکار کنم و هدفی ندارم.»

فقدان مسیر در زندگی، می‌تواند سال‌های زیادی از عمر شما را تلف کند. افرادی که دنیا را عوض می‌کنند چاره‌های زیادی در سر دارند و بنابراین اهدافشان مشخص و روشن است. برای مثال «ایلان ماسک» گفت که اهداف والای شرکت‌هایش مثل سولار سیتی، تسلا موتورز و اسپیس‌اکس بر مبنای دیدگاه‌های نوین او گام برمی‌دارند تا دنیا و بشریت را تغییر دهند.

اگر شما هدف خود را نمی‌شناسید، برای یک لحظه بنشینید و کار را از روی خودتان شروع کنید و این سوالات را از خود بپرسید:

- چه چیزی برای‌تان مهم است و چرا؟ (مثلاً آرزوی داشتن روابط اجتماعی بهتر، دسترسی به تحصیلات عالی، پایان رنج‌های زندگی و یا فقر).
- از زندگی خود چه انتظاری دارید؟ به نظر‌تان چه کاری باید بکنید تا به زندگی مطلوب برسید؟

• چه چیزی هر روز صبح شما را هیجان‌زده می‌کند و چرا؟ (مثلاً مواردی که در دنیای بیرونی شما به اندازه مطلوب و کافی وجود ندارند، ولی در دنیای درونی و ذهن شما، بالاترین ارزش‌ها را برای‌شان قائلید و از محرک‌های درونی شما به‌حساب می‌آیند).

- چه کاری برای شما خیلی لذت‌بخش است که حاضرید آن را بدون کسب درآمد و رایگان به انجام دهید؟
- مشکلات روزمره تا چه حد شما را خسته می‌کنند و برای حل این مشکل چه راه‌حلی ارائه کرده‌اید؟
- اگر برنده قرعه‌کشی چندمیلیون دلاری لاتاری بشوید، چه تغییری در زندگی خود ایجاد می‌کنید؟

• چرا زندگی می‌کنید و اصلاً دلیل زندگی شما چیست؟ دوست دارید چه میراثی از خودتان بر روی این سیاره به جا بگذارید؟

۲. گه‌گاه هدف خود را بازبینی کنید

هر برنامه و نقشه‌ای بدون فرآیند اجرا، بی‌فایده است. گه‌گاه شما احساس می‌کنید که زندگی‌تان از نظم و ترتیب خارج شده است. اینجاست که تجربیات انسانی، نقشه‌های‌تان و اجرای آن نقشه‌ها که با واقعیت زندگی در ارتباط است، دچار تضاد و تناقض یا هم می‌شوند.

یازدید از هدف‌های‌تان و مرور و بررسی آنها، باعث می‌شود که در مسیر درست باقی بمانید و برای رسیدن به هدف روبه‌روی‌تان تلاش کنید.

اینکه چطور هدف‌های خود را بازبینی کنید به شخصیت شما بستگی دارد. مثلاً به عنوان یک شخص برونگرا، انرژی خود را از هم‌نشینی با افراد فامیل و آشنایان به‌دست می‌آورید. برای مثال شاید در محیط‌های جمعی، بسینماها، گروه‌ها حضور به عمل می‌آورید و روابط اجتماعی شما در وضعیت خوبی است.

اگر انسان درونگرایی هستید، بیشتر به تمرکز در زندگی خود و درون‌اندیشی علاقه‌مند هستید. هر روز صبح چیزهایی که در ذهن‌تان می‌گذرد یادداشت می‌کنید. برای خود سوال نوشته و جواب آن را می‌نویسید. در آخر هفته‌ها خود را

آیا مایکروسافت می‌تواند سیستم عامل دسکتاپ مبتنی بر لینوکس عرضه کند؟

را نقض می‌کند اما این رخدادها، به‌خاطر کمبودهای تکنولوژیک لینوکس نیستند. دلیل اصلی آن‌ها، سیاست‌های سلطه‌جویانه مایکروسافت در سال‌های پیش محسوب می‌شود که توزیع‌کنندگان سخت‌افزار را از عرضه دیگر سیستم‌عامل‌ها منع می‌کرد. به‌رحال آن روزها به تاریخ پیوسته‌اند و مایکروسافت امروز خود را بیش از همیشه علاقه‌مند به لینوکس و جهان‌متن‌باز نشان می‌دهد.

دلیل و توجیه مایکروسافت برای روی آوردن به لینوکس چه خواهد بود؟ چون غول نرم‌افزاری در حال حاضر میلیاردها دلار در توسعه ویندوز سرمایه‌گذاری می‌کند و در آمد آن‌ها از آن، روزبه‌روز در حال کاهش است. همه ما به یاد داریم که ردموندی‌ها روزی برنامه یک میلیارد کاربر برای ویندوز ۱۰ داشتند و هرگز به آن نرسیدند. درنهایت، مایکروسافت با استفاده از کرنل لینوکس، صرفه‌جویی بالایی در بخش توسعه خواهد داشت.

اگر مایکروسافت تصمیم خود را در عرضه لینوکس نهایی کند، چه سرانجامی در انتظار خیل وسیع نرم‌افزارهای ویندوزی خواهد بود؟ قطعاً پورت کردن و انتقال نرم‌افزارهای ویندوز به لینوکس دشواری‌های بالایی دارد؛ اما ابزارهای متعدد همچون Crossover و Wine ثابت کرده‌اند که می‌توان تاحدودی این چالش را برطرف کرد.

علاوه‌بر ابزارهای موجود در لینوکس برای اجرای برنامه‌های ویندوز در آن، توسعه‌دهندگان مایکروسافت نیز تا حد زیادی چالش را برطرف کرده‌اند. توسعه‌دهندگان WSL در سال‌های گذشته تلاش زیادی کرده‌اند که دستورهای API لینوکس در ویندوز اجرا شود و بالعکس. در نتیجه، بسیاری از مسیر اجرای برنامه‌های ویندوز در لینوکس، طی شده است.

به‌طور خلاصه، توسعه‌دهندگان نرم‌افزارهای ویندوزی نگرانی خاصی درباره‌ی پورت به لینوکس نخواهند داشت و مایکروسافت، بخش زیادی از کار را انجام می‌دهد. نکته‌ی قابل توجه دیگر آن است که مهاجرت به سیستم‌های ابری، به‌مرور به رویکردی جامع تبدیل می‌شود. درحال حاضر نیز مایکروسافت از سرویس ابری آفیس ۳۶۵ بیش از نرم‌افزارهای دسکتاپ آفیس درآمد کسب می‌کند. وقتی این غول نرم‌افزاری همه‌ی کاربران را به سرویس‌های ابری ترغیب می‌کند، به‌مرور سیستم‌عامل دسکتاپ کاربران، اهمیت خود را از دست خواهد داد.

درنهایت به این نتیجه می‌رسیم که تغییر رویه به سیستم‌عامل دسکتاپ مبتنی بر لینوکس، برای مایکروسافت سود زیادی خصوصاً در صرفه‌جویی توسعه‌ی نرم‌افزار خواهد داشت. درنتیجه، چنین رویکردی از سوی آن‌ها در سال‌های پیش‌رو، دور از انتظار نخواهد بود.

رویکردهای اخیر مایکروسافت در ارتباط با لینوکس و جامعه متن‌باز، این امید را ایجاد می‌کند که ردموندی‌ها در آینده سیستم‌عامل دسکتاپ لینوکس توسعه دهند.

به گزارش زومیت، بسیاری از کارشناسان حوزه فناوری در سال‌های پیش معتقد بودند مایکروسافت به‌هیچ‌عنوان سمت توسعه سیستم‌عامل دسکتاپ مبتنی بر لینوکس نخواهد رفت. امروز و پس از اقدامات متنوع ردموندی‌ها در جهت نزدیکی به اکوسیستم لینوکس و جامعه متن‌باز، این کارشناسان در حال تغییر عقیده هستند. به‌بیان‌دیگر، آن‌ها امیدوارند روزی سیستم‌عاملی با نام‌های شبیه MS-Linux یا حتی Lindows عرضه شود.

دلایل متعددی، احتمال توسعه لینوکس دسکتاپ توسط مایکروسافت را افزایش می‌دهد. به‌عنوان مثال می‌توان به استفاده از لینوکس در لایه‌های بالایی سیستم آژور اشاره کرد. به‌علاوه، پتنت‌های مایکروسافت نیز اخیراً برای شرکت‌های لینوکسی رایگان و آزاد شدند. از همه مهم‌تر، ردموندی‌ها توزیع مخصوص خود را برای سرویس آژور با نام Azure Sphere منتشر کردند.

برخی افراد معتقدند اقدامات صورت‌گرفته از سوی مایکروسافت، همگی در جهت اهداف تجاری و درآمدزایی بیشتر بوده‌اند. در مقابل باید گفت، حرکت‌های متعددی نیز به‌صورت رایگان در این مسیر انجام شده است؛ به‌عنوان مثال بسیاری از توزیع‌های لینوکس از طریق ابزارهایی همچون Hyper-V و WSL در ویندوز اجرا می‌شوند.

یکی از جدیدترین اقدامات مایکروسافت که قرار گرفتن آن‌ها در مسیر لینوکس را تأیید می‌کند، بازطراحی و توسعه مجدد مرورگر Edge است. آن‌ها در توسعه جدید مرورگر اصلی خود، از موتور متن‌باز کرومیوم استفاده خواهند کرد. همه مثال‌های گفته‌شده، این احتمال را تقویت می‌کنند که مایکروسافت، توزیع مخصوص لینوکس را عرضه خواهد کرد.

در ماه‌های اخیر، یکی از مشکلات اساسی کاربران با مایکروسافت، به‌روزرسانی‌های پر از ایراد فصل پاییز برای ویندوز ۱۰ بود. این اشکالات هنوز هم به‌صورت کامل برطرف نشده‌اند و کارشناسان، سیستم تضمین کیفیت مایکروسافت را به‌خاطر آن زیر سؤال می‌برند. در مقابل، لینوکس نماد پایداری و امنیت است. سیستم‌عاملی که تقریباً در تمامی حوزه‌های دیگر رایانش فرمانروایی می‌کند. چرا مایکروسافت نباید آن را امتحان کند؟

کاملاً روشن است که هیچ سیستم‌عامل دسکتاپ مبتنی بر لینوکس، موفقیت بالایی در بازار نداشته است. البته، سیستم‌عامل کروم تاحدودی این حقیقت

حمایت اداره کل ICT زنجان از ایجاد و توسعه کسب و کار

اداره کل از ایجاد و توسعه کسب و کارهای این حوزه عنوان کرد: فعالان کسب و کارهای مختلف در حوزه ICT می‌توانند از تسهیلات قابل ارائه توسط اداره کل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان بهره‌مند شوند.

فرخی افزود: توسعه دهندگان نرم‌افزارهای کاربردی ایمن و محتوای چند رسانه‌ای برای تلفن همراه (Mobile App)، می‌توانند تسهیلاتی تا سقف ۱۵۰ میلیون ریال، با نرخ کارمزد ۴ درصد دریافت کنند.

مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان گفت: به شرکت‌های نوپا (Startup) به شرط استقرار در پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد دانشگاه تسهیلات تا سقف یک میلیارد ریال، با نرخ کارمزد ۴ درصد پرداخت می‌شود.

فعالان کسب و کارهای مختلف در حوزه ICT می‌توانند از تسهیلات قابل ارائه توسط اداره کل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان زنجان بهره‌مند شوند.

در راستای حمایت از کسب و کارهای حوزه فناوری ارتباطات و اطلاعات، جلسه کارگروه وام و وجهه اداره‌شده استان به ریاست وحید فرخی، مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان و با حضور اکثریت اعضای کارگروه برگزار شد.

در این جلسه، دو طرح متقاضیان دریافت تسهیلات در قالب تسهیلات شرکت‌های نوپا و تسهیلات طرح‌های فناورانه مورد بررسی و تصویب قرار گرفت. مدیرکل ICT استان با اشاره به حمایت و استقبال همه جانبه این

کسب‌وکارهای الکترونیک به‌عنوان پروژه پیشران اقتصادی مورد حمایت قرار می‌گیرند

معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استاندار آذربایجان شرقی گفت گسترش حجم اقتصاد الکترونیک در استان به‌عنوان یکی از برنامه‌های معاونت اقتصادی است و بر این اساس کسب‌وکارهای الکترونیک به‌عنوان پروژه پیشران اقتصادی در سطح استان مورد حمایت قرار می‌گیرند.

به گزارش ایسنا، «علی جهانگیری» در جلسه توسعه اقتصاد دیجیتال آذربایجان شرقی اظهار کرد: امید می‌رود با بهره‌گیری از توان دیگر سازمان‌ها و نهادهای درگیر به‌خصوص اداره کل فناوری ارتباطات و فناوری اطلاعات بتوانیم برنامه‌های مشخص و هدفمند در این رابطه تدوین و عملیاتی کنیم. وی خاطر‌نشان کرد: متأسفانه هدف‌گذاری مشخصی در بخش اقتصاد الکترونیک صورت نگرفته است و توسعه اقتصاد در این حوزه نیازمند توجه ویژه به کسب‌وکارهای الکترونیک است که بخش قابل توجهی از اقتصاد الکترونیک را به خود اختصاص داده است. معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه مسائل مرتبط با این موضوع باشیم.

منابع استاندار آذربایجان شرقی توسعه اقتصاد دیجیتال را نیازمند ایجاد تعاملات و نگاه‌های جدید دانست و گفت: ما در این بخش نیازمند فرهنگ‌سازی در میان اقشار مختلف و به خصوص تجار و تولیدکنندگان هستیم تا بتوانند با فعالان کسب‌وکارهای الکترونیک ارتباط دوسویه‌ای را ایجاد و نسبت به افزایش تولید و تجارت خود اقدام کنند.

جهانگیری، گفت: در بحث اقتصاد الکترونیک حجم تجارت و گردش مالی ایجادشده برای ما مهم است و از نظر دولتی اگر ما بتوانیم حتی درصد اندکی در این بخش پیشرفت داشته باشیم خود قدم مهمی برای برنامه‌های آتی است. وی با تأکید بر ضرورت تسهیل فعالیت‌های کسب‌وکارهای الکترونیک در سطح استان خاطر‌نشان کرد: ارتباط‌های

ما با فعالان این بخش نباید یک‌سویه باشد و اگر یک‌قدم از طرف یک کارآفرین و یا مدیر کسب‌وکاری برداشته می‌شود باید ما نیز پیگیر مسائل مرتبط با این موضوع باشیم.



کمپین تبلیغاتی سفورا با همکاری دستیار صوتی گوگل

همکاری Google Home Hub با برند آرایشی سفورا Sephora در راستای نمایش ویدئوهای آرایشی به کاربران گوگل، کمپین تبلیغاتی بود که در مدت زمان کوتاهی مخاطبان زیادی را به خود جذب کرد. Julia Chen Davidson مدیر بخش در گوگل در این رابطه می‌گوید: «ما به این نتیجه رسیدیم که اضافه کردن یک بعد جدید به این دیوایس جذابیت زیادی را ایجاد می‌کند. خوشحالم که با این همکاری موفق توانستیم به مردم نشان دهیم که google Home Hub تا چه حد به آن‌ها کمک خواهد کرد.»

براساس اطلاعاتی که دیویسسون در این مورد ارائه داده است، روزانه بیش از ۲۰۰ هزار جست‌وجو در مورد موضوعات آرایشی در یوتیوب Youtube انجام می‌شود. او امیدوار است این کمپین تبلیغاتی آغازی برای همکاری‌های متعدد دیگر سفورا با این غول تکنولوژی باشد. این دو کمپانی در مورد دیگری نیز با هم همکاری می‌کنند. هم‌اکنون سفورا در بخش shopping Action با گوگل همکاری می‌کند تا خرده‌فروشان این برند در نتایج جست‌وجوی گوگل نمایش داده شوند.

Kristy Frivold سرپرست ارشد بخش خلاقیت در سفورا می‌گوید همکاری با گوگل در این کمپین به به مشتریان این برند اجازه می‌دهد تا راحت و بدون هیچ مشکلی از محصولات آرایشی خود استفاده کنند. از آنجایی که آرایش کردن با دو دست بسیار راحت‌تر از استفاده از یک دست است، دستیار صوتی گوگل در اینجا کمک شایانی به مشتریان خواهد کرد. همچنین این فرصت برای سفورا مهیا می‌شود تا ویدئوهای آموزشی خود در زمینه‌های مختلف را به مخاطبان خود نمایش دهد.

البته سفورا قبلا هم سابقه همراهی با تکنولوژی روز را در کارنامه خود داشته است و برنامه‌ای تحت عنوان Sephora Virtual Artist ارائه داد که در آن کاربران می‌توانند با آپلود عکس خود، مدل‌های مختلف میکاپ را روی صورت خود تست کنند.

