روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۲۰ شهریور
۱۳۹۸

Wed. 11 Sep 2019
۱۱ محرم ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۳۸۹-۱۶صفحه-۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

۶ عامل موثر بر رشد اقتصادی

برآورد وزیر اقتصاد از رشد اقتصادی ۹۸

وزیر اقتصاد گفت علائم و نشانه‌ها در سال ۹۸ مثبت است و امیدواریم این روند به گونه‌ای مدیریت شود که در رشد اقتصادی به خصوص رشد اقتصادی بدون ...

۲

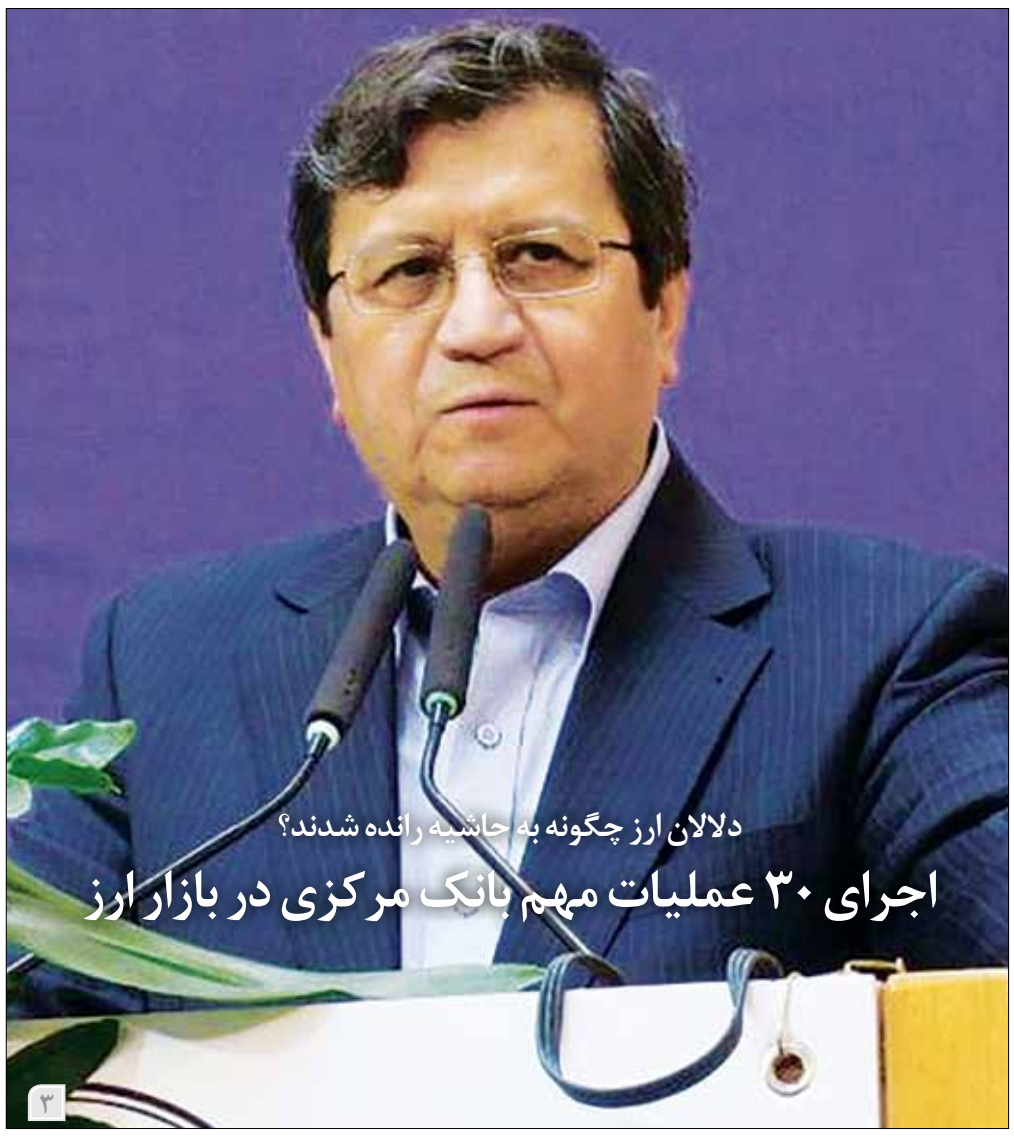
یادداشت

چه عواملی در تعیین ارزش پول ملی دخیل هستند؟

احمد حاتمی یزد
کارشناس بانکی

قیمت هر دلار آمریکا در ایران به کمتر از ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان رسیده و برخی تصور می‌کنند شرایط برای ادامه کاهش قیمت ارزهای معتبر وجود دارد، حال آنکه این اتفاق بیشتر وابسته به اتفاقات و تحولات سیاسی است تا اقتصادی. اقتصاد ایران اکنون در شرایطی قرار دارد که به جای بانک مرکزی تحولات سیاسی بین‌المللی نقش اصلی را در قدرت پول ملی دارند، به همین دلیل هرگاه احتمال مذاکره میان ایران و ایالات متحده افزایش می‌یابد بازار ارز نیز با افت قیمت مواجه می‌شود و هر وقت تنش‌های لفظی و تهدیدات به زبان اصلی طرفین تبدیل می شود، ارزش ریال سقوط می‌کند. از این رو می‌توان گفت به جای بانک مرکزی که نهاد اصلی متولی سیاست‌های پولی در کشور است، دولتمردان سهم بیشتری در تنظیم بازار دارند. افرادی که سال‌های دهه ۶۰ را به یاد دارند، می‌توانند به خاطرات خود در روزهای جنگ بازگردند. در آن شرایط هم قیمت ارز با توجه به وضعیت جبهه‌ها تعیین می‌شد و با اعلام امضای توافقنامه ۵۹۸ ناگهان قیمت هر...

۴



دلالان ارز چگونه به حاشیه رانده شدند؟

اجرای ۳۰ عملیات مهم بانک مرکزی در بازار ارز

۳

راه‌های مقابله با رشد نامناسب نقدینگی چیست؟

تناقض نقدینگی در اقتصاد ایران

رونق تولید به شدت از چگونگی کیفیت نقدینگی در اقتصاد تأثیر می‌پذیرد، اما سیاستگذاری‌های پولی، تناقضی را در نقدینگی اقتصاد رقم زده که به یکی از مهمترین موانع تولید بدل شده است. طبق دیدگاه کارشناسان اقتصادی، یکی از ضرورت‌های حمایت از تولید و ایجاد رونق در سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های اقتصادی، پیش‌بینی‌پذیر بودن بازارها و ثبات در قیمت‌ها بوده و از مؤلفه‌های مهم که بر این ثبات و پیش‌بینی‌پذیری اثر می‌گذارد، کمّیت و کیفیت نقدینگی و تغییرات آن با توجه به انگیزه‌های سفته‌بازانه است. به گزارش ایرنا، مسئله مهم این است که نقدینگی به خودی خود منفی نبوده و می‌تواند گردش اقتصادی را موجب شود اما در صورتی که حجم نقدینگی از رشد اقتصادی بیشتر باشد، تورم و افزایش قیمت‌ها از مهمترین آثار منفی آن خواهد بود...

۵

تولید مسکن روی ریل اصلاحات قرار گرفت

چکش‌کاری طرح «اقدام ملی مسکن»

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- چگونه در کار به فردی تأثیرگذار و محترم تبدیل شویم؟
- ارتقای فرهنگ سازمانی با ۱۱ اقدام موثر
- ضرورت مدیریت بهینه حساب‌های بانکی برای کسب و کارها
- بهبود صفحه رسمی برند در لینکدین با ۸ اقدام ساده
- راهکارهای گردآوری اطلاعات کاربردی درباره مشتریان
- جلب نظر مشتریان با تبلیغات رقابتی

۸ تا ۱۶

مدیر مایکروسافت: ترامپ دلایل کافی برای ممنوعیت هوآوی ندارد

فساد نتیجه نبود الگوی توسعه در جامعه ایران است

ارتباط توسعه بی‌قواره و فساد به روایت کمال اطهاری

الگوی توسعه منسجم و دولت توسعه‌طلب، ضد فساد عمل می‌کند و نبود آن بسترها را برای فساد سیستمی آماده می‌کند. در یک کلام، نبود نهاد رقابتی به‌منزله فراهم کردن بسترهای رانت‌جویی است؛ این نکته‌ای است که کمال اطهاری، اقتصاددان و پژوهشگر توسعه در باب ارتباط توسعه بی‌قواره و فساد مطرح کرده و معتقد است که فساد نه مقوله‌ای فردی بلکه ساختاری است؛ سیستمی که در نبود الگوی توسعه متوازن هر روز بیشتر از گذشته در فساد گرفتار می‌شود.

اطهاری در گفت‌وگو با آینده‌نگر، درخصوص دلیل عرضه و تقاضای فساد در حوزه‌های متعدد می‌گوید: «بنیاد فساد در جامعه‌ای که در حدی از رفاه اجتماعی است اما برای برپایی نهادهای نوین انقلاب می‌کند مسلماً با دلایل اخلاقی جایگاهی ندارد. نبود الگوی توسعه سنجیده، نهادسازی‌های ناقص برای آن، انحصارطلبی ایدئولوژیک، معیارهای صوری برای سنجش شایستگی‌ها، تشویق برای ارتقای مقام ثروت براساس معیارهای صوری، عواملی هستند که فساد را در جامعه دامن زدند تا وضعیت امروز به‌تدریج شکل گرفت. در اوایل انقلاب با شروع جنگ و فداکاری‌های بزرگی که مردم می‌کردند فرصت چندانی برای رفع این نقایص نبود و آنهایی هم که موقعیت‌طلب و انحصارطلب بودند از همین موقعیت استفاده می‌کردند تا جایگاه خودشان را تصویب کنند. مشابه همین کار را اکنون در شرایط تحریم مشاهده می‌کنیم.»

این پژوهشگر توسعه، دلایل فساد را از نگاه نهادها و الگوی ناسنجیده و ناقص توسعه جست‌وجو می‌کند و ادامه می‌دهد: «کشورهایی توسعه‌یافته هستند و ضد فساد عمل می‌کنند که دولت‌شان یک دولت توسعه‌بخش باشد. به گفته بانک جهانی، همه کشورهای موفقی که در آسیای جنوب شرقی هستند، موفقیت‌شان ناشی از وجود دولت توسعه است. دولت توسعه باید یک الگوی جامع برای توسعه داشته باشد. ژاپن که مقدم دولت توسعه است، چین و کره جنوبی و حتی در ادبیات توسعه آلمان را نیز کم‌وبیش دارای دولت توسعه می‌دانند، به‌تدریج زیرساخت‌های سخت و نرم توسعه را براساس الگوی جامعی فراهم می‌آورند. الگویی که براساس آن شباهت‌های بسیاری بین سیستم شرکت‌های ژاپن و همچنین سیستم کره جنوبی و همچنین چین دیده می‌شود. آنها در یک رقابت ناقص از لحاظ تعداد اما کامل از لحاظ اصل رقابت با یکدیگر قرار دارند. در کره جنوبی چنین مجموعه‌هایی فعال هستند و در چین هم همین مجموعه‌ها به‌صورت کامل‌تری وجود دارند. در همه اینها توسعه روستایی مقدم است اما نه مانند ایران به‌صورت صوری که مثلاً خرده‌مالک‌سازی که یک نوع انقلابی‌گری خرده‌بورژوازی و مبتذل است را به وجود می‌آورد به‌طوری‌که به شرکت‌های سهامی زراعی و سهامی تولید اجازه انحلال می‌دهد درصورتی‌که همه آن سیستم‌ها اینها را در قالب تعاونی‌های تولید هم پیوند می‌کنند.»

به گفته اطهاری، «در دولت توسعه رقابت را از بخش خصوصی شهری آغاز نمی‌کنند بلکه از روستاها آغاز می‌کنند و در درجه اول یک رقابت جمعی می‌کنند نه یک رقابت برای رانت‌جویی. در آنجا به این صورت است که هرچه بیشتر بتوانند رفاه و رشد را فراهم کنند مالیات کمتری می‌پردازند. در کره جنوبی شرکت‌های تعاونی تولید را در اوایل دهه ۷۰ با آموزش دادن از مدارس آغاز می‌کند. نوع یارانه دادن آنها نیز بسیار جالب است. یارانه اولی که کره جنوبی به شرکت‌های تعاونی تولیدشان برای تولید کشاورزی داد، ۱۰ کیسه سیمان بود و این‌طور نیست که برای ساکت کردن مردم دولت موضع شیر نفت را باز کند و به آنها با پول نفت یارانه دهد در عوض به آنها چند کیسه سیمان و ماشین‌آلات اولیه می‌دهد تا بتوانند فعالیت‌های اولیه خانه‌سازی و کشاورزی را انجام دهند و با این کار آنها را تشویق می‌کند تا تعاونی ایجاد کنند. اگر هم مثلاً جنگل‌داری می‌کردند به آنها یارانه بیشتری می‌داد.»

اطهاری سپس به ردیابی این تجربه توسعه در ایران می‌پردازد و می‌گوید: «در روستاهای ایران همه منابع مشاع بوده است و کاملاً روی آنها مراقبت ویژه انجام می‌دادند، اما یک الگوی توسعه ناقص و همچنین کار کردن برای محبوبیت‌های جناحی باعث شدند تا هر کس به‌نوعی کار کند تا از توزیع درآمد نفت برای محبوبیتی جهت رأی آوردن استفاده کند. این مسئله را به بخش‌های مختلف اقتصاد هم می‌توان تسری داد. به‌این‌ترتیب وقتی انقلاب شد موضوع مهم در بخش صنعتی کم‌وبیش الگوی جایگزین واردات و الگویی بود که در دهه ۶۰ نظریه‌پردازان توسعه ارائه کرده بودند و بعد از آن‌هم به قول والرشتاین به‌سوی خودکفایی انزواطلبانه می‌رود. درواقع او می‌گوید این رویه نئوفئودالیسم به وجود می‌آورد. درواقع، در طول زمان شما پیوسته با یارانه یک کالای عقب‌مانده تولید می‌کنید که جایگزین تولیدات جدید می‌شود و تکنولوژی عقب‌مانده‌تر را تقلید می‌کنید و این باعث می‌شود که همیشه به تکنولوژی جدید وابسته باشید، درصورتی‌که استراتژی توسعه صادرات بر این اساس است که هر صنعتی بعد از حرکت اولیه در چارچوب جایگزینی واردات، به سمت صادرات برود، چراکه اگر صادرات نداشته باشد صنعت نمی‌تواند تکنولوژی جدید را جذب و هضم کند و حتی پولش را هم ندارد که آموزش‌های جدید را جذب کند.»

این اقتصاددان با تاکید بر جنبه‌های ساختاری فساد می‌افزاید: «همه چیز به ساختار برمی‌گردد. وقتی شما الگوی توسعه سنجیده نداشته باشید، انگیزه‌های مدل ساختاری‌تان برای رانت‌جویی و بیش‌بهره‌برداری از طبیعت کشاورزی انگیزه‌آفرینی می‌کند. در صنعت که جایگزین واردات است انگیزه‌هایش این است که مدام روی واردات کالاهای نوین تعرفه ببندند و پیوسته کمک می‌کند تا شما با ارز ارزان بتوانید یک اتومبیل پراید را بعد از ۳۰ سال بازتولید کنید. اینها انگیزه‌های ساختاری است و سیستم یا جامعه انقلابی اخلاقش فاسد نبوده است بلکه این ساختارهای انگیزه‌بخش کم‌کم مشکل‌آفرین می‌شوند. وقتی‌که انگیزه برای نوآوری، رقابت، شایسته‌سالاری وجود نداشته باشد چنین مشکلاتی پیش خواهد آمد. این مسائل حتماً به نبود دموکراسی ربط خواهد داشت اما همان‌طور که مشاهده می‌کنید چین دموکراسی کامل ندارد اما شایسته‌سالاری در دستور کارش قرار دارد. وقتی هم دموکراسی ندارد و هم شایسته‌سالاری در دستور کار قرار ندارد و هم الگوی ساختاری معیوب داشته باشد مسلماً چنین فسادهایی را شاهد خواهیم بود. ماجرا به‌این‌ترتیب خواهد شد که عده‌ای متفکر جامعه جمع می‌شوند و برنامه چهارم را می‌نویسند و حتی یک نفر به خود جرأت می‌دهد و می‌گوید این برنامه سرمایه‌داری است و من آن را اجرا نمی‌کنم و بعد هم برنامه‌ای رانتی اجرا می‌کند و رانت‌جویی را توسعه می‌دهد.»

اطهاری در پاسخ به این سوال که مدل‌های توسعه چه ظرفیت‌هایی دارد که درون آن، عرضه و تقاضای فساد به حداقل می‌رسد، می‌گوید: «همان‌طور که می‌دانید همه منفعت‌جو هستند و سریع‌ترین راه منفعت‌جویی، رانت‌جویی است. قوانین برای این است که جلوی منفعت‌جویی گرفته شود چون نهادها روابط تکرارشونده بشری را تکرار می‌کنند. وقتی این روابط تکرارشونده در جامعه اغماض شوند و الگوی نهادهای‌تان طوری نباشد که فعالیتش را جمعی‌تر کند و به‌این‌ترتیب توسعه پیدا کند، نهاد کم‌کم از پا می‌افتد و یک عده‌ای از رانت‌های اطلاعاتی و تمام رانت‌هایی که وجود دارد مثل انحصار طبقاتی و انحصار سیاسی و... استفاده می‌کنند و به‌این‌ترتیب انباشت ثروتی ایجاد می‌کنند که دیگر به بخش مولد برنخواهد گشت بلکه ضد نوآوری هم عمل خواهد کرد.»

به گفته وی، «مبنای اصلی پیوند انسان‌ها برای اقتصاد است. انسان‌ها تا زمانی که نبینند در یک فعالیت جمعی وضعیت‌شان بهبود پیدا می‌کند گروه‌های کوچک‌تری تشکیل می‌دهند. روابط نهادها باید بتواند روابط جمعی را در جهت نوآوری جلو ببرد. هرچه دانش بشر دقیق‌تر و متنوع‌تر و عمیق‌تر می‌شود نهادهای‌تان هم باید به همان اندازه قوی‌تر و دموکراتیک‌تر شود تا یک پیوند هم‌افزا ایجاد شود و برای این پیوند باید انگیزه‌های مادی درست وجود داشته باشد. اگر انگیزه‌های مادی درست وجود نداشته باشند، با بزرگ شدن جمع‌ها، هیچ شناسایی شخصی بین آدم‌ها وجود نخواهد داشت. انسان‌ها از دیگران‌هم اطلاعاتی نخواهند داشت که البته نمی‌توانند هم اطلاعاتی داشته باشند. تنها در صورتی این امکان وجود دارد که نهادها بتواند انگیزه‌بخشی ایجاد کنند تا هزینه‌های مبادله‌بخشی افزایش پیدا نکند. فساد کاری می‌کند که در هر ارتباطی هزینه‌های مبادلاتی از لحاظ اخلاقی، جنسی و... تهدید می‌شود و احساس مغموم بودن می‌کنید. این ارتباط‌ها و هم‌افزایی‌های فکری، معنوی و مادی براساس فساد کاسته می‌شود. صرفاً زیان‌های اقتصادی ندارد. زیان‌هایی در موضوعات فرهنگی و علمی و... نیز در بر دارد. قوانین باید از آنها پشتیبانی کند. قوانینی برای پشتیبانی از نوآوری نداریم اما قوانین خاصی برای انواع رانت‌ها و برای گروه‌های خاصی برقرار است. پس به‌این‌ترتیب مشاهده می‌کنید که فساد به شدت هزینه‌های مبادلاتی را برای ارتباط خلاق بالا می‌برد. غیر از آن فساد باعث می‌شود جریان‌های مادی و بنگاه‌های مالی به جای آنکه تشویق شوند، نقره‌داغ شوند.»

اطهاری در ادامه سخنانش به تبعات و پیامدهای الگوی توسعه نامتوازن اشاره می‌کند و می‌گوید: «وقتی تحقیق و توسعه در سیستم مالی و بیمه‌ای شما معافیت نداشته باشد، دیگر کسی تحقیق و توسعه نخواهد کرد. مامورها در مقوله سکونتگاه‌های غیررسمی هر دستگاهی یا در مقوله توسعه روستایی هر دستگاهی می‌خواهد رانت خودش را ببرد و به همین دلیل از اینکه از یک برنامه واحد تبعیت کنند در هراس هستند. چون فکر می‌کنند نمی‌توانند رانت‌جویی کنند. به این دلیل از این برنامه تبعیت نمی‌کنند که بتوانند در آن رانت بخورند و به همین دلیل این برنامه‌ها هم‌افزا نمی‌شود. همان‌طور که می‌بینید هر کسی به روستا می‌رود و وام‌های خیلی ارزان می‌دهد. وام‌های بادوام‌سازی در روستا بدون اینکه نهادهایش ساخته شود و آنها را با مقوله برنامه‌های جلوگیری از سیل و آبخیزداری پیوند دهد، اجرا می‌شود. مقوله مسکن کم‌درآمدها پیوندی با توسعه اشتغال ندارد. این بودجه‌ها هدر داده می‌شود. مبالغ بسیار سنگینی برای عدالت در ایران خرج شده است بدون اینکه اندکی وضعیت بهتر شود.»

این پژوهشگر توسعه درخصوص این موضوع که چه اتفاقی در جامعه ایران افتاده که به جای تقویت نهادهای توسعه، ترجیح منافع فردی بر پایه رانت‌جویی و فساد فردی و سیستمی رشد کرده است، می‌گوید: «یک مثال بارز آن، تغییر ناگهانی سرمشق یا پارادایم برای توسعه از یک سرمشق برنامه‌محور به یک سرمشق بازارمحور بوده است، بدون اینکه نهادهای لازم برای این حرکت ایجاد شود. مثال چین و کره را به این دلیل زدم که بگویم نهادهای‌شان را چگونه شکل داده‌اند. وقتی یک نهاد رقابتی نداشته باشید، رانت‌جویی را رواج می‌دهید. این اتفاق درست تکرار مصیبتی بود که برای کارآمد کردن در شوروی رخ داد. در نیمه دوم دهه ۱۹۷۰ یک‌مرتبه اختیاراتی به مدیران دادند که درنهایت به فروپاشی انجامید. یک مثلثی در جماهیر شوروی وجود داشت که این مثلث شامل شورای کارگری، حزب کمونیسم و مدیر بود. برای کارآمدی یک‌مرتبه آن مثلث از بین رفت و اختیارات را به مدیران دادند. به‌این‌ترتیب این الگو توانست رانت‌جویی را افزایش دهد. چینی‌ها برخلاف این عمل کردند. یک نهاد را یک‌مرتبه از بین نبردند بلکه آن را کارآمد کردند. به همین دلیل است که می‌گویم تغییر سرمشق‌ها مصیبت‌زاست. این مسئله عدالت را نیز قربانی کرده است. این اقدامات مصیبت‌زا توسط کسانی انجام شد که هنوز هم در دولت هستند اما نمی‌دانند چه بلایی سر کشور آورده‌اند. برای اینکه به جلو فرار کنند از دولتی کردن حرف می‌زنند. یک‌مرتبه یک شب خواب دیدند که نباید دولتی کنند. نهادسازی فرآیندی است که مبانی آن حداقل پنج سال طول می‌کشد. در این راه از تجربه جهانی هم باید استفاده کنید. ما بدترین نوع تجربه جهانی در دهه بر باد رفته در آمریکای لاتین و از سوی دیگر بدترین نوع تجربه که در شوروی اتفاق افتاد را در نظر گرفتیم. باید نسبت به این فسادی که اکنون به وجود آمده است پاسخگو بود، نه اینکه طوری وانمود کنند که انگار جلوی آنها گرفته شده است.»

اطهاری در پایان در باب اینکه چه باید کرد و الزامات مبارزه با فساد چیست، پاسخ می‌دهد: «قوه قضائیه مستقل نقش مهمی دارد؛ اگر نهادهای موجود فسادزا باشند قوه قضائیه کاری از پیش نخواهد برد و آن‌هم بعد از مدتی همرنگ جماعت خواهد شد. قوه قضائیه باید این قاطعیت را نشان دهد. اما سازمان مستقل اصلاً معنا ندارد چون نهادها باید اصلاح شوند. سازمان‌ها کاری نمی‌کنند. نهادهای ناقص و الگوی توسعه ناقص فسادزا هستند. سازمان نمی‌تواند این الگو را کامل کند. مثل این است که بگویید هیأت دولت نمی‌تواند کارهایش را به خوبی انجام دهد و کارهای آن را به یک سازمان بسپارید یا مجلس را منحل کنید. این تفکرات سازمان‌گرا در ایران برای کسانی است که هم خوددانا‌پندار هستند و هم قبلاً دچار انقلابیگری خرده‌بورژواگری بوده‌اند و نمی‌خواهند هم از این موضع پایین بیایند. هر دم هم بحث‌های مضحکی در رابطه با اینکه چند تا صفر از تورم بردارند انجام می‌دهند. اصل موضوع این است که شما باید آن ساختار را ایجاد کنید و بعد برای اینکه تحرک و انتظارات اخلاقی در اقتصاد را به وجود آورید، چند تا صفر را بردارید. ایجاد سازمان یک اقدام صوری است و مربوط به مدیران ناکارآمدی است که می‌خواهند بالادستی‌های خودشان را سرگرم کنند. ایجاد سازمان جز اینکه دکه‌هایی برای رانت‌خوری اضافه کند کاری نمی‌کند. این سرگرمی‌های کسانی است که دور سفره انقلاب نشستند و فقط هم دور این سفره می‌چرخند و تفاوتی ندارد که کدام جناح سر کار بیاید. آنها دور این سفره می‌چرخند و هر از چند گاهی برای سرگرمی خودشان یا داستان‌های خنده‌دار تعریف می‌کنند و یا داستان‌های ترسناک و به‌این‌ترتیب سعی می‌کنند ملال مدت‌ها در دولت بودن را هم برای خودشان و هم برای مردم جایز کنند.»

دریچه

۶ عامل موثر بر رشد اقتصادی

برآورد وزیر اقتصاد از رشد اقتصادی ۹۸

وزیر اقتصاد گفت علائم و نشـانه‌ها در سال ۹۸ مثبت است و امیدواریم این روند به گونه‌ای مدیریت شـود که در رشـد اقتصادی به خصوص رشد اقتصادی بدون نفت شرایط خوبی را تجربه کنیم.

فرهاد دژپسـند درباره برآوردهای رشـد اقتصادی در سال ۹۸ نیز گفت: سـال گذشته رشد اقتصادی با نفت و بدون نفت، قابل قبول نبود. نهادهای تخصصی و بین‌المللی برای سـال جاری نیـز برآوردهایی انجام داده‌اند که براساس آن ممکن است رشد اقتصادی مورد انتظار ما تحقق پیدا نکند.

دژپسـند در گفت‌وگو بـا اتاق بازرگانی ایـران، ادامه داد: بـا این وجود می‌دانیم که این نهادها براسـاس اطلاعات گذشـته برآورد می‌کنند؛ یعنی آخرین اطلاعات آنها مربوط به پایان سـال ۹۷ اسـت و براسـاس آن رشد اقتصادی سـال جاری را برآورد کرده‌اند، بنابراین باید تغییرات اتفاق افتاده در این مدت را نیز در نظر گرفت؛ به عنوان مثال تا پایان سال گذشته، چند سال متوالی خشکسالی داشتیم و برآوردها بر همان منوال انجام می‌شود.

به گفته وی، در سال جدید با چند تغییر مهم مواجه بوده‌ایم و چند اقدام در دستور کار قرار گرفته که می‌تواند فراتر از برآوردهای موجود، به تقویت رشد اقتصادی منجر شود.

دژپسـند به موارد تاثیرگذار بر رشـد اقتصادی که از سـال گذشته آغاز شـده، اشـاره کرد و گفت: سال گذشـته منابعی از صندوق توسعه ملی به بخش‌های تولیدی تزریق شده که امسال به نتیجه خواهد رسید، همچنین تسـهیلات اعطایی بانک‌ها ۲۶درصد رشد داشـته که امسال به ثمر خواهد نشسـت، از طرفی امسـال پدیده ترسـالی را داشـتیم که در رشـد تولید محصولات کشـاورزی اثرگذار خواهد بود، از سـوی دیگر براساس اطلاعات موجود، صادرات غیرنفتی ایران از نظر وزنی ۲۹درصد رشد داشته است که نشان‌دهنده افزایش میزان تولید است.

او ادامـه داد: در سـال جدید شـاخص‌های بورس روند خوبی را نشـان می‌دهد، از سوی دیگر صدور پروانه‌های بهره‌برداری واحدهای صنعتی بالغ بر ۲۵درصد رشد داشته است؛ این موارد نشان می‌دهد که علائم و نشانه‌ها مثبت اسـت و امیدواریم این روند به گونه‌ای مدیریت شـود که در رشـد اقتصادی به خصوص رشد اقتصادی بدون نفت شرایط خوبی را تجربه کنیم.