Frivold در این رابطه می‌گوید: هدف ما این است که زیبایی را در دسترس همه قرار دهیم و آن را برای هر شخصی متناسب با چهره او بازسازی کنیم. بنابراین همواره در کمپین‌های دیجیتال خود مستقیما از تجربه مشتریان خود استفاده می‌کنیم.

در این کمپین، مشتریان در محل فروشگاه محصولات آرایشی سفورا با دستیار صوتی گوگل روبه‌رو شده و از او می‌خواستند تا آموزش آرایش مورد نظر آن‌ها را بخش کرده و مشتری مستقیما با دیدن ویدئوی آموزشی، با محصولات سفورا خود را به همان شکل آرایش کند.

این کمپین تبلیغاتی در ۱۰ فروشگاه سفورا برگزار شد و علاقه‌مندان زیادی را به خود جذب کرد. Frivold در مورد این کمپین می‌گوید: این همکاری نه‌تنها هوشمندانه، بلکه زیبا بود. زیرا زیبایی را برای مشتریان ما به ارمغان آورد!

منبع: imarketer

شخصیت برگزیده تایم روزنامه‌نگاری که کشته شد

برای نخستین‌بار شخصیت برگزیده مجله تایم فردی مرده است: جمال خاشقچی، متهم اصلی پرونده قتل او به نظر بسیاری از مردم جهان خانواده فیصل و دولت عربستان سعودی است. نکته مهم این است که روزنامه نیویورک تایمز از حمله به «نگهبانان حقیقت» در مطبوعات جهانی انتقاد کرد. خاشقچی یکی از روزنامه‌نگاران بود که تایم از آنها به عنوان «جست‌وجوگرهای حقیقی حرفه‌ای» نام می‌برد که امسال به خاطر پیگیری یک‌سری اخبار مختلف، از روی ناراحتی به زندان افتادند یا آشکارا از آنها انتقام گرفته شد.

کنار خاشقچی، پنج نفر از کارمندان روزنامه «Capital Gazette» در مرلند نیز توسط یک خواننده ناراضی به قتل رسیدند؛ یک روزنامه‌نگار موسوم به «ماریا رزا»، مدیر اجرایی وبسایت خبری «Rapplet» که هدفی قانونی از پوشش روابط رئیس جمهور فیلپین، رودریگو دوترته، را مشخص و اعلام کرده است و دو روزنامه‌نگار به نام‌های «اوا لون» و «کیو سو او» که در میان‌دو به خاطر افشای خبر کشتار دسته جمعی مسلمانان روئینگیا به زندان انداخته شدند.

به گفته ادوارد فلستندال، سردبیر تایم، با نگاهی به گزینه‌ها، مشخص شد که دستکاری و سواستفاده از حقیقت، از ریاض تا Silicon Valley، واقعا موضوع مشترک بسیاری از خبرهای این روزنامه در سال ۲۰۱۸ را تشکیل داده‌اند.

قتل خاشقچی منجر به ارزیابی جهانی مجدد شخصیت شاهزاده سعودی و نگاه دقیق اما واقعا با تأخیر به جنگ ویرانگر در یمن شد.

Time همچنین به افزایش کلی و جهانی آمار قتل روزنامه‌نگاران در سال ۲۰۱۸ اشاره کرد. در حالی که بخشی از پشت صحنه انتخاب شخصیت برگزیده سال توسط این مجله را آشکارا نبرد مداوم میان رئیس جمهور ترامپ و رسانه‌های اصلی و مهم آمریکایی پیرامون «اخبار جعلی» و حملات ترامپ به آنها به عنوان «دشمن مردم» تشکیل می‌دهد، مجله تصمیم گرفت که این بار محتوایی را هدف قرار دهد که در گذشته به طور غیرمستقیم در انتخاب‌های خود لحاظ شده بود. در حال حاضر بیشتر از سایر موارد تمرکز روی سرکوب مستقیم روزنامه‌نگاران خارج از کشور است.

در قالب یک اظهار نظر، فرد رایان، سردبیر ارشد تحریریه روزنامه واشنگتن پست، Time را به خاطر انتخاب موضوع مناسب و تأکید روی کار خبرنگاران مورد تشویق قرار داد. به اعتقاد او، انتخاب‌های تایم به شکلی قسوی و موثر نقش مهم روزنامه‌نگاران و خطرات فزاینده پیش روی آنها را به مردم جهان یادآوری می‌کند.

منبع: mbanews



۱۲ مزیت مهم داشتن طراح تبلیغات در برندسازی (۲)

طراح تبلیغات چگونه به بهینه‌سازی سایت‌مان با موتورهای جست‌وجو کمک می‌کند؟

چندانی نخواهد داشت. به علاوه بحث تحلیل عملکرد رقبا کار جانبی نیست که در ذیل فعالیت‌های روزانه کارمندان جای گیرد. به همین دلیل پرداخت هزینه بیشتر اقدامی کاملا ضروری به نظر می‌رسد. البته به عنوان مدیر سایت باید زمینه‌های اصلی تحلیل را مشخص کنید. به عنوان مثال اگر قصد شما داشتن شرکت و سایتی جدی است، تحلیل و اقتباس از ایده‌های طنز رقبا اصلا مناسب نخواهد بود. در عوض با تعریف محدوده نظارت بر عملکرد رقبا فقط ایده‌های مناسب را بررسی و اخذ خواهید کرد.

۱۱. ارزیابی رتبه سایت‌مان

شاید شما به عنوان صاحب سایت علاقه زیادی به بررسی رتبه کلی سایت و هر کدام از مقالات‌تان داشته باشید. با این حال کاربرد اصلی ارزیابی رتبه فقط از سوی یک طراح تبلیغاتی یا کارشناس امور بازاریابی به درد بهبود استراتژی سایت‌مان خواهد خورد. اگر فرصت بررسی این موضوع را به طراح تبلیغات سایت‌تان بدهید، نتیجه کار گردآوری اطلاعات مهم برای بهبود روند فعالیت شرکت است. مزیت اصلی ارزیابی رتبه سایت و مطالب‌مان امکان یافتن مطالب مورد علاقه مخاطب است. به این ترتیب مطالبی که در رتبه‌های بالا دسته‌بندی شده‌اند، بیش از سایرین مورد علاقه و پسند کاربران هستند.

چگونه این کار را انجام دهیم؟

به منظور آگاهی از رتبه سایت‌مان استفاده از ابزارهایی نظیر Moz ضروری است. این ابزار اطلاعات جانبی بسیار کاربردی در مورد جایگاه فعلی سایت و همچنین آمار دقیق مطالب محتوای‌مان ارائه می‌کند. اگر به دنبال ابزاری با رابط کاربری حرفه‌ای‌تر هستید، توصیه من به شما استفاده از ابزار SEMrush است. این ابزار دقیقا برای افراد حرفه‌ای طراحی شده است. بنابراین اگر مهارت زیادی در این حوزه ندارید، پیشنهاد می‌کنم به سراغ چنین ابزار حرفه‌ای نروید.

۱۲. استخدام نیروی کمکی اضافی

اجازه دهید مستقیم با یک واقعیت اساسی رو به رو شویم، یک فرد توانایی انجام تمام امور مربوط به بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو را ندارد. به همین خاطر یک طراح تبلیغات فرصت و توان کافی برای یافتن کلیدواژه‌ها، نگارش مطلب، بررسی وضعیت سایت‌تان، بررسی و بهبود سرعت سایت و همچنین تحلیل عملکرد رقبا‌تان را ندارد. اگر برای لحظه‌ای خود را جای طراح تبلیغات‌مان بگذاریم، به سختی بیش از اندازه این کار پی خواهیم برد. بی‌تردید چنین کاری نیازمند حداقل یک تیم است. به این ترتیب به عنوان توصیه پایانی ضرورت استخدام نیروی کمکی را در نظر داشته باشید.

چگونه این کار را انجام دهیم؟

شاید شما خوش‌شانس باشید و طراح تبلیغاتی را پیدا کنید که فرصت کافی برای انجام تمام کارهای مورد نیاز شرکت و سایت‌تان را داشته باشد. با این حال به موازات توسعه شرکت و سایت‌تان در نهایت مدیریت همه امور از دست یک فرد خارج خواهد شد و به همین دلیل اگر چه در ابتدا امکان اتکا بر یک طراح تبلیغات وجود دارد، اما در ادامه باید افراد تازه‌ای را به تیم‌تان اضافه کنید. کلید موفقیت در اینجا هماهنگی و مشورت با طراح تبلیغات‌تان است. بی‌شک وی زمان

استخدام نیروی جدید و همچنین مهارت‌های لازم را به خوبی می‌داند. منبع: noobpreneur

عمل چنین استراتژی به هیچ‌وجه تاثیرگذار نیست. راهکار جایگزین استفاده از توضیحات متاس. این توضیحات به صورت کوتاه در کنار بخش مطالب سایت ما در موتورهای جست‌وجوگر ظاهر می‌شود. به این ترتیب مخاطب به جای مطالعه چند خط ابتدایی به توضیحات موردنظر ما توجه خواهد کرد. مزیت اصلی چنین شیوه‌ای عدم ضرورت شروع مطالب‌مان با عبارتهایی کلیشه‌ای و از پیش تعیین شده است.

چگونه این کار را انجام دهیم؟

خوشبختانه، هر طراح تبلیغاتی به خوبی از اهمیت مفهوم توضیحات متا آگاهی دارد. به این ترتیب آنها توانایی و مهارت لازم برای طراحی این توضیحات را نیز خواهند داشت. برخلاف بسیاری از توصیه‌های این مقاله، چنین بخشی اصلا توسط یک فرد عادی قابل اجرا نیست. بنابراین توصیه من استفاده از یک فرد ماهر برای طراحی توضیحات متاس. توجه داشته باشید، اگر چه هر طراح تبلیغاتی به خوبی با مفهوم توضیحات متا آشناست، اما به عنوان مدیر یک سایت حتما باید از وی اجرای چنین طرحی را بخواهیم.

۹. ضرورت توجه به پلاگ‌های اجتماعی

سیگنال‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی نیز در زمینه دسته‌بندی سایت‌ها نقش مهمی دارند. طراح تبلیغات شما توانایی ارائه توصیه‌های مناسب و کمک به راه‌اندازی اکانت‌های رسمی برای شرکت و سایت‌تان در شبکه‌های اجتماعی مختلف را دارد. به این ترتیب مطالب سایت ما بازدید بیشتری دریافت خواهد کرد. به علاوه کاربران شبکه‌های اجتماعی در صورت علاقه به مطلبی آن را با دیگران به اشتراک می‌گذارند. نتیجه اینکه بازدید مطالب ما از سوی کاربران به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت.

چگونه این کار را انجام دهیم؟

درست مانند بخش توضیحات متا، طراح‌های تبلیغات با تولید پست‌های مناسب برای شبکه‌های اجتماعی مختلف نیز آشنا هستند. توجه داشته باشید که محتوای شما در شبکه‌های اجتماعی نیز مانند سایت‌تان باید کیفیت بالایی داشته باشد. در غیر این صورت مخاطب توجه چندانی بدان معطوف نخواهد کرد. همچنین هر پلتفرم اجتماعی ویژگی‌های خاص خود را دارد. به این ترتیب بی‌توجهی به ویژگی‌های خاص هر شبکه اجتماعی میزان شانس موفقیت ما را کاهش می‌دهد. یک نکته مهم در خصوص ایجاد اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی در آدرس سایت‌مان در بخش توضیحات پروفایل است. به این ترتیب کاربران امکان مراجعه مستقیم از اکانت ما به سایت رسمی را خواهند داشت.

۱۰. چشم از رقبا‌تان بر ندارید

یک طراح تبلیغات مناسب نه‌تنها به فکر تولید محتوای باکیفیت برای سایت‌مان است، بلکه همیشه نحوه عملکرد رقبا را نیز تحت نظر دارد. بحث پیگیری نحوه عملکرد رقبا فقط شامل بررسی مطالب آنها نیست. در حقیقت ما باید موضوعات، شیوه بیان و نحوه تعامل آنها با کاربران را نیز مد نظر قرار دهیم. در غیر این صورت بررسی‌های ما نتیجه خاصی برای سایت پدید نمی‌آورد.

چگونه این کار را انجام دهیم؟

فکر می‌کنم پرداخت دستمزدی بیشتر به طراح تبلیغات‌مان به منظور بررسی و تحلیل نحوه عملکرد رقبا ایده مناسبی باشد. در هر صورت طراح مورد نظر برای کار بیشتر بدون دستمزد اضافه انگیزه

به قلم: گلن پاکوینته موسس و مدیر پروژه‌های بازاریابی برند Atomic Inc

ترجمه: علی آل‌علی

در مقاله پیشین به ۶ مزیتی که یک طراح تبلیغات برای سایت ما در حوزه کسب‌کار به ارمغان می‌آورد پرداختیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۷. استفاده از پودر سوخاری

یکی از تکنیک‌های موثر در جلب رضایت کاربران سایت تحت عنوان «پودر سوخاری» شناخته می‌شود. به بیانی ساده، این تکنیک به کاربران فرصت بازگشت به صفحه دسته‌بندی موضوعات سایت در هر زمانی را می‌دهد. این نکته در زمینه بهینه‌سازی رابط کاربری سایت‌مان بیشترین اهمیت را دارد. در بسیاری از مواقع کاربران به هنگام مطالعه یک مطلب نیازمند مراجعه به صفحه مربوط به دسته‌بندی موضوعی دیگر هستند. اگر در چنین شرایطی امکان جا به جایی سریع برای کاربران مهیا نباشد، تجربه بدی برای آنها رقم خواهد خورد. طراح تبلیغاتی شما در اینجا به دو صورت می‌تواند تاثیرگذار ظاهر شود. در وهله نخست باید شما و طراح تبلیغات‌تان با طراح سایت صحبت کنید. در این گفت‌وگو افزودن ویجت یا کادر مخصوص دسته‌بندی موضوعات سایت مد نظر قرار می‌گیرد. در وهله دوم، طراح تبلیغات باید مطالب مرتبط را در ذیل مطلب اصلی لینک کند. این بخش دقیقا همان موضوعی است که تحت عنوان «اهمیت استفاده از لینک‌های داخلی» مورد بررسی قرار دادیم.

نکته مهم دیگر در این بخش افزودن هشته‌های مناسب به هر صفحه است. در دنیای امروز بخش زیادی از جست‌وجوهای کاربران با استفاده از هشته‌ها صورت می‌گیرد. به همین خاطر برندها و سایت‌های مختلف به سراغ استفاده از این سرویس رفته‌اند. شیوه ساخت هشته‌ها بسیار راحت است. فقط باید یک # را پیش از کلمه موردنظرمان قرار دهیم.

چگونه این کار را انجام دهیم؟

میان الگوهای مکان‌محور، دسته‌محور و ساختارمحور برای ساخت دسته‌بندی باید دست به انتخاب زد. الگوی مکان محور براساس موقعیت مکانی کاربر مطالب مرتبط با محل اقامتش را به وی توصیه می‌کند. این نوع دسته‌بندی بیشتر به درد سایت‌های معرفی مکان‌های توریستی یا رستوران‌ها می‌خورد. الگوی دسته‌محور براساس هماهنگی و شباهت ماهیت موضوعات مختلف مقالات آنها را در گروه‌های جداگانه قرار می‌دهد. رایج‌ترین شکل دسته‌بندی مطالب یک سایت همین مورد است. الگوی آخر نیز که تحت عنوان ساختار محور مطرح است، مبتنی بر دسته‌بندی مطالب براساس ساختار مطلب و سایت‌مان است.

۸. نگارش توضیحات متا

اتکا بر روی نگارش چند جمله مرتبط با ماهیت مقاله‌مان در ابتدای متن به هیچ‌وجه برای دسترسی ساده کاربران به محتوای سایت‌مان کافی نیست. اجازه دهید در اینجا مثال واضحی بزنم. صفحه جست‌وجوی گوگل را در نظر بگیرید. لینک مطالب پیدا شده در صفحه گوگل معمولا دارای چند خط از جملات ابتدایی مطالب هر سایت است. بسیاری از کارشناس‌ها نگارش چند خط ابتدایی به صورت جذاب را برای دیده شدن مطالب‌مان کافی می‌دانند. با این حال در

ایستگاه بازاریابی

۲۱ راهکار افزایش شانس فروش محصول در اینستاگرام (۴)

به قلم: کارلو پاسیس (نویسنده حوزه بازاریابی و فروش)
مترجم: امیر آل علی

۱۶- با سایر صفحات تعامل داشته باشید

بدون همکاری با سایرین، مسیر رشد شما ممکن است بسیار طولانی شود. این امر در حالی است که سایر رقبای شما ممکن است با همکاری یکدیگر، در مدت زمانی به مراتب کمتر به مقصد مورد نظر شما دست پیدا کنند. به همین خاطر لازم است تا از همان ابتدای کار خود به دنبال دوست و همکاری باشید که از اهدافی همسو با شما برخوردار هستند. در نهایت این تعامل‌ها می‌تواند زمینه همکاری‌های بسیار بزرگ را نیز فراهم آورد.