وزیر اقتصاد درباره روند پیشـرفت حذف مقررات زائد از مسـیر کسـب‌وکار نیز گفت: از دسـتگاه‌ها و بخش خصوصی درخواسـت کرده‌ایـم که نظرات خود را در زمینه مقررات دسـت و پاگیر ارائه کنند. کمیسـیون کارشناسـی مقـررات زدایـی در وزارت اقتصاد هفتـه‌ای ۲ تـا ۳ جلسـه چنـد سـاعته دارد که در آن جلسـات مقررات مورد بررسـی قرار می‌گیرد و بعد از مرتب‌سـازی به هیأت مقررات‌زدایی می‌آید. این موارد بسته به نوع آن، اگر نیاز به اصلاح مصوبه دولت داشته باشد برای هیأت دولت ارسال می‌شود تا اصلاح صـورت گیرد و اگر نیاز به اصلاح قانون داشـته باشـد، لایحه آن تنظیم می‌شـود تا روند قانونی خود را طی کند؛ بنابراین با جدیت تمام در این زمینه پیش می‌رویم.

خبری از صندوق توسعه ملی نیست

پول‌سازی جدید برای بودجه ۹۹

اگرچه دولت امسـال کسـری بودجـه را با کاهش بخشـی از هزینه‌ها و تامیـن منابع به طور خاص از محل صندوق توسـعه ملـی انجام داد اما به اعتقاد کارشناسـان دیگر برای سال آینده خبری از این منابع نیست و باید به دنبال درآمدزایی باشـد. افزایش درآمدهای مالیاتی و اصلاح حامل‌های انـرژی و یارانه‌های پنهان دو محل اصلی اسـت که ظاهرا در دسـتور کار دولت قرار دارد.

به گزارش ایسنا، منابع عمومی ۴۴۸ هزار میلیاردی که برای سال جاری در بودجه مصوب شد در نهایت با کاهش شدید درآمدهای نفتی اصلاح شد و تا ۳۸۶ هزار میلیارد تومان کاهش یافت. در این بین با کاهش بخشـی از هزینه‌ها، درآمدزایی بیش از ۷۰ هزار میلیاردی نیز در دسـتور کار داشـت که مجوز برداشت ۴۵ هزار میلیارد تومان از صندوق ملی، ۳۷ هزار میلیارد تومان فروش بیشتر اوراق مالی از اهم آن بود.

برای سـال آینده نیز این صرفه‌جویی باید ادامه داشـته باشد و مسئولان بودجـه‌ای اعلام کردند که کاهش ۵۰ هزار میلیاردی هزینه‌ها انجام خواهد شـد. اما اینکه در سـال بعد دولت از چه محل می‌تواند هزینه‌ها را کاهش داده یا درآمد جدید ایجاد کند، محل سوال است.

در همین زمینه، وحید شقاقی، اقتصاددان با اشاره به اینکه دولت در سال جاری با کسـری حدود ۱۵۰ هزار میلیاردی در بودجه مواجه شـده و عملا فروش یک میلیون و ۴۰۰ هزار بشـکه‌ای نفت محقق نشد، گفت که بر این اسـاس برای پوشش کسری عمده منابع را از صندوق توسعه ملی و حساب ذخیره ارزی و از سوی دیگر اوراق بدهی تامین خواهد کرد که هر دو مورد به سمت دست درازی به منابع بین نسلی و آینده فروشی حرکت می‌کند.

شقاقی با بیان اینکه در سال آینده بعید است دیگر خبری از مجوز برای دولت به منظور برداشـت از صندوق توسـعه ملی باشد، گفت: دولت ناچار اسـت در حوزه بودجه اصلاحات سـاختاری جدی انجام داده و ساماندهی هزینه‌ها و منابع را در دستور کار داشته باشد.

او با بیان اینکه امسـال اصلاح هزینه‌ها را دولت تا حدودی انجام داده و صرفه‌جویی‌های داشـت، افزود: اما کاهش هزینـه در فعالیت‌های موازی و همچنیـن اجرای دقیق بودجه‌ریزی مبتنی بر عملکرد از اهمیت ویژه‌ای در این رابطه برخوردار است.

موضوع دیگری که این کارشـناس در حوزه بودجه به آن اشـاره داشت مربوط به ایجاد درآمدهای خارج از نفت است.

شـقاقی با بیان اینکه مطلع هسـتیم که دولت بحـث اصلاح حامل‌های انـرژی، یارانه‌های پنهـان و وضعیت درآمدهای مالیاتی را در دسـتور کار دارد و در سـال آینده به طور جدی پیگیر ایجاد آن است، افزود: رقم بالای یارانه‌هـای پنهان و آنچه در حوزه حامل‌های انرژی اتفاق می‌افتد سـال‌ها اسـت نیاز به اصلاح داشـته و اتفاق نیفتاده اسـت، بنابراین در این حوزه می‌توان اقدامات اساسی انجام داد.

شـقاقی با اشـاره به بحث پایه‌هـای نظام مالیاتی به عنـوان دیگر محور درآمـدی دولت گفت: آنچه اطلاع داریم این اسـت کـه در وزارت اقتصاد برنامه‌هـای جدی بـرای کنترل فرار مالیاتی و تصویـب پایه‌های جدید در حال انجام است که بحث پایه‌های مالیاتی از محل درآمد خانوار و همچنین عایدی سـرمایه در حال بررسـی بـوده و احتمالا برای اجرا در سـال بعد مصوب خواهد شد.

به گفتـه وی، حذف معافیت‌هـای مالیاتی و سـاماندهی آن با توجه به تکمیل سـامانه‌ها و بانک‌هایس اطلاعاتی نیز موضوعی اسـت که می‌تواند موجب ایجاد درآمدهای قابل توجهی برای دولت شود.

پیشنهاد مرکز پژوهش‌های مجلس برای اشتغال‌زایی در اقتصاد ایران

ساختار تعیین دستمزد در ایران تغییر می‌کند؟

مرکز پژوهش‌های مجلس شـورای اسـلامی در تازه‌ترین گزارش خود، خواستار تغییر شرایط تعیین حداقل دستمزد با توجه به مولفه‌های منطقه‌ای و سنی کارگران شد.

به گزارش خبرآنلاین، تحلیلگران اقتصادی معتقدند فاصله متوسـط سـال‌های تحصیل جوانان و زنان از سـطح تحصیلات مورد نیاز مشـاغل موجود در برخی از استان‌های کشور نزدیک به ۱۰ سال رسیده است که نشان می‌دهد در صورت عدم تغییر ساختار تولید و تقاضای نیروی کار در این مناطق طی سال‌های آتی، امکان یافتن شغل برای افراد بیکار این گروه‌ها تقریبا ناممکن خواهد شد.

بند «الـف» تبصره ۱۸ قانون بودجه سـال ۱۳۹۷ کل کشـور، مهم‌ترین حکم بودجه‌ای دولت در زمینه اشـتغال‌زایی در سال ۱۳۹۷ است که با توجه به رویکرد دولت و مجلس مبنی بر تلفیق منابع اشـتغال‌زا در بودجه سـنواتی، تقریبا تمامی منابع اعتباری مورد نیاز برای اجرای برنامه‌های اشتغال‌زا و تولید در قالب آن لحاظ شده است.

یکی از مهم‌ترین موانع پیش روی اجرای برنامه‌های تولید و اشـتغال تنگناهای بودجه‌ای دولت و عدم تامین منابع پیش‌بینی شده برای اجرای برنامه‌های موضوع تبصره ۱۸ بوده اسـت. ۵ هزار میلیارد تومان منابع پیش‌بینی شـده در جزء ۲ بند «الف» تبصره ۱۴ قانون بودجه سـال ۱۳۹۷ کل کشـور به موضوع تولید و اشتغال اختصاص داده نشـد. همین امر باعث شـد که دولت براساس مصوبه شورای عالی هماهنگی سرانه سه قوه نسبت به برداشت از منابع صندوق به منظور تامین منابع مالی موردنیاز برای اجرای برنامه‌های تولید و اشـتغال اقدام کند و شـورای عالی هماهنگـی اقتصادی در تاریـخ ۱۴ تیر ۱۳۹۷ مبلغ یک میلیارد دلار برداشـت از منابع صندوق توسـعه ملی برای پشتیبانی و اسـتمرار برنامه‌های مذکور در سال ۱۳۹۸ تصویب کند.

تازه‌ترین گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس نشـان می‌دهد که تجربه این حکم به دلیل ناهماهنگی‌های اجرایی و بین‌دسـتگاهی تاکنون عملکرد موفقی نداشـته است. بر این اساس، پیشنهاد شده است که برای اجرای بهتر این قبیل سیاست‌ها در سال‌های آینده، راهکارهای اجرایی و سیاستی همچون تعیین متولی مشخص و واحد برای اجرای برنامه‌ها، تقسیم کار بین سازمان برنامه و بودجه و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، اسـتفاده از تجربه اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های اشتغال‌زایی به خصوص برنامه اشـتغال فراگیر و قانون اشـتغال روسـتایی، تعیین فعالیت‌ها و بخش‌های تولیدی اشتغال‌زای اولویت‌دار با همکاری تمام دستگاه‌های فرابخشی و بخشـی، پایش و نظارت کارا بر طرح‌های اشتغال و تولید، تهیه برنامه‌های اجرایی مشـخص برای عملیاتی کـردن طرح‌های اولویـت‌دار، تعیین وظایـف هر یک از دسـتگاه‌های اجرایی ذی‌ربط در پیشـبرد برنامه‌های اجرایی، پایش (نظارت حین اجرا) نظام‌مند و مسـتمر اجرای برنامه‌های اجرایی و پاسـخ‌گویی بالاترین مقامات دسـتگاه اجرایی به مراجع سیاسـت‌گذاری، قانون‌گذاری، نظارتی و افکار عمومی نسبت به عملکرد دستگاه متبوع خویش در انجام وظایف محوله در نظر گرفته شود.

اشتغال‌زایی از طریق افزایش تطابق سمت عرضه با تقاضای نیروی کار

در این میان، شـواهد نشـان می‌دهد که طی دهه گذشـته پوشش تحصیلات دانشـگاهی روندی صعودی داشـته و در مقابل بخش تقاضای نیروی کار نتوانسته است مشاغلی متناسب با این سطح از تحصیلات ایجاد کند. یکی از نتایج این عدم تعادل، افزایش سطح تحصیلات جمعیت بیکار (بالاخص در میان زنان جوان) بوده است. نتیجه دیگر این عدم تعادل، افزایش عدم تطابق نیروی در سن کار و مشاغل موجود بوده که در اسـتان‌هایی که سـهم بخش خدمات و صنعت در سطح بالایی نیست، نمود بیشتری یافته است. همچنین فاصله متوسط سال‌های تحصیل جوانان و زنان از سـطح تحصیلات موردنیاز مشـاغل موجود در برخی از استان‌های کشور نزدیک به ۱۰ سـال رسیده است که نشـان می‌دهد در صورت عدم تغییر ساختار تولید و تقاضای نیروی کار در این مناطق طی سال‌های آتی، امکان یافتن شغل برای افراد بیکار این گروه‌ها تقریبا ناممکن خواهد شد.

همچنین بازار کار ایران طی ۳۰ سـال اخیر شـاهد تحولاتـی بنیادین بوده، به طوری که طی سـال‌های اخیر عرضه نیروی کار در کشـور به ویژه تحت‌تاثیر رشد شتابان جمعیت در سال‌های اول انقلاب اسلامی کشور قرار داشته و ترکیب جوان جمعیت کشـور فشـار خود را متوجه عرضه نیروی کار ساخته است، به طوری که متوسط سالانه عرضه جدید نیروی کار طی دهه اخیر از رشد قابل توجهی برخوردار شده است.

افزایش نرخ مشـارکت فارغ‌التحصیلان دانشـگاه‌های کشور و همچنین افزایش نرخ مشارکت زنان، از دیگر موضوعاتی است که روند افزایشی عرضه نیروی کار در کشور را تشدید کرده است. بر این اساس، اهمیت موضوع اشتغال در شرایط فعلی بیش از پیش شده است. به این منظور مرکز پژوهش‌های مجلس اعتقاد دارد که از طریق برنامه‌هایی چون افزایش مهارت جوانان از طریق توسعه آموزش‌های رسمی مهارت‌محور با تلفیق منابع بخش دولتی و سـازمان‌های غیرانتفاعی و تشکل‌های مردم نهاد، حمایت از کارفرمایان و کارآفرینان از طریق ترغیب و تشویق کارفرمایان کارگاه‌های تولیدی و خدماتی در به‌کارگیری دانش‌آموختگان دانشگاهی بیکار شغل اولـی با کمک ارائه تسـهیلات بانکی و بیمه‌ای، اسـتفاده از ظرفیت بالقوه جوانان در حـوزه آی‌تی برای توسـعه فعالیت‌هـای حوزه خدمات از طریق ایجاد شـبکه گردشـگری و فنـاوری اطلاعات در جلب گردشـگران خارجی، حمایـت از ایجاد صندوق‌های سـرمایه‌ای خطرپذیـر و صندوق‌های پژوهش و فنـاوری در حمایت از ایجاد اسـتارت‌آپ‌ها و محصولات دانش‌بنیان، افزایش قابلیت جذب و اشـتغال دانش‌آموختگان از طریق انتقال مهارت و تجربه در محیط کار برای ورود به بازار کار و نیز استفاده از اطلاعات استخراج شده برای بهبود سیاست‌گذاری بازار کار، می‌توان زمینه افزایش تطابق شغلی و اشتغال جوانان در عرصه اقتصادی را فراهم کرد.

اشتغال‌زایی از طریق اصلاح ساختار دستمزد

در کشـورهای کمتر توسـعه‌یافته به علت نبود نهادهای کارآمـد و کامل، عدم وجـود اتحادیه‌های کارگری قـوی، دولت‌ها به منظور حمایت از نیروی کار (کارگر یا کارفرما) مسـتقیما در بازار کار دخالت کرده و قانون وضع می‌کنند. یکی از این موارد، تعیین حداقل حقوق و دستمزد نیروی کار است و هدف از آن عمدتا حمایت از نیروی کار شاغل و افزایش قدرت خرید، توان چانه‌زنی و شرایط رفاهی آن است.

این در حالی است که در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته، دولت هیچ مداخله‌ای در این خصوص نداشته و به کارفرمایان و کارگران اجازه داده می‌شود با یکدیگر مذاکره کنند و به صورت دوجانبه به توافق برسند.

در ایران نیز طبق ماده ۴۱ قانون کار، شورای عالی کار همه ساله موظف است میـزان حداقل مزد کارگران را برای نقاط مختلف کشـور و یا صنایع مختلف با توجـه به دو معیار تعیین کند: حداقل مزد کارگران با توجه به درصد تورمی که از طرف بانک مرکزی اعلام می‌شود. - حداقل مزد بدون آنکه مشخصات جسمی و روحی کارگران و ویژگی‌های کار محول شـده را مورد توجه قرار دهد، باید به اندازه‌ای باشـد تا زندگی یک خانواده که تعداد متوسط آن توسط مراجع رسمی اعلام می‌شود را تامین کند.

اما در حال حاضر شورای عالی کار سالانه تنها یک نوع حداقل حقوق و دستمزد بـرای تمام مناطق و صنایع کشـور اعـلام می‌کند و همین امـر، انعطاف‌ناپذیری در روابـط کارگر و کارفرمایی را تشـدید کـرده و از موانع مهم در ایجاد اشـتغال و گسـترش اشتغال غیررسمی اسـت. این تاکید برای آن است که توان اقتصادی کارفرمایان شـهری و روستایی، بنگاه‌های خرد و بزرگ یکسان نیست و لحاظ این مسـاله در تعیین حداقل دستمزد، انعطاف روابط کارگر و کارفرما را بیشتر کرده و زمینه گسـترش اشتغال خواهد بود. درمجموع مسائل نظام فعلی حداقل دستمزد سراسری را می‌توان در بندهایی چون معیار نادرست انتخاب سطح حداقل دستمزد، یکسـان بودن برای تمامی مناطق و گروه‌های سنی، اعمال نشدن حداقل دستمزد در بسـیاری از مناطق و ایجاد انگیزه برای اشتغال غیررسمی، محقق نشدن هدف سیاست‌گذار در حمایت از شاغلان به خصوص در مناطق محروم به دلیل اثرگذاری سیاسـت حداقل دستمزد سراسری و قیمت‌گذاری سراسـری در بازار محصول بر تخصیص منابع خلاصه کرد.

بر این اسـاس، توصیه سیاسـتی مرکز پژوهش‌های مجلس این بوده اسـت که به‌دلیل پیچیدگی و احتمال ایجاد اختلال در بازار کار، بهتر است با در نظر گرفتن تفاوت‌های ساختار رشـته فعالیت‌های مناطق مختلف حداقل دستمزد به صورت منطقه‌ای و سنی انتخاب شود. رویکرد اصلاحی نیز در این خصوص این‌گونه است: برداشتن بار حمایتی از روی موضوع حداقل دستمزد - اصلاح نظام تامین اجتماعی به‌گونه‌ای که فشـار اجتماعی برای حمایت از طریق حداقل دستمزد کاهش یابد - تعیین حداقل دستمزد براساس جغرافیا و سن.

شاخص مدیران خرید در مردادماه روی ۴۵،۷۹ واحد ایستاد

انتظار برای بازگشت رکود

اتاق بازرگانی ایران، شـاخص مدیران خرید موسـوم به شـامخ را برای مردادماه امسال ۴۵،۷۹واحد اعلام کرد که نسبت به شامخ ماه قبل ۴،۲۸ واحد معادل ۸،۵۴درصد کاهش یافته است. این میزان افت می‌تواند نشانگر انتظار بازگشـت رکود به فعالیت‌های اقتصادی باشد، هرچند ورود بخشی از صنعت به تعطیلات تابستانی نیز در این شاخص بی‌تأثیر نبوده است.

مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی اتاق ایران از مهرماه ۱۳۹۷ اسـتخراج و انتشـار شاخص مدیران خرید (PMI) موسـوم به شاخص شامخ را برای نخستین بار در کشور در دستور کار قرار داده و در یازدهمین دوره انتشار این شـاخص، شـامخ مرداد ۱۳۹۸ را ۴۵،۷۹ واحد محاسـبه کرده است. بر این اسـاس، شـامخ مردادماه در مقایسه با شـامخ تیرماه بالغ بر ۴،۲۸ واحد، معادل ۸،۵۴ درصد افت کرده و زیر ۵۰ واحد ثبت شـده اسـت که از تشدید انقباض در فعالیت‌های اقتصادی و بازگشت انتظارات رکودی به فعالیت‌های اقتصادی حکایت دارد.

در گزارش شـامخ مردادماه، پس از دو ماه ثبات، شـاخص کل شـامخ وضعیت بدتری را نسـبت به قبل تجربه کرده؛ هرچند در این میان ورود برخی کارخانه‌ها به تعطیلات تابستانی نیز بی‌تأثیر نبوده است. بااین‌وجود آمارها نشان می‌دهد کاهش در صادرات و فروش کالا به حدی بوده است کـه علی‌رغم کاهش در میزان تولید، بـه افزایش موجودی محصولات در انبارها منجر شده است.

طبق اظهارنظر فعالان اقتصادی در نظرسـنجی‌های مرتبط با شـامخ، آرامش نسبی در بازار ارز و به‌تبع آن کاهش قیمت مواد اولیه و فعالیت‌های سیاسـی ثبات‌دهنده وضعیت اقتصادی از مهم‌ترین دلایل خوش‌بینی به بهبود تولید در ماه شهریور اعلام شده است. براساس تازه‌ترین محاسباتی که از سـوی اتاق ایران برای استخراج شـامخ انجام شده، شامخ مردادماه امسـال ۴۵،۷۹ واحد اعلام شـده که نسبت به شامخ ماه قبل ۴،۲۸ واحد معـادل ۸،۵۴ درصـد کاهش یافته و بیـش از هر چیـز از انتظار فعالان اقتصادی برای بازگشت رکود حکایت دارد.

گفتنی اسـت در جریان استخراج شـامخ، اگر عدد شاخص بیش از ۵۰ واحد باشـد، نشـان می‌دهد که اقتصاد درحال‌توسعه است درحالی‌که هر رقمی زیر ۵۰ واحد، از قرار داشتن اقتصاد در شرف انقباض و رکود حکایت دارد. شاخص PMI دارای ویژگی‌های متمایزی است که آن را مورد توجه بسـیاری از شرکت‌ها و کشورهای جهان قرار داده است. اطلاعات شاخص شامخ می‌تواند در شرکت‌های مدیریت دارایی، صندوق‌های خریدوفروش سهام و اوراق با بازدهی ثابت، فعالان بورس کالا، برنامه‌ریزان کسب‌وکارهای شرکتی، مدیران زنجیره تأمین و بانک‌های مرکزی مورد استفاده قرار گیرد.

اما درخصوص شاخص شـامخ در مردادماه ۱۳۹۸، تقریباً وضعیت تمامی متغیرهای تشـکیل‌دهنده شاخص (به‌جز متغیرهای سرعت انجام و تحویل سـفارش و میزان اسـتخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی) نسبت به ماه قبل بدتر شده است که نشان از رکود در بخش صنعت کشور دارد. پس از دو ماه ثبات، شاخص کل نیز وضعیت بدتری را نسبت به قبل به نمایش می‌گذارد که دراین‌بین ورود برخی کارخانه‌ها به تعطیلات تابستانی مردادماه نیز بی‌تأثیر نبوده اسـت. میزان کاهش در صادرات و فروش کالا به حدی بوده اسـت که کاهش تولید پاسـخگوی آن نبوده و منجر به افزایش موجودی انبار گشـته است. قیمت مواد اولیه در مردادماه نسبت به ماه قبل تغییر زیادی نداشته اما موجودی آن همچنان کاهشی بوده است. رکود در سمت تقاضا نیز به‌گونه‌ای بـوده که حتی کاهش قیمت محصولات تولیدی نتوانسـته اسـت منجر به افزایش سفارشات جدید و فروش شود. نکته جالب‌توجه آن است که فعالان اقتصادی اظهار داشته‌اند انتظار دارند تولید ماه آتی را افزایش دهند که شاید بتوان علت این خوش‌بینی را آرامش فعلی بازار ارز، برگشـت مجدد به تولید پس از تعطیلات تابستانی و همچنین تحرکات سیاسی اخیر اروپا و تلاش‌های دیپلماتیک ایران برای حفظ برجام دانست.

تولید مسکن روی ریل اصلاحات قرار گرفت

چکش‌کاری طرح «اقدام ملی مسکن»

تعامل سازندگان با دولتمردان برای سرعت‌دهی به پروژه «اقدام ملی تولید و عرضه مسکن» این طرح را به مرحله چکش‌کاری چارچوب قراردادها رسانده است و انتظار می‌رود در ماه‌های آینده کارها تسریع شود.

به گزارش ایسنا، طرح «اقدام ملی تولید و عرضه ۴۰۰ هزار واحد مسکونی» به عنوان جانشین پروژه فرسایشی «مسکن مهر» که با سه ایراد مهم چگونگی تامین نقدینگی، زیرساخت و نیاز بازار مواجه بود، با تجربه گرفتن از اشکالات مسکن مهر به شکل آزمایشی از ۲۵ دی‌ماه سال ۱۳۹۷ آغاز و ۵ شهریورماه ۱۳۹۸ به طور رسمی توسط رئیس‌جمهور کلید خورد. در پروژه اقدام ملی، قراردادها از قالب کارفرمایی دولت که در مسکن مهر وجود داشت به مشارکت تغییر شکل داد. با این حال ۴۲ ایراد وارد بر نحوه تنظیم قراردادهای پروژه مسکنی دولت روحانی، نگرانی‌هایی درخصوص روند اجرای طرح ایجاد کرده است.

از جمله موارد اشکال که انبوه‌سازان به تیپ قراردادها وارد کرده‌اند می‌توان به ابهاماتی در زمینه تامین بودجه ساخت توسط شریک، معارض زمین، نوسانات بازارهای موازی، برآورد قیمت تمام شده، تعهد نظام مهندسی، بوروکراسی، مسئولیت خسارات و تعهدات طرفین اشاره کرد. سازمان ملی زمین و مسکن، طراحی قراردادها را برعهده داشته است. با این حال سازندگان رایزنی‌هایی را با مقامات وزارت راه و شهرسازی برای رفع اشکالات داشته‌اند. گفته می‌شود تیپ قراردادهای مشارکت بین شرکت بازآفرینی با انبوه‌سازان که ۱۰۰ هزار واحد را برعهده گرفته ایراد چندانی ندارد اما در بخش مربوط به بنیاد مسکن که ۱۰۰ هزار واحد و شهرهای جدید که ۲۰۰ هزار واحد را عهده‌دار شده‌اند اشکالات به قوت خود باقی است و انتظار می‌رود موارد اختلافی به حداقل برسد. البته در شهرهای جدید از دی‌ماه سال گذشته عملیات اجرایی ۷۰ هزار واحد آغاز شده که به طور میانگین در مرحله ۱۵درصد پیشرفت فیزیکی قرار دارد.

سه ایراد مهم سازندگان به پروژه

دبیر کانون انبوه‌سازان درباره میزان استقبال از پروژه اقدام ملی از سوی تشکل مربوطه به ایسنا گفت: سازمان ملی زمین و مسکن یک تیپ قرارداد برای دو مجموعه شرکت عمران شهرهای جدید و بنیاد مسکن تنظیم کرده است. از سوی دیگر شرکت بازآفرینی فرمت متفاوتی ارائه داده که البته بهتر و پخته‌تر از فرمول ارائه شده از سوی سازمان ملی زمین و مسکن است.

فرشید پورحاجت با بیان اینکه هیچ جایگاهی برای سازندگان در این قراردادها دیده نشده است، گفت: دولت به بخش خصوصی می‌گوید در زمین‌های ما سرمایه‌گذاری کنید و در نهایت اگر پروژه مطابق استاندارد ما بود سهمی را به شما انتقال می‌دهیم. ماهیت این مساله مورد اعتراض ما است. از سوی دیگر نحوه فروش برای بخش خصوصی مشخص نیست؛ در صورتی که دولت برای خود این موضوع را مشخص کرده است. درخصوص تامین منابع از طریق تسهیلات نیز شرایطی را فراهم کرده‌اند که اساسا بخش خصوصی امکان دریافت آن را ندارد. عنوان کرده‌اند که ما باید ۱.۵ برابر آورده دولت، تضامین بدهیم. حال که قرار است ما ۱.۵ برابر تضمین بدهیم دیگر چه لزومی دارد با دولت مشارکت کنیم؟ سازندگان اگر چنین منابعی داشته باشند خود رأسا اقدام به ساخت و ساز می‌کنند.

تیپ قرارداد شرکت بازآفرینی با سازندگان دارای کمترین ایراد است

مدیرعامل شرکت بازآفرینی شهری نیز درباره میزان استقبال سازندگان از طرح اقدام ملی در حوزه بازآفرینی به ایسنا، گفت: شرکت بازآفرینی شهری با سازندگان قرارداد مشارکت مستقل تنظیم کرده است. ما ابتدا چندین جلسه هماهنگی با انبوه‌سازان و توسعه‌گران برگزار کردیم. ضمن اینکه خودمان در این حوزه‌ها صاحب تجربه هستیم با ضرایب و حساسیت آنها آشنایی داریم. لذا چارچوبی که ما تنظیم کردیم از دید آنها ایراد خاصی نداشت. تنها سه چهار مورد ابهام مطرح کردند که ما آنها را رفع کردیم. انشاءالله با چارچوبی که ما ارائه دادیم حتما فراخوان‌ها با استقبال مواجه می‌شود.

سید محمد پژمان با بیان اینکه در بافت‌های ناکارآمد حدود ۲۰ هزار تسهیلات نوسازی به متقاضیان داده شده است، گفت: موارد متعددی فراخوان در دستور کار داریم که مقدمات آن در حال آمادگی است. انتظار داریم حدود ۲۵ هزار واحد را در قالب طرح اقدام ملی در فاصله دو سه ماهه عملیاتی کنیم. مابقی نیز تا پایان کار دولت دوازدهم انجام خواهد شد.

ساخت ۷۰ هزار واحد در شهرهای جدید کلید خورده است

قبل از آغاز رسمی عملیات طرح اقدام ملی، ساخت ۵۷ هزار واحد مسکونی در قالب این طرح در شهرهای جدید آغاز شده بود و به گفته مدیرعامل شرکت عمران شهرهای جدید، این تعداد هم‌اکنون به ۷۰ هزار واحد رسیده و تنها در ۱۵ روز اخیر ۴۲۰۰ مورد به مرحله اجرا و ۴۱۰۰ مورد به مرحله جانمایی رسیده است. برخی از این تعداد در مرحله فندانسیون و حتی اسکلت قرار دارد. به گفته حبیب‌اله طاهرخانی، با توجه به شروع پروژه‌ها از سال ۱۳۹۷ در شهرهای جدید متوسط پیشرفت در بخش ساخت و آماده‌سازی ۱۵درصد است.

آمار ارائه‌شده از سوی طاهرخانی گویای آن است که با وجود مشکلات و موانعی که ممکن است در هر طرحی وجود داشته باشد، سازندگان برای اجرای طرح اقدام ملی تولید و عرضه مسکن، پای کار آمده‌اند.

بنیاد مسکن ثبت نام را به شکل پایلوت آغاز کرد

یک روز پس از آغاز رسمی مراسم طرح اقدام ملی، بنیاد مسکن ثبت نام را البته به شکل آزمایشی از استان کرمان آغاز کرد. اباذر جابری، مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی و تحقیقات مسکن شهری بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، با بیان اینکه ثبت‌نام متقاضیان در سامانه آباد و به صورت پایلوت در کرمان از روز ششم شهریورماه به مدت پنج روز انجام می‌شود، گفت: این ثبت نام به صورت آزمایشی در استان کرمان انجام می‌شود و چنانچه ایرادی وجود نداشته باشد به صورت سراسری در کل کشور انجام خواهد شد.