۱۷- تخفیفات خود را در بخش استوری به نمایش درآورید
قابلیت استوری اینستاگرام به نحوی است که پس از گذشت ۲۴ ساعت مطلب ارسالی حذف خواهد شد. به همین خاطر و در راستای تشویق افراد برای بازدید روزانه، بهتر است تا از آن برای این امر استفاده کنید. با این حال مزیت این قابلیت تنها شامل مورد ذکر شده نبوده و می‌توانید آن را برای هر اقدامی که به نظرتان مفید می‌رسد، مورد استفاده قرار دهید.

۱۸- از قابلیت لایو به صورت هوشمندانه استفاده کنید

این قسمت در واقع اختصاص به فیلم‌های زنده افراد دارد. برای مثال این امر که بخواهید یک همایش شرکت را با دنبال کنندگان خود به اشتراک بگذارید، بدون شک این قسمت برای شما کاملا کاربردی خواهد بود. با این حال به این خاطر که افراد ممکن است ابتدای ویدئوی شما را از دست بدهند، این امر باعث خواهد شد تا عملا با سردرگمی مواجه شوند. در این راستا توصیه می‌شود تا از چند روز قبل، اطلاع‌رسانی درستی را صورت دهید.

۱۹- حضوری فعال در بحث‌ها داشته باشید

اگرچه برخی بر این باور هستند که باید بخش نظرات را غیرفعال کرد. با این حال واقعیت این است که شما از این طریق می‌توانید بازخوردها را شناسایی کرده و نظرات افراد را جویا شوید. البته این امر نیز ممکن است مورد سوءاستفاده‌هایی نیز قرار گیرد. به همین خاطر ضروری است تا همواره تمامی نظرات را مورد بررسی قرار داده و در صورت نیاز پاسخگو باشید. همچنین این امر که یکسری محدودیت کلماتی برای کاربران قائل شوید، باعث خواهد شد تا زمینه تنش و درگیری از بین برود. در نهایت این امر به نوعی صداقت و احترام شما را به مخاطب نشان خواهد داد.

۲۰- آینده شرکت را به تصویر بکشید

این امر که افراد شما را شرکتی رو به جلو و با برنامه‌های دقیق حس نمایند، باعث گرایش بیشتر تر آنها خواهد شد. در این رابطه توجه داشته باشید که این امر باید در رابطه با تمامی موارد صورت گیرد. برای مثال اگر قصد طراحی محصولی نوین را دارید، توصیه می‌شود تا آن را با دنبال کنندگان خود به اشتراک گذاشته و نظرات آنها را جویا شوید. در این رابطه فراموش نکنید که محصولات شما باید مورد پسند همین افراد قرار گیرد. به همین خاطر این اقدام شما کاملا ضروری به نظر می‌رسد. در نهایت توجه داشته باشید که در این رابطه نباید به دنبال وعده‌هایی باشید که توانایی عملی ساختن آن را در اختیار ندارید. بدون شک این امر وجهه شرکت شما را به شدت تخریب خواهد کرد.



۲۱- داستان سازی کنید

افراد همواره تمایل زیادی را به یک داستان خواهند داشت. برای مثال شما می‌توانید به صورت ماهانه جذاب‌ترین اتفاقات درون شرکت خود را با سایرین به اشتراک گذاشته و با این اقدام آنها را نیز در حس خوب خود شریک گردانید. همچنین این امر که بتوانید انیمیشنی از داستان شکل‌گیری برند خود از گذشته تا به امروز را نیز به تصویر بکشید، باعث خواهد شد تا افراد به درک بهتری از شما دست پیدا کرده و به ذهنیتی بهتر دست پیدا کنند.

در نهایت توجه داشته باشید که اینستاگرام امروزه به عنوان یکی از بهترین شبکه‌های اجتماعی جهان معرفی می‌شود که ضروری است تا تمامی برندها در آن حضوری فعال داشته باشند. در این رابطه اگرچه رعایت موارد معرفی شده می‌تواند اقدامات شما را به سطحی حرفه‌ای‌تر نزدیک کند، با این حال توصیه می‌شود تا خود را محدود به موارد معرفی‌شده نکرده و همواره به دنبال مواردی جدید باشید.

منبع: wishpond

چگونه برند یا محصول کسل کننده‌مان را در شبکه‌های اجتماعی توسعه دهیم؟



۱۲ راهکار برای موفقیت بیشتر در دنیای آنلاین (۱)

۲. استفاده از ستاره‌های مشهور دنیا

خب، چه کسی چنین توصیه‌ای را به طور مناسب انجام داده است؟ سازمان بین‌المللی یونیسف یکی از بهترین نمونه‌ها در اجرای این توصیه است. آنها برای توسعه کمپین‌شان با دیوید بکام، فوق ستاره دنیای فوتبال، وارد همکاری شدند. نام کمپین آنها «خشونت برای همیشه ممنوع می‌شود» بود. محور اصلی این کمپین مبارزه با خشونت علیه کودکان در سراسر دنیا بود.

حضور دیوید بکام در ویدئوی اصلی کمپین یونیسف موج عظیمی از واکنش‌ها را برانگیخت. بر این اساس فقط در پلتفرم اصلی یونیسف ۱۹۰ هزار واکنش به ثبت رسید. چنین حجمی از واکنش نسبت به کمپین‌های قبلی این سازمان در مورد آب‌های آلوده و لایک زندگی‌ها را نجات نمی‌دهد پیشرفت قابل توجهی به حساب می‌آید.

بدون تردید همه سازمان‌ها و برندها بوجه لازم برای همکاری با ستاره‌های مشهور بین‌المللی را ندارند (البته در مورد کمپین یونیسف به دلیل ماهیت بشردوستانه‌اش نیازی به پرداخت هزینه بالا به دیوید بکام نبود). در این صورت باید به سراغ افراد تاثیرگذار در سطح محلی برویم. به این ترتیب شما روی یک دامنه مشخصی و محدودی از مخاطب‌ها سرمایه‌گذاری خواهید کرد. چنین اقدامی تا پیش از توسعه برندگان بهترین راهکار قلمداد می‌شود.

همکاری با ستاره‌های مشهور در سطح محلی و جهانی در همه جا قابل مشاهده است. تلویزیون، بیلبوردهای خیابانی، آگهی‌های مطبوعاتی و محتوای موجود در شبکه‌های اجتماعی مثال‌هایی در این زمینه هستند.

۳. تاثیر فوق‌العاده بیان داستان

یک برند موفق وقتی علاقه مردم به دوست داشتن یک مفهوم یا حتی پدیده را مشاهده می‌کند، به جای بررسی دلیل آن خود را بدل به یک قهرمان برای دوست داشتن می‌کند. در این زمینه PayPal بهترین عملکرد را از خود به نمایش گذاشته است. این برند چنین کاری را با گذار از هویت بدون چهره بردن به خلق چهره‌ای جذاب انجام داد.

این برند از تصاویر بدون چهره افراد واقعی برای پست‌های خود در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کرد. چنین اقدامی در عین حال که عجیب به نظر می‌رسد، برای یک درگاه پرداخت بین‌المللی موفقیت بزرگی بود. توجه داشته باشید که ماهیت کسب‌وکار PayPal تعامل با مخاطب را بسیار دشوار می‌کند. به همین خاطر آنها به فکر استفاده از ایده‌های کمکی افتادند.

اگرچه استفاده از تصاویر افراد واقعی اقدام جالبی است، با این حال خلاقیت PayPal به همینجا ختم نشد. آنها برای جلب نظر هرچه بیشتر کاربران در شبکه‌های اجتماعی اقدام به بیان داستانی جذاب در مورد صاحب هر تصویر به عنوان کپشن نیز کردند. به این ترتیب PayPal در هر پست خود داستانی جذاب و در عین حال واقعی از زندگی افراد مختلف را بیان می‌کند.

شما نیز با مطالعه نحوه فعالیت برند PayPal ایده‌های تازه‌ای برای توسعه برندگان یافته‌اید؟ خیلی خوب است، اما اجازه دهید به جست‌وجوی مان در میان عملکرد برندهای موفق ادامه دهیم.

۴. برندگان باید انسانی باشد

گاهی اوقات فقط با یک «روز بخیر» ساده برند ما هویت انسانی بهتری کسب خواهد کرد. در این زمینه دانشنامه مشهور ویکی‌پدیا بهترین عملکرد را دارد.

همانطور که همه ما می‌دانیم برند ویکی‌پدیا به طور کامل بر پایه کمک‌های مردمی اداره می‌شود. به طور معمول این برند در توییت از مشارکت‌کننده‌های مختلفش برای همکاری تشکر می‌کند. نکته جالب در مورد این توییت‌ها ذکر نام فرد همکاری‌کننده و درج اکانت کاربری‌اش در توییت است.

آیا شما در زندگی شخصی‌تان از همسر خود به خاطر زحمات فراوانش تشکر و قدردانی می‌کنید؟ از همکاران برای قبول انجام برخی از کارهای شما چطور؟
بدون تردید همه ما چنین کارهایی را انجام می‌دهیم. بنا بر این چرا چنین قدردانی را به صورت آنلاین نیز انجام ندهیم؟
در یک فرمول ساده، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی به علاوه عدم درخواست مادی از کاربران برابر است با اعطای جلوه‌ای انسانی به برندها. اگر به دنبال بهبود وضعیت کسب‌وکارمان از طریق فعالیت در

به قلم: تاد کلارک نویسنده و کارشناس حوزه بازاریابی
ترجمه: علی آل علی

آیا شما به دلیل دریافت واکنش‌های نامناسب محصول‌تان در شبکه‌های اجتماعی اندکی ناراحت هستید؟ نیازی به نگرانی بیش از اندازه نیست. اگر برند شما مانند یک فراری قرمز، خانه‌ای با معماری مدرن یا فضاپیمایی بسیار پیشرفته و پرسرعت نیست، به معنای عدم توجه مخاطب بدان نخواهد بود. مطمئن باشید که چنین اتفاقی حتی نزدیک به بی‌توجهی مخاطب به برند شما هم نیست.

برای هرچه که در شبکه‌های اجتماعی برای فروش، توسعه یا بازاریابی دارید، همیشه یک داستان پس‌زمینه وجود خواهد داشت. همچنین شما می‌توانید به فرهنگ شرکت‌تان یا ارزش‌های اساسی‌اش نیز فکر کنید. فرقی ندارد تکیه شما بر کدام مورد باشد، در هر صورت با انتخاب درست آن مشتریان و کاربران بسیار زیادی پیرامون برندگان و محصولات شما صحبت خواهند کرد.

امروزه به دلیل توسعه شبکه‌های اجتماعی سرمایه‌گذاری و اختصاص زمان مناسب برای این پلتفرم‌ها بسیار سودآور خواهد بود. به عبارت بهتر، با عطف توجه به شبکه‌های اجتماعی فرصت مناسبی برای برند ما در راستای جلب نظر مخاطب‌ها و ایجاد تجربه‌ای جذاب با تعامل با ما ایجاد خواهد شد.

۱۲ راهکار برای تبدیل برندی حوصله سر بر به یکی از جذاب‌ترین اکانت‌ها در شبکه‌های اجتماعی

جاستین تیمبرلیک، خواننده و بازیگر مشهور آمریکایی، اظهارنظر جالبی در مورد کسل‌کننده‌ترین موفقیت ممکن دارد: «حوصله سر بر ترین چیز در دنیا؟ بی‌تردید این عنوان متعلق به سکوت است». بنابراین در واکنش صحیح به اظهار نظر جاستین باید سکوت را فراموش کنیم. در عوض به کارهایی نظیر صحبت، نمایش، بیان داستان، سرگرم‌سازی و مانند اینها بپردازید.

یکی از مزیت‌های اصلی شبکه‌های اجتماعی فرصت مناسب برای برندها به منظور نمایش شیوه تاثیرگذاری محصولات‌شان روی زندگی مشتریان است. در حقیقت شبکه‌های اجتماعی خیل وسیعی از محتوا را در خود جای داده‌اند. از ویدئوهای مسخره در مورد آموزش قوانین صنعت بیمه گرفته تا نمایش اولین جملات یک کودک و کلیپ‌هایی خنده‌دار از سوی بازیگران حرفه‌ای، همگی در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌شود. اجازه دهید در ادامه به بررسی ۱۲ راهکارمان بپردازیم.

۱. اهمیت آموزش به مخاطب

اگر محتوای آموزشی برای مخاطبان تولید نمی‌کنید، حداقل وی را وادار به تفکر کنید. برند M Canada این کار را به خوبی انجام داده است. همه ما از سلیقه خود و دیگر کاربران در شبکه‌های اجتماعی آگاهی داریم. در حقیقت کاربران به دنبال مواردی برای سرگرمی و در کنار آن یادگیری نکاتی چند هستند. با این حال برخی از برندها اقدام به بارگذاری مطالبی در زمینه‌های کاملا کلیشه‌ای و غیرجذاب می‌کنند. به این ترتیب جای تعجبی ندارد که مخاطب علاقه چندانی به این محتوا نشان نمی‌دهد.

یک استثنا در مورد رعایت قوانین ناخوشه در دنیای بازاریابی و تبلیغات مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. در حقیقت اگر برند شما یکی از غول‌های عرصه کسب‌وکارش باشد، دیگر نیازی به پیروی از عرف‌های رایج نیست، بلکه شما می‌توانید خود سازنده برخی هنجارها باشید. برند M Canada در کانال یوتیوب خود مجموعه ویدئوهای جذاب و در عین حال آموزنده‌ای را بارگذاری کرده است. این برند که در زمینه دارو و صنایع شیمیایی فعالیت دارد، در عین سرگرم‌سازی مخاطب اطلاعات بسیار مهمی در زمینه نحوه استفاده از تولیداتش را در اختیار کاربران قرار داده است.

پرستش اصلی در اینجا کارهایی است که ما به عنوان یک برند در زمینه آموزش، انتقال انگیزه و بیان داستان مورد نظرمان به مخاطب می‌توانیم انجام دهیم. در مقام پاسخگویی باید به اهمیت یافتن تیم یک‌دست و دارای انگیزه کافی برای تولید محتوای مورد پسند مخاطب اشاره کنم. به این ترتیب شما با کمک یک تیم هماهنگ و در عین حال آماده کارهای خود را پیش خواهید برد.

کارآفرین

تجربیات ارزشمند کارآفرینان بزرگ دنیا

مطالعات نشان می‌دهد کارآفرینان موفق، خود را به منطق و عرف جامعه محدود نمی‌کنند، بلکه مسائل را از سطح بالاتری زیر نظر می‌گیرند. تمام کارآفرینان پرتلاش دوست دارند همانند مارک زاکربرگ، جف بزوس و بیل گیتس به موفقیت برسند، اما نمی‌دانند چه چیزی آنها را از سایرین متمایز کرده و به این جایگاه رسانده است. بدون شک کارآفرینان موفق با هوشیاری بالا توانسته‌اند مشکلات جامعه را احساس کنند و آن را فرصتی طلایی با موانع رقابتی ناچیز ببینند. در واقع بیشتر کارآفرینان این ضروریات را درک می‌کنند؛ اما آنها را برای یک موفقیت بزرگ کافی نمی‌دانند. مایکل سانفلت در کتاب «بزرگ‌تر فکر کنید» می‌نویسد، کارآفرینان موفق با دید وسیع‌تر و به‌کارگیری استراتژی‌های فوق‌العاده به مسائل موجود نگاه می‌کنند. سانفلت در کتاب خود، تجربیات بیش از ۵۰۰ میلیون کارآفرین و مدیر موفق سراسر دنیا را جمع‌آوری کرده است. تمامی این افراد دارایی بیش از ۱۰ میلیون دلار دارند و همگی تمایل داشتند بیش و اطلاعات خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. البته خیلی از این درس‌ها در باور عموم نادیده گرفته شده یا حتی نقض شده‌اند.

تجربیهایی که در یک شرکت بزرگ به دست می‌آوردید، واقعا ارزشمند هستند

شرکت‌های بزرگ و رده‌بالا، آموزش‌ها و تجربه‌های مدیریت تیمی را که کارآفرینان نیاز دارند در اختیارشان قرار می‌دهند. این چیزی است که کارآفرینان نمی‌توانند به تنهایی و در زمان کوتاه به دست آورند. وقتی شما با کارمندان باهوش، مشتاق و بلندپرواز همکاری کنید، خیلی از اصول مهم کسب و کار را فراموش می‌گیرید و توانایی‌های خود را افزایش می‌دهید.

کارآفرینی تنها کسب در آمد نیست

کارآفرینان بزرگ خود را متعهد می‌دانند نیازهای جامعه را برآورده کنند یا به یک پیشرفت قابل توجه برسند. پول تنها ابزاری برای اعتبار بخشیدن به فراست و هوش آنهاست. بیشتر مواقع پولی که به دست می‌آورند را در پروژه‌های دیگر خرج می‌کنند و کمتر می‌بینیم به دنبال یک زندگی لوکس و پرزرق و برق باشند.

خوبیستن‌داری سبب رضایت خاطرشان می‌شود

شور و اشتیاق، نیاز به لذت آنی را برمی‌انگیزد، اما کارآفرینان موفق یاد می‌گیرند رضایت خاطر کوتاه‌مدت را به تعویق بیندازند تا در طولانی‌مدت به نتیجه بهتر و بزرگ‌تر دست یابند. آنها بعد از کسب موفقیت‌های بزرگ، با خوبیستن‌داری زندگی معمول خود را ادامه می‌دهند و تمام سود و درآمدی که به دست آورده‌اند، به کسب و کارشان تزریق می‌شود.

پیش از اینکه بخواهید با دوستان یا خانواده‌تان

سرمایه‌گذاری کنید، خوب فکر کنید

برخی از افراد به‌قدری خودمحور هستند که دوستان و خانواده خود را ساده‌ترین منابع سرمایه در دسترس می‌دانند، اما کارآفرینان بزرگ و باهوش می‌دانند هیچ چیز بدتر، خطرناک‌تر و شرم‌آورتر از این نیست که پول کسانی که برای‌تان عزیز هستند را از دست بدهید. پس بهتر است روابط نزدیک و مهم خود را وارد کسب و کارتان نکنید.

اهمیت مربیان و مشاوران را در نظر بگیرید

اگر فکر می‌کنید تنها افراد ترسو و بی‌کفایت به راهنمایی مربیان و مشاوران نیاز دارند، باید بدانید بیل گیتس به‌عنوان یکی از موفق‌ترین و ثروتمندترین کارآفرینان دنیا، در خیلی از مسائل تجاری خود از وارن بافت مشورت می‌گرفت و حتی بارها از راهنمایی‌های او قدردانی کرد. افرادی که در کسب و کار خود به موفقیت رسیده‌اند، چه آنها که بازنشسته شده‌اند و چه آنها که هنوز فعالیت می‌کنند، تمایل دارند دانشی را که از تجربیات خود به دست آورده‌اند به اشتراک بگذارند.

مهارت‌های کارآفرینی می‌تواند موفقیت سرمایه‌گذاری را

تحت تاثیر قرار دهد

کارآفرینان و سرمایه‌گذاران با هم تفاوت دارند. سرمایه‌گذاران باهوش، تمام سرمایه خود را روی منابع مختلف صرف می‌کنند تا اگر یکی از آنها با شکست مواجه شد، فرصت دیگری برای ادامه داشته باشند، اما یک کارآفرین واقعی تمام تلاشش را روی محصول جدیدی که هنوز تست هم نشده، به کار می‌بندد.

از مهارت‌های کسب و کار برای حل مشکلات اجتماعی

استفاده کنید

با ورود کارآفرینان جوان به بازار، کارآفرینی اجتماعی هم رشد مضاعفی داشته است و شرکت‌هایی که اهداف خود را متناسب با اهداف جامعه تنظیم می‌کنند، پتانسیل پیشرفت خود را بالا می‌برند؛ زیرا هم به سود مالی می‌رسند و هم شاهد اثرات اجتماعی مثبتی خواهند بود.

خیلی محافظه‌کاری نکنید و خوش‌بین باشید

کارآفرینان بزرگ به این باور رسیده‌اند که می‌توانند موفق شوند؛ حتی اگر منطق برخلاف آن باشد. سرمایه‌گذاران حرفه‌ای با کارآفرینان و بنیانگذارانی که به آنها پروژه‌های مالی محافظه‌کارانه را پیشنهاد می‌دهند، کار نمی‌کنند.

برای موفق شدن، بلندپرواز باشید و توانایی‌های‌تان را باور کنید.

با افرادی وقت بگذرانید که باهوش‌تر از شما هستند

خیلی از کارآفرینان دوست دارند هوش و توانایی‌های خود را بهتر از دیگران به نمایش بگذارند و به دنبال معاشرت با کسانی هستند که آنها را به چالش نمی‌کشند. اما کارآفرینان باهوش و بافراست، نقطه‌ضعف‌های خود را تشخیص می‌دهند و به دنبال کسانی هستند که مهارت‌های آنها را تکمیل کنند؛ افرادی که می‌توانند چیزی به آنها یاد دهند و مسئولیت‌های مهم را به عهده بگیرند.

اراده و انعطاف‌پذیری خیلی بهتر از هوش شما هستند

حتما داستان زندگی کارآفرینان بزرگ و موفق را شنیده‌اید که مدرسه یا دانشگاه خود را رها کرده و به دنبال کسب و کاری جدید رفته‌اند. پس باید بدانید سرمایه‌گذاران هیچ توجهی به تحصیلات شما ندارند و مدرک دانشگاهی‌تان امتیاز خاصی محسوب نمی‌شود. بیشتر سرمایه‌گذاران و کارشناسان می‌گویند تجربه و پشتکار، خیلی ارزشمندتر از دانش ناشی از کتاب‌هاست. اگر یک کارآفرین قدیمی هستید یا به‌تازگی قدم در یک کسب و کار جدید گذاشته‌اید، در هر صورت سعی کنید افق دیدتان را گسترش دهید و از تجربیاتی که دیگران با طی کردن مراحل مشابه به دست آورده‌اند، استفاده کنید.

منبع: [inc/ucan](#)



به قلم: الیسا گرگوری کارآفرین، سخنران و نویسنده حوزه کسب‌وکار
مترجم: امیرالعلی

امروزه اینترنت و گوشی‌های تلفن همراه توانسته‌اند تا موقعیت‌های کسب‌وکاری را ایجاد کنند که دیگر میزان سرمایه اولیه چندان اهمیتی نداشته باشد. درواقع شما در شیوه‌های کاری رایج نیازمند یک مکان مشخص هستید. با این حال با استفاده از این روش و ارائه کمی خلاقیت قادر خواهید بود تا از این محدودیت‌های موجود رهایی پیدا کنید. با توجه به هزینه بسیار پایین این روش، شانس کسب سود بیش‌تر شما افزایش پیدا خواهد کرد. با این حال این طریق کسب درآمد مناسب تمامی حرفه‌ها نبوده و به همین خاطر در ادامه به بررسی ۱۶ ایده برتر برای کسب درآمد از طریق تلفن همراه، خواهیم پرداخت.

۱-مراقبت از حیوانات خانگی

آمارها حاکی از آن است که امروزه تمایل افراد به خرید حیوانات خانگی، نرخی فوق‌العاده بالا را تجربه می‌کند. با این حال از جمله چالش‌های موجود در این رابطه مسئله مراقبت از آن‌ها است. درواقع تقریبا تمامی شرکت‌ها اجازه حضور حیوانات خانگی در محیط کاری خود را نمی‌دهند و همین امر باعث می‌شود تا صاحبان آن‌ها با مشکل مواجه شوند. در این رابطه شما می‌توانید با مراقبت از آن‌ها برای خود درآمدی را به دست آورید. در این رابطه توجه داشته باشید که شما در ابتدای کار نیازمند معرفی خود هستید که برای این امر نیز نیازی به تبلیغ به طریق شیوه‌های قدیمی ندارید و می‌توانید از طریق ارسال پیامک و یا فعالیت در شبکه‌های مجازی، به این هدف خود دست پیدا کنید. در نهایت نیز شما به یک برنامه زمانی نیاز خواهید داشت تا بتوانید مشتری حداکثری را به دست آورید که در این رابطه نیز امروزه اپلیکیشن‌های مختلفی تولید و به صورت رایگان عرضه شده است.

۲-فروشگاه مواد غذایی سیار

امروزه با توجه به این واقعیت که افراد به علت مشغله‌های کاری خود زمان کمی را برای رسیدگی به تغذیه خود دارند، فست‌فودها از محبوبیت بسیار بالایی برخوردار شده‌اند. علت این امر نیز به این خاطر است که آن‌ها در کوتاه‌ترین زمان ممکن آماده شده و این امر باعث صرفه‌جویی در وقت افراد می‌شود. با این حال امروزه مقالات متعددی در رابطه با مضرات بسیار بالای این نوع مواد غذایی به چاپ رسیده و یک نگرانی همگانی در رابطه با آن‌ها به وجود آورده است. به همین خاطر شما می‌توانید مواد غذایی سالم را تهیه کرده و از وسیله نقلیه خود برای حمل و نقل آن استفاده کنید. در این رابطه توجه داشته باشید که صرفا شما محدود به وعده‌های اصلی غذایی(صبحانه، ناهار و شام) نیستید و می‌توانید میان‌وعده‌های جذابی را نیز تولید و عرضه کنید. در نهایت شما نیازمند یک اپلیکیشن برای خود خواهید بود تا افراد بتوانند منو مواد غذایی موجود شما را مشاهده کرده و اقدام به سفارش‌های خود کنند.

۳-راننده شخصی

بسیاری از افراد تمایل دارند تا رانندگانی را درست مناسب شرایط خاص خود داشته باشند. برای مثال ممکن است افرادی بخواهند تا

سرویس مدرسه فرزندان خود را به فردی مطمئن بسپارند. در این رابطه شما می‌توانید با ایجاد یک اپلیکیشن، به راننده شخصی افراد تبدیل شده و تضمین‌های ویژه‌ای را برای سلامت مسافران خود قائل شوید. با این حال در این رابطه شما تنها به این مورد محدود نخواهید بود و می‌توانید راهکارهای خلاقانه فراوانی را در این رابطه پیاده‌سازی کنید. این اقدام شما با سیستم اوبر(تاکسی آنلاین) شباهت‌های بسیاری را دارد با این حال تنها راننده آن شما خواهید بود و این امر باعث می‌شود تا افراد بتوانند همواره به راننده شخصی و مورد علاقه خود دسترسی داشته باشند.

۴- آموزش و پرورش

همواره این احتمال وجود دارد که شما از مهارت‌هایی بهره‌مند باشید یا این حال شرایط لازم برای حضور در یک مرکز آموزشی، برای شما فراهم نباشد. برای مثال ممکن است دور بودن مسیر چنین موسساتی باعث شود تا بخش بزرگی از درآمد شما به هزینه رفت و آمد اختصاص پیدا کند و تحت این شرایط شغل مذکور بدون شک رضایت کافی شما را به همراه نخواهد داشت. تحت این شرایط توصیه می‌شود تا خود به تنهایی در این رابطه اقدام کرده و به معلم و یا مربی شخصی افراد تبدیل شوید. درواقع این محدودیت‌ها تنها شامل مدرسه‌ها نبوده و بسیاری از افراد به علت محدودیت‌های زمانی خود عملا یادگیری و افزایش مهارت‌های دلخواه خود را کنار می‌گذارند. بدن شک هر جایی که یک نیاز وجود داشته باشد، شما می‌توانید با ارائه راهکاری خلاقانه برای رفع آن به درآمد دلخواه خود دست پیدا کنید. برای این امر شما به یک صفحه در شبکه‌های اجتماعی و آپلود ویدئوهای از نحوه تدریس خود در آن‌ها خواهید داشت که برای این امر یوتیوب بهترین گزینه موجود محسوب می‌شود.

۵-خدمات خودرو

امروزه بسیاری از افراد زمان کافی را برای رسیدگی به خودروهای خود نداشته و همین امر باعث می‌شود تا بی‌توجهی به این موضوع باعث شود تا پس از مدتی متحمل هزینه‌های بسیار شوند. در این رابطه شما می‌توانید با ایجاد یک اپلیکیشن که افراد بتوانند مکان خود را مشخص کرده و نوع خدمت مدنظر خود را تعیین کرده و هزینه آن را مشاهده کنند، برای این کار کاملا کافی خواهد بود. برای مثال افراد می‌توانند حين کار خود و هنگامی که وسیله نقلیه آن‌ها پارک شده است از شما بخواهند تا آن را تمیز کرده و یا مشکل فنی آن را برطرف کنید. بدون شک این امر نه تنها در زمان آن‌ها صرفه‌جویی خواهد کرد، بلکه به علت هزینه‌های کمتر این اقدام برای شما در مقایسه با مکانیکی‌ها و کارواش‌های مرسوم، میزان پرداختی آن‌ها به مراتب مقرون به صرفه‌تر باشد. اگرچه افراد در این روش پول کمتری را پرداخت می‌کنند با این حال به علت این امر که شما برای خود کار کرده و هزینه اجاره مکانی را نخواهید داشت، بدون شک در صورت ارائه خدمات مناسب و جلب رضایت افراد می‌توان درآمد فوق‌العاده‌ای را داشته باشید.

۶-مربی شخصی

امروزه بیش از هر زمانی دیگر سلامت افراد به علت وضعیت تغذیه و عدم تحرک کافی آن‌ها در معرض خطر قرار دارد. به همین خاطر از

جمله نیازهای اصلی هر فردی ورزش کردن است. با این حال همان‌طور که در موارد گذشته نیز ذکر شد افراد به معضل جدی کمبود وقت مواجه هستند و تقریبا تمامی باشگاه‌ها از ساعات خاصی برخوردار هستند. به همین خاطر شما می‌توانید به مربی شخصی افراد تبدیل شده و از این طریق کسب درآمد داشته باشید. برای مثال ممکن است فردی تنها ساعات پایانی شب را بتوان به این امر اختصاص دهد که بدون شک برای چنین فردی هیچ باشگاهی وجود نخواهد داشت. با این حال شما می‌توانید با ایجاد یک صفحه در شبکه‌های اجتماعی، در هر زمان در خانه آن‌ها حضور پیدا کرده و به تناسب اندام آن‌ها کمک کنید. در این رابطه شما در صورتی که بتوانید اقدامات جانبی نظیر برنامه غذایی را نیز تهیه کنید، قادر به افزایش درآمد خود خواهید بود.

۷-قفل‌ساز

بدون شک برای همه ما این اتفاق رخ داده است که کلید خانه گم کرده و یا سوتیج ماشین را در داخل خودرو قرار داده‌ایم. تحت این شرایط پیدا کردن یک قفل‌ساز با توجه به تعداد کم آن‌ها کاری بسیار سخت خواهد بود. به همین خاطر شما در صورتی که در این زمینه مهارت داشته باشید، می‌توانید به یک قفل‌ساز آنلاین و بدون هیچ‌گونه مزاحم مشخص تبدیل شده و به تنها با تماس افراد به محل مورد نظر حضور یافته و مشکل را برطرف کنید. برای این امر شما تنها به پخش شماره تلفن همراه خود نیاز خواهید داشت. به همین خاطر هیچ الزامی برای ساخت اپلیکیشن و یا حضور در شبکه‌های اجتماعی وجود ندارد.

۸-خدمات نظافتی

زندگی کارمندی بسیاری از افراد باعث شده است تا آن‌ها زمان و انگیزه کافی را برای رسیدگی به امور خانه خود نداشته باشند. در این رابطه شما می‌توانید با رفع این نیاز آن‌ها برای خود درآمدی را داشته باشید. با این حال این امر تنها شامل جارو کشیدن خانه و یا شستن ظرف‌ها نبوده و می‌تواند جا به جایی وسایل، هرس چمن‌ها و مواردی از این قبیل را نیز شامل شود. برای این امر مشخص کردن دقیق قیمت امری سخت خواهد بود. به همین خاطر بهتر است تا این امر به صورت توافقی صورت گیرد.

۹-خدمات آرایشی و بهداشتی

در کسب‌وکارهای موبایل، مورد مهم این است که تمرکز خود را روی مواردی قرار دهید که مسئله کمبود وقت باعث خواهد شد تا افراد در رابطه با آن با مشکل مواجه شوند. خدمات آرایشی و بهداشتی نیز از جمله این موارد است. برای مثال یک کارمند می‌تواند از وقت استراحت خود برای این امر استفاده کند. با این حال حضور در یک مرکز آرایشی و دریافت نوبت بدون شک زمان‌بر خواهد بود. با این حال یک آرایشگر تلفنی بدون شک برای این افراد کاملا مناسب خواهد بود. با این حال شما نیازمند معرفی کیفیت کار خود هستید که در این رابطه شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر ارسال عکس مانند اینستاگرام، بهترین گزینه‌های موجود محسوب می‌شوند. بدون شک در صورتی که کیفیت کار شما بالا باشد، این افراد شما را به سایرین نیز معرفی خواهند کرد و ممکن است تا حتی کل کارمندان یک شرکت به مشتریان شما تبدیل شوند.

ادامه دارد ...
منبع: [thebalancesmb](#)

چرا برای تغییرات بزرگ به کمک گروه‌های کوچک نیاز داریم



بسیاری از ایده‌های نوآورانه، برخلاف تصورات عامه‌ی مردم هستند. سخت است مردم را دربرای موضوعاتی قانع کنیم که فراتر از تجربه‌های روزمره‌ی آن‌ها است.