طرح اقدام ملی تولید مسکن براساس دستور رئیس جمهور به همه دستگاه‌های کشور مبنی بر اینکه باید همه زمین‌های مازاد در اختیار وزارت راه و شهرسازی برای تولید مسکن واگذار شود، با هدف بسترسازی و فراهم آوردن زمینه رونق تولید در حوزه مسکن و ساختمان و جبران تولید عقب ماندگی سال‌های گذشته برنامه‌ریزی و اجرا شده است.

وزیر راه و شهرسازی که همواره تاکید کرده مسکن با پسوند را قبول ندارد درباره این برنامه می‌گوید: از روز رونمایی (زمستان سال ۱۳۹۷) سعی کردیم نقاطی را انتخاب کنیم که هم از سرانه‌های خدماتی و زیرساخت‌های مناسبی برخوردار باشد و هم شاهد تقاضا در این مناطق باشیم.

بازگشت قیمت تسه به کانال ۴۰ هزار تومان

وام مسکن معادل قیمت چند متر خانه است؟

متوسط قیمت هر متر واحد مسکونی در تهران براساس اعلام دفتر اقتصاد مسکن، ۱۳میلیون تومان است که با وام ۱۴۰ میلیونی مسکن می‌توان ۱۰,۷ متر از یک واحد ۶۰ متری خریداری کرد.

به گزارش مهر، اوراق تسهیلات مسکن در هفته گذشته در کانال ۳۰ هزار تومانی تثبیت شده بود که در دو روز نخست هفته جاری به دلیل آغاز تعطیلات متوالی تا پایان هفته، تا حدودی با کاهش عرضه این برگه‌ها در بازار سرمایه روبه رو شده‌ایم؛ با کاهش نسبی عرضه اوراق گواهی حق تقدم تسهیلات مسکن در روزهای شنبه و یکشنبه هفته جاری، قیمت این برگه ها با نماد معاملاتی «تسه» کمی افزایش یافت و به کانال ۴۰ هزار تومان بازگشت.

هرچند که در معاملات یکشنبه ۱۷ شهریورماه دیگر خبری از برگه‌های ۴۲ و ۴۳ هزار تومانی که در معاملات روز شنبه ۱۶ شهریور شاهد آن بودیم، نیست و بخش عمده نمادهای معاملاتی اوراق تسهیلات مسکن بر روی ۴۰ و ۴۱ هزار تومان ثابت مانده است.

در حال حاضر پرفروش‌ترین نمادِ بالای ۴۲ هزار تومان در بازار برگه‌های تسهیلات مسکن، نماد معاملاتی تسه ۹۸۰۵ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در مرداد ۹۸) بوده و در سایر نمادهای معاملاتی اکثراً شاهد عرضه در بازه ۴۰ تا ۴۱ هزار تومانی هستیم.

میانگین قیمت هر برگه در معاملات یکشنبه ۱۷ شهریور در ارزانترین نماد معاملاتی مربوط به تسه ۹۶۱۱ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در بهمن ۹۶) با نرخ ۴۰ هزار و ۱۰۰ تومان و تسه ۹۷۰۷ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در مهر ۹۷) به نرخ ۴۰ هزار و ۴۴۴ تومان بوده و در سایر نمادها نیز با میانگین ۴۱ هزار تومان به فروش می‌رسد.

در سه نماد معاملاتی تسه ۹۷۰۶، تسه ۹۷۰۴ و تسه ۹۸۰۲ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در ماه‌های تیر و شهریور ۹۷ و اردیبهشت ۹۸) نیز در کنار اوراق تسهیلات مسکن صادره در مرداد امسال (۹۸۰۵) این اوراق در متوسط قیمتی ۴۲ هزار تومان خرید و فروش می‌شوند.

این در حالی است که در معاملات شنبه ۱۶ شهریور فرابورس، در ۴ نماد معاملاتی قیمت اوراق تسهیلات مسکن به دامنه ۴۴ هزار تومانی رسیده بود که شاهد افت قیمت ۳ هزار تومانی این برگه‌ها در دومین روز هفته جاری بودیم.

بیشترین ارزش ریالی بازار اوراق تسهیلات مسکن به نماد معاملاتی تسه ۹۸۰۵ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در مرداد امسال) با فروش حدوداً ۹ هزار برگه و انجام ۶۳۱ معامله به ارزش حدوداً ۴۰۰ میلیون تومان تعلق داشت.

این در حالی است که این نماد معاملاتی (تسه ۹۸۰۵) در معاملات روز شنبه به تعداد ۱۸ هزار برگه عرضه و تعداد ۱۴۵۷ فقره معامله برای آن ثبت شد که ارزش ریالی آن حدود ۸۰۰ میلیون تومان بود.

پس از آن اوراق تسهیلات مسکن صادره در خرداد امسال (تسه ۹۸۰۳) با عرضه ۵ هزار برگه و انجام ۲۵۰ فقره معامله به ارزش ۲۰۰ میلیون تومان در رتبه دومِ ارزش ریالی بازار اوراق تسهیلات مسکن در معاملات یکشنبه ۱۷ شهریورَ قرار گرفت.

با توجه به اینکه میانگین قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در تهران براساس گزارش دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی در مردادماه امسال، کمی بیش از ۱۳ میلیون تومان بود و از سوی دیگر سقف تسهیلات خرید مسکن ویژه زوجین در تهران ۱۴۰ میلیون تومان است، بنابراین با هر فقره وام مسکن زوجین می‌توان تنها ۱۰.۷ متر از یک واحد مسکونی ۶۰ متری به ارزش ۷۸۰ میلیون تومان در پایتخت را خریداری کرد.

همچنین با توجه به اینکه سقف وام خرید مسکن فردی در تهران ۹۰ میلیون تومان است، با هر فقره وام مسکن فردی می‌توان تنها حدود ۷ متر مربع از یک واحد مسکونی ۶۰متری در تهران به ارزش ۷۸۰ میلیون تومان را خریداری کرد.

۳ عاملی که تقاضای ارز را تحت فشار قرار می‌دهد

پیام ارزی رئیس‌کل بانک مرکزی

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به سه فشار تقاضا برای ارز ناشی از متقاضیان ارز عمره مستحبی، متقاضیان ارز سفر به عراق و واردات کالاهای اساسی و ضروری (۱۶میلیارد یورو برای شش ماه) گفته است: علی‌رغم تداوم فشار حداکثری، بازار ارز به روند باثبات خود ادامه می‌دهد. عبدالناصر همتی در پست اینستاگرامی خود نوشته است «علی‌رغم تداوم فشار حداکثری، بازار ارز به روند باثبات خود ادامه می‌دهد و شرایط تحت کنترل و رصد است.» اما در ادامه به سه عاملی که تقاضا برای ارز را تحت فشار قرار می‌دهد اشاره کرده است. به گفته وی، «طی کمتر از شش ماه نخست سال جاری بیش از ۱۶ میلیارد یورو برای کالاها و خدمات اساسی و ضروری کشور از طریق بانک مرکزی و سامانه نیما و سایر روش‌ها تعیین شده است. این روند به حول و مدد الهی ادامه خواهد داشت.»

سپس وی اشاره کرده که جدای از نیاز ارزی برای واردات کالاهای اساسی عاملی دیگر برای افزایش تقاضا در بازار ارز وجود دارد. طبق نوشته او، «بانک مرکزی تلاش خود را برای تامین نیاز ارزی حج واجب انجام داد، اما با توجه به شرایط پیچیده ارزی کشور، اولویت بانک تامین نیازهای اساسی و دارو است. لذا، در مقطع کنونی، تامین ارز عمره مستحبی نمی‌تواند در اولویت کاری بانک باشد.»

سومین عاملی هم که بازار ارز را می‌تواند تحت فشار قرار دهد مربوط به متقاضیان سفر زیارتی به عراق است. همتی در این مورد اظهار کرده است: «متاسفانه تلاش و مذاکره با مسئولین عراقی برای تامین دینار برای زوار بزرگداشت حماسه عظیم اربعین به نتیجه نرسید. لذا با عنایت به تجربه تلخ سال گذشته در جریان توزیع ارز در داخل عراق، زائران عزیزی که نیاز به ارز دارند می‌توانند از هم اکنون از بانک‌ها و صرافی‌های مجاز نسبت به تهیه آن اقدام نمایند.»

همتی تصریح کرده است: علی‌رغم تداوم فشار حداکثری تحریم‌ها، بازار ارز به روند باثبات خود ادامه می‌دهد.

بازار کار

از پرورش قارچ و بلدرچین تا طراحی گرافیک و بازاریابی شبکه‌ای

شغل‌های خانگی پولساز را بشناسید

این روزها مشاغل خانگی در حال گسترش است و روز به روز به فعالان این عرصه افزوده می‌شود. بسیاری از کارآفرینان موفق مرد و زنی که وارد بازار کار شده و به درآمدزایی رسیده‌اند، از مشاغل خانگی شروع کرده و ایده‌های خلاقانه خود را به کار گرفته‌اند. به اعتقاد صاحبنظران، کسب‌وکارهای خانگی یکی از بهترین و مطمئن‌ترین راه‌ها برای درآمدزایی به شمار می‌رود و گسترش آن به توسعه اقتصاد، کاهش فقر و بیکاری منجر می‌شود. در کسب و کارهای خانگی مشارکت تمام اعضای خانواده لازم نیست و فعالیت اقتصادی یک یا چند نفر از اعضای خانواده می‌تواند به این کسب و کارها رونق ببخشد.

به گزارش ایسنا، از نگاه سازمان بین‌المللی کار (ILO) موقعیت مکانی و وجود کسب و کار در خانه ملاک تلقی کردن آن به عنوان مشاغل خانگی است و کنوانسیون ۱۸۹ سازمان بین‌المللی کار، کار شایسته و ضرورت پرداختن به وضعیت کارگران خانگی اعم از پرستار بیمار در منازل، راننده و آشپز را به رسمیت شناخته است.

امروز کار خانگی به یک منبع مهم اشتغال و درآمد به ویژه برای زنان تبدیل شده است. کار در خانه نه تنها کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد بلکه موجب می‌شود افراد بیشتری مشغول کار شده و سطح درآمد خود را افزایش دهند و از این جهت به اقتصاد خانوار نیز کمک می‌شود. افراد به جای صرف هزینه‌های کلان برای اجاره مغازه یا خروج از منزل و گرفتار شدن در ترافیک و شلوغی‌های خیابان و یا داشتن استرس رسیدن به محل کار، به آسانی کسب و کار خود را در خانه توسعه می‌دهند و علاوه بر صرفه‌جویی در وقت، با خیالی آسوده به فعالیت اقتصادی در خانه می‌پردازند و در رسیدگی به امور خانواده و تربیت فرزندان نیز موثرتر عمل می‌کنند.

مشاغل خانگی پرسود با درآمد میلیونی!

پرورش بلدرچین، پرورش قارچ، تولید گیاهان زینتی و آپارتمانی، تهیه و پخت‌وپز غذا، خشک کردن میوه، شیرینی‌پزی، بافت فرش و تابلوفرش، عروسک‌سازی، چهل تکه‌دوزی، ساخت زیورآلات و بدلیجات، تولید جعبه‌های کادویی، جواهرسازی، راه‌اندازی مزون لباس خانگی، خیاطی، نویسندگی رمان، مشاوره کسب و کار، طراحی گرافیک، بازاریابی شبکه‌ای، ساخت و تولید گیم و انیمیشن و پرستاری در منزل از جمله کارهایی است که می‌توان در خانه به آنها اشتغال ورزید و به درآمد سرشار و حتی میلیونی رسید.

در همین راستا معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار گام‌های موثری در زمینه توسعه مشاغل خانگی برداشته و الگوی نوین توسعه مشاغل خانگی را از طریق دبیرخانه ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی به اجرا درآورده است.

این الگو به افراد کمک می‌کند در ابتدای کار به بنگاه‌های بالادستی و افراد پشتیبان حقیقی و حقوقی که توان انجام کار را دارند، متصل شده، کار را آغاز کرده، درآمدزایی داشته و به اشتغال و درآمد پایدار دست یابند.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی می‌گوید مشاغل خانگی نه تنها در کشور ما بلکه در بسیاری از کشورهای پیشرفته دنیا مورد توجه قرار دارد و رسته‌های مختلفی اعم از نویسندگی، مشاوره حقوقی، مربی سلامت، مدیریت بازار، تحلیلگری، بازاریابی و ویراستاری را شامل می‌شود.

به اعتقاد وی، اشتغال خانگی برای جوانانی که در حال گذراندن خدمت سربازی هستند فرصت مغتنمی است تا از این طریق مهارت‌آموزی داشته و پس از اتمام سربازی بتوانند کسب و کارهایی در این حوزه راه‌اندازی کنند.

مهناز امامدادی، دبیر ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به انعطاف‌پذیری طرح می‌گوید: این طرح از طریق هدایت و مشاوره و استعدادیابی موجب توانمندسازی متقاضیان مشاغل خانگی می‌شود. توسعه مشاغل خانگی متقاضیان را به پشتیبانان و بنگاه‌های بالادستی متصل می‌کند و امکان درآمدزایی و اشتغال پایدار را برای افراد به وجود می‌آورد.

به گفته وی، شناسایی ظرفیت‌ها، توانمندی متقاضیان و اتصال به بازار کار از مهمترین اهداف طرح به شمار می‌رود و جهاد دانشگاهی به عنوان مجری طرح وظیفه تسهیلگری را برعهده دارد.

دبیر ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی می‌افزاید: اگر در گذشته برای ایجاد یک شغل نیازمند وام بانکی بودیم امروز در حوزه مشاغل خانگی پرداخت تسهیلات در مرحله آخر است چون مشاغل خانگی وابستگی زیادی به گرفتن وام ندارند و افراد با تلاش خود کار را به سرانجام می‌رسانند.

براساس آمارها ۹۲ هزار شغل در بخش مشاغل خانگی طی سال گذشته در کشور ایجاد شده و بیش از ۲۷۰ هزار متقاضی اشتغال خانگی نیز موفق به اخذ مجوز مشاغل خانگی در رشته‌های گوناگون شده‌اند. متقاضیان مشاغل خانگی می‌توانند برای ثبت طرح‌های خود به سایت mashaghelkhanegi.ir مراجعه و متناسب با نوع فعالیت و شغل موردنظر خود یکی از فرم‌های ثبت‌نام (مستقل - تحت پوشش - پشتیبان) را تکمیل کنند. فرم‌های تکمیلی توسط دستگاه اجرایی مربوطه بررسی شده و در صورت تایید طرح در دستگاه اجرایی، مجوز مربوطه صادر خواهد شد.

دولت علی‌رغم محدودیت‌های مالی برای توسعه مشاغل خانگی و ایجاد اشتغال پایدار و حمایت از کارجویان به ویژه زنان سرپرست خانوار، وام و تسهیلات بانکی پیش‌بینی کرده است. در حال حاضر برخی بانک‌ها پرداخت وام و تسهیلات خوداشتغالی و مشاغل خانگی را در دستور کار قرار داده‌اند که بانک مسکن از جمله این بانک‌ها است.

افزایش سقف تسهیلات مشاغل خانگی

صندوق کارآفرینی امید نیز در راستای حمایت از مشاغل خانگی، ۱۵۰۰ میلیارد تومان تسهیلات پرداخت کرده و تاکنون ۲۵ هزار طرح مشاغل خانگی را مورد حمایت قرار داده است. پیش از این سقف تسهیلات فردی مشاغل خانگی ۲۰ میلیون تومان بود که برای حمایت بیشتر در سال ۱۳۹۸ به ۵۰ میلیون تومان افزایش یافته است.

گفتنی است طرح ملی توسعه مشاغل خانگی از جمله طرح‌های اشتغال حمایتی وزارت کار ذیل برنامه اشتغال فراگیر است که اجرای آن با نقش‌آفرینی اثرگذار سازمان جهاد دانشگاهی به عنوان نهاد واسط و تسهیلگر با هدف توانمندسازی و اتصال متقاضیان مشاغل خانگی به بازار فروش محصولات، در ۹ استان آذربایجان غربی، ایلام، کردستان، کرمانشاه، خراسان شمالی، خراسان جنوبی، خراسان رضوی، چهارمحال و بختیاری و لرستان به شکل آزمایشی به اجرا درآمده است.

یادداشت

چه عواملی در تعیین ارزش پول ملی دخیل هستند؟

احمد حاتمی یزد
کارشناس بانکی

قیمت هر دلار آمریکا در ایران به کمتر از ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان رسیده و برخی تصور می‌کنند شـرایط برای ادامه کاهش قیمت ارزهای معتبر وجود دارد، حال آنکه این اتفاق بیشتر وابسته به اتفاقات و تحولات سیاسی است تـا اقتصادی. اقتصاد ایران اکنون در شـرایطی قـرار دارد که به جای بانک مرکزی تحولات سیاسی بین‌المللی نقش اصلی را در قدرت پول ملی دارند، بـه همین دلیل هرگاه احتمال مذاکـره میان ایران و ایالات متحده افزایش می‌یابـد بـازار ارز نیز با افت قیمت مواجه می‌شـود و هـر وقت تنش‌های لفظی و تهدیدات به زبان اصلی طرفین تبدیل می شود، ارزش ریال سقوط می‌کند. از این رو می‌توان گفت به جای بانک مرکزی که نهاد اصلی متولی سیاست‌های پولی در کشور است، دولتمردان سهم بیشتری در تنظیم بازار دارند. افرادی که سـال‌های دهه ۶۰ را به یاد دارند، می‌توانند به خاطرات خـود در روزهای جنگ بازگردند. در آن شـرایط هـم قیمت ارز با توجه به وضعیـت جبهه‌ها تعیین می‌شـد و با اعلام امضـای توافقنامه ۵۹۸ ناگهان قیمـت هر دلار آمریکا حدود ۵۰درصد ریزش داشـت. اکنـون نیز به نظر می‌رسد وضعیت تحریم‌ها یادآور همان روزهاست، این بدان معناست که در شرایط کنونی جنگی بدون رد و بدل شدن آتش در جریان است و چنانچه ایران بتواند با اثبات قدرت دیپلماسی ابتکار عمل را در دست بگیرد، حباب روانـی ارز تخلیه خواهد شـد. در عین حال نباید از نقـش مدیریتی بانک مرکزی در این حوزه به سـادگی گذشت. دو تصمیم اتخاذشده از سوی این نهاد اثر مثبتی بر تحولات بازار داشـت. اول آنکـه مقامات بانک مرکزی به گفت‌وگو با صادرکنندگان پرداختند تا سهم بیشتری از مجموع ۴۹ میلیارد دلار ارز حاصل از این محل به کشور بازگردد. هنگامی که در خردادماه اعلام شـد تنها ۳۰درصد از این رقم به کشـور بازگشته، نهادهای امنیتی در کنار قوه قضائیه فشـار را بر صادرکنندگان متخلف افزایش دادند. گرچه من عدد دقیق بازگشـت این منابع را ندارم ولی تاثیر آن در بازار ارز کاملا مشـهود است. دومین تصمیم بانک مرکزی که اخیرا در دستور این نهاد سیاستگذار قـرار گرفته، ممنوعیت واردات کالا بدون انتقال ارز اسـت ولی هنوز نتایج آن مشـخص نیست و باید بیشتر صبوری کرد تا بتوان بهتر کم و کیف این سیاست و جوانب آن را مورد قضاوت قرار داد. همین نکته نشان می‌دهد در شرایطی که بازار از وضعیت عادی خارج شده و تحت تاثیر تحولات سیاسی قرار دارد، باز هم این قدرت مدیریت اسـت که سـمت و سـو و ارزش پول ملی را روشن می‌سازد.

افزایش امنیت در انجام پرداخت‌های بانکی با فعال کردن رمز پویا

جهت جلوگیری از سوءاستفاده سـودجویان از اطلاعات بانکی و افزایش امنیت در پرداخت‌ها، به مشتریان توصیه می‌شود رمز دوم کارت‌های نقدی خود را به‌صورت رمز پویا و یک بار مصرف، از طریق سـامانه‌های بانکداری الکترونیک بانک پاسارگاد فعال و دریافت کنند.

به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسـارگاد، مشتریان می‌توانند با سهولت و بدون نیاز به نصب اپلیکیشـن‌های جدید، از طریق سامانه بانکداری مجازی و یا سامانه موبایل‌بانک (همراه بانک)، رمز پویا را فعال کنند و جهت دریافت رمـز دوم پویا صرفاً از طریق سـامانه موبایل‌بانک (همراه بانک) اقدام کنند. به این ترتیب که در سامانه بانکداری مجازی از طریق گزینه «مدیریت نوع رمز دوم» در بخش «کارت‌های من» و در سامانه همراه‌بانک از طریق گزینه فعال/غیرفعال‌سـازی رمـز یکبار مصرف کارت در بخـش «عملیات کارت» امکان فعال‌سازی این نوع رمز وجود دارد.

بر این اساس، در صورتی‌که مشـتریان، سامانه موبایل‌بانک (همراه‌بانک) پاسـارگاد را بر روی گوشـی‌های تلفن‌همراه خود نصب کرده باشند، بدون نیاز به دریافت اپلیکیشن‌های جدید و یا بدون مراجعه به شعبه‌ها می‌توانند عـلاوه بـر دریافت انواع خدمات بانکی ارائه‌شـده در این سـامانه، از امکان فعال‌سازی رمز پویا نیز بهره‌مند شوند.

دلالان ارز چگونه به حاشیه رانده شدند؟

اجرای ۳۰ عملیات مهم بانک مرکزی در بازار ارز

در حالی سـال ۹۸ به نیمه خود نزدیک شـده که در طول مدت شش ماه گذشـته تقریبا بازار ارز به یک ثباتی رسـیده است؛ نکته‌ای که اخیرا رئیس‌کل بانک مرکزی در یادداشـت اینستاگرامی خود تایید کرد و گفت کـه «با وجود تداوم فشـار حداکثری، بازار ارز به رونـد باثبات خود ادامه می‌دهد و شرایط تحت کنترل و رصد است.»

به گزارش خبرآنلاین، بررسی وضعیت بازار از ابتدای سال تاکنون نشان می‌دهد که قیمت دلار از کاهش ۱۰درصدی برخوردار بوده اسـت. بانک مرکـزی نیز چندی پیش اعلام کرد که متوسـط نرخ دلار در چهار ماهه نخست سـال ۹۸ به ۱۳ هزار و ۵۳۷ تومان رسید و قیمت این ارز در تیر ۵.۸درصد نسبت به خرداد ماه کاهش یافت.

براساس آمار بانک مرکزی، متوسط قیمت فروش یک دلار آمریکا در تیر ۱۳۹۸ در بازار آزاد شـهر تهران ۱۲ هزار و ۶۴۸ تومان بود که در مقایسه با ماه قبل ۵.۸ درصد کاهش داشته است. همچنین حداقل و حداکثر نرخ فروش یـک دلار آمریکا در ماه مذکور به ترتیب ۱۱ هزار و ۳۴۰ تومان و ۱۳ هزار و ۲۴۸ تومان بوده است.

همچنین در تیر ۱۳۹۸ متوسـط قیمت فروش یک یـورو در بازار آزاد شهر تهران ۱۴ هزار و ۴۷۴ تومان بود که در مقایسه با ماه قبل ۵.۳درصد کاهش داشته است. همچنین حداقل و حداکثر نرخ فروش یک یورو در ماه مذکور به ترتیب ۱۳ هزار و ۱۵۰ تومان و ۱۵ هزار و ۱۶۰ تومان بوده است.

در چهار ماهه اول سال ۱۳۹۸ متوسط قیمت فروش یک دلار آمریکا و یک یورو در بازار آزاد شـهر تهران به ترتیب ۱۳ هزار و ۵۳۷ تومان و ۱۵ هزار و ۳۹۸ تومان بوده اسـت. متوسط قیمت فروش و درصد تغییر سایر ارزهای عمده در جداول زیر نشان داده شده است.

روند آرام بازار ارز ادامه دارد

در این میان، پیش‌بینی‌ها حاکی از آن اسـت که متاثر از سیگنال‌های اقتصـادی، روند آرام بازار ارز همچنان ادامه یابد. این پیش‌بینی تنها با در نظر گرفتن سـیگنال‌های اقتصادی اسـت و اگر در هفته پیش‌رو انتشار جزییات گام سـوم نااطمینانی قابل توجهی به بازارها تزریق کند، ممکن است روند بازارها متفاوت باشد.

در همین حال شنبه گذشته اخبار مهم سیاسی نیز منتشر شده است. سـخنگوی دولت در روزنامه دولتی ایران نوشت: «همه تلاش دولت تدبیر و امید طی فرصت باقی مانده آن است که یک دولت بدون تحریم تحویل نسل ۱۴۰۰ دهد و ۴۰ سال دوم انقلاب ما ۴۰سال بدون تحریم شود.»

سخنگوی سازمان انرژی اتمی هم با بیان اینکه فعلا بنا نداریم تغییری در نظارت‌های آژانس داشته باشیم، گفت: «آی‌آر ۶ قرار بوده در سال ۱۱ برجام گازدهی شـود که گازدهی آن را شـروع کردیم و راه‌اندازی زنجیره ماشین آی آر ۴ بیست تایی هم الان انجام شده است.»

۳۰ عملیات مهم اجرایی شد

اما دربـاره دلایل کاهش نرخ دلار و وضعیت کنونی بازار، کارشناسـان و تحلیلگـران اقتصادی دیدگاه‌های متفاوتی دارند. الیاس حضرتی، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس درباره دلایل کاهش قیمت ارز در بازار گفت: «ثبات امروز بازار ارز اتفاقی خود به خودی نیست، بلکه این وضعیت از پس عملیات پیچیده و چند وجهی بانک مرکزی حاصل شده است.»

وی توضیح داد: «آنچه مسلم است، اینکه رئیس‌کل بانک مرکزی در یک سـال گذشـته بیش از ۳۰ عملیات مهم را در بازار ارز اجرایی کرده است، اما تنها از چند و چون سـه برنامه اجرا شده، افکار عمومی مطلع هستند و پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد این وضعیت در بازار تداوم خواهد یافت.»

حضرتـی با تاکید بر اینکه ارز به عنوان یک شـاخص، مانند دماسـنج عمل می‌کرد، متذکر شـد: «یکی از برنامه‌های اجرایی اطلاع‌رسانی شده، سـاماندهی دسـتگاه‌های پوز در خارج از کشـور بود، افراد به راحتی این دستگاه‌ها را برده بودند و پول جابه‌جا می‌کردند.»

وی در توضیح این مطلب ادامه داد: «بیش از هزار پوز در خارج از ایران فعال بود که همگی از دور فعالیت خارج شدند. از سوی دیگر، پشت‌نویسی چک در بانک‌ها ممنوع شـد، چراکه این چک‌ها مانند پول نقد هنگفت یا یک اسکناس درشت در دست افراد می‌چرخیدند و ردگیری آنها ناممکن شـده بود، ولی با ممنوعیت پشت‌نویسی چک، مشکل برطرف شد و این چرخه بحران‌ساز متوقف شد.»

حضرتی با تاکید بر اینکه بانک مرکزی قاطعانه پشت ممنوعیت واردات بدون انتقال ارز ایسـتاد، عنوان کرد: «روزی در کمیسیون تلفیق، موضوع واردات بدون انتقال ارز ماشـین‌آلات مطرح شد. بلافاصله رئیس‌کل بانک مرکزی در نشسـت حضور یافـت و تاکید کرد ما در حال سـاماندهی و مدیریت طرف تقاضا هستیم و بهتر است این موضوع به تصویب نرسد.»

ارزهای خانگی وارد بازار شد

معاون ارزی اسـبق بانک مرکزی نیز با اشاره به ورود بخشی از ارزهای خانگی به بازار ارز، گفت: «قیمت ارز از نوسانات پرشتاب کاهش یافته که به نظر من خروج سـفته‌بازان از این بازار و عدم رونق سرمایه‌گذاری بر ارز از جمله دلایل این اتفاق است.»

سـید کمال سـیدعلی افزود: «همچنین افرادی که در سال گذشته با هنگامی که قیمت‌ها بر مدار ۱۴ تا ۱۵ هزار تومان بود، ارز خریداری کرده و به جای سود متضرر شده‌اند، ارزهای خود را در بازار عرضه کرده‌اند. البته میزان ثبت‌سـفارش و کنترل واردات هـم در این زمینه تاثیرگذار خواهد بود.»

معاون ارزی اسـبق بانک مرکزی ادامه داد: «اینکه در آینده چه اتفاقی خواهد افتاد، با توجه به اینکه میزان واردات، میزان صادرات غیرنفتی، نحوه پرداخت ارزهای خدماتی از طریق صرافی‌های بانک‌ها و همچنین احیای اعتماد عمومی برای کنترل نرخ ارز از اهمیت بالایی برخوردار است.

بـه گفته وی، «بانک مرکـزی باید از حالا به فکر کنتـرل تورم و عدم افزایش نقدینگی باشـد، زیرا این عوامل تاثیر مستقیم بر افزایش نرخ ارز دارد.»

سـیدعلی با اشاره به اینکه احیای اعتماد عمومی بر فشارهای تحریمی غلبـه کرده، گفـت: «اگر نقدینگی و تورم را کاهـش یابد، اثر تحریم‌های خارجی به طریق اولی کاهش خواهد یافت و هرچه فشارها افزایش یابد نوع نگاه مردم و اعتماد به اقتصاد کشور اهمیت بیشتری می‌یابد.»

ایـن صاحب نظر حوزه ارز تصریح کرد: «به اعتقاد من سـال گذشـته قیمت‌های ۱۷ یا ۱۸ هزار تومانی به دلیل جو روانی حاکم بر بازار بود و با کنترل این جو شاهد کاهش قیمت‌ها هستیم. علاوه بر این، مصرف نیز تا حدودی کنترل شده است. ارزهای خانگی تا حدودی تزریق شده و ثبات قیمت‌ها در بازار نیز تا حدودی به دلیل تزریق این ارزها به بازار است.»

قیمت دلار تا کدام کانال ریزش می‌کند؟

یحیی آل‌اسحاق، رئیس سابق اتاق بازرگانی تهران در همین حال درباره دلایل ماندگاری دلار در کانال ۱۱ هزار تومان گفت: «نوسان محدود دلار در ۴ تا ۵ ماه اخیر نشان می‌دهد سیاست‌های بانک مرکزی برای مدیریت بازار ارز توفیق لازم را داشته است.»

او با اشـاره به اینکه دلار در حال حرکت به سمت کانال ۱۴ تا ۱۵ هزار تومان بود، اما بانک مرکزی با اتخاذ تدابیری در صدد کنترل این وضعیت برآمد، افزود: «آرامش حاکم بر بازار ارز سبب شده است سایر بازارها نیز با آرامشـی نسبی مواجه شوند و تداوم این وضعیت شرایط را بیش از پیش متعادل خواهد کرد.»

این فعال اقتصادی در پاسـخ به این پرسـش که آیـا قیمت کنونی در بازار ارز، قیمتی واقعی است؟ گفت: «نکته مهم این است که اگر وضعیت بحرانی ناشی از تحریم بهبود یابد و واقعیات اقتصادی ایران در نظر گرفته شود، قیمت دلار همچنان واقعی نیست.»

رئیـس اتاق ایران و عـراق در توضیح این مطلب ادامـه داد: «واقعیات اقتصادی ما و همچنین وضعیت عرضه و تقاضا در این بازار نشان می‌دهد با برداشته شدن فشار تحریمی، قیمت واقعی دلار بین ۷ تا ۸ هزار تومان اسـت. بانک مرکزی نیز با اتخاذ سیاست‌هایی در صدد تخلیه فشار روانی حاکم بر این بازار است و اتفاقا در اجرای این سیاست توفیق لازم را داشته است.»

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی

شرکت گاز استان اصفهان

شرکت گاز استان اصفهان در نظر دارد مناقصه ای با موضوع و شرایط زیر برگزار نماید :
موضوع مناقصه : اجرای عملیات شبکه گذاری پراکنده فولادی و پلی اتیلن ، ساخت و نصب و جابجایی و جمع آوری انشعابات فولادی و پلی اتیلن و پلی فولادی و جمع آوری شیر پیاده رو در سطح شهرستان فریدونشهر ، برف انبار و نواحی تابعه .
میزان تضمین : ۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (دویست میلیون ریال)
کد فراخوان : ۳۲۱۳۸۲۲
نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار : اصفهان – خیابان چهار باغ بالا – شرکت گاز استان اصفهان
مهلت اعلام آمادگی : حداکثر تا تاریخ ۲۷ / ۰۶ / ۱۳۹۸
مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به پایگاه اطلاع رسانی الکترونیکی شرکت گاز استان اصفهان به آدرس www.nigc-isfahan.ir ، www.iets.mporg.ir یا با شماره تلفن ۳۸۱۳۲ – ۰۳۱ داخلی ۲۵۸۴ تماس حاصل فرمایند .

انتشار نوبت اول : یکشنبه ۲۰/ ۰۶/ ۱۳۹۸
انتشار نوبت دوم : دوشنبه ۲۳/ ۰۶/ ۱۳۹۸
شماره مجوز (۳۶۱۵، ۱۳۹۸)
روابط عمومی شرکت گاز استان اصفهان
۵۹۶

نوبت دوم

آگهی مزایده دو واحد مسکونی

اداره کل راه و شهرسازی استان قم به نمایندگی از سازمان ملی زمین و مسکن در نظر دارد تعداد ۲ واحد از واحدهای مسکونی مجتمع الغدیر و یاس واقع در ۷۵ متری عمار یاسر – بلوار تعاون را به شرح جدول ذیل از طریق مزایده عمومی و با جزئیات مندرج در اسناد مزایده با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (WWW.SETADIRAN.IR) و با شماره مزایده ۲۰۹۸۰۰۱۶۰۰۰۰۰۰۰۲ به صورت الکترونیکی به فروش برساند.
تلفن تماس: ۸ – ۰۲۵۳۷۷۸۰۰۲۶ (داخلی ۴۰۱ – آقای علی عسگری)
تاریخ انتشار: ۱۳۹۸/۰۶/۱۳ ساعت ۸:۰۰ صبح
مهلت ارسال پیشنهاد: ۱۳۹۸/۰۶/۲۸ تا ساعت ۱۳:۰۰
تاریخ بازگشایی: ۱۳۹۸/۰۶/۳۰ ساعت ۱۰ صبح
تاریخ اعلام برنده: ۱۳۹۸/۰۶/۳۱ ساعت ۱۰ صبح

ردیف	نام مجتمع	پلاک ثبتی	نوعیت واحد	طبقه	متراژ بنا (متر مربع)	بهاء هر متر مربع (ریال)	جمع کل (ریال)	شرایط پرداخت	مبلغ سپرده شرکت در مزایده (ریال)
۱	مجتمع یاس	۱۰۲۷۸/۱۱۸۵/۹۷۲	مسکونی	سوم	۸۱/۵	۳۲/۰۰۰/۰۰۰	۲/۶۰۸/۰۰۰/۰۰۰	نقدی	۱۳۰/۴۰۰/۰۰۰
آدرس: ۷۵ متری عمار یاسر – بلوار تعاون – مجتمع یاس – بلوک ۵ – طبقه سوم – واحد ۵									
۲	مجتمع الغدیر	۱۰۲۷۸/۱۱۸۵/۸۲۵	مسکونی	سوم	۷۷/۳۶	۳۴/۰۰۰/۰۰۰	۲/۶۳۰/۲۴۰/۰۰۰	نقدی	۱۳۱/۵۱۲/۰۰۰
آدرس: ۷۵ متری عمار یاسر – بلوار تعاون – خیابان شهید شفیعی – مجتمع الغدیر – بلوک ۲۰ – طبقه سوم – واحد ۴۰۱									

توضیحا: شرایط مزایده در سامانه ستاد ایران بارگذاری گردیده است که می بایست حتما به تائید شرکت کنندگان برسد.
ضمنا رعایت موارد ذیل الزامی است:
۱- برگزاری مزایده صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می باشد و کلیه مراحل فرآیند مزایده شامل دریافت اسناد مزایده پرداخت تضمین شرکت در مزایده (ودیعه)، ارسال پیشنهاد قیمت و اطلاع از وضعیت برنده بودن مزایده گران محترم از این طریق امکان پذیر می باشد.
۲- کلیه اطلاعات املاک و مستغلات شامل مشخصات، شرایط و نحوه فروش در برد اعلان عمومی سامانه مزایده، قابل مشاهده، بررسی و انتخاب می باشد.
۳- علاقمندان به شرکت در مزایده می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی الکترونیکی (توکن) با شماره ذیل تماس حاصل نمایند: مرکز پشتیبانی و راهبری سامانه: ۴۱۹۳۴-۰۲۱
اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استان ها، در سایت (WWW.SETADIRAN.IR) بخش «ثبت نام / پروفایل مزایده گر» موجود است.

اداره ارتباطات و اطلاع رسانی اداره کل راه و شهرسازی استان قم
شناسه آگهی ۵۸۸۴۷۴
۵۹۴

راه‌های مقابله با رشد نامناسب نقدینگی چیست؟

تناقض نقدینگی در اقتصاد ایران

رونق تولید به شـدت از چگونگی کیفیت نقدینگـی در اقتصاد تأثیر می‌پذیرد، اما سیاسـتگذاری‌های پولی، تناقضی را در نقدینگی اقتصاد رقم زده که به یکی از مهمترین موانع تولید بدل شـده است. طبق دیدگاه کارشناسان اقتصادی، یکی از ضرورت‌های حمایت از تولید و ایجاد رونق در سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های اقتصادی، پیش‌بینی‌پذیر بودن بازارها و ثبات در قیمت‌ها بوده و از مؤلفه‌های مهم که بر این ثبـات و پیش‌بینی‌پذیری اثر می‌گذارد، کمّیت و کیفیت نقدینگی و تغییرات آن با توجه به انگیزه‌های سفته‌بازانه است.

به گزارش ایرنا، مسئله مهم این است که نقدینگی به خودی خود منفی نبوده و می‌تواند گردش اقتصادی را موجب شـود اما در صورتی که حجم نقدینگی از رشد اقتصادی بیشتر باشد، تورم و افزایش قیمت‌ها از مهمترین آثار منفی آن خواهد بود.

به اعتقاد صاحبنظران اقتصادی، در سـال‌های اخیر، نوسـانات بـازار ارز، تورم و افزایـش قیمت‌ها بـه گونه‌ای بوده که پیش‌بینی‌پذیری را به حداقل رسـانده و در نتیجـه مدیریت و نظارت بر کمیت و کیفیت نقدینگی بیـش از هر زمان دیگری ضروری به نظر می‌رسـد. این ضرورت بیش از هر چیز ناشی از وضعیت نامناسب و تناقض‌آمیز حاکم بر بخش تولید است. زیرا با وجود رشد و حجم بالای نقدینگی در اقتصاد کشور بخش یاد شده با کمبود نقدینگی مواجه است. یعنی نقدینگی کشور به جای بخش تولید به سمت سایر بخش‌ها در جریان است.

این مهم در اولویت سیاسـتگذاری‌های بانک مرکزی نیز قرار داشـته اسـت. به گزارش رسـانه‌ها «عبدالناصر همتی»، رئیس کل بانک مرکزی در این مورد اظهار داشـت: رشـد نقدینگی ثبات قیمت‌ها را متاثر می‌کند بنابراین مشـکل، وظیفه و تمرکز نخست ما روی کنترل این موضوع است.

وی در ادامه گفت: نکته دوم در این مورد، این است که نقدینگی به سمت تولید و رونق آن هدایت شود و لازمه آن این است که بدانیم چه تولیداتی با تزریق نقدینگی موجب رونق اقتصاد می‌شـوند و درواقع بخش مولد اقتصاد کشور هستند، بنابراین شناسایی این بخش‌ها بسیار مهم است.

آمارها چه می‌گویند؟

مطابق با آمارهای منتشرشـده رشد نقدینگی کشور با رشد اقتصادی هماهنگ نیسـت. برای مثال وقتی رشـد اقتصادی از ۱.۶- درصد در سـال ۱۳۹۴ به ۱۲.۵ درصد در سـال ۱۳۹۵ می‌رسد، ما شـاهد کاهش رشد نقدینگی در طول این یک سال هستیم. این در حالی است که اگر متناسب با رشد اقتصادی، حجم نقدینگی نیز رشد کند، نه تنها پدیده‌ای منفی در اقتصاد به شمار نمی‌رود، بلکه حتی مثبت نیز تلقی می‌گردد.

در سـال ۱۳۹۶ نیز رشد اقتصادی ۳.۷درصد و رشد نقدینگی ۲۲.۱درصد است. اما، سـال بعد با اینکه رشـد اقتصادی به ۴.۹- درصد کاهش می‌یابد درصد رشـد نقدینگی بیشتر می‌شود بنابراین اقتصاد کشور حاوی «تناقض نقدینگی» است.

برای اینکه ارتباط مسـتقیم رشد نقدینگی و توسعه، که بدون شک تولید را نیز شامل می‌شود مشخص شود، بهتر است وضعیت ایران را با کشورهای توسعه یافته جهان مقایسه کنیم. چنین مقایسه‌ای نشان می‌دهد که رشد نقدینگی کشور ما از رشد نقدینگی کشورهای توسعه یافته بسیار بیشتر است. به اعتقاد کارشناسان نرخ بالای رشد نقدینگی از ویژگی‌های اقتصادی کشورهای در حال توسعه و یا توسعه نیافته است. اکثر کشورهای توسعه یافته در کنترل نرخ رشد نقدینگی و پایین نگه داشتن آن موفق عمل کرده‌اند.

کشورهای توسعه یافته‌ای مانند آمریکا، چین، ژاپن، کره جنوبی، انگلستان و .... همگی دارای رشد نقدینگی زیر ۱۰درصد هستند. این درحالی است که درصد رشد نقدینگی ایران تقریباً سه برابر کشور انگلستان و شش برابر کشور آمریکا است.

همچنین برخی از کارشناسان، کشورهای جهان را از نظر رشد نقدینگی به پنج گروه تقسیم کرده‌اند. بر این اساس،گفته می‌شود که رشد نقدینگی در یک پنجم از کشورها کمتر از ۵درصد است؛ ۴۰درصد از کشورها نیز بین ۵ تا ۱۰درصد نقدینگی دارند. رشـد نقدینگی ۲۳درصد از کشورها نیز ۱۰ تا ۱۵درصد است. در ۱۱درصد از کشـورها رشـد نقدینگی ۱۵ تا ۲۰درصد و تنها ۷درصد از کشورها دارای رشد نقدینگی بالای ۲۳درصد دارند که متأسفانه ایران نیز در این دسته قرار می‌گیرد که وضعیت مطلوب و مناسبی نیست.

روش‌های مقابله با رشد نامناسب نقدینگی

طبق دیدگاه کارشناسـان اقتصادی، سـه راه حل برای کنترل رشد نقدینگی و کاهش حجم آن وجود دارد: نخسـتین راه حل عبارت اسـت از اعمال محدودیت بر رشـد ترازنامه بانک‌ها به ویژه بانک‌های مشـکلدار. به عبارت دیگر جلوگیری از بالاتر رفتن بدهی بانک‌ها از دارایی و سـرمایه آنها؛ دومین اقدام به نظارت شـدید بر بانک‌ها به منظور ممانعت از ورود در فعالیت‌های سـفته‌بازانه توسط شرکت‌های زیرمجموعه و سـایر اشـخاص مرتبط باز می‌گردد. بانک‌ها به جای تأمین سرمایه مورد نیاز بنگاه‌های اقتصادی و کمک به تولید، به دلایلی جهت جبران بدهی‌های و یا پرداخت سود سپرده‌گذاران خود وارد بازارهای مختلف مانند ارز، سکه و مسکن می‌شوند. این امر نوسانات شدید و نابسامانی‌های قابل توجهی را در بازارهای مذکور موجب می‌شود؛ کنترل اعطای تسهیلات کلان توسط مقام ناظر نیز سومین راهکار به شمار می‌رود. در برخی موارد بانک‌ها به افراد و نهادهای خاصی تسهیلات کلانی اعطا می‌کنند که ضرورتاً در تولید سرمایه‌گذاری نکرده و اشتغالی ایجاد نمی‌کنند.

موضـوع مهم دیگر که از ماهیت دولتی اقتصاد ناشـی می‌شـود این اسـت که دولت‌های مختلفی که بر سر کار می‌آیند سیاست‌های اقتصادی دستوری را اعمال کرده و تکالیفی برعهده بانک‌ها قرار می‌دهند که سودآوری آنها را کاهش می‌دهد. درواقع، حاکمیت شرکتی بانک‌ها را نقض می‌کنند. در نتیجه بانک‌ها از انجام وظایف خود به‌عنوان واسطه‌گرهای مالی و هدایت‌کننده نهایی نقدینگی عاجز می‌شوند.

برای مثال، در سیاسـتگذاری پولی نرخ‌های سـود روی سپرده‌ها و تسهیلات به صورت دسـتوری تعیین می‌شـود. با تعیین دستوری نرخ‌های سـود این امکان از بانک‌ها سلب می‌شود تا متناسب با شرایط اقتصاد کلان و اعتبارسنجی متقاضیان، نرخ سود تسهیلات را تعیین کنند.

موضوع تورم هم وجود دارد. نرخ تورم در کشـور ما بالا و دارای نوسـانات شدید اسـت. حتی دوره‌هایی وجود دارد که تورم از نرخ‌های سـود تسـهیلات نیز بیشتر می‌شود. در صورت تداوم سیاسـتگذاری‌های پولی دستوری بانک‌ها به ناچار برای ماندگاری به بنگاهداری روی می‌آورند.

به طـورکل، صاحبنظران اقتصادی معتقدند که کنتـرل نقدینگی و هدایت آن در مسـیر درست، بستگی به سیاسـتگذاری دولت در حوزه بانکداری دارد. تقریباً، می‌توان گفت در این مورد همه چیز از بانک‌ها شـروع می‌شـود. در حالت عادی، بانک‌ها اعتبار در اختیار بنگاه‌های متقاضی قرار می‌دهند، لذا با افزایش عرضه پول (حجم نقدینگی) در اقتصاد، دسترسـی بنگاه‌ها نیز به منابع نقد بهبود می‌یابد. اما اگر بانک‌ها نتوانند وظیفه خود را به درستی انجام دهند، جریان نقدینگی به سمت بنگاه‌ها دچار اختلال می‌شود.

علاوه بر همه این موارد، عملکرد بانک‌ها نه تنها در کوتاه‌مدت می‌تواند بر اقتصاد تأثیر بگذارد، بلکه رشد بلندمدت اقتصاد نیز به کارایی این نهادها بستگی دارد.

یادداشت

پیش‌شرط‌های تداوم تاب‌آوری برابر تحریم‌ها

سیدکمال‌سیدعلی
معاون اسبق ارزی بانک مرکزی

سـوال مهمی که این روزها مطرح می‌شـود این اسـت که آیا عبور از نفت می‌تواند مانعی بر سر راه تحریم‌ها باشد؟ آیا اقتصاد غیرنفتی، اقتصادی غیرقابل تحریم است و آیا گذر از نفت و رسیدن به اقتصادی چند محصولی مشکلات را حل خواهد کرد؟ در ایران اغلب گفته می‌شود اگر نفت نداشتیم این فشارها را هم متحمل نمی‌شدیم. گرچه برخی صاحب نظران نیز معتقدند همین حد از زیرسـاخت‌های موجود حاصل درآمدهای نفتی است وگرنه ما نیز مانند برخی از کشورهای همسایه از گام اول به دوم مدرنیته را هم نمی‌توانستیم طی کنیم. بررسی درستی هر کدام از این مدعا در جای خود قابل بررسی است ولی آنچه اکنون می‌تواند به سـوءگیری‌های ما یاری رساند، داشتن نگاه کلی به عملکرد ابرقدرت‌ها، کشورهای مهم اقتصادی و تولیدکنندگان بزرگ است.

در جهان امروز اقتصاد به عرصه جنگ قدرت‌های بزرگ بدل شـده اسـت، در حقیقت اقتصاد جای ابزارهای نظامی را گرفته اسـت و جنگ‌های تجاری نیز بر پایه همین تغییر رویکرد اتفاق می‌افتد. سـهم‌خواهی از کیک اقتصاد سبب شده است استراتژی‌ها تغییراتی جدی کند. اقتصاد ایران در سال‌های اخیر با تاب‌آوری بالا در برابر تحریم‌ها نشان داده است، نمی‌توان به سادگی برنامه‌ای از پیش تعیین شده را برای از میان بردن قدرت یک کشور به نمایش گذاشت. در این فضا آنچه اهمیت دارد، توجه به این نکته است که اقتصاد وابسته به نفت فشارهای بیشتری را نسبت به اقتصادهای متنوع‌تر تجربه می‌کنند. ایالات متحده آمریکا، به ویژه پس از روی کار آمـدن دونالد ترامپ در کاخ سـفید توجه ویژه‌ای به حوزه انرژی پیدا کرده و تلاش خود را برای در دست گرفتن افسار این بازار هر دم می‌افزاید. با این کار ایالات متحده می‌تواند فشار بیشتری بر چین و اتحادیه اروپا بیاورد که با توجه به شرایط بین‌المللی به نظر می‌رسد غول شرقی هدف آمریکایی‌ها خواهد بود. آنها از تداوم رشـد چین نگران شده‌اند و حالا فکر می‌کنند با افزایش فشار می‌توان تا حدودی از شتاب چشم بادامی‌ها کاست. گرچه در مقابل سیاست‌های کاخ سفید، پکن نیز مقاومت می‌کند و این مساله به افزایش جنگ تجاری دو غول اصلی اقتصاد جهان افزوده است ولی باید توجه داشت که آمریکا با تکیه به قدرت اقتصادی خود قصد دارد بهترین شرایط را برای خود فراهم کنند. از سوی دیگر اعمال تحریم‌های دوباره و حتی شـدیدتر از قبل علیه ایران و کنار کشـیدن یک طرفه واشـنگتن از برجام عملا سـطح تنش‌ها در خاورمیانه را افزایش داده اسـت. ماجرا اما تنها رهایی از وابستگی به نفت نیست، اتفاقی که در سایه تحریم‌های شدید رخ داده و ایران حالا روزهایی بدون نفت را تجربه می‌کند. آنچه مسـلم است تضمین تداوم تاب‌آوری با عبور از نفت، واگذاری واقعی امور به بخش خصوصی واقعی، مقابله با فساد و شفافیت اقتصادی رخ خواهد داد و خوشبختانه نبود نفت ضرورت اجرای تک تک برنامه‌های پیش گفته را آشکار کرده است. باید پذیرفت رانت و فساد در اقتصاد نفتی یا غیرنفتی و سـهم بالای دولت در هر دو شکل آسیب‌های جدی را به بنیان‌های اقتصادی وارد می‌کند، ایسـتادگی ایران مقابل تحریم‌ها با توجه به پیش‌شرط‌های اعلامی محقق خواهد شد و پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد این انفاقات رخ خواهد داد چرا که فضا برای اصلاحات ساختاری مهیا شده است.

برای پنجمین سال متوالی صورت گرفت:

کسب رتبه برتر شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در بیست و دومین جشنواره شهید رجایی

شرکت آب وفاضلاب استان اصفهان در بیست و دومین جشنواره شهید رجایی برای پنجمین سال متوالی موفق به کسب رتبه برتر در شاخص های عمومی در بین دستگاههای اجرایی استان گردید.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در پاسخ به دلیل کسب موفقیت های پیاپی در جشنواره شهید رجایی گفت:کسب رتبه برترشرکت آب وفاضلاب استان اصفهان در شاخص های عمومی برای پنجمین سال متوالی ناشی از برخورداری نیروی انسانی متعهد و متخصص می باشد.

مهندس هاشم امینی با بیان اینکه شرکت آبفا استان اصفهان در حالی در شاخص های عمومی و ارزیابی مردم نحوه ارائه خدمات مورد قبول واقع شدکه در شرایط محدودیت منابع مالی و آبی قرار داشتیم خاطر نشان ساخت: در سال ۹۷ شرکت آب وفاضلاب استان اصفهان به دلیل وقوع بیش از یک دهه خشکسالی های پیاپی با محدودیت شدید منابع آبی مواجه بود اما با این وجود با استفاده از توان تخصصی منابع انسانی و تکنولوژی روز دنیا تامین پایدار آب شرب مردم درسطح استان انجام گرفت.

وی توسعه خدمات شرکت آب وفاضلاب با توجه به تنگناهای مالی را یکی دیگر از عوامل کسب موفقیت در بیست ودومین جشنواره شهید رجایی برشمرد و عنوان کردشرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با توجه به شرایط سخت تحریم ها همچنان توسعه خدمات درسطح استان را در دستور کار قرار داده است بطوریکه در حال حاضر ۱۰۰ درصد جمعیت شهری استان از آب شرب سالم و بهداشتی برخوردار هستند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان ادامه دادهم اکنون بیش از ۷۰ درصد جمعیت استان تحت پوشش خدمات شبکه فاضلاب قرار دارند که در این زمینه آبفااستان در کشور پیشتاز است.

مهندس امینی با اشاره به انتخاب دو نفر از مدیران شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان بعنوان برگزیده خدمت در بیست و دومین جشنواره شهید رجایی گفت:آقایان احمدرضا صهبائی رئیس گروه مطالعات طرح های فاضلاب و جواد کاظمی مدیر آبفا فولادشهر بعنوان برگزیده گان خدمت با توجه عملکرد مطلوبی که در حوزه کاری خود داشتن انتخاب شدند.

مهندس هاشم امینی به انتخاب دونفر از مدیران آبفا بعنوان مدیران منتخب شهرستانها اشاره کرد و تصریح نمود:آقایان بستاکی مدیر آبفامارکه و دهقانی مدیرآبفا گلپایگان بعنوان مدیران منتخب شهرستانها در بیست و دومین جشنواره شهید رجایی انتخاب شدند که انتظار می رود این مدیران بی وقفه و با قوت در سنگر خدمت رسانی به مردم بیش از پیش کوشا باشند.

لازم به یاد آوری است شاخص های عمومی ارزیابی عملکرد جشنواره شهید رجایی در سال ۹۷ شامل هفت محور، اصلاح ساختار سازمانی،توسعه دولت الکترونیک،مدیریت سرمایه انسانی،شفافیت و مدیریت مالی،بهبود فضای کسب و کار ، ارتقای سلامت اداری، مسئولیت پذیری و پاسخگویی،استقرار نظام مدیریت عملکرد بوده است.

آگهی مناقصه عمومی

نوبت اول

شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان

شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان در نظر دارد کالاهای مشروحه ذیل را از طریق برگزاری مناقصه عمومی از تولید کنندگان مجاز واجد شرایط خریداری نماید:

ردیف	موضوع	شماره مناقصه
۱	خرید تعداد هزار و هشتصد (۱۸۰۰) سری برقگیر سیلیکونی ۲۴ کیلوولت ۱۰ کیلوآمپر مطابق با استاندارد توانیر : مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱,۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰ریال مدت زمان انجام کار: حداکثر چهار ماه پیش پرداخت:۱۰٪	۹۸-۷۰
۲	خرید تعداد دو هزار و دویست (۲,۲۰۰) عدد کات اوت تیغه ای ۲۴ کیلوولت (تیغه جداکننده هوایی ۲۴ کیلوولت) مطابق با استاندارد توانیر: مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:۷۵۷,۰۰۰,۰۰۰ریال مدت زمان انجام کار: حداکثر سه ماه پیش پرداخت: ۱۰٪	۹۸-۷۱
۳	خرید تعداد پنج هزار و چهارصد (۵,۴۰۰) عدد کات اوت فیوز سیلیکونی ۲۴ کیلوولت مطابق با استاندارد توانیر: مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:۱,۰۲۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال مدت زمان انجام کار: حداکثر سه ماه پیش پرداخت: ۱۰٪	۹۸-۷۲
۴	خرید تعداد ششصد (۶۰۰) دستگاه برقگیر چند محفظه ای MCA : مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:۶۶۱,۰۰۰,۰۰۰ریال مدت زمان انجام کار: حداکثر : چهار ماه پیش پرداخت: ۱۰٪	۹۸-۷۷
	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه فقط به سه صورت ضمانت بانکی -کسر از مطالبات یا واریز وجه نقد مورد قبول می باشد.	

لذا کلیه تولید کنندگان مجاز واجد شرایط که دارای تجربه، تخصص و تجهیزات لازم بوده: می توانند از تاریخ ۹۸/۶/۲۶ به مدت پنج روز جهت خرید اسناد مناقصه با در دست داشتن قبض واریز مبلغ پانصد هزار (۵۰۰,۰۰۰) ریال به حساب سپهر شماره (۰۱۰۲۹۹۷۰۶۵۰۰۵) نزد بانک صادرات شعبه گلشهر بندرعباس، به آدرس ذیل و یا شبکه اطلاع رسانی معاملات شرکت توانیر به آدرس www.tavanir.org.ir مراجعه نمایند.و تصویر فیش واریزی خرید اسناد خود را در مدت زمان تعیین شده در خصوص خرید اسناد به کارشناس مناقصات تحویل یا فکس نمایند.

آدرس دستگاه مناقصه گزار: بندرعباس –بلوار جمهوری اسلامی –جنب شهرک مسکونی زیتون (نیروگاه قدیم) شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان تلفن: ۳۱۲۱۵۹۵-۰۷۶، فاکس دبیر خانه: ۳۳۵۱۴۰۴۹-۰۷۶(درج نام شرکت کننده،شماره مناقصه،تلفن و فاکس بر روی فیش واریزی الزامی می باشد.و عواقب عدم درج اطلاعات و ارسال بر عهده شرکت کننده می باشد.)

محل بازگشایی پاکات : شرکت توزیع برق هرمزگان –دفتر امور تدارکات و انبارها

به پیشنهادهای فاقد امضا، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضا ء مدت مقرر در آگهی واصل می شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده مناقصه می باشد.

راهنمای دانلود اسناد از سایت:

انتخاب کلمه مناقصه مندرج در کادر سمت راست صفحه ← سایت اطلاع رسانی معاملات صنعت برق ← سربرگ مزایده و مناقصه ← www.tavanir.org.ir

انتخاب مناقصه مورد نظر http://tender.tavanir.org.ir/all_List_mo.asp?tndrID=#2توزیع برق هرمزگان ← انتخاب توزیع برق هرمزگان

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۸/۶/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۸/۶/۲۳
۵۹۷

رئیس انجمن فولاد در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان:

افزایش صادرات فولاد به ۸ میلیون تن در سال

رئیس انجمن فولاد گفت خوشبختانه کاتالیست در ایران به خوبی رونق گرفته است و جای نگرانی از بابت کمبود مواد اولیه وجود ندارد.