در سال ۱۸۴۷، پزشکی جوان به نام اینگاز زملوایس به پیشرفتی شگرف در علم طبابت دست یافت. هرچند که داستان زندگی تلخ و مشقت‌بار زملوایس نمونه‌ای بارز از بدخواهی و لجاجت جاهلان زمانه بود، اما امروزه او را به‌عنوان یکی از اولین پیشگامان دانش ضدعفونی می‌دانند.

زملوایس را با لقب ناجی مادران نیز می‌شناسند، چرا که در مطالعاتش دریافت که پزشکان با ضدعفونی کردن دست‌هایشان پیش از انجام زایمان، می‌توانند نرخ تب زایمان و مرگ مادران در نتیجه‌ی آن را تا مقدار زیادی کاهش دهند. زملوایس در شرایطی به تبیین ایده‌ی خود پرداخت که نرخ مرگ‌ومیر مادران در حین زایمان، سه‌برابر بیشتر از قابله‌های بیرون از بیمارستان بود؛ عاملی که اعتبار و زبردستی اطباء قبله‌های آن زمان را به شدت زیر سؤال برده بود.

در نتیجه، او کتابی نوشت و نتایج کارش را در آن منتشر کرد. با این‌حال نتیجه‌ی روشن تحقیقات زملوایس در زمان خود پذیرفته نشد و وی متهم به دیوانگی شده و با دسیسه‌ی همکارانش به بیمارستان انتقال یافت و دست آخر در اثر ضرب و جرح نگهبانان مرکز روانی و عفونت ناشی از آن به قتل رسید. نظریه‌ی زملوایس تا دهه‌ها پس از مرگ او نیز مهجور و ناشناخته باقی ماند.

ماجرای تلخ و عبرت‌آمیز این پزشک آلمانی تیار، در حال حاضر با عنوان اثر زملوایس شناخته می‌شود، که مقصود از آن، تمایل مردم به رد علوم و دانش جدیدی است که در تضاد با باورهای کنونی آن‌ها، قواعد شناخته‌شده و عقاید روزگار قرار دارد. داستان زملوایس نشان می‌دهد که چه در لباس مدیری باشید که تلاش می‌کند ابتکار جدیدی را آغاز کند، یا در نقش رهبری سیاسی که پیش‌آهنگ اصلاحات مهم و بنیادی است و چه در قامت یک فعال اجتماعی که از آرمانی انسانی-اجتماعی حمایت می‌کند، برای آنکه جهانی را تغییر دهید، به عاملی بیش از یک ایده‌ی بزرگ نیاز خواهید داشت.

فارغ از آنکه آیا مردم دیدگاه پلطمیوسی را می‌پذیرند یا دیدگاه کبرنیک را قبول دارند، زمین به دور خورشید می‌چرخد، با این‌حال، واقعیت این است که امروزه نیز دستاوردهای علمی کمابیش چون گذشته سرکوب می‌شوند.

علوم جدید و ایده‌های بدیع با بحران مشروعیت روبرویند و دانش جدید به مرکز بحران بی‌اعتمادی و انکار عمومی تبدیل شده است. شاید بپرسید که اساساً چرا باید برای دفاع و ترویج مهم‌ترین دستاوردها و ایده‌های نوآورانه‌ی خود تقلا کنیم؟ نکته اینجا است که ثابت و بی‌حرکت ماندن، دقیقاً همان کاری است که انسان‌های پیشتاز از پس آن بر نمی‌آیند. بنابراین آن‌ها با وجود تمام موانع، به تلاش بی‌امان خود برای تبیین و انتشار ایده‌هایشان ادامه می‌دهند.

با این‌حال، مشکل این است که یک ایده‌ی جدید باید جایگزین باوری کهنه شود؛ در حالی که انسان ذاتاً میل به حفظ وضعیت موجود خود دارد و از روی غریزه در مقابل تغییر باورها و افکار خود مقاومت می‌کند. حتی کسانی که به‌راحتی متقاعد می‌شوند، به‌ناچار باید اطرافیان خود را نیز متقاعد کنند و آن‌ها نیز به نوبه‌ی خود باید دیگران را قانع کنند تا با ایجاد یک زنجیره‌ی نفوذ طولانی بتوان به تغییری قابل توجه امیدوار بود. از این‌رو برای آنکه بتوانید تأثیری حقیقی برجای بگذارید، لازم نیست که ایده‌ی خود را در مقیاسی گسترده منتشر کنید، بلکه نیاز به ارتباط با گروه‌های کوچکی دارید که زیر چتر هدفی مشترک متحد بوده و دورنمایی مشابه داشته باشند.

تأثیر اقلیت بر اکثریت: وقتی هم‌رنگ جماعت می‌شویم

برای درک بهتر موضوع کافی است نگاهی به آزمایش معروفی بیندازیم که در سال‌های دهه ۵۰ میلادی و توسط سالومون اش صورت گرفت. وی از جمله روانشناسان نام‌دار گشتالت‌نگر بود که در زمینه‌ی روانشناسی اجتماعی فعالیت می‌کرد. آزمون هم‌نواپی سالومون اش بسیار ساده، اما هوشمندانه بود. این آزمایش نشان می‌دهد که فشار اجتماعی به‌راحتی موجب می‌شود که فرد چیزی را بگوید که

آشکارا غلط است.

در این آزمایش، فرد مورد آزمون (آزمودنی) در میان جمع دیگری از افراد قرار می‌گرفت که از دستیاران آزمایشگر بودند اما به‌عنوان آزمودنی جا زده شده بودند. سپس، کارتی حاوی یک تصویر به همه‌ی افراد حاضر نشان داده می‌شد که در آن سه میله قرار داشت. آزمودنی باید تشخیص می‌داد کدام دو میله هم‌اندازه‌ی هم هستند.

نکته اینجا بود که پیش از سوژه‌ی مورد مطالعه، ۵ نفر از دستیاران آزمایش، عمداً میله‌ی اشتباه را انتخاب می‌کردند. با این اوصاف، زمانی که نوبت به فرد اصلی مورد آزمون می‌رسید، او در اغلب موارد نظر جمع را پذیرفته و با آن‌ها هم‌نواپی می‌کرد. در حالی که پاسخ فرد آشکارا نادرست بود.

این ایده که مردم تمایل به هم‌نواپی دارند، کشف جدیدی نیست. اما اینکه افراد با هم‌نواپی از جمع حتی به سوالات به‌وضوح ساده پاسخ غلط می‌دادند، جای تعجب داشت. حال این واقعیت را در نظر بگیرید که چه اندازه دشوار خواهد بود؛ مردمانی که هر یک باورها و سوگیری‌های خود را دارند.

هرچند همیشه گفته می‌شود که قدرت از آن اکثریت مطلق است، اما واقعیت این است که حتی یک اکثریت محلی نیز از قدرت اثرگذاری برخوردار است. بنابراین اگر می‌خواهید یک ایده را جا بیندازید، بهترین استراتژی این است که به‌جای آنکه سعی کنید بلافاصله ایده‌ی خود را در مقیاسی گسترده منتشر کنید، ابتدا به تبیین تفکرات خود در میان گروه‌های کوچکی بپردازید که به‌اندازه‌ی کافی توان متقاعد ساختن اکثریت را داشته باشند. حالا می‌توانید به گسترش ایده‌ی خود در سطحی گسترده‌تر اقدام کنید.

قدرت پیوندهای ضعیف را دست‌کم نگیرید

یکی از جنبه‌های مهم آزمایش هم‌نواپی سالومون اش، نبود یکپارچگی در میان یافته‌ها و نتایج بود؛ به این معنا که یک‌چهارم از افراد مورد مطالعه هرگز به هم‌نواپی با جمع تن ندادند، برخی همواره با اکثریت هم‌نواپی می‌کردند، و دیگران نیز جایی در میانه بودند. اما در مجموع، همگی ما دارای یک آستانه‌ی هم‌نواپی منحصر به فرد هستیم که کاملاً متفاوت از دیگران بوده و وابسته به عوامل مختلفی از جمله اعتماد قلبی ما به دانش‌مان در خصوص آن موضوع است.

مارک گرانووتر، جامعه‌شناس، این جنبه را با مدل آستانه‌ی رفتار جمعی خود مطرح کرد. این مدل به‌منظور الگوسازی تأثیر همسایگان در یک شبکه‌ی اجتماعی بر رفتار اعضا و پیش‌بینی تأثیرپذیری اعضا از هم به‌کار گرفته می‌شود. این مدل برگرفته از نظریه‌های جامعه‌شناسی بوده و فرض را بر این می‌گذارد که خیلی از موضوعات هم‌چون خرید کالایی جدید، تحت تأثیر کردار همسایگان در یک اجتماع است.

در آزمایش گرانووتر، گروهی متفاوت از افراد فرض می‌شوند که در یک میدان در حال پرسه زدن هستند. بعضی از آن‌ها ذاتاً ناسازگار و کج‌رو هستند، افرادی که همیشه آماده‌ی ایجاد مشکل و دردسر هستند. اکثریت افراد اما در درجات مختلف مستعد به تحریک هستند، و باقی آن‌ها نیز از شهروندانی هستند که تقریباً هرگز درگیر رفتارهای ضد اجتماعی نمی‌شوند.

می‌توانید شمایی کلی از چگونگی عملکرد این مدل را در شکل بالا ببینید. در یک مثال، فرد نابکاری سنگی را پرتاب کرده و یک پنجره را می‌شکند، همین اقدام کافی است که دوست او نیز که در کنارش حضور دارد، شروع به پرتاب سنگ کرده و اندک‌اندک افراد دیگر حاضر در صحنه نیز بسته به آستانه‌ی تحمل خود به خرابکارها می‌پیوندند. و در چشم‌به‌هم‌زدنی یک شورش تمام‌عیار شکل می‌گیرد و شهر را به‌هم می‌ریزد.

مثال بعدی کمی متفاوت است. چند فرد خرابکار شروع به هرج‌ومرج می‌کنند، اما هیچ‌کس با آستانه‌ی تحمل پایین در دور و اطراف‌شان وجود ندارد که به آن‌ها بپیوندد. در نتیجه، خرابکاری قبل از آنکه گسترش یابد، در نطفه خفه می‌شود. سه فرد آشوبگر در انزوا قرار گرفته و این حادثه نظرات را به خود جلب نمی‌کند. گرچه این گروه، مشابه

گروه مثال قبلی هستند، اما تغییر جزئی در آستانه‌ی هم‌نواپی افراد، تفاوت زیادی را در نتیجه‌ی اجرا ایجاد می‌کند. به‌گونه‌ای که در مثال اول، آشوب محل را فرا می‌گیرد و در مثال دوم راه به جایی نمی‌برد. این یک نمونه‌ی نسبتاً ساده است، اما گرانووتر از طریق مفهوم دیگری به نام قدرت روابط ضعیف به این نکته اشاره می‌کند که پیوندهای ضعیف ارتباطی می‌توانند اهمیت استراتژیک داشته باشند. در واقع، از نظر او، ارتباطات محکم و ریشه‌دار هرچند اهمیت دارند اما برای موفقیت نهایی در کار، نیاز به شبکه‌ای کاری با ارتباطات نه‌چندان محکم داریم. به بیان دیگر، پیوندهای ضعیف به آشنایی‌های گذری اشاره دارد.

گرانووتر با تأکید بر اهمیت پیوندهای ضعیف در مقایسه با پیوندهای قوی برای دستیابی به شغل، نشان داد که احتمال پیدا کردن شغل در پیوندهای ضعیف بیشتر است چرا که پیوندهای ضعیف، حوزه‌های اجتماعی متفاوت را به‌هم مرتبط ساخته و در نتیجه‌ی این ارتباطات، فرد به منابع دست اول و فراتر از اطلاعاتی که صرفاً از دوستان و نزدیکان خود کسب می‌کند، دسترسی می‌یابد.

از دیدگاه گرانووتر، این پیوندها، پلی ارتباطی میان دو گروهی که پیوندهای داخلی نیرومندتری دارند بوده و در غیاب چنین پیوندهای سستی، گروه‌های همبسته‌ی اجتماعی قادر به ارتباط با یکدیگر در چارچوب یک ساختار اجتماعی گسترده‌تر نخواهند بود؛ ضمن آنکه از به‌دست‌آوردن دیدگاه‌های جدید غریبه‌ها محروم شده و دچار کم‌تحرکی اجتماعی می‌شود.

پیوندهای ضعیف چگونه به انتشار ایده‌ها کمک می‌کنند

همان‌طور که نویسنده‌ی اصلی این مقاله، گرگ سستل در کتاب تازگی خود، Cascades (موج‌سازی) توضیح می‌دهد؛ شواهد قابل توجهی در مورد اینکه ایده‌ها چگونه در دنیای واقعی گسترش می‌یابند، وجود دارد. بنابراین اگر می‌خواهید ایده‌ی شما مورد توجه قرار بگیرد، بهترین استراتژی این است که به‌جای آنکه سعی کنید همه را به یکباره متقاعد کنید، بکوشید دیدگاه‌تان را در میان گروه‌های کوچک با آستانه‌ی پایین مقاومت جا بیندازید. آن‌ها به نوبه‌ی خود می‌توانند به شما در متقاعد کردن دیگران و موج‌سازی کمک کنند.

هدفی مشترک بیافرینید

طی سال‌های اخیر، به تجربه دریافته‌ایم که برای انتشار و گسترش ایده‌ها و افکار تازه نیازمند وجود رهبران نیستیم. بسیاری از پیام‌هایی که این روزها مثل ویروس‌ی مسری منتشر می‌شوند، در غیاب یک رهبری واحد به چنین مرحله‌ای دست یافته‌اند. با این حال اگر ایده‌ای در سرتان هست که به‌نظرتان اهمیت بالایی دارد، نمی‌توانید امور را به قضا و قدر واگذار کنید؛ چرا که فراگیری شدن آن ایده به‌طور حتم به یک رهبری واحد نیاز دارد. موارد بسیاری چون جنبش اشغال که یک جنبش اجتماعی اعتراضی بین‌المللی علیه نابرابری اجتماعی و نابرابری اقتصادی بود، با وجود ایده‌ای فراگیر، اما به‌دلیل نبود رهبری یکپارچه از کنترل خارج و اعتبار خود را از دست داد.

اهمیت رهبری در چنین مواردی آشکار می‌شود. یک رهبر تنها نقش هدایت‌گر نداشته و البته لزومی هم ندارد که در تمام موارد خود مستقیماً وارد عمل شود، بلکه وظیفه‌ی او الهام بخشیدن و تقویت باورها و تأکید بر یک هدف مشترک است. در واقع، نمی‌توان از مردم توقع داشت که مطابق میل و پسند ما رفتار کنند؛ آن‌ها ابتدا باید آنچه را که شما می‌پسندید، بپسندند. به همین دلیل است که نمی‌توانید بدون تغییر باورهای اساسی، رفتارهای بنیادی را تغییر دهید.

حالا متوجه خطای اینگاز زملوایس می‌شویم. او به‌جای تلاش برای به‌دست‌آوردن متحد در میان افراد هم‌فکر خود، کلیت دستگاه پزشکی را به باد انتقاد گرفت - دستگاهی که شامل افرادی می‌شد که آستانه‌ی مقاومت و گارد محکمی در برابر هرگونه عاملی که بخواهد باورهای کنونی‌شان را به چالش بکشد، داشتند. از این رو، به‌جای اینکه از او به‌عنوان یک متفکر انقلابی یاد شود، دیوانه نام گرفت و در یک تیمارستان و بر اثر ابتلا به یک عفونت جان سپرد.

بنابراین باید در افکار خود درباره‌ی رهبری بازنگری کنیم. ژنرال استنلی مک‌کریستال در کتاب جدید خود، رهبران: افسانه و واقعیت،

رهبری را «یک سیستم پیچیده‌ی ارتباطی میان رهبران و پیروان در یک زمینه‌ی خاص که به اعضای آن معنا می‌دهد» تعریف می‌کند. او این‌طور نتیجه‌گیری می‌کند که کنترل و نظارت، به همان اندازه که جذاب به‌نظر می‌رسد، توهمی بیش نیست؛ و نمی‌توان به‌راحتی افکار مردم را تحت اختیار خود گرفت.

مگر در دنیا چند استیو جابز ظهور می‌کند؟ آیا همه‌ی ما می‌توانیم نلسون ماندلا باشیم؟ مسلماً جواب منفی است.

سعی نکنید مسلط بر امور و افراد شوید، بکوشید آن‌ها را جذب کنید

اغلب ما خیال می‌کنیم که ایجاد تغییر، به بهره‌مندی از رهبران کاریزماتیک و سر دادن شعارهای جذاب و فریبنده ختم می‌شود. مردم با دیدن مارتن لوتر کینگو سخنرانی مشهورش یعنی «من یک رویا دارم» یا مشاهده‌ی سخنرانی‌های اوپاما و کارزار تبلیغاتی هیجان‌انگیز او به نام «بله، ما می‌توانیم». تصور می‌کنند که تغییر الزاماً نیازمند وجود رهبری افسانه‌ای و کاریزماتیک است که بتواند مقابل جمعیتی ایستاده و با سخنان فریبنده‌اش آن‌ها را افسون کند. به‌طور مشابه، آن‌ها از سخنرانی‌ها و اقدامات مدیرانی چون استیو جابز و یایلان ماسک به وجد می‌آیند و گمان می‌کنند که معنای کارآفرینی جز این نیست و ایجاد یک کسب‌وکار وابسته به وجود شخصیت‌های استیو جابز گونه است.