بهرام سبحانی در گفت‌وگو با خبرنگار گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، درباره کاتالیست (ماده‌ای که سرعت واکنش‌های شیمیایی را از طریق کاهش انرژی فعال سازی، افزایش می‌دهد) تولیدی در ایران گفت: کاتالیست موادی است که در صنایع مختلف پتروشیمی کارایی بالایی دارد و از آن می‌توان در تامین مواد پتروشیمی و فولاد استفاده کرد. خوشبختانه تولید کاتالیست در ایران به خوبی رونق گرفته است و جای نگرانی از بابت کمبود مواد اولیه وجود ندارد.

او با اشاره به اینکه در صنعت فولاد بی‌نیاز از مواد وارداتی هستیم، گفت: تمام مواد اولیه صنعت فولاد در ایران تأمین می‌شود و مشکلی در آن وجود ندارد. مدتی است که دچار تحریم شده‌ایم اما خوشبختانه تحریم‌ها نمی‌تواند تاثیر زیادی بر صادرات بخش معدن و صنایع معدنی کشورمان داشته باشد چرا که با بهره‌برداری بهینه منابع موجود، می‌توان با چینی‌ها هم در بازار فولاد رقابت کرد.

اثربخشی شرکت‌های دانش‌بنیان بر رشد صنعت فولاد

رئیس انجمن فولاد با تاکید بر اثربخشی شرکت‌های دانش‌بنیان بر رشد صنعت فولاد، بیان کرد: امروزه شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه صنعت فولاد به خوبی فعالیت می‌کنند و اگر فعالیت آنها نبود با توجه به تحریم‌ها دچار مشکلاتی می‌شدیم و به همت دانشمندان ایرانی و تولیدکنندگان داخلی در این حوزه رشد خوبی داشته‌ایم.

سبحانی افزود: تحریم‌ها تأثیری بر روند رشد صنعت فولاد نگذاشته و تنها مشکل در تجارت این محصولات است که محدودیت‌هایی در این حوزه وجود دارد، اما با این حال این مشکلات را می‌توان با راه حل‌های موجود برطرف کرد. اکنون ظرفیت تولید فولاد ۳۵ میلیون تن است و تولید امسال هم حداقل ۲۵ میلیون تن فولاد محقق خواهد شد.

او درباره میزان صادرات فولاد گفت: سال گذشته در صنعت فولاد ۶ میلیون محصول صادر شد و امسال نیز به بیش از این روند خواهیم رسید. واردات فولاد نداریم، اما در موارد خاص که قطعه موردنظر در داخل تولید نشود وارد کنیم. تاکنون عمده کاتالیست‌های موردنیاز این صنعت از خارج کشور وارد می‌شد که تولید آن به طور انحصاری در اختیار سه کشور ژاپن، آمریکا و هند بود.

سبحانی گفت: امسال با توجه به شرایط خاص و تحریم‌ها در تلاش هستیم صادرات را به ۸ میلیون تن برسانیم. آمارها نشان می‌دهد میزان تولید واحدهای فولادی بیش از نیاز بازار است و هیچ کمبودی در این رابطه وجود ندارد به نحوی تولیدکنندگان مازاد تولید خود را صادر می‌کنند. رئیس انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران معتقد است که اگر ۱۶ میلیون تن از فولاد در داخل مصرف شود، می‌توان ۱۰ میلیون تن آن را صادر کرد.

در گفت وگو با باشگاه خبرنگاران جوان مطرح شد

ارتقای فرهنگ برندسازی گامی مهم در توسعه صنعت

سرپرست سابق سازمان توسعه تجارت گفت ارتقای فرهنگ برندسازی در کشور برند ملی را از جایگاه ویژه‌ای قرار می‌دهد.

محمدرضا مودودی، سرپرست سابق سازمان توسعه تجارت ایران در گفت وگو با گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، درباره تاثیر برندسازی در توسعه صادرات، اظهار داشت: برند حلقه مفقود توسعه صنعت در کشور است در صورتی که در دنیا سه فعالیت شامل طراحی، تولید و برندسازی سبب تولید ثروت و توسعه در صنایع مختلف می‌شود. برای یک واحد تولیدی بیشترین درآمد شامل طراحی و برندسازی و در مقابل کمترین در آمد در مرحله ساخت و تولید کالا است.

مودودی ضمن انتقاد بر اینکه صنعت مبلمان در کشور صرفا به موضوع ساخت و تولید پرداخته است، گفت: تغییر رویکرد از ساخت و تولید به سمت طراحی و برندسازی ضروری و مهم است چرا که سبب افزایش توسعه در اقتصاد کشور می‌شود. هیچ کشور و مشتری کالایی را نخواهد خرید که قبلا معرفی نشده باشد چرا که معرفی کالا کیفیت و توانایی در ساخت آن را اثبات می‌کند و سبب اعتماد مشتری به کالای موردنظر و در نهایت خرید می‌شود.

او افزود: وظیفه اصلی برند، جلب اعتماد مشتری به خرید کالا مورد نظر بوده و مفهوم عالی‌تری از معنی فروش و تبلیغات است. در واقع برند یا همان نشان تجاری پیوندی احساسی عمیق مشتری نسبت به یک محصول است که باعث اولین انتخاب مشتری از میان هزاران برند دیگر باشد.

مودودی گفت: سازمان توسعه تجارت براساس ماده ۸ قانون رفع تولید رقابت‌پذیر مسئولیت ارتقای برندسازی کشور را برعهده دارد که به همین منظور برنامه‌هایی همچون برگزاری دو دوره جایزه ملی برند و انتخاب ۳۴ شرکت در این عرصه شد.

او تصریح کرد: اگر بخواهیم اتفاق بزرگی در نهضت برندسازی رخ دهد باید زیرساخت‌ها فراهم شود به عنوان مثال در صنعت بانکداری یک برند به عنوان پشتوانه قابل قبول نیست چرا که امروزه برای بانک‌های کشور خط تولید مهم‌تر از برند است که این موضوع ضعفی بر درک نکردن مفهوم برنداست.

محمد مودودی اظهار داشت: با تسهیل برندسازی در کشور و اعطای امتیازها و مزیت‌های خاص می‌توانیم در بازار بین‌المللی و بازار داخلی را به میزان قابل توجهی در دست بگیریم. به عنوان مثال اگر یک برند وارد واحد صنعتی از کار افتاده در یک منطقه محروم شود و بخواهد با برند اختصاصی خود تولید داشته باشد به آن مالیات تعلق می‌گیرد این موارد از مالیات معاف شوند مشوق بسیار خوبی برای توسعه دیگر برندها خواهد شد.

او با تاکید بر اینکه با ارتقای فرهنگ برندسازی در کشور برند ملی را از جایگاه ویژه‌ای برخوردار می‌کند، گفت: این مهم در گرو ایجاد فرهنگ برندسازی در کشور است.

حجم تجارت الکترونیک در کشور بسیار پایین است

مودودی درباره تاثیر استارت‌آپ‌ها در توسعه و رونق صنعت مبلمان، گفت: حجم تجارت الکترونیک در کشور بسیار پایین است، اما متوسط استفاده از این تجارت بسیار بالاست بسیاری از کشورها تجارت خود را مبنی بر تجارت الکترونیک پایه‌گذاری می‌کنند و سهم انتخاب خانواده‌ها از فروشگاه‌های مجازی در حال فزایش است.

او در پایان تصریح کرد: یک استارت‌آپ زمانی می‌تواند بزرگترین و بهترین مشاوره خرید برای خانواده‌ها باشد که قلبا اعتماد مشتری را جلب کرده باشد و انگیزه برای خرید را به متقاضی بدهد.

معاون سازمان بنادر اعلام کرد

آغاز خصوصی‌سازی بنادر کوچک

براساس اعلام معاون امور بندری سازمان بنادر و دریانوردی قرار است تا دو ماه آینده بنادر کوچک به بخش خصوصی واگذار شوند.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از اتاق بازرگانی، صنایع، معاون و کشاورزی تهران، محمد علی حسن‌زاده، معاون سازمان بنادر و دریانوردی، از آغاز واگذاری بنادر کوچک به بخش خصوصی تا دو ماه دیگر خبر داد و گفت: ۴۸ بندر کوچک در ایران داریم که از دو ماه دیگر واگذاری آنها به بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری آغاز می‌شود.

وی افزود: پایش بنادر کوچک از نظر فنی و زیرساخت‌های موردنیاز آنها را آغاز شده که به‌زودی به پایان می‌رسد و پس از آن، می‌توان اعلام کرد هر یک از بنادر کوچک به چه زیرساخت‌ها و الزامات فنی برای تبدیل شدن به بنادر اقتصادی کوچک نیاز دارند.

به گفته حسن‌زاده، طرح پایش دیگری را در دستور کار قرار دادیم تا از طریق مشاوران مختلف بتوانیم مسائل و مشکلات فنی بنادر را از نظر زیرساخت‌های مختلف استخراج کنیم که مشخص شود کدام بنادر برای واگذاری به بخش خصوصی مناسب است و کدام‌یک از آنها را بخش دولتی و سازمان بنادر باید برعهده بگیرد.

براساس این گزارش، ۴۸ بندر کوچک در ایران وجود دارد که به غیر از چند بندر، بقیه آنها در سواحل جنوبی هستند که باید به‌زودی تکلیف واگذاری آنها به بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری و توسعه بنادر روشن شود. طرح جامع مطالعات بنادر کوچک کشور اخیراً به پایان رسید و هم‌اکنون تعداد دقیق بنادر و نیازمندی‌های آنها برای تبدیل شدن به بنادر اقتصادی مشخص شده است.

بر این اساس، سازمان بنادر و دریانوردی در حال تدوین و اکران قرارداد واگذاری بنادر کوچک به بخش خصوصی است. به نظر می‌رسد با توجه به پایان یافتن طرح جامع مطالعات بنادر کوچک کشور و پس از استحصال مشخصات و نیازمندی‌های فنی و زیرساختی آنها، واگذاری بنادر به بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری آغاز می‌شود که به نظر می‌رسد مراحل اجرایی آن تا حدود دو ماه آینده آغاز شود. برای واگذاری بنادر کوچک شرایطی عنوان شده است؛ از جمله اینکه متقاضی نباید از بخش دولتی باشد. برای واگذاری بنادر کوچک به بخش‌خصوصی در مراحل اولیه اهلیت سرمایه‌گذار از جهات مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرد و پس از آن با ارزیابی پارامترهای مختلف، بنادر کوچک به ارائه‌کننده بهترین طرح از نظر میزان سرمایه‌گذاری، میزان درآمدزایی و میزان اشتغال‌زایی و دیگر پارامترها واگذار می‌شود. بنادر کوچک، بنادری هستند که امکان پهلودهی شناورهای بین ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ تنی را دارند. این بنادر مجهز به موج شکن، محوطه نگهداری کالا و مواردی از این دست بوده و مجموعه عوامل حاکمیتی از جمله سازمان بنادر و دریانوردی و گمرک در آنجا مستقرند.

طبق بررسی آماری سال ۱۳۹۴، بنادر کوچک از نظر وزنی حدود ۷٫۵درصد از کل مبادلات تجاری کشور را به خود اختصاص داده‌اند. از نظر ارزشی نیز این رقم نیز بیش از ۹درصد بوده و این بدان معناست که بیش از ۹درصد از ارزش کل کالاهای تجاری کشور به بنادر کوچک اختصاص دارد.

اخبار

مطالبه‌گری کاهش قیمت‌ها

واردکنندگان بزرگ در مقابل کاهش قیمت‌ها مقاومت می‌کنند

رئیس اتحادیه فروشندگان تلفن همراه، تلویزیون و دستگاه‌های صوتی و تصویری گفت مقاومت برخی عرضه‌کنندگان اصلی و شرکت‌های واردکننده بزرگ در برابر کاهش قیمت محصولات، دلیل اصلی کاهش نیافتن قیمت‌ها متناسب با افت نرخ دلار بوده است.

ابراهیم درستی در گفت‌وگو با ایسنا، در رابطه با چرایی عدم کاهش قیمت محصولات و خدمات متناسب با کاهش نرخ ارز، اظهار داشت: در برخی از بازارها و کالاها قیمت محصولات متناسب با کاهش نرخ ارز افت نداشته که این موضوع در پی مقاومت برخی تجار، واردکنندگان و عمده‌فروشان در برابر کاهش قیمت‌ها رخ داده است.

وی ادامه داد: خرده‌فروشان در گرانی کالا و مقابله با کاهش قیمت محصولات متناسب با کاهش نرخ ارز، نقش و تاثیری ندارند و این دسته از فروشندگان با توجه به قیمت خرید محصول و سود قانونی تعیین‌شده، قیمت فروش را اعلام می‌کنند. درستی بیان کرد: البته پیش‌بینی می‌شود با توجه به ثبات نرخ ارز و شرایط بازار، رفته‌رفته شرایط بهتری در بازار حاکم شود و قیمت کالا و خدمات نسبت به گذشته کاهش یابد. رئیس اتحادیه فروشندگان تلفن همراه، تلویزیون و دستگاه‌های صوتی و تصویری گفت: در نهایت می‌توان گفت که عرضه‌کنندگان اصلی و شرکت‌های واردکننده بزرگ در قیمت‌گذاری محصولات وارداتی نقش قابل توجهی دارند و مقاومت برخی از این شرکت‌ها در کاهش قیمت محصولات، دلیل اصلی عدم کاهش قیمت متناسب با افت نرخ دلار بوده است. به گزارش ایسنا، با کاهش نرخ دلار در هفته‌های گذشته بسیاری از مردم منتظرند قیمت کالاهایی که به دنبال افزایش نرخ ارز، رشد کرده بودند، بار دیگر کاهش یابد. ابتدای شهریورماه نیز قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور بازرگانی در گفت‌وگو با ایسنا وعده داد در صورت ادامه ثبات فعلی در بازار ارز، قیمت کالاها کاهش می‌یابد.

اطلاعیه صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی

تمام امور متقاضیان فعالیت‌های معدنی به صورت آنلاین شد

صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی در اطلاعیه‌ای از آنلاین شدن تمامی امور متقاضیان از پذیرش تا صدور بیمه‌نامه در این سازمان خبر داد. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، در اطلاعیه صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی آمده است: از این پس انجام تمامی فرآیندهای خدمت رسانی به متقاضیان اولیه شامل پذیرش، فنی، امور قراردادها و صدور بیمه نامه از طریق سامانه ارتباط با مشتریان انجام خواهد شد. این صندوق از متقاضیان خواسته که از مراجعه حضوری به صندوق اجتناب کرده و مراحل تکمیل پرونده خود را از طریق سامانه صندوق به نشانی زیر پیگیری کنند. معاون امور معادن و صنایع معدنی وزیر صمت گفت: از اول مهرماه امسال، صادرات مواد معدنی خام مشمول عوارض ۲۰ تا ۲۵ درصدی می‌شود. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، جعفر سرقینی با بیان اینکه از اول مهرماه امسال، صادرات مواد معدنی خام مشمول عوارض ۲۰ تا ۲۵ درصدی می شود، اظهار داشت: این دستور با تصویب کارگروه موضوع بند ۱ دستورالعمل مدیریت صادرات و در راستای حمایت از تولید داخل صادر شده است.

وی تصریح کرد: صادرات کنسانتره و گندله سنگ آهن نیز مشمول عوارض ۲۵ درصدی خواهد بود. معاون امور معادن و صنایع معدنی وزارت صمت گفت: این تصمیم به منظور جلوگیری از خام فروشی مواد معدنی و ایجاد ارزش افزوده بیشتر اجرایی می شود.

اتاق بازرگانی به هیأت وزیران پیشنهاد داد

دریافت عوارض فوب کالا در مرحله ترخیص از گمرک

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران درخواستی را برای «دریافت عوارض فوب کالا در مرحله ترخیص» به هیأت وزیران ارائه کرده است. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از دفتر هیأت دولت، به دلیل شرایط اقتصادی کشور و همچنین محدودیت‌های زمانی مجوزهای صادره برای واردات کالاها، در برخی از موارد عملیات تجاری، منتهی به واردات کالا به کشور نمی‌شود، اما عوارض فوب کالا در مرحله ثبت سفارش از تجار دریافت می‌شود. از سوی دیگر امکان استرداد عوارض اخذشده و یا تهاتر آن با واردات بعدی به دلیل عدم شمول ماده (۴۹) قانون محاسبات عمومی دیوان محاسبات کشور وجود ندارد و امکان عودت و جابه‌جایی آن طبق مواد (۴۱) و (۴۲) قانون محاسبات عمومی کشور امکان‌پذیر نیست. بنابراین اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران درخواست کرده است با توجه به شرایط اقتصادی و اهمیت تأمین کالاهای اساسی جامعه، دریافت عوارض فوب کالا در مرحله ترخیص از گمرک انجام شود. گفتنی است، این درخواست در حال رسیدگی در کمیسیون اقتصاد هیأت دولت است.

موازی‌کاری در حوزه تجارت خارجی ممنوع

حمید زادبوم ضمن تشریح ۱۰ بند وظایف سازمان توسعه تجارت ایران که از سوی قائم‌مقام وزیر در امور بازرگانی ابلاغ شده است، خواستار تجمیع سیاست‌های تجارت خارجی کشور و پرهیز از موازی‌کاری در این حوزه شد. به گزارش خبرگزاری خبرآنلاین از وزارت صنعت، معدن و تجارت، حمید زادبوم رئیس سازمان توسعه تجارت با تأکید بر مأموریت‌های سازمان اظهار داشت: در جنگ اقتصادی امروز باید با تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها، سیاست‌های تجاری و اقتصادی را اصلاح کنیم و بستر ارتقای سیاست‌های خارجی را فراهم آوریم.

او با تأکید بر توان تخصصی و نیروی انسانی متعهد در سازمان توسعه تجارت ایران، افزود: این سازمان نقش حیاتی در سیاست‌گذاری تجارت خارجی کشور دارد، بنابراین، با همدلی و انسجام داخلی، تولید محتوای متناسب با نیاز روز تجارت خارجی، رعایت نظم و انظباط داخلی در امور سازمان و قانون‌مداری انتظار می‌رود مدیران و دیگر کارکنان سازمان با شجاعت، صادرات کشور را در مسیر توسعه واقعی همراهی کنند.

یک کارشناس خودرو در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان مطرح کرد

ارزآوری ۴۰۰ میلیون دلاری قطعات خودرو در سال گذشته

یک کارشناس مسائل اقتصادی گفت طبق آمارهای به دست آمده، سال گذشته حدود ۴۰۰ میلیون دلار ارزآوری در صنعت قطعه‌سازی برای کشور صورت گرفته است.

امیرحسین کاکائی در گفت‌وگو با خبرنگار گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به مشکل اصلی قطعه‌سازان در صنعت خودروسازی کشور، گفت: هم‌اکنون مدت زیادی است که روند رشد اقتصادی در حوزه خودرو وضعیت مطلوبی نیست، به طوری که ۲۸ خودروسازی کشور به سمت داخلی‌سازی نرفتند و فقط تنها دو خودروسازی بزرگ کشور بر داخلی‌سازی خودروهای‌شان سرمایه‌گذاری می‌کنند.

او ادامه داد: متاسفانه در دو سال اخیر برخی از خودروهای پرتیراژ ما به غلط دستور قیمت گرفتند و باعث بالا رفتن نجومی قیمت سایر خودروها نیز شدند، همین امر یکی از عوامل ایجاد شرایط نابسامان در بازار خودرو شد.

کاکائی در مورد مشکل قطعه‌سازان برای تولید به موقع سفارش‌های صنعت خودرو، اضافه کرد: سال گذشته در گمرکات کشور یک وقفه‌ای در تحویل و ترخیص کالاها و قطعات در شش ماه ابتدایی سال داشتند که این تأخیر متاسفانه خود به دلایل کاهش تولید در هر دو۲ صنعت خودرو و قطعه شد.

این کارشناس مسائل اقتصادی اضافه کرد: امروز مشکل نقدینگی دامن قطعه‌سازان را نیز گرفته است به طوری که به دنبال این هستیم که رابطه با قطعه‌سازان را برمبنای شاخص‌های عملکردی و مالی به صورت کاملا شفاف و نظام‌مند ساماندهی کنیم. او گفت: معتقدم قیمت‌گذاری تحمیلی و غیرواقعی که چند سالی است توسط شورای رقابت صورت می‌گیرد، بسیار زیان بار بوده است و منجر شد تا دو شرکت بزرگ خودروسازی با زیان انباشته مواجه شوند. در صورت عدم همکاری با قطعه‌سازان صنعت خودرو قطعا شرایط آنها بدتر نیز خواهد شد.

کاکائی تصریح کرد: طبق آمارهای به دست آمده، سال گذشته حدود ۴۰۰ میلیون دلار ارزآوری در صنعت قطعه‌سازی برای کشور صورت گرفته است.

نیاز به حمایت و نقدینگی

درخواست مدیرعامل ایران خودرو از مسئولان صنعتی

نشست مشترک مدیرعامل ایران خودرو با معاون وزیر و رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان با هدف بررسی وضعیت صنعت خودرو و تبیین چالش‌های موجود در این صنعت برگزار شد.

مدیرعامل ایران خودرو در این نشست برنامه‌ریزی برای افزایش کیفیت و توسعه عمق ساخت داخل را از رویکردهای مهم ایران خودرو اعلام و کمبود سرمایه در گردش را مهمترین مشکل در این رویکرد دانست و گفت: افزایش هزینه تولید نیاز بنگاه‌ها به سرمایه در گردش را افزایش داده است و سیاست‌های حمایتی در این راستا، وضعیت صنعت خودرو را از شرایط فعلی خارج خواهد کرد.

به گفته فرشاد مقیمی بهبود وضعیت فعلی تولید، نیازمند ابزارهایی مهمی از جمله تسریع در تزریق نقدینگی به شبکه تامین و صنعت قطعه‌سازی است، تا از این مسیر، موج تازه‌ای در صنعت خودرو ایجاد شود.

مدیرعامل ایران خودرو در این دیدار، با تشریح مهم‌ترین سیاست‌ها و برنامه‌های این خودروساز، گزارشی از مشکلات و چالش‌های پیش روی صنعت خودرو با توجه به افزایش نرخ تمام شده تولید و کمبود سرمایه در گردش پرداخت.

عباس تابش معاون وزیر و مدیرعامل سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان نیز با تشریح مهم‌ترین سیاست‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت در صنعت خودرو، به آسیب شناسی وضعیت این صنعت در شرایط فعلی پرداخت.

وی دغدغه‌های جامعه نسبت به این صنعت و ضرورت ایجاد فضای مناسب برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده را مطرح و خاطرنشان کرد: نباید به هیچ وجه حقوق مصرف‌کننده مورد تعدی قرار گیرد، اجازه نمی‌دهم حقوقی از مصرف‌کننده در جیب تولیدکننده باشد و یا حقوقی از تولیدکننده تضییع شود. این اظهارات البته در شرایطی مطرح می‌شود که خودروهای تولید داخلی طی ماه‌های اخیر از نظر کیفیت و حذف آپشن ها دچار مشکلات جدی شده‌اند، اما اقدام خودروسازان به کاهش آپشن ها و ارزان سازی خودروها با واکنشی از سوی سازمان حمایت مواجه نشده است. از طرف دیگر، بسیاری از مشتریان و ثبت نام کنندگان خودرو نیز هنوز موفق به دریافت خودروهای ثبت نامی خود نشده‌اند و با این حساب درخواست حمایت برای ادامه وضعیت موجود نمی‌تواند محلی از اعراب داشته باشد.

سخنگوی کمیسیون حقوقی و قضائی مجلس:

تحویل ندادن خودروهای پیش‌فروش شده جرم است

سخنگوی کمیسیون حقوقی و قضائی مجلس می‌گوید براساس تحویل ندادن خودروهای پیش‌فروش شده جرم است و مجازات خاص خود را دارد.

به گزارش خانه ملت، حسن نوروزی سخنگوی کمیسیون حقوقی و قضائی مجلس درباره بدقولی خودروسازان در تحویل خودروهای پیش‌فروش شده، گفت: یکی از مشکلات موجود در کشور کنترل نشدن بازار و در نتیجه گرانی خودرو و کالاهایی مانند مواد غذایی، کاغذ، لوازم یدکی و... است.

نماینده مجلس شورای اسلامی افزود: اگرچه دشمن با اعمال تحریم به دنبال ایجاد مشکلات بسیار برای کشور است اما برخی در داخل با ایجاد گرانی و برهم زدن تنظیم بازار به این وضعیت دامن می‌زنند.

وی اظهار داشت: حدود ۱۸۰ هزار خودرو در اختیار تعداد محدودی نمایندگی قرار گرفت و آنها نیز خودروها را احتکار کرده و به راحتی قیمت‌ها را افزایش داده و سودهای چند ۱۰میلیاردی به جیب زنند.

پیش‌فروش خودرو موجب نابسامانی در بازار می‌شود

این نماینده مردم در مجلس دهم با بیان اینکه در حال حاضر علی‌رغم اینکه مردم برای خرید خودرو ثبت نام کرده و پول آن را کامل پرداخت کرده‌اند اما خودرو به آنها تحویل داده نمی‌شود، اضافه کرد: سایپا و ایران خودرو تعداد زیادی خودرو باید به مردم تحویل دهند در حالی که اما و اگرهای بسیاری برای نحوه برخورد خودروسازان در رابطه با عمل به تعهدات وجود دارد، علاوه بر این مسائل این شرکت‌ها در حال حاضر نیز به پیش‌فروش خودرو ادامه می‌دهند که موجب بر هم خوردن تعادل در بازار می‌شود.

سخنگوی کمیسیون حقوقی و قضائی مجلس ادامه داد: براساس قانون تجارت تحویل ندادن خودروهای پیش‌فروش جرم است و مجازات خاص خود را دارد حتی در لایحه تجارت جدید نیز این امر درج شده است.

تحویل ندادن خودروی پیش‌فروش شده نوعی افساد فی‌الارض است

وی تصریح کرد: برخورد خودروسازان در تحویل ندادن خودرو نوعی افساد فی‌الارض است چراکه موجب به هم‌ریختگی بازار، عدم تعادل در اقتصاد، آسیب به مردم و انقلاب اسلامی و کمک به سوداگری است و نارضایتی مردم را در پی خواهد داشت.

سخنگوی کمیسیون حقوقی و قضائی مجلس گفت: از نظر قانون تجارت خودروسازان متعهد شدند که خودروی فروخته شده را به مردم تحویل دهند اما از آنجایی که تلاشی برای تحقق این وعده انجام نمی‌دهند می‌توان این امر را مورد بررسی قرار داد.

یک فعال صنعت قطعه مطرح کرد

ضرورت تقلیل زمان پرداخت مطالبات قطعه‌سازان به یک ماه

رئیس انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی با بیان اینکه در حال حاضر خودروسازان ۲۲هزار میلیارد تومان به شبکه تامین بدهکار هستند، گفت زمان پرداخت این بدهی‌ها باید از چهار ماه به یک ماه کاهش یابد.

به گزارش اقتصادآنلاین، محمدرضا نجفی منش درباره جزییات جلسه قطعه‌سازان با مدیرعامل جدید شرکت ایران خودرو توضیح داد: در گذشته بین خودروسازان و قطعه‌سازان کمیته‌هایی تشکیل می‌شد که در آن در مورد مسائل دو صنعت هم‌فکری و مشورت می‌کردیم اما مدتی است که این جلسات قطع شده و خوشبختانه قرار است دوباره احیا شود؛ در همین راستا طی جلسه‌ای که با مدیرعامل ایران خودرو هم داشتیم قرار شد نظام پرداخت به صورت سیستماتیک اجرا شود.

او ادامه داد: اگر همدلی بین خودروسازان و قطعه‌سازان تقویت شود شاهد هموار شدن راه دو صنعت خواهیم بود.

نجفی‌منش اولویت قطعه‌سازان و خودروسازان را تکمیل خودروهای ناقص کف کارخانه اعلام کرد و گفت: در حال حاضر برنامه ما تکمیل بیش از ۱۰هزار خودروی ناقص و عرضه آن به بازار است و مابقی نیز به زودی تکمیل خواهند شد.

به گفته رئیس انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی، با توجه به اینکه خودروهای ناقص باید با قیمت‌های قبلی عرضه شود، برای خودروسازان زیان بسیاری به همراه خواهد داشت بنابراین دولت باید هرچه سریع‌تر به این موضوع ورود کند.

وی همچنین با اشاره به میزان بدهی خودروسازان و روش پرداخت آن اظهار داشت: برآورد ما این است که خودروسازان در حال حاضر ۲۲هزار میلیارد تومان به شبکه تامین یعنی قطعه‌سازان، بانک‌ها و پتروشیمی‌ها بدهکار هستند که باید جزییات آن مشخص شود.

این فعال صنعت قطعه اضافه کرد: در حال حاضر مکانیزم خودروسازان این است که چهار ماه بعد از تحویل قطعه پول را پرداخت کنند و این مورد موافقت قطعه‌سازان نیست و از نظر ما باید این بدهی حداقل ۳۰روزه پرداخت شود، چراکه الان همه خریدها به صورت نقدی انجام می‌شود و طولانی شدن زمان پرداخت قطعه‌ساز را با ضرر مواجه می‌کند.

نجفی‌منش خاطرنشان کرد: طبق مذاکرات انجام شده، قرار است بدهی‌ها به صورت متعادل و سیستماتیک پرداخت شود و از این طریق قطعه‌ساز بتواند برای ساخت و تامین قطعه برنامه مشخصی داشته باشد، بنابراین پیشنهاد کردیم که علی‌الحساب برای قطعه‌سازان کوچک و متوسط پرداخت‌ها به صورت یک ماهه انجام شود.

اخبار

واکنش رحمانی به ورود شورای رقابت به فرآیند قیمت‌گذاری خودرو

وزیر صنعت، معدن و تجارت درباره ورود شورای رقابت به پروسه قیمت‌گذاری خودرو نظر خود را بیان کرد.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از خانه ملت، رضا رحمانی، درباره نامه دیوان محاسبات مبنی بر ضرورت تجدید ارزیابی دارایی خودروسازان، گفت: تجدید ارزیابی یکی از رویه‌های جاری در تمامی واحدهای صنعتی است.

وی با بیان اینکه واحدهای صنعتی باید از فرصت تجدید ارزیابی استفاده کنند، افزود: اخیرا مجوزی صادر شده که تمام واحدهای صنعتی از فرصت تجدید ارزیابی دارایی‌ها استفاده کنند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت در پاسخ به اینکه در برخی رسانه‌ها مطرح می‌شود شما با ورود شورای رقابت به پروسه قیمت‌گذاری خودرو مخالف هستید، آیا این ادعا درست است، پاسخ داد: نه؛ بنده صغیر نیستم و می‌توانم نظر خود را بیان کنم.

یک فعال صنفی پاسخ داد: خودرو بخریم یا نخریم؟

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران گفت بازار خودرو دیگر گزینه مناسبی برای سرمایه‌گذاران نیست و با کاهش قیمت‌ها به تدریج مشتریان واقعی وارد بازار می‌شوند.

سعید موتمنی در گفت‌وگو با خبرآنلاین، افزود: بازار خودرو در این هفته به دلیل تعطیلات روزهای عاشورا و تاسوعا نیمه تعطیل است و خرید کمتر شده است اما ازشنبه هفته آینده فعالیت‌ها از سرگرفته می‌شود.

وی افزود: قیمت‌ها به صورت آهسته روند کاهشی را در پیش گرفته‌اند و در درازمدت اثرش را نشان می‌دهد.

موتمنی در ادامه گفت: به هرحال خودرو نیز کالای مصرفی است اگر کسی نیاز داشته باشد می‌خرد اما کسانی که قصد این را دارند که خودروی خود را تبدیل به احسن کنند الان زمان مناسبی برای این کار نیست باید کمی صبر کنند.

وی با اشاره به اینکه پیش‌بینی می‌شود روند کاهشی حاکم بر بازار طی یک ماه اخیر، در هفته آتی هم تداوم یابد، ادامه داد: با افزایش تولید خودرو و افزایش عرضه خودروهای تولیدی به بازار، این روند تشدید می‌شود و بررسی‌ها نشان می دهد تولید خودرو در نیمه دوم سال بیش از نیمه اول سال خواهد بود.

موتمنی تاکید کرد: بسیاری از کسانی که خودرو به قصد سرمایه گذاری خریده‌اند، هنوز خودروهایشان را وارد بازار نکرده‌اند چون هم مشتری در بازار نیست و هم قیمت‌های اعلامی شان طرفداری ندارد اما بی تردید مجبورند به قیمت‌های پایین تر نیز خودروهایشان را بفروشند.

شهرداری سرپل ذهاب

آگهی تجدید مزایده عمومی شهرداری سرپل ذهاب

نوبت دوم

شهرداری سرپل ذهاب درنظر دارد به استنادبند ۵ مصوبه شماره ۷ مورخ ۱۳۹۸/۴/۱۶ شورای اسلامی شهر سرپلذهاب، تعدادی از املاک اجاره ای خود را طبق مشخصات ذیل با قیمت کارشناسی از طریق مزایده عمومی به مدت یکسال اجاره دهد، لذا از کلیه متقاضیان دعوت بعمل می آید پیشنهاد کتبی خود را به همراه فیش واریزی سپرده تضمین شرکت در مزایده به حساب ۳۱۰۰۰۰۱۸۹۵۰۰۶ نزد بانک ملی شعبه مرکزی سرپل ذهاب به نام شهرداری، در پاکت لاک و مهر شده پس از ثبت دبیرخانه تحویل حراست شهرداری نموده و رسید دریافت دارند. بدیهی است شرکت در مزایده از تاریخ نشر آگهی نوبت دوم مورخ ۱۳۹۸/۶/۲۰ به مدت ۱۰ روز کاری تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۸/۶/۳۱ می باشد، شهرداری در رد یا قبول پیشنهادات مختار است و به پیشنهادهای مخدوش، ناخوانا، دارای قلم خوردگی و لاک گرفتگی ترتیب اثر داده نخواهد شد. درصورت انصراف برندگان اول تا سوم مزایده، سپرده آنها به سود شهرداری ضبط می گردد. متقاضیان جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد مزایده می توانند به واحد امور قراردادهای شهرداری یا سایت شهرداری سرپل ذهاب به آدرس www.sh-sarpolezahab.ir (سامانه شهروندی) مراجعه نمایند.

ردیف	مورد اجاره	اجاره بهاء ماهیانه (ریال)	تضمین شرکت در مزایده (ریال)
۱	سوله ریخک	۹/۶۰۰/۰۰۰	۵/۸۰۰/۰۰۰
۲	سوله انزل	۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰
۳	غسالخانه	۴۵/۰۰۰/۰۰۰	۲۷/۰۰۰/۰۰۰
۴	یک قطعه زمین واقع در پارک جنگلی ورودی شهر	۵/۵۰۰/۰۰۰	۳/۳۰۰/۰۰۰
۵	دفتر مینی بوس رانی واقع در طبقه همکف ترمینال راه کربلا	۱/۸۰۰/۰۰۰	۱/۰۸۰/۰۰۰
۶	دفتر اتوبوس رانی واقع در طبقه همکف ترمینال راه کربلا	۲/۴۰۰/۰۰۰	۱/۴۴۰/۰۰۰
۷	مغازه شماره ۱ ضلع شمال غربی ترمینال راه کربلا	۱/۶۰۰/۰۰۰	۹۶۰/۰۰۰
۸	مغازه شماره ۳ ضلع شمال غربی ترمینال راه کربلا	۱/۷۰۰/۰۰۰	۱/۰۲۰/۰۰۰
۹	مغازه شماره ۴ ضلع شمال غربی ترمینال راه کربلا	۱/۸۰۰/۰۰۰	۱/۰۸۰/۰۰۰
۱۰	مغازه شماره ۵ ضلع شمال غربی ترمینال راه کربلا	۱/۹۵۰/۰۰۰	۱/۱۷۰/۰۰۰
۱۱	مغازه شماره ۱۳ضلع شمال شرقی ترمینال راه کربلا	۱/۸۰۰/۰۰۰	۱/۰۸۰/۰۰۰
۱۲	مغازه شماره ۱۴ضلع شمال شرقی ترمینال راه کربلا	۱/۷۰۰/۰۰۰	۱/۰۲۰/۰۰۰
۱۳	واحد تجاری واقع در طبقه دوم ساختمان ترمینال راه کربلا	۲/۸۰۰/۰۰۰	۱/۶۸۰/۰۰۰
۱۴	واحد تجاری واقع در طبقه اول ساختمان ترمینال راه کربلا	۱/۰۰۰/۰۰۰	۶۰۰/۰۰۰
۱۵	مغازه جنب بانک ملی مرکزی	۶/۰۰۰/۰۰۰	۳/۶۰۰/۰۰۰
۱۶	مغازه شماره ۱ پاساژ جانبازان	۳/۵۰۰/۰۰۰	۲/۱۰۰/۰۰۰
۱۷	مغازه شماره ۱۷ پاساژ جانبازان	۳/۷۰۰/۰۰۰	۲/۲۲۰/۰۰۰
۱۸	مغازه شماره ۲۷ پاساژ جانبازان	۳/۳۰۰/۰۰۰	۱/۹۸۰/۰۰۰
۱۹	مغازه شماره ۳۳ پاساژ جانبازان	۳/۰۰۰/۰۰۰	۱/۸۰۰/۰۰۰
۲۰	مغازه شماره ۳۴ پاساژ جانبازان	۲/۸۰۰/۰۰۰	۱/۶۸۰/۰۰۰
۲۱	مغازه شماره ۲ واقع درخیابان شاهد روبروی کوی نسیم (مغازه سمت چپ)	۳/۷۰۰/۰۰۰	۲/۲۲۰/۰۰۰
۲۲	مغازه شماره ۳ واقع درخیابان شاهد روبروی کوی نسیم (مغازه سمت راست)	۴/۲۵۰/۰۰۰	۲/۵۵۰/۰۰۰
۲۳	مغازه شماره ۱۰ واقع در زیرزمین پاساژ امینی	۳/۰۰۰/۰۰۰	۱/۸۰۰/۰۰۰
۲۴	مغازه شماره ۱۲ واقع در زیرزمین پاساژ امینی	۳/۰۰۰/۰۰۰	۱/۸۰۰/۰۰۰
۲۵	مغازه شماره ۳۲ واقع در طبقه اول پاساژ امینی	۲/۰۰۰/۰۰۰	۱/۲۰۰/۰۰۰
۲۶	مغازه شماره ۳۴ واقع در طبقه اول پاساژ امینی	۲/۰۰۰/۰۰۰	۱/۲۰۰/۰۰۰
۲۷	مغازه شماره ۳۸ واقع در طبقه دوم پاساژ امینی	۱/۵۰۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰۰
۲۸	مغازه شماره ۳۹ واقع در طبقه دوم پاساژ امینی	۱/۵۰۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰۰
۲۹	مغازه شماره ۴۰ واقع در طبقه دوم پاساژ امینی	۱/۵۰۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰۰
۳۰	مغازه شماره ۴۲واقع در طبقه دوم پاساژ امینی	۱/۵۰۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰۰

آدرس: سرپل ذهاب، بلوار راه کربلا، خیابان شهید فاتح فر -شماره تماس: ۰۸۳۴۲۲۲۲۴۴۲

صابر حیدری - شهردار سرپل ذهاب

۵۹۵

خراسان رضوی پیشگام رویدادهای کارآفرینی خلاق

حبیب‌الله آسوده مدیرکل کمیته امداد امام خمینی (ره) خراسان رضوی در حاشیه اختتامیه نخستین رویداد کارآفرینی خلاق گفت رویدادهای کارآفرینی خلاق با اهداف ترویج فرهنگ کسب و کار و کار تیمی، توانمندسازی افراد در شناسایی ظرفیت‌های کسب و کار پیرامونی خود و نیز توانایی مطالبه‌گری افراد از مراجع مختلف، برگزار می‌شوند که خراسان رضوی پیشگام برگزاری این رویدادهای کارآفرینی خلاق در کشور است.

اختتامیه نخستین رویداد کارآفرینی خلاق شهرستان خوشاب با حضور مدیرکل کمیته امداد امام خمینی (ره) خراسان رضوی و نمایندگان مردم در مجلس شورای اسلامی به همراه دیگر مسئولین شهرستان در شهر سلطان آباد مرکز این شهرستان برگزار شد.

دریچه

دبیر بیست و یکمین جشنواره جوان خوارزمی:

هدف جشنواره ترویج فرهنگ کارآفرینی دانش‌بنیان و تجاری‌سازی تحقیقات است

دبیر بیست و یکمین جشنواره جوان خوارزمی گفت اهداف امسال جشنواره، ترویج فرهنگ کارآفرینی دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات است که حضور فعالانه شرکت‌های دانش‌بنیان و مراکز رشد بیش از پیش به چشم می‌خورد.

حمیدرضا الهیاری روز یکشنبه در گفت و گو با خبرنگار علمی ایرنا، اظهار داشت: ارج نهادن به مقام پژوهشگران، نوآوران و فناوران کشور، فراهم آوردن بستری مناسب برای همکاری‌های علمی فناوری در سطح جهانی و شناسایی و معرفی استعدادها در زمینه‌های مختلف علمی و صنعتی و حمایت از برگزیدگان جشنواره، سایر اهداف و رویکردهای جشنواره است.

وی ادامه داد: شرکت‌کنندگان در زمینه‌های مهندسی نرم‌افزار اطلاعات، مهندسی صنایع و مدیریت فناوری، زیست فناوری و علوم پایه پزشکی، مواد، متالوژی و انرژی‌های نو، کشاورزی و منابع طبیعی، طرح موفق در تولید ملی، فناوری‌های شیمیایی، معماری و شهرسازی، برق و کامپیوتر، محیط زیست، فناوری نانو، مکاترونیک، علوم پایه، مکانیک، هوافضا، عمران و هنر به رقابت می‌پردازند.

دبیر این جشنواره تصریح کرد: مهلت ارسال آثار ۱۶ شهریورماه پایان یافته و شرکت‌کنندگان در ۱۸ گروه تخصصی طرح ارسال کرده‌اند که به مدت سه ماه توسط کارگروهی در حال ارزیابی است و در هفته پژوهش (آذرماه) از طرح‌های برگزیده قدردانی می‌شود.

وی در ادامه عنوان کرد: پژوهش‌های بنیادی و کاربردی، طرح‌های توسعه‌ای، نوآوری و ابتکار؛ محورهای پژوهشی این دوره است که جشنواره در این دوره با استقبال بیشتری مواجه شده و ۱۰درصد افزایش طرح‌ها را داشته‌ایم.

الهیاری اظهار داشت: در۲۱ دوره برگزاری جشنواره در وزارت علوم در هر دوره به کیفیت طرح‌ها اضافه شده است. همچنین حضور شرکت‌های دانش‌بنیان و مراکز پژوهشی باعث شده تا جوان‌ها در عرصه فنی و علمی بیش از پیش با موفقیت عمل کنند و با حمایت از آنها انگیزه ایجاد شود.

دبیر جشنواره جوان خوارزمی تصریح کرد: این جشنواره برای افراد زیر ۳۰ سال برگزار می‌شود که طرح بسیار ارزنده‌ای برای ایجاد انگیزه در میان جوانان است، همچنین ۷ طرح این دوره متعلق به شرکت‌های دانش‌بنیان، مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری بوده است.

الهیاری تصریح کرد: جوایز جشنواره بین‌الملل خوارزمی اعم از لوح تقدیر رئیس جمهور، لوح تقدیر وزیر علوم، تحقیقات و فناوری، تندیس جشنواره بین‌المللی، اهدای جوایز نقدی، استفاده از تسهیلات بنیاد ملی نخبگان، معرفی به سازمان سنجش برای استفاده از تسهیلات، معرفی برگزیدگان به پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، صندوق های حمایتی و بنگاه‌های اقتصادی برای افزایش تعامل و همکاری است.

جشنواره خوارزمی چهره حقیقی کشور را نشان می‌دهد

وی درخصوص سی و سومین جشنواره بین‌المللی خوارزمی نیز عنوان کرد: ثبت نام الکتریکی و ارسال طرح‌ها در این بخش تا ۱۵ مهر ماه سال جاری تمدید شده است. تاکنون ۲۵ کشور از قاره‌های اروپا و آسیا طرح‌های خود را ارسال کرده‌اند و با بازگشایی دانشگاه‌ها در مهر ماه حضور شرکت‌کنندگان افزایش پیدا می‌کند.

الهیاری عنوان کرد: متقاضیان می‌توانند با مراجعه به پایگاه اطلاع‌رسانی www.Khwarizmi.ir نسبت به ثبت نام الکترونیکی در سامانه جشنواره‌های خوارزمی-بین‌المللی اقدام کنند.

وی با بیان اینکه سال گذشته از ۴۵ کشور دنیا به جشنواره طرح ارسال شده است، اظهار داشت: زمانی که اساتید سایر کشورها به عنوان برگزیده وارد کشور می‌شوند با سطح علمی اساتید و دانشگاه‌های ایران آشنایی پیدا می‌کنند که در نشان دادن چهره صحیح و حقیقی کشور در سطح بین‌المللی موثر است.

دبیر جشنواره جوان خوارزمی افزود: همچنین اساتید برگزیده خارجی به مدت یک هفته در کشور اقامت دارند که با حضور در دانشگاه‌های پایتخت و سایر شهرها و برگزاری سمینارهای علمی به تبادل و به روزرسانی دانش با اساتید داخلی می‌پردازند.

وی اظهار داشت: در این جشنواره از برگزیدگان جشنواره‌های بین‌المللی و جوان خوارزمی در دوره‌های پیشین که موفق به تولید محصول در مقیاس صنعتی شده‌اند نیز تقدیر می‌شود.

تسهیلات نظام وظیفه برای برگزیدگان خوارزمی

وی همچنین درخصوص تسهیلات نظام وظیفه تخصصی بنیاد ملی نخبگان برای دانش‌آموختگان برتر دانشگاهی و فناوری گفت: بنیاد ملی نخبگان برای پشتیبانی از تلاش‌های تخصصی دانش‌آموختگان برتر دانشگاهی و فناوران جوان که به فعالیت‌های فناورانه در شرکت‌های فعال حوزه فناوری اشتغال دارند، تسهیلات نظام وظیفه تخصصی در نظر گرفته است.

الهیاری ادامه داد: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با هدف تسهیل زیست بوم کسب و کارهای دانش‌بنیان و به منظور پشتیبانی نهادهای فناورانه و دانش‌آموختگان برتر فناور، تسهیلاتی فراهم کرده است تا دانش‌آموختگان برتر و فناور بتوانند دوران نظام وظیفه خود را در قالب اجرای طرح‌هایی به صورت «پروژه جایگزین خدمت نظام وظیفه در صنایع دفاعی و کشوری» در چهارده ماه یا «امریه شرکت‌های دانش‌بنیان» طی بیست و چهار ماه انجام دهند.

وی تصریح کرد: برگزیدگان جشنواره‌های بین‌المللی و جوان خوارزمی براساس آیین‌نامه‌ها و جداول درج شده در قسمت «تسهیلات نظام وظیفه تخصصی» وبگاه www.daneshbonyan.ir می‌توانند در صورت حائز شرایط بودن و با امتیازهای قابل احراز از طریق سامانه سینا به نشانی sina.bmn.ir درخواست خود را ارسال کنند و از تسهیلات نظام وظیفه تخصصی بهره‌مند شوند.

دبیر جشنواره جوان خوارزمی اظهار داشت: مهمترین مصادیق فعالیت‌های نخبگان برای بهره‌مندی از این تسهیلات عبارتند از برگزیده شدن در جشنواره‌های علمی پژوهشی فناوری ادبی و هنری مورد تایید بنیاد ملی نخبگان (نظیر جشنواره‌های بین‌المللی و جوان خوارزمی)، موفقیت علمی در دانشگاه، فعالیت‌های نوآورانه (اختراع برگزیده) و اشتغال در شرکت‌های دانش‌بنیان یا فناور (به عنوان مدیرعامل، عضو هیات رئیسه و فعالیت تمام وقت در شرکت...) است.

حمایت از استارت‌آپ‌ها با همکاری سازمان تامین اجتماعی

چهارمین جلسه از سلسله نشست‌های دیدبان رفاه و تأمین اجتماعی با حضور پرویز کرمی مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، مصطفی سالاری مدیر عامل سازمان تامین اجتماعی و جمعی از مدیران استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا در سازمان تامین اجتماعی برگزار شد. به گزارش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مصطفی سالاری مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی در این نشست اظهار داشت: هدف از برگزاری این جلسات همفکری و تبادل نظر برای یافتن بهترین راهکار به منظور اصلاح رویه‌ها است. وی با بیان اینکه سازمان تأمین اجتماعی امانتدار اندوخته جامعه تحت پوشش است و باید این امانت را براساس قانون و اصول بیمه‌گری هزینه کند، افزود: هر کسی که حق بیمه به این سازمان پرداخت کند از خدمات استفاده خواهد کرد و اجازه نداریم که این امانت را برای افراد دیگری هزینه کنیم.

مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی با اشاره به برخی مسائل مطرح شده از سوی جوانان فعال در حوزه استارت‌آپ‌ها، گفت: بخشی از مسائل مطرح شده با اصلاح رویه‌های اداری و به سادگی قابل اجرا است. مسائلی همچون دفتر مشترک و برخی مسائل دیگر را می توانیم با همکاری مشترک حل کنیم.

سالاری ادامه داد: تلاش ما این است که برای ارائه خدمات به فعالان حوزه استارت‌آپ‌ها، انعطاف داشته باشیم. جایی که اختیار قانونی داریم، می‌توانیم به سرعت عمل کنیم.

افزایش خدمت‌رسانی به مجموعه استارت‌آپ‌ها

مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی درباره ضرایب حق بیمه استارت‌آپ‌ها، گفت: برای حل مشکلات این حوزه درحال تجمیع بخش‌نامه‌های مختلف مربوط به ضرایب حق بیمه هستیم و بخشنامه تجمیعی با همفکری و مشارکت ذی‌نفعان در ماه‌های آینده تهیه و ابلاغ می‌شود.

سالاری با تأکید بر اینکه سازمان تأمین اجتماعی آماده افزایش خدمت‌رسانی به مجموعه استارت‌آپ‌ها است، گفت: تا آنجا که در حیطه اختیار و عمل مدیریت سازمان باشد، خواسته‌ها و مطالبات آنها اجرایی خواهد شد و در صورت نیاز مجوزهای قانونی نیز برای تسهیل خدمت‌رسانی به این گروه از شاغلان اخذ می‌شود.

شرایط شرکت در سومین دوره نانواستارت‌آپ اعلام شد

شرایط شرکت در سومین دوره نانواستارت‌آپ اعلام شد. علاقه‌مندان برای شرکت در سومین دوره نانواستارت‌آپ باید نسبت به تکمیل فرم و ارسال مستندات موردنیاز اقدام کنند، پس از دریافت درخواست داوطلبان، اطلاعات بررسی می‌شوند و پس از اعمال امتیازات هر بخش، از ۱۰۰ نفر اول دعوت می‌شود تا در افتتاحیه نانواستارت‌آپ مصادف با اختتامیه مسابقه ملی در ۲۷ شهریورماه ۱۳۹۸ شرکت کنند.

به گزارش ستاد توسعه فناوری نانو، دومین دوره برنامه نانو استارت‌آپ به مدت یک سال از مهرماه ۱۳۹۸ آغاز می‌شود. افتتاحیه این دوره از برنامه در ۲۷ شهریورماه ۱۳۹۸ مصادف با اختتامیه نهمین مسابقه ملی فناوری نانو برگزار می‌شود. تمامی داوطلبان نهمین مسابقه ملی فناوری نانو که در جلسه آزمون حاضر بودند و به سوال علاقه‌مندی برای شرکت در نانو استارت‌آپ پاسخ مثبت دادند، می‌توانند شانس خود را برای حضور در سومین دوره برنامه امتحان کنند.

علاقه‌مندان باید اطلاعات خود را از طریق «فرم ثبت‌نام نانواستارت‌آپ» برای دبیرخانه برنامه ارسال کنند. این فرم از سه بخش «اطلاعات فردی»، «رزومه شخصی» و «تیم‌سازی و کارآفرینی» تشکیل شده است.

داوطلبان تا پایان روز ۱۸ شهریورماه فرصت دارند نسبت به تکمیل فرم ثبت‌نام اقدام کنند، در غیر این صورت شانس حضور خود در برنامه را از دست خواهند داد.

پس از بررسی مستندات ارسالی و اعمال امتیازات مربوطه، از ۱۰۰ نفر اول دعوت خواهد شد تا در مراسم افتتاحیه نانواستارت‌آپ شرکت کنند. تم موضوعی سومین دوره نانواستارت‌آپ همانند سال گذشته حوزه آب و پساب است. در مراسم افتتاحیه لیست فناوری‌های مرتبط با تم موضوعی نانواستارت‌آپ در اختیار برگزیدگان قرار خواهد گرفت و افراد پس از انتخاب فناوری (های) موردنظر خود، فاز مطالعاتی خود را آغاز و نسبت به انتخاب ایده خود اقدام می‌کنند.

سرفصل فناوری‌های پیشنهادی در این دوره به این شرح است:

- تصفیه آب و پساب
- ساخت/ توسعه حسگر در حوزه آب و پساب
- استخراج فلزات ارزشمند از پساب
- ساخت/ توسعه هیدروژل
- تولید و ذخیره‌سازی انرژی
- استحصال رطوبت از هوا

جزییات مربوط به هر سرفصل پس از مراسم افتتاحیه در اختیار داوطلبان قرار خواهد گرفت.

مدیر مایکروسافت: ترامپ دلایل کافی برای ممنوعیت هوآوی ندارد

مدیر مایکروسافت در مصاحبه‌ای با بلومبرگ در مورد تحریم هوآوی صحبت کرد و گفت که دولت ترامپ اسناد کافی مبنی بر خطرناک بودن تجهیزات هوآوی برای امنیت ملی آمریکا در اختیار ندارد.

به گزارش دیجیاتو، برد اسمیت»(Brad Smith) می‌گوید وقتی از قانونگذاران آمریکایی پرسیده تا علت تحریم هوآوی و دلایل خطرناک بودن این شرکت را برای امنیت آمریکا شرح دهند، توضیح قانع‌کننده‌ای به او نداده‌اند:

وقتی از دولتمردان در مورد علت ممنوعیت هوآوی سوال می‌کنیم اغلب اوقات جوابی که به ما می‌دهند این است که اگر آنچه را که ما می‌دانیم شما هم می‌دانستید، به ما حق می‌دادید تا محصولات هوآوی را ممنوع اعلام کنیم. ما هم در جواب می‌گوییم خب اسنادی که این ادعا را ثابت می‌کنند به ما نشان دهید تا خودمان تصمیم بگیریم.»

هوآوی یکی از بزرگ‌ترین مشتریان مایکروسافت محسوب شده و لپ تاپ‌های ساخت این کمپانی از سیستم عامل ویندوز بهره می‌برند.

وزارت بازرگانی ایالات متحده آمریکا کمپانی هوآوی را پس از فرمان اجرایی ترامپ در ماه مه سال جاری میلادی در لیست سیاه قرار داد. دلیل این تصمیم نگرانی‌های امنیتی در مورد احتمال ارتباط داشتن هوآوی با دولت چین عنوان شد. این تصمیم پیامدهای منفی بسیاری برای ایالات متحده داشته و در یکی از آخرین موارد حدود ۶۰۰ نفر از کارکنان این شرکت در آمریکا بیکار شدند.

رئیس جمهور آمریکا خردادماه امسال در یک کنفرانس خبری از یک طرف هوآوی را خیلی خطرناک و از طرف دیگر آن را جزوی از توافق تجاری احتمالی آمریکا با چین معرفی کرد. او با این سخنان متناقض باعث سردرگمی مردم شد و اعتبار نهادهای امنیتی این کشور را زیر سوال برد.

کاخ سفید و هوآوی تاکنون بیانیه‌ای در این رابطه منتشر نکرده‌اند.

اعزام استارت‌آپ‌های برتر ICT به ارمنستان، عراق و آذربایجان

این سازمان با هدف کمک به توسعه کسب و کار استارت‌آپ‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در سطح بین‌المللی، در نظر دارد گروهی از استارت‌آپ‌های فعال را در قالب هیأت همراه وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی به کشورهای ارمنستان، عراق و آذربایجان اعزام کند. به گزارش مهر، در این راستا سازمان فناوری اطلاعات ایران از استارت‌آپ‌های واجد شرایط دعوت کرد که مطابق با مهلت زمانی اعلام شده، جهت حضور در این هیأت، اعلام آمادگی کنند.

شرایط حضور استارت‌آپ‌ها در هیأت: - دارا بودن بیش از ۱۰ هزار نصب اپلیکیشن استارت‌آپ مربوطه. - دارابودن رابط کاربری (UI) به زبان ارمنی، عربی و آذری.

- پرداخت هزینه‌های مربوطه (بدیهی است شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند از تسهیلات صندوق نوآوری و شکوفایی استفاده کنند)

یادداشت

شغل‌های خانگی پولساز را بشناسید

برای شاغل شدن لازم نیست حتما تخصص داشته باشید. می‌توانید از قابلیت‌ها و هنرهای‌تان در خانه استفاده کنید و با اندکی خلاقیت و نوآوری برای خودتان پول درآورید.

به گزارش ایسنا، این روزها مشاغل خانگی که طرفداران زیادی هم دارد در حال گسترش است و روز به روز به فعالان این عرصه افزوده می‌شود. بسیاری از کارآفرینان موفق مرد و زنی که وارد بازار کار شده و به درآمدزایی رسیده‌اند، از مشاغل خانگی شروع کرده و ایده‌های خلاقانه خود را به کار گرفته‌اند. به اعتقاد صاحبنظران، کسب‌وکارهای خانگی یکی از بهترین و مطمئن‌ترین راه‌ها برای درآمدزایی به شمار می‌رود و گسترش آن به توسعه اقتصاد، کاهش فقر و بیکاری منجر می‌شود. در کسب و کارهای خانگی مشارکت تمام اعضای خانواده لازم نیست و فعالیت اقتصادی یک یا چند نفر از اعضای خانواده می‌تواند به این کسب و کارها رونق ببخشد. از نگاه سازمان بین‌المللی کار (ILO) موقعیت مکانی و وجود کسب و کار در خانه ملاک تلقی کردن آن به عنوان مشاغل خانگی است و کنوانسیون ۱۸۹ سازمان بین‌المللی کار، کار شایسته و ضرورت پرداختن به وضعیت کارگران خانگی اعم از پرستار بیمار در منازل، راننده و آشپز را به رسمیت شناخته است.