اما این یک دام است. جنبش‌هایی مثل اشغال ناکام ماندند، نه برای اینکه افرادی چون ماندلا یا گاندی آن‌ها را رهبری نمی‌کردند، بلکه دلیل این شکست‌ها عامل دیگری بود. به همین ترتیب، نمی‌توان شکست بسیاری از کسب‌وکارهای نوپا را به نداشتن مدیرانی چون استیو جابز و یا یایلان ماسک نسبت داد.

در نقطه‌ی مقابل، جنبش‌های موفق مانند «آپور» در صربستان و «پورا» در اوکراین، در فضایی به‌مراتب دشوارتر و در غیاب رهبری مشخص به پیروزی رسیدند. در اکتبر ۱۹۹۸، گروهی از دانشجویان دانشگاه بلگراد، تشکیلاتی به نام آپور (به معنای مقاومت) را به‌وجود آوردند که هدف آن، صربستانی آزاد و فارغ از رهبری میلوسویچ بود. هرچند که اعضای آپور دارای تنوع فکری بودند، ولی در یک هدف اشتراک داشتند و آن، به زیر کشیدن حکومت میلوسویچ بود. جنبش پورا نیز در چنین شرایطی موجب پیروزی انقلاب نارنجی در اوکراین شد.

افرادی مثل بیل گیتس، بنیان‌گذار مایکروسافت یا سرجی برین و لری پیج، موسسین امپراتوری گوگل نیز چندان انسان‌های جذاب و کاریزماتیک محسوب نمی‌شوند، اما دستاوردهایشان تا سال‌ها مورد ستایش خواهد بود. در اغلب موارد، تلاش‌ها و اقدامات در جهت تغییر ناکام می‌مانند، اما چرا؟ دلیل آن است که پیش‌تازان تغییر، عمدتاً در پی کنار زدن منتقدین و تسلط یافتن بر مخالفان خود هستند و در این زمینه راهبرد درست و هوشمندانه‌ای را دنبال نمی‌کنند. زملوایس به‌جای در نظر گرفتن نگرانی‌ها و دغدغه‌های منتقدان خود، نامه‌هایی سرشار از خشم و نفرت برای آن‌ها می‌فرستاد. بسیاری از فعالین جنبش اشغال نیز بسیار تند و تیز و عصبانی بودند. کارآفرینان دره‌ی سیلیکون هم اغلب در کنار زبردستی و مهارت‌های فنی خود، به تکبر و غرور شناخته می‌شوند؛ و نتیجه‌ی این غرور، به حاشیه رانده شدن سیلیکون‌ولی و دستاوردهای گذشته‌ی آن خواهد بود.

غلبه و چیرگی بر جماعتی بزرگ از افراد غیرهم‌فکر، گاه تنها خیالی خام و دور از انتظار است. در مقابل، تلاش در جهت هم‌سوسازی گروه‌های کوچک و سپس ایجاد همبستگی در میان آن‌ها از طریق ایجاد هدفی مشترک، واقعیتی عملیاتی است که می‌تواند بازوی ما در دست یافتن به اهدافمان باشد. از این‌رو، اگر به‌راستی بخواهید جهانی را متحول کنید یا حتی سهم کوچک خود از آن را تغییر دهید، ناچارید که چنین راهبردی را در پیش بگیرید و بسا ایجاد حلقه‌های کوچک ارتباطی که مقاصد مشترک دارند، رفته‌رفته اهداف بزرگتان را محقق سازید.

ستاره خلیج فارس، پالایشگاه سبز ایران

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز - بااستناد به خروجی آزمایشگاه معتمد سازمان محیط زیست، پالایشگاه ستاره خلیج فارس در زمهره صنایع سبز کشور قرار داد. به گزارش روابط عمومی شرکت نفت ستاره خلیج فارس، «بهره‌داد هداری» تولید ۳۰ میلیون لیتر بنزین با استاندارد یورو ۵ را عظیم‌ترین اقدام محیطی زیستی پالایشگاه ستاره خلیج فارس عنوان کرد و گفت: علاوه بر این در احداث پالایشگاه نیز بسته‌های حفاظتی تدارک دیده شده تا کمترین آسیب به محیط زیست وارد شود. مدیر HSE شرکت نفت ستاره خلیج فارس درباره اقدامات محیط زیستی در احداث فاز چهارم این پالایشگاه نیز بیان داشت: مطالعات زیست محیطی (EIA) فاز چهارم هم اکنون در حال انجام است و ممیزی زیست محیطی واحدهای عملیاتی پالایشگاه به صورت هفتگی به منظور ارتقا و ترویج محیط زیست انجام می پذیرد. وی در پاسخ به میزان فضای سبز ایجاد شده در محوطه پالایشگاه ستاره خلیج فارس نیز گفت: بیش از ۴۰ هکتار فضای سبز در مدت زمان کمتر از دو سال از زمان بهره‌برداری ایجاد کرده‌ایم و استفاده از گونه‌های درختی مناسب با اقلیم منطقه را در دستور کار قرار داده‌ایم تا به هدف ایجاد ۱۵۰ هکتار فضای سبز دست یابیم. هداری مدیرت پسماند را یکی از ارکان اساسی حفظ محیط زیست در مناطق صنعتی عنوان کرد و افزود: عقد قرارداد با سازمان مدیریت پسماند و سایر مراجع ذیصلاح جهت تحویل پسماندهای عادی، صنعتی و بیمارستانی به صورت تفکیک شده، تدوین روش های مدیریت پسماند و هدف گذاری کمی جهت کاهش زباله را دنبال می کنیم. وی ستاره خلیج فارس را یکی از صنایع سبز کشور خواند و تصریح کرد: هوای خروجی دودکش ها به صورت مستمر توسط آزمایشگاه معتمد سازمان محیط زیست اندازه گیری می شود که بیانگر عدم آلودگی دودکش های پالایشگاه است. مدیر HSE شرکت نفت ستاره خلیج فارس اضافه کرد: به عنوان مثال حد مجاز انتشار NOX ۳۷۶ میلی گرم در نرمال مترمکعب است که در بالاترین حد، این ماده در دوره های پالایشگاه به عدد به ۵۳ می رسد. هداری حضور در نخستین نمایشگاه سبز استان هرمزگان و چاپ کتاب داستان با موضوعات زیست محیطی را نشانه‌ی توجه ویژه این شرکت به فرهنگ سازی در حوزه حفاظت از محیط زیست دانست و افزود: گروه‌هایی از پرسنل شرکت را برای ورزش به حاشیه رودخانه‌های استان گسیل کردیم تا ضمن تفریح، پاسکاری محیط و جمع‌آوری زباله‌ها را نیز انجام دهند. مدیر HSE شرکت نفت ستاره خلیج فارس درباره روند مدیریت پساب نیز متذکر شد: تصفیه خانه صنعتی با ظرفیت ۲۷۵ متر مکعب در ساعت که شامل تصفیه آب‌های حاوی مواد هیدروکربنی، شیمیایی و همچنین فاضلاب بهداشتی است. احداث کرده ایم.

تقدیرمدیرکل ورزش و جوانان گلستان از عملکرد مطلوب سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری گرگان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز - بهمن طبیبی در دیدار با رئیس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری گرگان اظهار کرد: خشک‌خانه فعالیت‌های این سازمان بخصوص در عرصه ورزش بسیار قابل تقدیر است. وی به نقش مهم مشارکت‌های مردمی در توسعه ورزش اشاره کرد و گفت: در هر عرصه‌ای و در هر اقدامی، حضور و مشارکت مردم نقش موثری دارد و به واقع اگر مشارکت‌های مردمی نباشد نمی‌توان به موفقیت مورد نظر دست یافت. مدیرکل ورزش و جوانان گلستان تصریح کرد: در این میدان بزرگ یعنی توسعه ورزش همگانی و قهرمانی، نقش جوانان و نوجوانان را نباید نادیده گرفت که خوشبختانه سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری گرگان در این عرصه پررنگ ظاهر شده است. طبیبی گفت: برگزاری برنامه‌های مختلف ورزشی همانند پیاده‌روی همگانی، مسابقات دوچرخه‌سواری، رالی خانوادگی و برنامه‌های متنوع دیگر که در کنار ورزش، باعث نزدیک تر شدن اعضای خانواده به یکدیگر خواهد شد، از برنامه‌های ارزشمندی است که انتظار داریم دستگاه‌های دیگر که وظایف فرهنگی و اجتماعی دارند نیز از این ظرفیت استفاده کنند. وی با اشاره به فعالیت این سازمان و شهرداری گرگان در عرصه ورزش حرفه‌ای گفت: حمایت از تیم بسکتبال گرگان که سال‌هاست با عنوان شهرداری گرگان در مسابقات لیگ برت بسکتبال شرکت می‌کند، نمونه دیگری از فعالیت‌های موفق این سازمان و شهرداری گرگان در عرصه ورزش است. مدیرکل ورزش و جوانان گلستان تصریح کرد: خوشبختانه استعدادهای ورزشی فراوانی در استان گلستان وجود دارد و بی شک برگزاری این برنامه‌های ورزشی علاوه بر ایجاد انگیزه برای نسل جوان و نوجوان، باعث حفظ و پرورش استعدادهای خواهد شد. طبیبی بر آمادگی کامل اداره کل ورزش و جوانان برای همکاری‌های بیشتر اشاره کرد و گفت: خوشبختانه بر اساس اظهارات رییس سازمان رابطه خوبی بین سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری گرگان و هیات‌های استانی و شهرستان گرگان وجود دارد که این خبر بسیار خوبی است. عملکرد مطلوب سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری گرگان در حوزه ورزش، امثال آوری ۲۳ ورزشکاران گلستانی در المپیا استعدادهای برتری وی گفت: تمام هدف و نیت ما توسعه ورزش استان است و اگر در این راه سازمان‌های همسو همانند این سازمان ما را همراهی کنند به طور قطع با سرعت بیشتری به اهداف بزرگ دست خواهیم یافت.

مدیر آموزش و پرورش شهریار مطرح کرد:

ضرورت احداث ۲۸۰ کلاس درس در ۸ مدرسه ۱۰۰۰ نفری تا پایان برنامه ششم توسعه در شهریار

شهریار - خبرنگار فرصت امروز - مدیر آموزش و پرورش شهرستان شهریار از لزوم احداث ۲۸۰ کلاس درس ۱۰۰۰ نفری تا پایان برنامه ششم توسعه در شهریار خبر داد. مجید پارسا در این باره بیان کرد: شهرستان شهریار با دارا بودن ۱۶۰ هزار دانش آموز و ۷ هزار پرسنل فرهنگی یکی از بزرگترین مجموعه‌های آموزشی کشور بوده که دارای ظرفیت و پتانسیل بالایی است. وی افزود: خوشبختانه پروژه‌های مدرسه شربک صدور و فراتر که بعد از ۱۰ سال به فراموشی سپرده شده بودند، با همت مسئولین اکنون آماده بهره‌برداری هستند، همچنین با حضور خیرین مدرسه‌ساز منطقه رامین نیز احداث شد که مجموع این پروژه‌های مهم و کارآمد، سرانه آموزشی شهرستان شهریار را افزایش می‌دهد. پارسا افزود: قطعاً در صورت تغییر رویکرد و نگرش مسئولان به آموزش و پرورش، وضعیت معیشت، رفاه و شرایط اجتماعی معلمان نیز بهبود یافته و دغدغه‌های حاشیه‌ای آن‌ها نیز کاهش پیدا می‌کند.

برگزاری دومین همایش پیاده روی خانوادگی مخابرات در منطقه مرکزی

اراک - مینو رستمی - همزمان با سراسر کشور دومین همایش پیاده روی خانوادگی مخابرات در منطقه مرکزی با پیام ارتباطی فراگیر برگزار شد. این همایش با حضور مهندس ملک حسینی مدیر مخابرات منطقه مرکزی و جمعی از کارکنان شاغل و پوزیشنسته مخابرات منطقه مرکزی با تفاق خانواده‌های آنان در منطقه گردشگری کوی گردوی اراک برگزار شد. در ادامه همایش مهندس فرهادی مدیر تجاری مخابرات منطقه مرکزی طی سخنانی به معرفی طرح های جدید همراه اول از جمله بسته های ۵۰ میلیون تومانی در استان مرکزی پرداخت و در پایان این همایش به قید قرعه دهها جوایز کارت هدیه نقدی و سیمکارت کارت دائمی همراه اول به همکاران اهدا شد.

آبفای گیلان در بین دستگاه های اجرایی استان

رتبه بر ترسیان حقوق شهروندی را به دست آورد

رشت - زینب قلیپور - بنا به این گزارش منار ابروفراخ مدیر کل امور اجتماعی و فرهنگی استانداری گیلان و دبیر کارگروه عفاف و حجاب و حقوق شهروندی این استان طی مکتوبی رتبه یک شرکت آب و فاضلاب استان گیلان را اعلام کرد. در متن این نامه ضمن تقدیر و تشکر از حسینی مدیرعامل و کارکنان آبفای گیلان آمده است: بناوجه به منویات مقام معظم رهبری، تأکیدات رئیس جمهور محترم مبنی بر خدمات رسانی مطلوب به مردم و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه و نیز تحقق اصول و سیاست های فرهنگی، عدالت اجتماعی و رعایت حقوق شهروندی، بدینوسیله ضمن تقدیر از اهتمام جنابعالی و مجموعه همکاران آن اداره کل برای دستیابی به این امر مهم، استمرار و پیگیری های باری تحقق فعالیت های صیانت از امنیت عمومی و حقوق شهروندان طی سالهای آتی و احصاء فرایندها جهت سهولت در اجرای عملکرد متناسب با شرح و ظایف سازمانی نیز مورد انتظار است.

بهره برداری ۲۰۰ پروژه عام المنفعه از محل وصول زکات در استان بوشهر

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: ۲۰۰ پروژه عام المنفعه در بخش های مختلف مذهبی، دینی، آموزشی، کتابخانه، راه سازی و برقرسانی از محل وصول زکات در نقاط مختلف استان بوشهر به بهره برداری رسیده است. احمد لطفی در نشست شورای زکات این استان با بیان اینکه یکی از راههای مشارکت مردم در حل مشکلات نیازمندان پرداخت زکات است، اظهار داشت: مردم نیکوکار و نوع دوست استان بوشهر در پرداخت زکات و کمک به نیازمندان در کشور پیشتاز هستند. لطفی از اجرای پروژه‌های عمرانی از محل وصول زکات خبر داد و افزود: با فعال شدن دبیر خانه زکات در استان از سال ۸۲ تا سال ۹۶ تعداد ۲۰۰ پروژه عام المنفعه شامل ۶ مسجد، ۵۱ حسینیه، ۱۰ خانه عالم، ۵ غسلخانه، ۵ کتابخانه، ۵۴ جاده بین مزارع و ۱۵ مورد روشنائی معابر روستایی به بهره برداری رسیده است. وی با بیان اینکه برای این تعداد پروژه عام المنفعه ۶ میلیارد و ۵۳۰ میلیون تومان هزینه شده است خاطر نشان کرد: در مجموع ۳۷ درصد زکات وصولی، به این امر اختصاص داده شده است. مدیر کل کمیته امداد استان بوشهر با اشاره به وصول زکات اوجب کسورزان گفت: خوشبختانه در ۸ ماهه اسدال ۵ میلیارد تومان زکات جمع آوری شد که بخشی از آن زکات فطره و بقیه زکات و اوجب مستحبی بوده است. لطفی از رشد ۳۰ درصدی وصول زکات خبر داد و خاطر نشان کرد: رشد وصول زکات در استان بوشهر در ۸ ماه اسدال نسبت به مشابه سال گذشته ۳۰ درصد افزایش داشته است به گونه ای که در سطح کشوری پیشتاز هستیم. وی با بیان اینکه زکات‌های وصولی در حل مشکلات مستعدان و مددجویان هزینه می‌شود افزود: از کل زکات جذب شده افزون بر ۹۹ درصد در کمک به نیازمندان در سرفصل های مسکن، جهیزیه، درمان، فرهنگی، تحصیل، آموزش و معیشت نیازمندان و مابقی در پروژه‌های عام المنفعه مناطق محروم هزینه می‌شود.

باحضور مشاور وزیر نفت در اهواز:

نشست هماهنگی مسؤلیت های اجتماعی به میزبانی مناطق نفت خیز جنوب برگزار شد



جنوب به گونه ای است که باید برای مسؤلیت های اجتماعی در شرکت های نفتی یک نظام نامه ای تعریف تا از تفسیرهای نادرست

نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز:

استقلال همه جانبه ایران؛ آرمان آینده سازان کشور



تبریز - **اسد فلاح** - نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز گفت: مبانی و ارزش های اسلام، همتی بلند برای رسیدن به آرمان های انقلاب و انقلابی گری در راستای استقلال همه جانبه ایران باید محور فعالیت های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی دانشجویان باشد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، حجت الاسلام والمسلمین سید محمدعلی آل هاشم با تأکید بر اینکه نشر دانشجو باید آگاه ترین افراد به مسائل سیاسی باشد، گفت: مراکز علمی باید با ارتقاء آگاهی های سیاسی دانشجویان تحلیل درست و به هنگام از شرایط کشور داشته باشند تا آینده سازان این کشور

مدیر شعب بانک قرض الحسنه مهر ایران در استان قم خبر داد:

پرداخت ۳۷۱ میلیارد ریال تسهیلات قرض الحسنه ازدواج به جوانان در استان قم



قم - خبرنگار فرصت امروز - مدیر شعب بانک قرض الحسنه مهر ایران در استان قم از پرداخت ۳۷۱ میلیارد ریال تسهیلات قرض الحسنه ازدواج به جوانان استان قم خبر داد. سید حسین دلمایی به مناسبت فرارسیدن یازدهمین سالروز تأسیس بانک قرض الحسنه مهر ایران در نشست خبری با خبرنگاران استان گفت: بانک قرض الحسنه مهر ایران در راستای اشاعه فرهنگ قرض الحسنه و با هدف کمک به برقراری عدالت اقتصادی و حمایت از اقشار ضعیف و کمتر برخوردار جامعه شکل گرفته است. وی با تأکید بر اینکه پرداخت تسهیلات قرض الحسنه در راستای کمک به نیازمندان و رفع دغدغه های مالی آنها بوده است، افزود: در حال حاضر این بانک دارای ۵۲۷ شعبه فعال در ۳۰۸ شهر کشور است و از بدو تأسیس تاکنون توانسته ۳ میلیون و ۹۳۷ هزار فقره تسهیلات قرض الحسنه به ارزش ۳۰۲ هزار و ۲۴۴ میلیارد ریال در کل کشور پرداخت نماید که سهم استان قم در این زمینه، ۱۱۴ هزار و ۶۹۸ فقره تسهیلات قرض الحسنه به ارزش ۷ هزار و ۳۴۰ میلیارد ریالی می باشد. وی بیان کرد: از کل تسهیلات قرض الحسنه پرداخت شده از سوی این بانک در استان قم، مبلغ ۳۷۱ میلیارد ریال آن تسهیلات قرض الحسنه ازدواج به جوانان بوده است. همچنین در زمینه کار آفرینی و رونق اشتغال هم، ۱۰۰۰ بانک در سطح استان قم عملکرد مناسبی از طریق پرداخت تسهیلات قرض الحسنه داشته است.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان اعلام کرد:

با اجرای ۴ درصد باقیمانده شبکه فاضلاب فلاورجان در آینده نزدیک بعنوان یک شهر سبز معرفی می گردد



اصفهان - قاسم اسد - مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در ساعت ۲۱ شب گذشته با حضور در میز خدمت در مسجد محله باغ شهرستان فلاورجان گفت: در حال حاضر بیش از ۹۶ درصد مردم شهر فلاورجان تحت پوشش خدمات شبکه فاضلاب قرار دارند و تنها ساکنان محله باغ، فلاورجان از خدمات شبکه فاضلاب برخوردار نیستند که از هفته آینده اجرای شبکه فاضلاب این محله هم در دستور کار قرار می گیرد با اجرای ۴ درصد باقیمانده شبکه فاضلاب فلاورجان، بعنوان یک شهر سبز معرفی می گردد. مهندس هاشم امینی استفاده همه احاد مردم از خدمات شبکه فاضلاب را ضروری دانست و عنوان کرد: بستری باید فراهم شود که همه مردم بتوانند از خدمات شبکه فاضلاب بهره مند شوند در این میان آن اقلیت محدود در شهرستان فلاورجان که هنوز نتوانستند تحت پوشش خدمات شبکه فاضلاب قرار گیرند می توانند به صورت اقساط بلند مدت ابقا در سطح استان به بیش از ۱۰۰ شهر و ۳۰۰ روستا ارائه می شود. تصریح کرد: هم اکنون شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان به مشترکین بیش از ۱۰۰ شهر و ۳۰۰ روستا خدمات ارائه می دهد این درحالیست که خط آبرسانی ۱۴۰۰ اصفهان بزرگ از میان شهرستان

طی ۱۸ ماه اخیر:

بیش از ۱۹۵۰۰ متر اصلاح و توسعه شبکه آبرسانی در امور آبفای نور و رویان انجام شد



ساری - دهقان - مدیر امور آبفایشهری نور و رویان از اصلاح و توسعه ۱۹ هزار و ۹۷۰ متر شبکه آبرسانی طی سال گذشته در این امور خبر داد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل شرکت آبفایشهری مازندران، مهندس یحیی پور به تشریح فعالیت‌های این امور در سال گذشته پرداخت و گفت: در این مدت چاه آب شرب خست سر با آبدهی ۱۲۰ لیتر در ثانیه حفر و تجهیز و یکج کنترل کیفی راه اندازی شد. وی، با اشاره به ۷۶۴۰ متر اصلاح و ۵۵۷۰ متر توسعه شبکه آبرسانی در این امور افزود: یک دستگاه دیزل ژنراتور به قدرت ۱۲۸ کیلوولت آمپر برای چاه شماره یک چمستان خریداری و عملیات احداث ساختمان اداری این شهر به مساحت ۲۸۰ مترمربع آغاز شد. مدیر امور آبفایشهری نور و رویان، با اشاره به واگذاری ۸۸۲ اشتغال‌یابی، رفع ۹۶۳ مورد اتفاقات در بخش تأسیسات آبرسانی و مهندسی مجدد ۲ حلقه چاه آب شرب، بیان داشت: ۶ هزار متر مکعب

نسبت به آن پیشگیری شود. وی با بیان اینکه در حوزه مسؤلیت های اجتماعی در سطح وزارت نفت استانداردهایی تعریف کرده ایم گفت: این استانداردها در چارچوب ISO ۲۶۰۰۰ و شیوه گزارش دهی G۴ است که باید بر اساس آن اقدام و گزارش دهی صورت پذیرد. مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب نیز در این نشست اظهار داشت: عمل به مسؤلیت های اجتماعی باید در راستای توانمند سازی مردم منطقه و انجام فعالیت های ماندگار باشد تا موجبات رضایتمندی آنان را فراهم آورد. مهندس احمد محمدی افزود: با توجه به تعدد شرکت های نفتی در استان خوزستان لازم است این شرکت هادر حوزه مسؤلیت های اجتماعی با هماهنگی بیشتری عمل نموده تا این گونه فعالیت ها اثر گذاری موثر داشته باشد.

از استقلال امنیتی، عدم تبعیت از دشمن و داشتن روحیه میهن پرستی جوانان ایران عزیز را برای حرکت در مسیر تعالی کشور در حوزه های مختلف مصمم تر می کند. نماینده ولی فقیه در استان با اشاره به نقش آفرینی دانشجویان در ترویج فرهنگ حجاب در جامعه گفت: استقلال فرهنگی و مبارزه با توطئه های دشمنان در این حوزه به نوعی جهاد اکبر در راه آرمان ها و ارزش های اسلامی و انقلابی است. امام جمعه تبریز در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به رسالت خبرنگاران و فعالان رسانه ای، امید آفرینی و ایجاد نشاط در جامعه را موضوعی ضروری خواند و گفت: باید با بهرمندی از تجربیات پیشکسوتان کارهای اجرایی را به جوانان انقلابی ریسک پذیر محول کرد تا با تلاش آنها قفل کشور را بر ریل پیشرفت و توسعه قرار داد. حجت الاسلام والمسلمین آل هاشم افزود: دانشگاه ها سرنوشته آینده کشور را تعیین می کنند چرا که مسئولان نظام از بین فرار تحصیلان این مراکز علمی انتخاب می شوند از این رو باید به جوانان در دانشگاه ها توجه ویژه داشته باشیم.

نیازمندان را برطرف می کند و از ریخت و پاش ها و تشریفات بی مورد در زندگی های شخصی جلوگیری می کند، افزود: طرح "همیاران مهر" یکی دیگر از طرح های تسهیلاتی بانک قرض الحسنه مهر ایران در حوزه مسؤلیت‌های اجتماعی است که با هدف ایجاد یک چرخه دائمی از پرداخت تسهیلات قرض الحسنه جهت اشتغال آفرینی برای جوانان، زندانیان آزاد شده، زنان سرپرست خانوار و همچنین درمان نیازمندان، با کمک‌های هوموطنان نوع دوست و نیکوکار طراحی شده است. این پیشکسوت نظام بانکی افتتاح حساب آنلاین (افتتاح حساب غیر حضوری)، پرداخت تسهیلات آنلاین (تشکیل پرونده وام بصورت غیر حضوری)، عدم اخذ سفته از متقاضیان تسهیلات، عدم اخذ فتوحی شناسنامه و کارت ملی از هوموطنان جهت افتتاح حساب و... از جمله اقدامات ویژه و مفید بانک قرض الحسنه مهر ایران برشمرد. دلماسی با اشاره به اینکه باید بزرگان و فرهیختگان حوزوی و دانشگاهی و نیکوکاران به مساله مهم فرهنگ سازی قرض الحسنه در سطح جامعه اهمیت ویژه ای بدهند، گفت: بدون شک بانک قرض الحسنه مهر ایران به واسطه و تقویت فرهنگ غنی و اسلامی تسهیلات الحسنه تأکید دارد و مانند برخی از بانک ها و موسسات مالی نیست که با مانورهای تبلیغاتی گوناگون صرفاً به فکر سوداگری و ایجاد فرایندهای دریافت و پرداخت بهره های بانکی باشد.

فلاورجان عبوری می کند که ایمنی این خط برای مسئولان امر بسیار حائز اهمیت است. وی افزود: ایمنیت خط آبرسانی ۱۴۰۰ اصفهان بزرگ برای ما بسیار حیاتی است چراکه تامین آب شرب بیش از ۳ میلیون نفر به پایتختی آن بستگی دارد. وی سلامت و آسایش ساکنانی که این خط از محله آنان عبوری می کند هم برای ما مهم قلمداد می شود و در این راستا تدابیر لازم در نظر گرفته می شود. وی تأمین آب شرب مردم را یکی از اولویت ها برشمرد و تصریح کرد: تأمین آب شرب مشترکین در تابستان سال جاری دلیل کاهش بی سابقه منابع آبی در ۵۰ ساله گذشته، با چالش هایی مواجه شد اما امیدواریم بارش ها در سال جاری مطلوب باشد تا آب شرب مشترکین بدون محدودیت در تمام روزها تامین شود این در حالیست که ۲۳ آذر ماه سال جاری از کل ظرفیت سد زاینده رود که یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون مترمکعب است تنها ۱۳۶ مترمکعب آن آب ذخیره شده است که این رقم برای تامین آب شرب در نظر گرفته شده است. که امید می رود در ماههای باقی مانده از سال آبی با بارشهای مطلوب، آب مورد نیاز تمام بهره برداران به ویژه کشاورزان تامین شود.

میکروبی و ۷۹ مورد آزمایش شیمیایی آب در سال گذشته انجام شد. وی، در بخش دیگری از سخنانش به بیان اهم فعالیت‌های انجام شده در امور نور و رویان طی شش ماه اول اسدال پرداخت و گفت: در این مدت ۳۹۲۰ متر اصلاح شبکه و ۲۸۴۰ متر توسعه شبکه آبرسانی انجام و مطالعات مرحله اول تله متری تأسیسات آبرسانی به اتمام رسید. مهندس یحیی پور، به احداث ۱۴۰۰ متر خط انتقال آبرسانی محور کمربندی نور به رویان، بازنگری مجدد مطالعات طرح فاضلاب شهرهای نور، رویان و الحاق آیدز شهر به آن و پیگیری برای اخذ ردیف اجرایی در شش ماه اول اسدال اشاره و تصریح کرد: تجهیز چاه شماره ۳ پارک جنگلی به دیزل ژنراتور، پیگیری ادامه عملیات اجرایی احداث خط انتقال آبرسانی محور کمربندی نور به رویان به طول ۴۸۰ متر، حفر چاه آب شرب چمستان و آسپیک کلارا از دیگر اقدامات انجام شده در این مدت عنوان کرد.



چین محققان حوزه تکنولوژی خود را از سفر به آمریکا بر حذر داشت

با بالا گرفتن تنش‌ها میان آمریکا و چین، گفته شده که دولت چین محققان حوزه تکنولوژی خود را از سفر به آمریکا بر حذر داشته و به آنها هشدار داده که تنها در صورت ضرورت به این کشور سفر کنند. به گزارش دیجیاتو، بنابر اعلام یکی از منابع به نشریه صبح جنوب چین، کارکنان واحدهای حساس تکنولوژیک در چین بعد از دستگیری مدیر مالی ارشد هوآوی در کانادا این هشدار را دریافت کرده‌اند. علاوه بر این، ظاهراً به کارکنان یکی از سازمان‌های تحقیقاتی چین نیز گفته شده که چنانچه به آمریکا سفر می‌کنند و این سفر اجتناب‌ناپذیر است اطلاعات حساس خود را از لپ‌تاپ‌ها، موبایل‌ها و دیگر دستگاه‌های همراه‌شان پاک کنند. جالب است بدانید چند روز پیش نیز سیسکو (یکی از غول‌های تکنولوژی آمریکا) هشدار مشابه را به کارکنان خود داد و از آنها خواست که از هرگونه سفر غیرضروری به چین خودداری کنند. البته سیسکو بعد از انتشار این خبر اعلام کرد که ایمیل مذکور به اشتباه برای کارکنانش ارسال شده است. گفتنی است ایالات متحده آمریکا پیشتر ویزای ۱۰ ساله چندبار ورود به خاک آمریکا را برای محققان چینی دارای تخصص در زمینه روابط چین و آمریکا لغو کرده است. تنش‌ها میان این دو اقتصاد بزرگ اوایل همین ماه و درست زمانی بالا گرفت که مقامات کانادایی خانم منگ وائز مدیر ارشد مالی هوآوی را به خواست آمریکا و با اتهام دور زدن تحریم‌ها علیه ایران دستگیر کردند. خانم منگ که دختر موسس هوآوی است (زندگی نامه منگ وائزو) بعد از تقریباً یک هفته بازداشت با قرار وثیقه ۷.۵ میلیون دلاری آزاد شد اما همچنان با خطر استرداد به آمریکا روبه‌روست. سخنگوی وزارت امور خارجه چین اما در واکنش به این اتفاق اظهار داشت که هیچ شواهدی دال بر نقض قوانین در آمریکا یا کانادا از جانب خانم منگ ارائه نشده است. هوآوی همچنین مدعی شده که اطلاعات اندکی را در رابطه با اتهامات خانم منگ دریافت کرده و در جریان تخلفات خانم منگ نیست. اما دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا نیز در واکنش به این اتفاقات اعلام داشت تا «زمانی که به نفع کشورش باشد و به حفظ روابط تجاری میان آمریکا و چین بینجامد» در پرونده خانم منگ مداخله خواهد کرد. گفتنی است مدیر مالی ارشد هوآوی باید در دوران آزادی یک دنبال‌کننده GPS را با خود همراه داشته باشد و تا فوریه ۲۰۱۹ و فرا رسیدن موعد دادگاه به صورت ۲۴ ساعته تحت نظر خواهد بود.

مدرسه مدیریت



۶ اشتباه رایج در اینفلوئنسر مارکتینگ

اینفلوئنسر مارکتینگ Influencer Marketing ابزاری در کمپین دیجیتال مارکتینگ Digital Marketing هست که بازاریابان با همکاری افرادی که در شبکه‌های اجتماعی همانند اینستاگرام، توییتر، لینکدین و... فعال هستند به معرفی خدمت یا کالای مورد نظر خود می‌پردازند. برای آنکه یک کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ موفق داشته باشید، نیازی نیست دست به کار خاصی بزنید، تنها کافی است که از اشتباهات رایجی که در کمپین‌های دیجیتال مارکتینگ برگزار شده است، اجتناب کنید. ۶ اشتباه رایج در کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ و راه‌های اجتناب از آنها

۱- اهداف و شاخص کلیدی عملکرد KPI تنظیم نکرده‌اید!

بسیاری از کسب‌وکارها هدف اصلی خود از اینفلوئنسر مارکتینگ Influencer Marketing را نمی‌دانند. شما باید قبل از پرداخت هزینه، اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت خود را مشخص کنید تا ارزش‌آوری کار با اینفلوئنسر مورد نظرتان را به درستی محاسبه کنید.