اشتغال خانگی چه مزایایی دارد؟

امروز کار خانگی به یک منبع مهم اشتغال و درآمد به ویژه برای زنان تبدیل شده است. کار در خانه نه تنها کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد بلکه موجب می‌شود افراد بیشتری مشغول کار شده و سطح درآمد خود را افزایش دهند و از این جهت به اقتصاد خانوار نیز کمک می‌شود. افراد به جای صرف هزینه‌های کلان برای اجاره مغازه یا خروج از منزل و گرفتار شدن در ترافیک و شلوغی‌های خیابان و یا داشتن استرس رسیدن به محل کار، به آسانی کسب و کار خود را در خانه توسعه می‌دهند و علاوه بر صرفه‌جویی در وقت، با خیالی آسوده به فعالیت اقتصادی در خانه می‌پردازند و در رسیدگی به امور خانواده و تربیت فرزندان نیز موثرتر عمل می‌کنند.

مشاغل خانگی پرسود با درآمد میلیونی!

پرورش بلدرچین، پرورش قارچ، تولید گیاهان زینتی و آپارتمانی، تهیه و پخت‌وپز غذا، خشک کردن میوه، شیرینی‌پزی، بافت فرش و تابلوفرش، عروسک‌سازی، چهل تکه‌دوزی، ساخت زیورآلات و بدلیجات، تولید جعبه‌های کادویی، جواهرسازی، راه‌اندازی مزون لباس خانگی، خیاطی، نویسندگی رمان، مشاوره کسب و کار، طراحی گرافیک، بازاریابی شبکه‌ای، ساخت و تولید گیم و انیمیشن و پرستاری در منزل از جمله کارهایی است که می‌توان در خانه به آنها اشتغال ورزید و به درآمد سرشار و حتی میلیونی رسید.

در همین راستا معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار گام‌های موثری در زمینه توسعه مشاغل خانگی برداشته و الگوی نوین توسعه مشاغل خانگی را از طریق دبیرخانه ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی به اجرا درآورده است.

این الگو به افراد کمک می‌کند در ابتدای کار به بنگاه‌های بالادستی و افراد پشتیبان حقیقی و حقوقی که توان انجام کار را دارند، متصل شده، کار را آغاز کرده، درآمدزایی داشته و به اشتغال و درآمد پایدار دست یابند.

وزیر تعاون،کار و رفاه اجتماعی می‌گوید مشاغل خانگی نه تنها در کشور ما بلکه در بسیاری از کشورهای پیشرفته دنیا مورد توجه قرار دارد و رسته‌های مختلفی اعم از نویسندگی، مشاوره حقوقی، مربی سلامت، مدیریت بازار، تحلیل‌گری، بازاریابی و ویراستاری را شامل می‌شود.

به اعتقاد وی، اشتغال خانگی برای جوانانی که در حال گذراندن خدمت سربازی هستند فرصت مغتنمی است تا از این طریق مهارت‌آموزی داشته و پس از اتمام سربازی بتوانند کسب و کارهایی در این حوزه راه‌اندازی کنند. مهناز امامدادی، دبیر ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به انعطاف‌پذیری طرح می‌گوید: این طرح از طریق هدایت و مشاوره و استعدادیابی موجب توانمندسازی متقاضیان مشاغل خانگی می‌شود. توسعه مشاغل خانگی متقاضیان را به پشتیبانان و بنگاه‌های بالادستی متصل می‌کند و امکان درآمدزایی و اشتغال پایدار را برای افراد به وجود می‌آورد.

به گفته وی، شناسایی ظرفیت‌ها، توانمندی متقاضیان و اتصال به بازار کار از مهمترین اهداف طرح به شمار می‌رود و جهاد دانشگاهی به عنوان مجری طرح وظیفه تسهیلگری را برعهده دارد.

دبیر ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی می‌افزاید: اگر در گذشته برای ایجاد یک شغل نیازمند وام بانکی بودیم امروز در حوزه مشاغل خانگی پرداخت تسهیلات در مرحله آخر است چون مشاغل خانگی وابستگی زیادی به گرفتن وام ندارند و افراد با تلاش خود کار را به سرانجام می‌رسانند.

آمارها درخصوص مشاغل خانگی چه می‌گویند؟

براساس آمارها ۹۲ هزار شغل در بخش مشاغل خانگی طی سال گذشته در کشور ایجاد شده و بیش از ۲۷۰ هزار متقاضی اشتغال خانگی نیز موفق به اخذ مجوز مشاغل خانگی در رشته‌های گوناگون شده‌اند.

متقاضیان مشاغل خانگی می‌توانند برای ثبت طرح‌های خود به سایت mashaghelkhanegi.ir مراجعه و متناسب با نوع فعالیت و شغل موردنظر خود یکی از فرم‌های ثبت‌نام (مستقل - تحت پوشش - پشتیبان) را تکمیل کنند. فرم‌های تکمیلی توسط دستگاه اجرایی مربوطه بررسی شده و در صورت تایید طرح در دستگاه اجرایی، مجوز مربوطه صادر خواهد شد.

دولت علیرغم محدودیت‌های مالی برای توسعه مشاغل خانگی و ایجاد اشتغال پایدار و حمایت از کارجویان به ویژه زنان سرپرست خانوار، وام و تسهیلات بانکی پیش‌بینی کرده است. در حال حاضر برخی بانک‌ها پرداخت وام و تسهیلات خود اشتغالی و مشاغل خانگی را در دستور کار قرار داده‌اند که بانک مسکن از جمله این بانک‌ها است.

افزایش سقف تسهیلات مشاغل خانگی

صندوق کارآفرینی امید نیز در راستای حمایت از مشاغل خانگی، ۱۵۰۰ میلیارد تومان تسهیلات پرداخت کرده و تاکنون ۲۵ هزار طرح مشاغل خانگی را مورد حمایت قرار داده است. پیش از این سقف تسهیلات فردی مشاغل خانگی ۲۰ میلیون تومان بود که برای حمایت بیشتر در سال ۱۳۹۸ به ۵۰ میلیون تومان افزایش یافته است.

به گزارش ایسنا، طرح ملی توسعه مشاغل خانگی از جمله طرح‌های اشتغال حمایتی وزارت کار ذیل برنامه اشتغال فراگیر است که اجرای آن با نقش‌آفرینی اثرگذار سازمان جهاد دانشگاهی به عنوان نهاد واسط و تسهیلگر با هدف توانمندسازی و اتصال متقاضیان مشاغل خانگی به بازار فروش محصولات، در ۹ استان آذربایجان غربی، ایلام، کردستان، کرمانشاه، خراسان شمالی، خراسان جنوبی، خراسان رضوی، چهارمحال و بختیاری و لرستان به شکل آزمایشی به اجرا درآمده است.

مشاغل خانگی ضمن ایجاد فرصت‌های اشتغال برای افراد به ویژه زنان زمینه تجمیع سرمایه‌های خرد و اندک و عرضه محصولات تولید شده را فراهم می‌کند. امروز بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته بخش اعظمی از بازار اشتغال خود را به مشاغل خانگی اختصاص داده و از ظرفیت بنگاه‌های خرد و کوچک در این خصوص بهره برده‌اند.

کتاب «سالاد استارت‌آپی» نقشه‌ای برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید

کتاب «سالاد استارت‌آپی» نقشه‌ای از مسیر راه‌اندازی استارت‌آپ و کسب و کارهای جدید را به علاقه‌مندان آن نشان می‌دهد و آغازگری برای شروع این راه است.

به گزارش ایرنا، این کتاب توسط مهدی زیودار و مهدی غفوری یزدی، گردآوری، تدوین و تالیف شده و موضوع آن کارآفرینی، موفقیت در کسب و کار و شرکت‌های اقتصادی جدید است.

در مقدمه کتاب آمده است: «این روزها با گسترش استفاده از بسترهای ارتباطی و اینترنتی روی گوشی‌های موبایل و حتی اشیاء بی‌جان و خودروها کمتر روزی را شاهدیم که کلمه استارت‌آپ به گوش مردم نرسد و رسانه و تلویزیون و اخبار از آن نامی نبرند. با فراگیر شدن سامانه و پلتفرم های اینترنتی که اقدام به ارائه خدمات ضروری مردم (آژانس، سفارش غذا، پرداخت و تراکنش‌های بانکی، خدمات منزل، خدمات پرواز و سفر و گردشگری و ...) به سبکی جدید می‌کنند حتی عامه مردم هم کارایی آنها را در ساده‌سازی و بهبود کیفیت زندگی درک کرده‌اند و اینجاست که اگر کسی مقداری حس جستجوگری داشته باشد می‌فهمد که اینها همان استارت‌آپ هستند که این مزیت‌ها را برای آنها ایجاد کرده‌اند.»

نگارنده کتاب در ابتدا به این نکته اشاره دارد که «این مجموعه به ۲ دلیل » سالاد استارتآپی نامیده شده، اول اینکه قبل از راه‌اندازی استارت‌آپ خواندنش لازم است و دوم اینکه مواد اولیه این کتاب از بهترین منابع اینترنتی و علمی داخل و خارج کشور تهیه و گردآوری شده است تا با ترکیب آن بتوان یک کتاب مفید فایده داشت.

همچنین نگارنده اظهار امیدواری کرده است که «این کتاب با سس مطالعه و به‌کارگیری شما، مزه خوبی پیدا کند. البته باید دانست هدف این کتاب، بیان مفاهیم عمیق و پیچیده و فوق تخصصی نیست بلکه تلاش شده است تا برای شما که قصد و رویای راه اندازی استارت‌آپ‌تان را دارید هر آنچه لازم است بدانید فراهم کند و امید است پس از مطالعه و چشیدن طعم محتوای آن به فراگیری و جست و جو ذیل مطالب این کتاب ترغیب شوید.»

سرمایه‌های کوچک را کجا ببریم؟

یک اقتصاددان معتقد است که بازارهای طلا و مسکن حداکثر رشد ممکن خود را تجربه کرده‌اند و حالا فقط بازار بورس و فناوری‌های جدید است که می‌تواند سودآور باشد.

به گزارش ایسنا، پیدا کردن مسیری مطمئن برای سرمایه‌گذاری شاید یکی از مهمترین تردیدهای اقتصادی مردمی باشد که در این روزها اندک سرمایه‌ای را در اختیار دارند اما برای سرمایه‌گذاری جایی را نمی‌شناسند.

اینکه با این اوضاع و احوال اقتصادی و نااطمینانی‌هایی که به خاطر تورم در فضای اقتصادی به وجود آمده است، سرمایه‌های خرد را کجا می‌توان برد که علاوه بر حفظ ارزش آن سودی هم کسب کنیم مساله‌ای است که یک اقتصاددان به بررسی آن می‌پردازد.

قدرت‌اله امامِوردی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به شرایط تورمی حاکم بر اقتصاد کشور اظهار داشت: در حال حاضر تنها بازاری که قدرت جذب سرمایه‌های خرد را دارد بازار بورس و مشتقات آن مانند بورس کالاست.

این اقتصاددان با بیان اینکه بازارهای طلا، ارز و مسکن دیگر سودآور نخواهند بود ادامه داد: بازار ارز به یک ثبات نسبی رسیده و بازارهای طلا و مسکن نیز تا حدکثر ظرفیت ممکن رشد پیدا کرده‌اند و بنابراین جای مناسبی برای سرمایه‌گذاری نخواهند بود.

او با بیان اینکه با سرمایه‌های یک و دو میلیون تومانی هم می‌توان در بازار بورس سرمایه‌گذاری کرد، گفت: در بازار بورس می‌توان با یک دانش اولیه نیز وارد شد یا اگر چنین دانشی وجود ندارد می‌توان از طریق شرکت‌های سرمایه‌گذاری یا صندوق‌های سرمایه‌گذاری که تحت نظارت بانک‌ها هستند اقدام کرد که در این صورت می‌توان به سودی بسیار بیشتر از سود سپرده‌های بانکی دست پیدا کرد، ضمن اینکه ریسک بسیار کمتری نیز سرمایه‌ها را تهدید خواهد کرد.

این اقتصاددان در ادامه به احتمال موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان نیز اشاره کرد و گفت: واقعیت این است که دنیا در حال حرکت به سمت استارت‌آپ‌ها است و اگر بتوان از این فناوری‌های نوین به عنوان بستری برای معرفی حوزه‌های دیگر مانند سلامت استفاده کرد می‌توان به پیشرفت آنها امیدوار بود.

کارگاه برندینگ

بررسی ۳ گام موثر در زمینه مدیریت بحران روابط عمومی

تکنیک‌های نوین مدیریت بحران روابط عمومی

به قلم: ران توروسیان مدیرعامل شرکت PR Agency و کارشناس روابط عمومی
ترجمه: علی آل علی

شاید بیان توصیه به مدیران برای آمادگی در برابر بحران‌های حوزه روابط عمومی بیش از اندازه کلیشه‌ای به نظر برسد. بسیاری از کارآفرینان به توانایی‌های خود در زمینه مدیریت روابط عمومی و غلبه بر بحران‌های این حوزه اعتماد دارند. همین امر در مواقع حساس موجب پیچیدگی بیش از اندازه اوضاع می‌شود. بهترین شیوه فعالیت تلاش برای بازبینی و به روز رسانی الگوی روابط عمومی برندمان پس از گذشت مدت زمانی مشخص است.

برندهای فولکس واگن و ارنون در طول چند سال گذشته با مشکلات بسیار زیادی در زمینه روابط عمومی مواجه بوده‌اند. هر دو این برندها به عنوان غول‌های حوزه کسب و کار بخش روابط عمومی مجهزی داشتند. با این حال به هنگام بروز بحران عملکرد این بخش کمترین تاثیری بر روی کاهش حجم ضررها نداشت. نکته مهم درخصوص عملکرد این دو برند تلاش فوری برای غلبه بر مشکلات بود. به این ترتیب فولکس واگن در کمتر از ۵ سال دوباره به روند فعالیت سابقش بازگشت. این امر در مورد برند ارنون نیز به همین شکل است بنابراین نقطه تمایز میان برندهای موفق و شکست خورده استراتژی روابط عمومی‌شان است.

در دنیایی که یک کامنت مثبت یا منفی تفاوت میان برندهای موفق و شکست خورده را مشخص می-کند، روابط عمومی مناسب اهمیت بالایی خواهد داشت. بدون شک هیچ برندی در برابر وقوع بحران ایمنی کامل ندارد. اگر قصد ادامه فعالیت در حوزه کسب و کار و فروش بیشتر را دارید، تقویت حوزه روابط عمومی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. مهمترین بخش مواجهه با یک بحران در حوزه روابط عمومی نحوه واکنش ما نسبت به آن است. بسیاری از برندها در اقدام نخست‌شان حجم وسیعی از دستپاچگی و استرس را به مخاطب منتقل می‌کنند. به این ترتیب آنها در همان ابتدای کار قافیه را می‌بازند. در این مقاله هدف اصلی من بررسی ۳ اقدام اساسی در راستای حفاظت از برندمان در برابر بحران‌های حوزه روابط عمومی است. تلاش اصلی من انتخاب رایج‌ترین بحران‌ها و ارائه راهکارهای خلاقانه خواهد بود.

تشکیل تیم مدیریت بحران در حوزه روابط عمومی

امروزه هر بخش از فعالیت تجاری دارای بعد تخصصی است. امروزه اغلب برندها فقط پس از وقوع بحران‌های بزرگ به فکر تشکیل تیم مدیریت بحران می‌افتند. بدون شک اقدام برای مدیریت بحران در هر زمانی مفید خواهد بود، با این حال گاهی اوقات واکنش ما به بحران‌ها بیش از حد دیر به نظر می‌رسد. وقتی ما پس از وقوع بحران تیم مدیریت را ساماندهی می‌کنیم، باید مدت زمان موردنیاز آنها جهت هماهنگی با امور و آشنایی با جایگاه‌شان را مدنظر داشته باشیم. به این ترتیب در عمل فرآیند مدیریت بحران با وقفه زمانی طولانی مواجه خواهد بود. نکته مهم درخصوص مدیریت بحران ضرورت اقدام سریع است. حتی تاخیر چند ساعته نیز در این مسیر ما را با مشکلات عمده‌ای مواجه خواهد کرد. متاسفانه عملکرد تیم-های تازه تاسیس در حوزه مدیریت بحران تعریف چندانی ندارد. به همین خاطر اغلب برندها در عمل سود چندانی از آن نمی‌برند.

توصیه من در این بخش راه‌اندازی بخش مدیریت بحران از همان روزهای نخست شروع کسب و کارمان است. وظیفه این تیم علاوه بر ارائه راهکارهایی برای مدیریت بحران، پیش‌بینی بحران‌های احتمالی نیز خواهد بود. به این ترتیب ما همیشه یک گام جلوتر از حوادث خواهیم بود. یکی از ایده‌های جالب در این میان مربوط به تهیه سناریوهای ممکن در زمینه بروز بحران است. این امر به ما در زمینه مواجهه بهتر با حوادث ناگهانی و بحران‌ها کمک شایانی خواهد کرد.

ماهیت تیم مدیریت بحران

خوشبختانه امروزه بسیاری از برندها تیم مدیریت بحران دارند. تشکیل این تیم به دو صورت امکانپذیر است. نخست، تشکیل تیم بحران با استفاده از کارمندان و مدیران شرکت است. در این صورت هزینه‌های ما کاهش چشمگیری خواهد یافت. الگوی دوم استفاده از خدمات آژانس‌های مدیریت کسب و کار است. این آژانس‌ها خدمات مدیریت بحران را به صورت کاملا دقیق ارائه می-کنند.

در حالت ایده آل تیم مدیریت بحران شامل مدیرعامل، معاون‌ها و مدیران میان رده است. حضور مسئول بخش روابط عمومی در این تیم اهمیت خاصی دارد. به این ترتیب ساماندهی امور به صورت ساده‌تر امکانپذیر خواهد شد. نکته مهم درخصوص مدیریت این تیم برگزاری جلسات منظم است. متاسفانه برخی از برندها پس از تشکیل تیم مدیریت بحران به فکر مراحل بعدی کار نیستند. این امر موجب غافلگیری شرکت در مواجهه با بحران‌ها می‌شود. جلسات هفتگی تیم مدیریت بحران باید در راستای بررسی وضعیت شرکت و تحلیل آخرین تحولات حوزه کسب و کار باشد. به این ترتیب ما چشم‌انداز منسجمی از وضعیت حوزه کسب و کار خواهیم داشت.

اگر شرکت شما تیم مدیریت بحران دارد، باید نسبت به نگارش آیین نامه داخلی آن اقدام کنید. این آیین‌نامه شیوه فعالیت تیم و وظایف اعضا را مشخص خواهد کرد. به این ترتیب در عمل دیگر هیچ‌گونه سردرگمی برای اعضا به بار نمی‌آید.

اهمیت تمرین و گردآوری مداوم اطلاعات

در زمینه بهبود عملکرد هیچ چیز به اندازه تمرین مداوم تاثیرگذار نیست. اغلب کارشناس‌های حوزه کسب و کار بر اهمیت تمرین مداوم برای افزایش مهارت‌های کاری تاکید دارند. من نیز در اینجا به ضرورت تمرین مداوم و گردآوری اطلاعات مناسب در مورد وضعیت شرکت‌مان تاکید می‌کنم.

یکی از تمرین‌های مناسب برای شرکت‌ها اقدام به مقابله و واکنش در برابر سناریو بحران‌های فرضی است. به این ترتیب آمادگی شرکت ما در برابر وضوع بحران‌های مختلف ارزیابی خواهد شد. تلاش برای بهبود وضعیت شرکت از طریق ارزیابی مداوم کیفیت واکنش در برابر بحران‌های روابط عمومی گزینه منطقی محسوب می‌شود. علاوه بر این موضوع ما باید نسبت به جمع‌آوری اطلاعات کاربردی در مورد شرکت‌مان نیز اقدام کنیم. تنها در این صورت امکان برنامه‌ریزی دقیق و آینده‌نگری وجود خواهد داشت. در غیر این صورت تمام تلاش‌های برند ما در زمان وقوع بحران واقعی بی‌نتیجه خواهد ماند. در اینجا توجه به یک نکته مهم ضروری است. تمرین سناریوهای مختلف در زمینه مدیریت بحران روابط عمومی هیچ‌گاه مانند وقوع یک بحران واقعی نخواهد بود. هنگام وقوع یک بحران واقعی اغلب برندها واکنش متفاوتی نسبت به دوره‌های تمرینی نشان می‌دهند. این مشکل فقط با تمرین مداوم و استفاده هرچه بهتر از اطلاعات دقیق رفع خواهد شد.

منبع: prdaily

بررسی الگوی تبلیغات رقابتی برندهای بزرگ دنیا

جلب نظر مشتریان با تبلیغات رقابتی

به قلم: لیبی مارگو
ترجمه: علی آل علی

عرصه تبلیغات وسعت بسیار زیادی دارد. وجود الگوهای تبلیغاتی متنوع دست برندها را در انتخاب نمونه مورد نیازشان باز گذاشته است. در حوزه تبلیغات رقابتی گاهی اوقات برندها با یکدیگر شوخی می‌کنند. در بسیاری از موارد چنین شوخی‌هایی حالت تمسخر و کم مایه جلوه دادن محصولات رقبا را دارد.

یکی از ضرب‌المثل‌های قدیمی در حوزه کسب و کار بر فایده بالای رقابت برای شرکت‌ها تکیه دارد. رقابت باعث تقویت انگیزه ما برای ارائه عملکرد بهتر و حضور به عنوان برترین برند حوزه‌مان می-شود. برخی از برندها در فرآیند تبلیغات‌شان به شوخی‌های عمیق با رقبای‌شان تمایل پیدا می‌کنند. گاهی اوقات هدف از چنین شوخی‌هایی فقط افزایش هیجان کمپین تبلیغاتی است. با این حال در موارد دیگر روند شوخی‌های حالت تمسخر و تلاش برای نمایش کیفیت برتر محصولات یک برند در برابر دیگری را به خود خواهد گرفت.

وقتی ما ارجاع یک برند به محصولات یا هر المان مرتبط با رقبایش را مشاهده می‌کنیم، با ذکر نام یا به صورت غیرمستقیم، فرآیند موردنظر چند مفهوم مهم دارد:

۱. رقیب مورد نظر بسیار قدرتمند و سرسخت است. به علاوه شاید آن برند برای ما تهدید جدی تلقی شود.

۲. ما اعتماد به نفس لازم برای مقابله رو در رو با رقیب موردنظر را داریم. این امر یعنی ما آمادگی موردنیاز برای تعامل مستقیم با رقیب سرسخت‌مان را در خود می‌بینیم.

به طور طبیعی، تبلیغات رقابتی استراتژی مناسبی برای تمام کسب و کارها نیست. منظور اصلی من شرکت‌های حقوقی و بیمه است. چنین شرکت‌هایی به دلیل ماهیت فعالیت‌شان امکان استفاده از مزیت-های تبلیغات رقابتی را ندارند. به هر حال هیچ‌کس به یک شرکت بیمه که مدام در تلاش برای مقابله مستقیم با رقبایش است، اعتماد نخواهد کرد. به نظر من استراتژی تبلیغات رقابتی برای سایر برندها مناسب خواهد بود. ترکیب آگاهی از موقعیت‌مان با اعتماد به نفس، هوش و عنصر طنز پایه‌های اصلی تبلیغات رقابتی را شکل می‌دهد.

در ادامه این مقاله بررسی ۶ نمونه جذاب از برندهای موفق در زمینه تبلیغات رقابتی در دستور کار قرار دارد. به این ترتیب آشنایی ما با مفهوم این فرآیند بیش از هر زمان دیگری خواهد شد.

۱. مک در برابر PC

آیا هنوز هم آن تبلیغ مشهور تلویزیونی در سال ۲۰۰۰ مبنی بر مقایسه مک و PC را به یاد دارید. این تبلیغ در اواخر دهه قبل از سوی اپل اجرا شد. فرآیند فوق بخشی از کمپین «یک مک بخر» در سال ۲۰۰۶ بود. در این تبلیغ جذاب جاستین لانگ به ایفای نقش مک می‌پردازد. همچنین جان هادگمن نیز نقش PC را بازی می‌کند. بدون تردید پس از انتشار عمومی این کمپین برند مایکروسافت سکوت اختیار نکرد. مایکروسافت در پاسخ اقدام به انتشار مجموعه‌ای از ویدئوها در انتقاد از قیمت و نوع طراحی محصولات اپل کرد. جالب اینکه رقابت و تمسخر محصولات میان این دو شرکت همچنان نیز ادامه دارد. سال گذشته مایکروسافت با رونمایی از محصول Surface به رقابت مستقیم با محصول آیپد اپل پرداخت. شعار مایکروسافت در این میان بسیار جالب بود: «رویاهای بزرگ نیازمند رایانه-های واقعی‌اند». این امر کنایه‌ای آتشین بر ضد اپل و محصولاتش بود.

اگر شما گمان می‌کنید جنگ سنتی میان اپل و مایکروسافت در سال ۲۰۱۹ رو به افول رفته است، سخت در اشتباهید. تازه‌ترین تبلیغ مایکروسافت با حضور فردی به نام مکنزی بوک (نماد مک بوک) ساخته شد. در این تبلیغ مکنزی در تلاش برای اثبات برتری نسخه Surface ۲ بر سایر نمونه‌ها بود. این کلیپ تبلیغاتی ۳۰ ثانیه‌ای شامل پرسش و پاسخی سریع میان مکنزی و گوینده اصلی کلیپ است. در فرآیند این گفتگوی سریع مکنزی به مزیت-های محصول تازه مایکروسافت و توانایی غلبه آن بر مک بوک به شیوه‌های مختلف اشاره می‌کند. در نهایت چنین ذهنیتی برای مخاطب ایجاد خواهد شد: «حتی مک بوک نیز ما را توصیه به خرید لپ تاپ-های Surface می‌کند.»

بدون تردید در آینده نیز رقابت شدید میان اپل و مایکروسافت ادامه خواهد داشت. با این حساب باید منتظر خلاقیت‌های تازه این دو برند باشیم.

۲. سامسونگ در برابر اپل

برند مایکروسافت تنها شرکت علاقه‌مند به رویارویی مستقیم با اپل نیست. در زمینه تولید گوشی‌های هوشمند سامسونگ یکی از بزرگترین رقبای اپل محسوب می‌شود. هر ساله با رونمایی از پرچمدارهای تازه این دو برند مقایسه‌های فراوانی از سوی کارشناس‌ها برای تعیین بهترین محصول صورت می‌گیرد. سال گذشته سامسونگ در یکی از تبلیغات جذاب خود به بیان داستان یکی از مشتریان اپل که به دلیل نارضایتی از کیفیت و خدمات محصولات این برند به سوی استفاده از گوشی-های هوشمند سامسونگ روی آورده بود، پرداخت. در ابتدای این ویدئوی تبلیغاتی مشتری موردنظر همچنان در حال استفاده از آیفون ۶ است. در این میان گوشی همراه فرد موردنظر به هنگام تلاش وی برای دسترسی به اطلاعات موردنیاز برای گردآوری اطلاعات کاری‌اش هنگ می‌کند. در صحنه بعدی همان مشتری در حال کار با گوشی گلکسی S۹ به تصویر کشیده می‌شود. در اینجا دیگر خبری از هنگ گوشی و نارضایتی نیست. یکی از نکات جالب در این کلیپ مقایسه سرعت بارگذاری ویدئوی آنلاین در گلکسی S۹ و آیفون است. به این ترتیب سامسونگ بر روی مزیت برندش در زمینه سرعت بارگذاری بالاتر داده مانور بسیار خوبی می‌دهد. تاکید مستقیم بر روی محصول اپل مزیت رقابتی جالبی برای سامسونگ به ارمغان آورده است.

در پایان تبلیغ موردنظر شماری از مشتریان آیفون در حال ورود به فروشگاه سامسونگ به تصویر کشیده می‌شوند. دوربین در این صحنه به طور شناور میان این افراد قرار می‌گیرد. ضبط محور اصلی گفت‌وگوی این افراد بسیار جالب از کار در آمده است. بر این اساس همه آنها در حال بیان مزیت‌های محصولات سامسونگ بر اپل هستند.

برند سامسونگ در زمینه رونمایی از گوشی‌های هوشمندش رویه جالبی در پی گرفته است. در این فرآیند همیشه به آیفون کنایه‌های کاری وارد می-شود. یکی از دلایل رشد سریع سامسونگ در زمینه گوشی‌های هوشمند همین توانایی آن در حوزه یافتن ایرادهای اپل و تاکید بر آنها در تبلیغاتش است. بدون تردید تاکید صرف بر روی نقاط ضعف یک محصول برای جلب نظر مشتریان کافی نیست. به همین خاطر سامسونگ اقدام به رفع ایرادات موجود در محصولات اپل در گوشی‌های هوشندش کرد. این امر دامنه وسیعی از کاربران را به سوی محصولات اپل سوق دارد.