رایج‌ترین اهداف همکاری با اینفلوئنسرها در کمپین دیجیتال مارکتینگ عبارتند از:

- آگاهی از برند Brand Awareness
- به یادآوری برند Brand Recall
- فروش Sales
- جذب و گسترش بازارهای جدید
- افزایش تعداد دنبال‌کنندگان
- پوشش معرفی محصول جدید

۲- اینفلوئنسر انتخابی شما به کسب و کار شما مرتبط نیست!

ارتباط موضوعی بین محتوای شناخته‌شده‌ای که اینفلوئنسر با آن به شهرت دست یافته با زمینه کاری شما بسیار مهم و اثرگذار است.

به عنوان مثال برندی که محصولات مربوط به ترمیم و درخشندگی مو تولید می‌کند، با یک اینفلوئنسر کار کرده که همیشه از کلاه‌گیس استفاده می‌کند و این دقیقاً همان چیزی است که نباید اتفاق می‌افتد! در انتخاب اینفلوئنسر دقت کنید، چرا که مخاطبان هر اینفلوئنسر به خاطر سبک زندگی اینفلوئنسر او را دنبال می‌کنند و اگر نتوانید ارتباط درستی بین محصول یا کالای خود با سبک زندگی او پیدا کنید، نه تنها پول خود را دور ریخته‌اید بلکه ممکن است به برند خود آسیب وارد کنید.

۳- محل زندگی اینفلوئنسر خارج از بازار مورد نظر شماست!

محل زندگی اینفلوئنسر بهتر است با بازار هدف شما هماهنگی داشته باشد. بهتر است قبل از انتخاب اینفلوئنسر محل زندگی دنبال‌کنندگان او را در نظر داشته باشید. برای مثال ممکن است اینفلوئنسری در آمریکا زندگی می‌کند اما محتوای مورد نیاز کاربران ایرانی را تامین می‌کند و برعکس؛ پس قبل از انتخاب اینفلوئنسر مورد نظر خود، نگاهی بر موقعیت جغرافیای مخاطبین بیندازید.

۴- جنسیت مخاطبان اینفلوئنسر

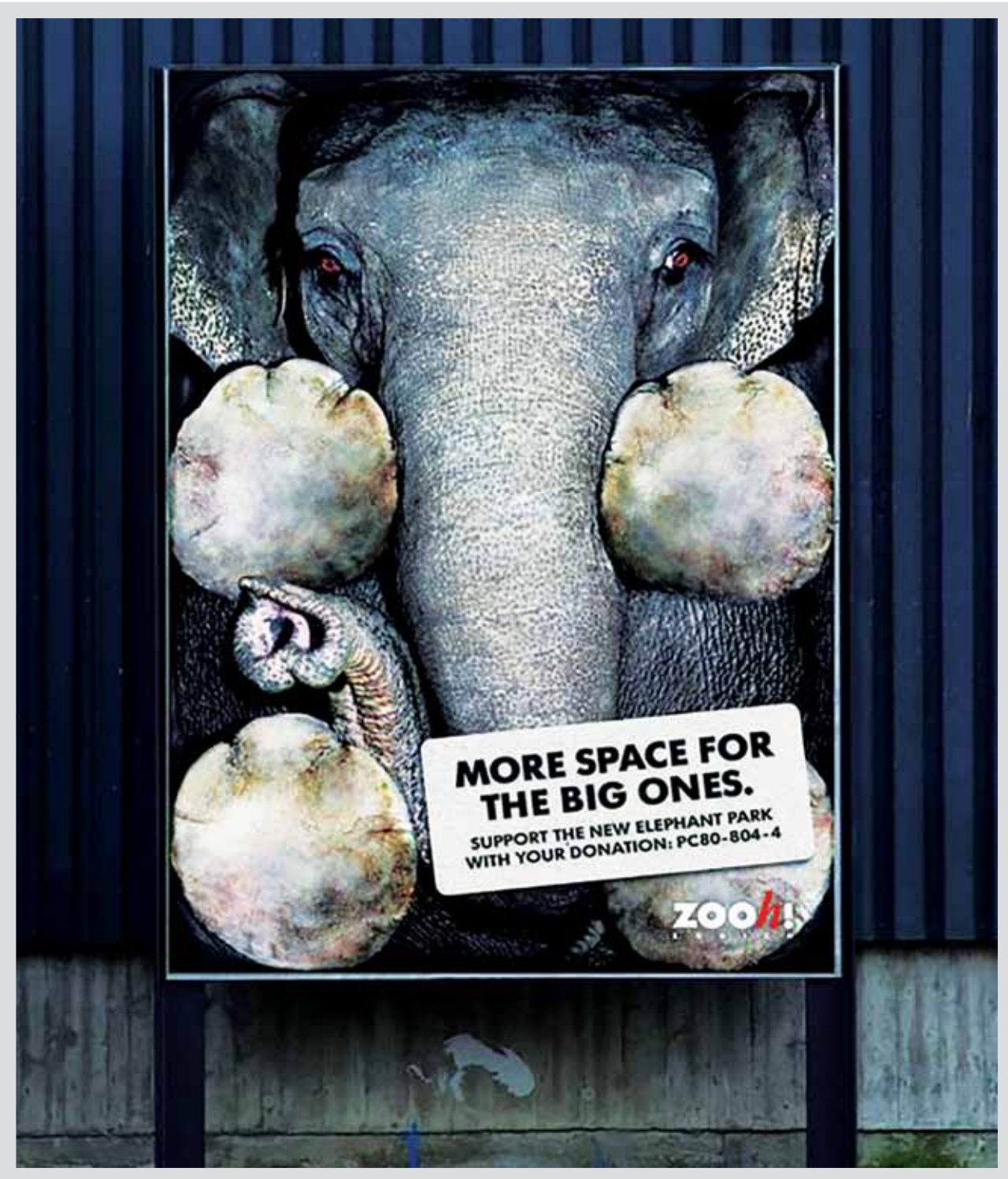
اگر می‌خواهید با کمک یک اینفلوئنسر محصولی را که مناسب بانوان است بفروشید، قطعاً باید یک اینفلوئنسر خانم را انتخاب کنید ولی باید در نظر داشته باشید دنبال‌کنندگان او هم بانوان باشند. گاهی اوقات درصد بالایی از دنبال‌کنندگان اینفلوئنسر خانم در شبکه‌های اجتماعی social network، آقایان هستند! حتی می‌توانید قبل از همکاری با یک اینفلوئنسر از وی درخواست کنید نسبت مخاطبین خود را با شما به اشتراک بگذارید تا انتخاب درست‌تری داشته باشید.

۵- دنبال‌کننده‌های غیرواقعی اینفلوئنسر

رایج‌ترین موضوع در انتخاب اینفلوئنسر واقعی بودن دنبال‌کنندگان آنهاست. پس بهتر است تحلیل و بررسی دقیق‌تری نسبت به تعداد واقعی دنبال‌کنندگان داشته باشید. تشخیص فالوور فیک از فالوور واقعی کار سختی نیست، تنها کافی است ۱۰ پست آخر صفحه اینفلوئنسر را مشاهده کنید و نسبتی بین تعداد لایک‌ها با تعداد دنبال‌کنندگان اینفلوئنسر بیندازید.

۶- متوسط نرخ مشارکت اینفلوئنسر مارکتینگ را در نظر نگرفتید!

یکی از نکات مهم انتخاب اینفلوئنسر متوسط نرخ مشارکت دنبال‌کنندگان Engagement Rate اوست که از بررسی نسبت تعداد لایک‌ها و کامنت‌ها و... مشخص می‌شود. فراموش نکنید در بررسی متوسط نرخ مشارکت، حتماً به واقعی بودن لایک‌ها و کامنت‌ها، علاوه بر تعداد آنها توجه کرد. منبع: imarketer



مسیر موفقیت



چرا باید تنظیم اهداف ساده را متوقف کنیم؟

برخلاف تصور اغلب مدیران، تنظیم اهدافی که در سطوح بالاتر قرار دارند، به کارمندان انگیزه حرکت و رضایت خاطر بیشتری می‌دهد.

بسیاری از مدیران و رهبران تیم، زمانی که اهداف تیم را تنظیم می‌کنند، تلاش می‌کنند با هوشمندی و زیرکی بین اهداف تعادل برقرار کنند: از یک طرف، سطح اهداف تیم باید به اندازه‌ای بالا باشد که به نتایج قابل‌توجهی منتهی شود. از طرف دیگر، سطح اهداف باید تا حدی پایین باشد که تیم، شاد و راضی باقی بماند، اما این فرضی که کارمندان، از اهداف سطح پایین بیشتر استقبال می‌کنند، هنوز موردبررسی و موشکافی دقیق قرار نگرفته است. درواقع تحقیقات آکادمیک نشان می‌دهد که در برخی از موقعیت‌ها و شرایط، کارمندان دستیابی به اهداف بالاتر را بیش از اهداف پایین، قابل‌درک می‌دانند. حتی در غیر این‌صورت نیز کارمندان در مقابل اهداف چالش‌برانگیز، احساس کفایت بیشتری دارند.

در مجموعه مطالعاتی که آمیناوا چاتوپادهای، استاد دانشگاه اینسید، به همراه آنتونیو استاماتوگیاناکیز، استادیار دانشکده بازرگانی IE و دیپانکار چاکراواری، استاد دانشکده مدیریت پامپلیون ویرجینیا به انجام رساندند و نتایج آن را در آخرین مقاله خود منتشر کردند، همین موضوع موردبررسی قرار گرفت. محققان به‌منظور پی بردن به نحوه درک مردم از اهداف پیش رو، سؤالاتی را از شرکت‌کنندگان در بازارگاه جمع‌سپاری آمازون مطرح کردند. سؤالات این تست در مورد جذابیت اهداف تعیین‌شده در سطوح مختلف و در حوزه‌های عملکرد ورزشی، کاهش وزن، GPA یا معدل تحصیلی و پس‌انداز شخصی متمرکز می‌شد. به‌علاوه، سؤالات به دو گروه تقسیم می‌شد: گروه اول، در مورد اهدافی بود که در سطح پایه و مشابه با عملکرد فعلی کارمندان تعیین می‌شد و گروه دوم، «اهداف پیشرفت و بهبود» نام داشتند که در سطحی بسیار بالاتر از خط پایه و عملکرد حال حاضر شرکت‌کنندگان تنظیم‌شده بود.

چه چیزی باعث می‌شود دسترسی به یک هدف، دشوار به نظر برسد؟

محققان در اولین مطالعه خود، شرکت‌کنندگان را به پنج گروه تقسیم کردند. گروه اول، با اهداف همیشگی و سطح ساده روبه‌رو بودند. به‌عنوان مثال باید بار دیگر به همان GPA یا معدل تحصیلی ترم قبل خود دست پیدا می‌کردند. چهار گروه دیگر، با اهداف پیشرفت و بهبود روبه‌رو بودند، اما مشخصات این اهداف به گونه‌ای بود که دستیابی به آنها نیازمند تلاش و تمرین بیشتری بود. در این گروه‌ها، اهداف قرار داشتند، نسبت به گروه اهداف همیشگی و ساده، بیشتر بود (با درجه سختی ۱-۴۰). در مقابل ۲.۸، درحالی که درجه مقیاس سختی بین یک تا هفت در نظر گرفته شده بود). نتیجه جالب‌توجه این بود که شرکت‌کنندگان، دستیابی به اهداف ساده را به همان اندازه محقق کردن اهداف گروه پیشرفت‌های کوچک، سخت می‌دانستند (۳.۲۳). درواقع آن‌ها اهداف خود را در مقیاس با اهداف پیشرفت متوسط، کمی ساده‌تر ارزیابی می‌کردند (۳.۴۹).

تیم تحقیقاتی به‌منظور درک علل این نتایج، مطالعات دوم را آغاز کرد. در این مرحله از شرکت‌کنندگان خواسته شد که دلایل خود را برای رتبه‌بندی اهدافی که پیش روی آن‌ها بود، ذکر کنند. گروهی که با اهداف «پیشرفت‌های کوچک» مواجه بودند، معمولاً به وضعیت قبلی خود و فاصله کم آن تا اهداف تعیین‌شده اشاره می‌کردند و این اختلاف کوچک را علت اصلی خوش‌بینی خود می‌دانستند. در همین حال، گروهی که باید اهداف ساده بیشتری و قدیمی خود را تکرار می‌کرد، دلایل مختلفی را برای شکست در این راه ذکر کرده بود و درواقع با بدبینی بیشتری به ماجرا نگاه می‌کرد.

محققان با توجه به این نتایج و همچنین مطالعات بعدی، استدلال کردند که وقتی افراد به هدفی مشابه با اهداف قبلی خود نگاه می‌کنند؛ در مورد مضامین و مفاهیم دستاوردهای خود حساسیت بیشتری دارند، تا زمانی که در راه یک هدف بالاتر (هرچند بافاصله کم) قدم بر می‌دارند. این واقعیت به‌ویژه زمانی که در راه اهداف غیردلخواه قدم برمی‌دارید، بیشتر صدق می‌کند. بیابید موضوع را ساده‌تر بیان کنیم: زمانی که ما در مورد میزان سختی یک مسئله یا هدف، قضاوت می‌کنیم، اولین چیزی که مغز ما به آن توجه می‌کند، فاصله و شکافی است که هدف فعلی را از سطح پایه، متمایز می‌کند. قاعدتاً هرچه این شکاف بیشتر و بزرگ‌تر باشد، هدف فعلی ما، هدف سخت‌تری است. در مرحله بعد است که ما به کانتکت و مفاد موردنیاز برای دستیابی به این هدف فکر می‌کنیم، اما زمانی که هیچ شکافی برای ارزیابی وجود ندارد (یعنی تکرار همان اهداف پایه قبلی)، ذهن ما بلافاصله به مفاد و محتوا و زمینه کار

مشغول می‌شود. در این زمان سوگیری منفی کاملاً طبیعی و انسانی ما، وارد ماجرا می‌شود و ذهن، به جست‌وجوی دلایلی می‌گردد که احتمالاً به شکست منتهی می‌شوند. به همین دلیل، وضع اهداف در سطوح پایه، با هدف افزایش اعتمادبه‌نفس کارمندان، نتایجی کاملاً برعکس به همراه خواهد داشت.

اهداف سخت‌تر، رضایت خاطر بیشتری به دنبال دارند در مطالعاتی که تاکنون شرح دادیم، شرکت‌کنندگان به اهدافی که در یک زمان پیش روی آن‌ها قرار گرفته بود، رأی دادند. اما زمانی که اهداف سطح پایه و اهداف پیشرفت‌های کوچک، به‌صورت متوالی در برابر آن‌ها قرار گرفت، نتایج متفاوتی حاصل شد.

در این مطالعات الگوی قبلی تغییر کرد. زمانی که شرکت‌کنندگان این اهداف را با هم مقایسه می‌کردند، اهدافی را که مستلزم پیشرفت کوچکی بودند، به‌مراتب سخت‌تر از اهداف پایه ارزیابی می‌کردند (درجه سختی ۲.۰۲ در مقابل ۲.۴۳). نتیجه‌گیری محققین این بود که حالا، شرکت‌کنندگان شکاف و فاصله اهداف را با یکدیگر مقایسه و تصور می‌کنند حفظ وضعیت موجود، ساده‌تر از بهبود دادن نتایج است.

نکته جالب اینکه در همین مطالعات، زمانی که از شرکت‌کنندگان سؤال شد که کدام‌یک از اهداف را برای پیگیری انتخاب می‌کنند، آن‌ها مجدداً اهداف مستلزم پیشرفت را به اهداف پایه، ترجیح دادند. این نتایج در همه حوزه‌ها مصداق داشت: چه در مورد دستیابی به GPA (معدل) بالاتر، ورزش و تمرین بیشتر، صرفه‌جویی و پس‌انداز بیشتر و حتی کار در ساعات بیشتر. گرچه همه شرکت‌کنندگان می‌دانستند که اهداف جدید سخت‌تر هستند، اما در مقایسه با وضع موجود، رضایت خاطر بیشتری از پیشرفت‌های کوچک به دست می‌آوردند.

به‌عنوان یک مدیر، این نتایج باید شما را تشویق کند تا اهداف جدید تیم را نه مطابق با دستاوردهای همیشگی، بلکه بر مبنای پیشرفت‌های کوچک نسبت به وضعیت موجود تنظیم کنید. مخصوصاً اگر در شرایط سختی نظیر اقتصاد نزولی یا مواجهه با یک قرارداد با ریسک بالا قرار دارید. حتی اگر دستیابی به هدف تعیین‌شده، دشوار باشد، تیم شما به احتمال زیاد مزایای آن را درک می‌کند. دستیابی به نتایجی که باعث افتخار کارمندان است، به آن‌ها انگیزه می‌دهد که بیشتر و روبه‌جلو حرکت کنند. منبع: HBR/zoomit