یکی از انتقادهای بجا و تاثیرگذار سامسونگ بر اپل مربوط به پیش‌فروش محصولات این برند و تشکیل صف‌های طولانی برای دریافت آنها از سوی مشتریان است. سامسونگ برای ارائه محصولات تازه‌اش هیچ‌گاه اقدام به چنین کاری نمی‌کند. این امر به طور غیرمستقیم احترام سامسونگ به مشتریانش را نشان می‌دهد. به این ترتیب مشتریان تمایل بیشتری به استفاده از محصولات سامسونگ به جای اپل پیدا می-کنند.

۳. آئودی در برابر BMW

بدون تردید فرآیند تبلیغات رقابتی فقط محدود به یوتیوب نیست. در صورت داشتن بودجه فراوان استفاده از سایر شیوه‌های تبلیغاتی نظیر بیلبورد نیز جذاب خواهد بود. برند آئودی برای مقابله مستقیم با BMW اقدام به طراحی بیلبوردهای تبلیغاتی‌اش به شیوه‌ای خلاقانه کرده است. در سوی دیگر BMW نیز بیکار ننشسته است. به این ترتیب یکی از جذاب‌ترین رقابت‌های تبلیغاتی میان دو غول صنعت خودرو در آلمان شکل گرفته است.

در سال ۲۰۰۹ بیلبورد اصلی آئودی در شهر لس آنجلس به منظور نمایش برتری برندش بر BMW طراحی شد. در این بیلبورد آئودی از محصول سدان تازه‌اش رونمایی کرد. سپس به صورت بزرگ در گوشه بیلبورد این جمله را خطاب به BMW عنوان کرد: «برند BMW، اکنون نوبت حرکت شماست.»

یکی از نمایندگی‌های فروش محلی BMW در لس آنجلس اقدام به پاسخگویی به بیلبورد جنجالی آئودی کرد. به این ترتیب این نمایندگی یک بیلبورد بزرگ درست در کنار بیلبورد آئودی خریداری کرد. سپس مشخصات محصول تازه BMW را بر روی آن درج کرد. در مرکز این بیلبورد با فونت بزرگ عبارت «این را چک کن دوست عزیز» درج شده بود. به این ترتیب BMW مسئولان آئودی را به بررسی ویژگی‌های منحصر به فرد محصول تازه‌اش دعوت کرد. این رقابت میان BMW و آئودی برای طرفدارهای هر دو برند جذاب بود.

نکته جالب در مورد رقابت مورد بحث عدم تمایل آئودی به پذیرش شکست در برابر BMW بود. به همین خاطر آئودی آخرین بیلبورد موجود در آن منطقه را نیز خریدار کرد. به این ترتیب در کنار بیلبورد BMW شعار تازه آئودی همراه با تصویر خودروی R۸ درج شد: «محصول تازه شما توان رقابت با پادشاه ما را ندارد.» نکته مهم درخصوص این بیلبوردها نصب‌شان در پیست فرمول یک لس آنجلس بود. به این ترتیب دامنه وسیعی از مخاطب‌ها در طول برگزاری مسابقات به طور مستقیم آنها را مشاهد کردند.

مهم‌ترین درس تبلیغ رقابتی آئودی و BMW احترام متقابل آنها به یکدیگر است. در این فرآیند هیچ نوع توهینی به برندها صورت نگرفت. تیم بازاریابی هر دو شرکت در تلاش برای نمایش محصولات‌شان و ترغیب دیگری به ارائه آخرین دستاوردش در برابر این محصول بود. روند رقابت میان دو برند به خوبی پیش رفت. بدون تردید در سطح دو برند BMW و آئودی هیچ محصولی بی‌کیفیت نخواهد بود. به همین خاطر رقابت میان این دو بیشتر جنبه توسعه هماهنگ و همزمان برند را داشت. به هر حال در جریان مسابقات فرمول یک نوع تبلیغات برندها نیز باید تغییر یابد. به همین خاطر آئودی تصمیم به ایجاد چالشی هیجان‌انگیز برای خود و BMW کرد.

۴. وندیز در برابر برگرکینگ و مک دونالد

وندیز یکی از بزرگترین و محبوب‌ترین برندهای عرصه فست فود در ایالات متحده است. این برند از زمان تاسیس در سال ۱۹۶۹ به طور مداوم فرآیند رو به رشدی را تجربه کرده است. به این ترتیب امروزه هم در میان نسل جوان آمریکا طرفدارهای خاص خود را دارد. یکی از ویژگی‌های اصلی بازاریابی این برند تلاش برای ایجاد ارتباط با مشتریان از طریق شبکه‌های اجتماعی است. نکته جالب اینکه برند وندیز از توییتر برای تعامل با رقبای خود نیز استفاده می‌کند. گاهی اوقات نیز به صورت واضح و رسمی با استفاده از توییتر اقدام به جنگ علنی با رقبای خود می‌کند.

یکی از فعالیت‌های جالب وندیز تلاش برای پاسخگویی هوشمندانه به تمام انتقادات از سوی رقباست. در مرحله بعد نیز آنها به دنبال انجام کاری مشابه خواهند رفت. به این ترتیب فشار وندیز بر روی رقبا افزایش چشمگیری می‌یابد. رقبای اصلی این برند در صنعت فست فود برگرکینگ و مک دونالد محسوب می‌شود. استراتژی وندیز برای مقابله با این دو غول دنیای فست فود براساس مقابله مستقیم با آنهاست. تبلیغات رقابتی این حوزه همیشه از سوی وندیز شروع می‌شود. به این ترتیب وندیز با درآمد و بودجه محدودتری در مقایسه با برگرکینگ و مک دونالد موفق به ایجاد چالش‌های وسیع برای آنها شده است.

۵. مارمیت در برابر ویجمیته

هنگامی که نوبت به محصولات صبحانه می‌رسد، طعم مناسب با ذائقه مشتریان حرف اول را می‌زند. دو برند بزرگ مارمیت و ویجمیته در یکی از بزرگترین کمپین‌های تبلیغات رقابتی برای ۵ روز پشت سر هم با یکدیگر به رقابت پرداختند. نکه جالب در مورد این دو برند تعلق‌شان به دو کشور مختلف است. به این ترتیب این جنگ نوعی رویارویی میان فرهنگ استرالیا و انگلستان نیز محسوب می‌شود. امروزه با گسترش ارتباطات جهانی ذائقه بسیاری از مردم دنیا تغییر کرده است. بنابراین امکان توسعه یک نوع غذا در دامنه وسیعی از کشورها وجود خواهد داشت.

در استرالیا و انگلستان ورزش کریکت محبوبیت بالایی دارد. به همین خاطر اغلب برندهای بزرگ این دو کشور سرمایه‌گذاری بالایی بر روی تبلیغات در زمان پخش بازی‌های نهایی کریکت می‌کنند. سال گذشته در خلال برگزاری مسابقات رقابت میان مارمیت و ویجمیته به اوج خود رسید. نکته جالب اینکه رقابت میان این دو برند یک فصل کامل کریکت به طور انجامید. در طول این زمان هر دو برند ایده‌های تازه و متنوعی برای سبقت از دیگری اجرا کردند.

برند مارمیت در نخستین اقدام خود استراتژی اعطای مربای رایگان به تماشاگران را اجرایی کرد. این استراتژی با هدف ترغیب تماشاگران به خرید از شرکت صورت گرفت. بدون تردید در چنین وضعیتی سکوت ویجمیته به معنای موفقیت رقیبش در جلب نظر مشتریان بود. واکنش برند ویجمیته به این اقدام تاکید بر پیروزی تیم کریکت استرالیا در مسابقات فصل قهرمانان بود. به این ترتیب آنها بدون پرداخت هزینه کلان موفق به غلبه بر استراتژی قدرتمند رقیب‌شان شدند. در این زمینه انتخاب پلتفرم مناسب اهمیت بالایی داشت. ویجمیته با همکاری روزنامه دیلی میرور اقدام به انتشار مقاله‌اش در زمینه تحلیل پیروزی تیم کریکت استرالیا کرد. جالب اینکه چنین روزنامه-ای به طور منظم در انگلستان و بسیاری دیگر از کشورهای جهان چاپ می‌شود. به این ترتیب دامنه وسیعی از مخاطب‌ها در دسترس ویجمیته قرار گرفتند. واکنش مارمیت به این اقدام در نوع خود جالب توجه است. بر این اساس مارمیت به کاهش شدید میزان مشتریان ویجمیته در پی شکست تیم کریکت استرالیا در سال ۲۰۱۸ اشاره کرد. این امر ماهیت فعالیت رقیب را بی‌ثبات نشان می‌دهد. بدون تردید در دنیای کسب و کار هیچ چیز به اندازه تلاش برای بی‌ثبات نشان دادن رقیب موثر نخواهد بود. نتیجه این جنگ طولانی به دست آوردن بازارهای مختلف کشورهای گوناگون از سوی هر کدام از این برندها بود. برخلاف نمونه آئودی و BMW، در اینجا لحن برخورد میان دو برند اندکی تند بود. به همین خاطر در اواسط اجرای تبلیغاتی در مسابقات کریکت اخطار رسمی از سوی سازمان جهانی کریکت برای رعایت اصول اخلاقی دریافت کردند.

۶. Autopilot در برابر سایر شرکت‌های توسعه نرم‌افزار خودکار بازاریابی

ما بهترین نمونه را برای بخش پایانی نگه داشته-ایم. در اینجا قصد بررسی نحوه تبلیغات رقابتی میان موسسه‌مان با سایر شرکت‌های عرصه توسعه نرم‌افزار خودکار بازاریابی را داریم. نکته جالب در این میان الگوبرداری ما از کمپین مک در برابر PC است. به این ترتیب ما در فرآیند تبلیغات رقابتی‌مان ۵ کلیپ کوتاه با محوریت توصیه و ترغیب مشتریان به استفاده از محصولات سامانه خودمان تهیه کردیم. این امر فرآیند جلب مشتریان تازه را برای ما بسیار ساده‌تر از هر زمان دیگری کرد. در طول این فرآیند هدف اصلی ما اشاره به نقاط ضعف رقبا بود. به علاوه تلاش ما در زمینه رفع اشتباهات و نقاط ضعف دیگر شرکت‌ها در نرم‌افزار بازاریابی‌مان کاملا نتیجه‌بخش از آب درآمد. در یکی از کلیپ‌های کمپین Autopilot ما به رقابت با HubSpot به عنوان یکی از قدیمی‌ترین رقبای‌مان پرداختیم. محور اصلی انتقادات تلاش برای ارائه خدمات پردامنه از سوی HubSpot و در نهایت دریافت حق اشتراک بسیار گران از مشتریان بود. به این ترتیب با ارائه خدمات کاربردی در سطح قیمت پایین‌تر فرصت کافی برای جلب نظر مشتریان تازه فراه گردید.

جمع‌بندی

فرقی ندارد شما در چه سطحی مشغول به فعالیت تجاری هستید. در هر صورت تبلیغات رقابتی به کارتان خواهد آمد. بدون تردید این استراتژی نیازمند تلاش و کسب مهارت بالا برای نتیجه‌بخشی است. به همین دلیل اجرای آن از سوی برندهای بی‌تجربه امکان ایجاد بحران‌های گسترده را در پی دارد. بررسی نحوه فعالیت برندهای فوق در زمینه تبلیغات رقابتی و تعامل با رقبای‌شان مسیر مشخصی برای توسعه فرآیند کسب و کار و تدوین استراتژی تبلیغات به ما خواهد داد.

چگونه به اطلاعات مورد نیازمان پیرامون مشتریان دست یابیم؟

راهکارهای گردآوری اطلاعات کاربردی درباره مشتریان

به قلم: راب استار کارآفرین مستقل و کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

کسب اطلاعات مناسب از مشتریان یکی از دغدغه‌های اصلی هر بازاریابی است. این امر به ما فرصت تولید محتوای دقیق‌تر به منظور جلب نظر مشتریان را می‌دهد. چالش اصلی در این میان ناتوانی برندها در زمینه جلب اعتماد کاربران به منظور دریافت اطلاعات‌شان است. به همین خاطر کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات اغلب برندها انطباق چندانی با سلیقه مشتریان ندارد. استراتژی برندهای بزرگ برای جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز پیرامون مخاطب هدف ارائه بسته‌های محتوایی ویژه به آنها در ازای ثبت اطلاعات کاربری است. به این ترتیب کاربران به منظور استفاده از بسته پیشنهادی ترغیب به ثبت اطلاعات مورد نیاز برندها می‌شوند. شاید در نگاه نخست این استراتژی بسیار ساده باشد. با این حال در مرحله اجرا دشواری‌های خاص خود را دارد. به همین منظور ما به بررسی این امر در قالب ۱۰ الگوی تاثیرگذار خواهیم پرداخت.

۱. آگاهی‌بخشی به مخاطب در راستای پژوهش‌های کاربردی

هانه وروائک، مسئول بازاریابی محتوایی برند Thrive Themes، در گفت‌گویی با من در مورد نحوه ترغیب کاربران به ارائه اطلاعات به یک مقال ساده اشاره کرد: «بهترین راهکار برای کسب اطلاعات مورد نیاز مخاطب هدف تلاش برای انجام پژوهش کاربردی است. وقتی افراد با فعالیت یک برند در راستای پژوهش پیرامون مشتریان مواجه می‌شوند، علاقه بالایی به همکاری نشان می‌دهند.» این امر به خاطر علاقه مشتریان به دریافت خدمات بهتر از سوی برندهاست. در یک تحلیل ساده شرکت آنها در پژوهش‌ها موجب افزایش دقت نتیجه کار می-شود. به این ترتیب در نهایت امکان بهره‌مندی‌شان از خدمات و محصولات بهتر افزایش می‌یابد.

امروزه اغلب پژوهش‌ها نیازمند جمع‌آوری داده به صورت میدانی نیست. منبع اصلی پژوهشگران اینترنت است. نگارش مقاله‌ای کوتاه و جذاب برای جلب همکاری کاربران در راستای انجام پژوهش ضروری خواهد بود. به این ترتیب کاربران فرصت آگاهی از جزییات پژوهش ما را خواهند داشت. استفاده از این شیوه مزیت آگاهی کاربران از ماهیت فعالیت ما را خواهد داشت. مشکل اصلی بسیاری از کاربران در زمینه ارائه اطلاعات‌شان به شرکت‌ها عدم آگاهی از نحوه استفاده برندها از این اطلاعات است. با توضیح مناسب این امر امکان جلب نظر مخاطب هدف افزایش چشمگیری خواهد یافت.

۲. جذابیت‌های کتاب الکترونیکی

ارائه کتاب الکترونیک یکی از گزینه‌های جذاب برای هر کاربری خواهد بود. استیون دابلین، رئیس موسسه PR Works، بر روی این راهکار تاکید زیادی دارد: «وقتی در ازای همکاری مخاطب کتاب الکترونیکی در اختیارش می‌گذاریم، ارزش همکاری وی را به خوبی بیان خواهیم کرد.»

بدون تردید بسیاری از صاحبان کسب و کارهای کوچک فرصت کافی برای نگارش کتاب ندارند. همچنین بودجه اغلب شرکت‌ها برای استخدام یک نویسنده نیز کفایت نمی‌کند. در اینجا استیون دابلین راهکار انحصاری خود را بیان می‌کند: «نگارش یک کتاب کار دشواری نیست. نکته مهم در اینجا ارائه اطلاعات مناسب و کاربردی به مخاطب است. هر ۵ تا ۱۰ مقاله موجود در وبلاگ‌های تخصصی یا سایت‌های تحلیلی امکان تبدیل به کتابی جذاب را دارند. در این میان وظیفه ما گردآوری مقالات مختلف و به روز رسانی اطلاعات موجود در آنها در صورت نیاز است.» این امر کتاب جذابی را ایجاد می‌کند.

۳. مزیت پرسشنامه آنلاین

برندها همیشه به منظور جلب نظر مخاطب هدف برای دریافت اطلاعات نیاز به انجام کارهای عجیب و غریب ندارند. گاهی اوقات یک ایده ساده و کم‌هزینه نیز نظر مشتریان را جلب می‌کند. انجام پژوهش پیرامون مشتریان نیازمند دریافت اطلاعات دقیق است. چالش اصلی در این میان عدم همکاری مناسب مخاطب هدف با تیم پژوهشی است. توصیه من در اینجا ارائه یک فهرست خلاصه از اطلاعات مورد نیازمان به مخاطب هدف است. به این ترتیب آنها در فرآیند ارائه اطلاعات‌شان دچار سرگیجه نخواهند شد. مزیت این امر برای ما امکان دسترسی ساده به اطلاعات با دقت بالا خواهد بود. در نهایت نیز پس از پر کردن آنلاین فهرست امکان ارائه کد تخفیف یا فایل محتوایی رایگان به مخاطب وجود دارد. نکته مهم در این میان عدم انتخاب هدیه‌ای بیش از حد گران قیمت است. در این صورت دامنه وسیعی از کاربران به سراغ پر کردن پرسشنامه ما می‌آیند. نکته منفی این امر کاهش دقت اطلاعات دریافتی است. به این ترتیب علی رغم گردآوری بانک اطلاعاتی گسترده میزان دقت و کاربرد آن کاهش خواهد یافت.

الگوی طراحی پرسشنامه آنلاین بیش از همه به کار اپ‌های موبایلی می‌آید. در چنین اپ‌هایی امکان دریافت سریع اطلاعات کاربران وجود دارد. نکته مهم اینکه اغلب کاربران برای ادامه استفاده از خدمات اپ‌ها تمایل بالایی به مشارک در فرآیند گردآوری اطلاعات دارند.

۴. اپ تحت وب

گاهی اوقات یک اپ تحت وب امکانات گسترده‌ای به برندها در راستای جمع‌آوری اطلاعات می‌دهد. نکته مهم در این میان طراحی رابط کاربری ساده و جذاب برای جلب نظر مخاطب است. به این ترتیب تمایل کاربران برای مشارکت در برآیند جمع‌آوری اطلاعات افزایش خواهد یافت. امروزه اغلب برندها از این شیوه برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده می-کنند. توسعه نسل جدید هوش مصنوعی فرصت دسته‌بندی و تحلیل سریع اطلاعات را به برندها می‌دهد. به این ترتیب اتلاف وقت در فرآیند جمع‌آوری اطلاعات به حداقل می‌رسد.

۵. نرم‌افزارهای رایگان

بدون تردید هیچ فردی از دریافت نرم‌افزار کاربردی و رایگان صرف نظر نخواهد کرد. این نکته یکی از گزینه‌های جذاب بازاریاب‌ها برای ترغیب مخاطب به منظور ارائه اطلاعات مورد نیاز است. فرآیند کار در اینجا بسیار ساده خواهد بود. کاربران در صورت ارائه اطلاعات مورد نیاز برندها امکان استفاده رایگان از یک نرم‌افزار را خواهند داشت. در نگاه نخست این راهکار بسیار ساده به نظر می‌رسد. نکته مهم در این رابطه تاثیرگذاری بالای این امر بر روی مخاطب است.

۶. اشتراک محدود استفاده از نرم‌افزارهای پولی

امروزه اغلب نرم‌افزارهای پرکاربرد به صورت رایگان عرضه نمی‌شوند. به هر حال توسعه دهندگان نیز باید از تولید نرم‌افزارهای کاربردی سود مناسبی به دست بیاورند. به همین خاطر اغلب نرم‌افزارهای کاربری نیازمند خرید کامل یا پرداخت حق اشتراک است. یکی از شیوه‌های کاربردی توسعه دهندگان چنین نرم‌افزارهایی ارائه کد استفاده محدود از نرم افزار در پی مشارکت کاربران در پژوهش‌شان است. اگر در زمینه تولید نرم‌افزار فعالیت دارید، حتما این الگو را مدنظر قرار دهید. مزیت این شیوه امکان دستیابی به دامنه وسیعی از اطلاعات است. به نظر من محدودیت استفاده ۳۰ روزه از نرم‌افزارها برای جلب نظر مخاطب کافی خواهد بود. در بسیاری از مواقع کاربران پس از استفاده محدود از نرم‌افزارها به خرید کامل‌شان نیز ترغیب می‌شوند.

۷. استفاده از ابزارهای کسب و کار

شرکت‌های بزرگ ابزارهای زیادی برای جلب رضایت مخاطب دارند. برخی از غول‌های بزرگ عرصه کسب و کار در ازای مشارکت کاربران در فرآیند جمع‌آوری اطلاعات برخی از خدمات‌شان را به صورت رایگان ارائه می‌کنند. این امر نوعی پیروزی دوطرفه برای هر دو سمت ماجرا محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان ارائه سرویسی جذاب برای مخاطب است. در غیر این صورت توجه وی به سوی ما جلب نخواهد شد.

۸. توجه به عملکرد رقبا

برندها باید همیشه نیم نگاهی به عملکرد رقبای-شان داشته باشند. به این ترتیب امکان آگاهی از وضعیت آنها و تلاش برای بهبود عملکردمان وجود خواهد داشت. امروزه بسیاری از برندها با الگوبرداری از استراتژی یکدیگر موفق به خلق کمپین‌ها و محصولات کاربردی می‌شوند. در زمینه گردآوری اطلاعات کاربران نیز همین شیوه باید دنبال شود. بنابراین وظیفه ما در اینجا کاملا مشخص خواهد بود: بررسی نحوه عملکرد رقبا و استفاده از نقاط قوت استراتژی آنها.

۹. نقش انکارناپذیر پرسش‌های کوتاه

بابی لیند، رئیس شرکت Conversation Hacker، بر روی اهمیت ارائه پرسش‌های کوتاه تاکید دارد. بر این اساس از کاربران تقاضای شرکت در مسابقه‌ای همراه با پرسش‌های کوتاه می‌شود. در صورت پاسخگویی دقیق به تمام پرسش‌ها به قید قرعه جایزه‌ای به برندگان تعلق خواهد گرفت. نکته مهم در اینجا طراحی پرسش‌های در تعداد اندک و تلاش برای رعایت اختصار است. به این ترتیب تمایل کاربران به پاسخگویی بیشتر خواهد شد.

۱۰. پرسش‌های دو گزینه‌ای و سهولت پاسخگویی کاربران

به طور معمول کسب و کار میان دو راهکار برای جلب رضایت مشتریان و فروش بیشتر تردید دارند. در چنین مواردی تلاش برای نظرخواهی از کاربران با ارائه هر دو راهکار منطقی خواهد بود. به این ترتیب آنها امکان پاسخگویی به پرسش‌های ما را خواهند داشت. مزیت این شیوه عدم نیاز به اختصاص زمان زیاد از سوی کاربران است. به همین خاطر نیز محبوبیت زیادی نزد برندها دارد.

منبع: smallbiztrends

ایستگاه بازاریابی

بهبود صفحه رسمی برند در لینکدین با ۸ اقدام ساده

ترجمه: علی آل‌علی

در لینکدین موفقیت در درازمدت تنها زمانی میسر خواهد بود که برخی از نکات را به صورت مداوم رعایت کنید. با توجه به تخصصی بودن این شبکه در زمینه کسب‌وکار، حضور موثر تمامی برندها کاملا ضروری است. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۸ مورد منتخب آن خواهیم پرداخت.

۱-تصویر تمامی محصولات جدید خود را در معرض نمایش قرار دهید

یک تصویر خوب، می‌تواند تاثیری بیش از یک متن طولانی را داشته باشد. همچنین نتایج آمارها حاکی از آن است که افراد بسیار کمی به صفحاتی که در آن تصویر محصولات وجود ندارد، اعتماد می-کنند. به همین خاطر شما باید به دنبال ایجاد تصاویری حرفه‌ای و واضح از تمامی محصولات خود باشید. در نهایت فراموش نکنید که بهتر است تا برای این کار، یک قالب یکسان را در نظر بگیرید تا افراد به یک سبک کاری خاص عادت کنند. این امر ماندگاری و تاثیرگذاری بیشتری را به همراه خواهد داشت. در نهایت حفظ سادگی و ارائه توضیحات کامل، از دیگر مواردی است که شانس شما برای کسب موفقیت‌های طولانی مدت را افزایش خواهد داد.

۲-خود را به عنوان بالاترین مقام شرکت در معرض نمایش قرار دهید

با توجه به تخصصی بودن لینکدین در زمینه کسب-وکار، شما در مواجهه با افرادی حرفه‌ای قرار دارید. بدون شک این امر که مدیر شرکت خود فعالیتی را در صفحه داشته باشد، به عملکرد حرفه‌ای‌تر شما کمک خواهد کرد. به همین خاطر نیز ضمن صحبت کردن مستقیم با مخاطبان در این شبکه، از نمایش فرهنگ و تیم شرکت خود نیز خودداری نکنید. درواقع شما باید در تلاش برای ایجاد یک ارتباط دوطرفه باشید. در غیر این صورت نتیجه لازم به دست نخواهید آورد.

۳-بخش توضیحات را به صورت مداوم ویرایش کنید

بدون شک شرکت شما دستاوردها و اهداف متفاوتی را در مقایسه با سال گذشته خواهد داشت. به همین خاطر ضروری است تا توضیحات خود را به صورت مداوم ویرایش کنید. این امر بیانگر پویایی و عملکرد مثبت برند شما خواهد بود. برای این امر لینکدین فضای کافی را برای شما قرار داده است تا بتوانید توضیحات لازم را اضافه و یا ویرایش کنید.

۴-از اهمیت کلیدواژه‌ها غافل نشوید

کلیدواژه‌ها کلمات پرتکراری هستند که منجر به دیده شدن بهتر مطالب شما در موتورهای جست‌وجوگر خواهند شد. با این حال این امر به معنای توجه به کمیت آنها نبوده و لازم است تا تنها موارد مناسب را مورد توجه قرار دهید. برای این امر توجه به مواردی نظیر انتخاب کلیدواژه‌های کوتاه و بلند، نحوه قرار دادن کلیدواژه‌ها در متن و چگونگی استفاده از ابزارهایی نظیر google AdWords کاملا ضروری است.

۵-فرهنگ سازمانی شرکت خود را جذاب نشان دهید

همگان باید اطمینان داشته باشند که شما یک برند کاملا حرفه‌ای محسوب می‌شوید. برای این امر نشان دادن میزان علاقه شما و کارمندان به کار، از جمله راهکارهای کاملا سودمند محسوب می‌شود. درواقع باید در تلاش برای اثبات این کار باشید که شرکت شما، چیزی فراتر از تولیدکننده محصولاتی باکیفیت است. این امر خود زمینه بسیاری از همکاری‌ها و درخواست‌ها برای استخدام شدن را به همراه خواهد داشت.

۶-از ویدئو استفاده کنید

اگر صرفا به دنبال اقدامات تبلیغاتی باشید، بدون شک با توجه جدی مواجه نخواهید شد. به همین خاطر ضروری است تا محتواهای سودمند ایجاد کرده و از این طریق تبلیغات غیرمستقیم داشته باشید. فعالیت موثر در زمینه تولید محتوا نیز نیازمند تنوع در روش کار دارد. در این رابطه ویدئوها دارای بالاترین ارزش محسوب می‌شوند. به همین خاطر لازم است تا در زمینه تولید و یا حتی ترجمه آنها، فعالیت‌های مداومی را داشته باشید. در نهایت از نمایش محیط شرکت، مصاحبه با مشتریان و مواردی از این قبیل نیز غافل نشوید.

۷-کارمندان ویژه خود را معرفی کنید

این امر که بهترین کارمند ماه و یا فردی را که موفق به کسب دستاوردی مهم شده است را معرفی کنید، نه تنها موجب رضایت بیشتر کارمند مذکور می‌شود، بلکه به جذابیت صفحه شما در لینکدین نیز خواهد افزود. به همین خطر هر ماه این اقدام باید یکی از مطالب همیشگی شما در صفحه رسمی شرکت باشد.

۸-برای مطالب خود استراتژی‌های درستی را داشته باشید

اشتباه بزرگ بسیاری از صفحات در لینکدین این است که تنها به فکر ارسال مطالب بوده و در این رابطه هر موضوعی را سریعا در صفحه خود قرار می-دهند. با این حال کسب نتایج از اقدامات بدون هدف و برنامه، کاملا غیرممکن و پرریسک خواهد بود. به همین خاطر ضروری است تا استراتژی‌های درستی را برای خود تعیین کرده و مطابق آنها رفتار کنید. در نهایت با بررسی بازخوردها، می-توان نسبت به ادامه و یا جایگزین کردن یک استراتژی تصمیم‌گیری کرد.

منبع: businesscollective

رهبری

ضرورت مدیریت بهینه حساب‌های بانکی برای کسب و کارها

ترجمه: علی آل‌علی

فعالیت به عنوان کارآفرین و مسئول یک کسب و کار نیازمند رسیدگی دقیق به امور مالی است. در صورت بی‌توجهی به این نکته احتمال مواجهه با بحران‌های مالی گسترده و ناکامی در دستیابی به اهداف وجود دارد. متاسفانه امروزه اغلب برندها برنامه‌ای دقیق برای مدیریت امور مالی‌شان ندارند. با توسعه بانک‌ها در طول چند قرن گذشته اغلب کسب و کارها از حساب بانکی برای نگهداری بودجه و خرج آن استفاده می‌کنند. این امر فرآیند گردش مالی شرکت‌ها را بسیار ساده کرده است. با این حال ضرورت رسیدگی به امور مالی حتی پیچیده‌تر از گذشته نیز شده است. به این ترتیب برندها باید برنامه‌ای دقیق برای مدیریت امور مالی داشته باشند. ایجاد حساب‌های متعدد برای رسیدگی به امور مالی امری طبیعی است. به این ترتیب در عمل شرکت‌ها دارای حساب‌های متعددی هستند. بدون تردید داشتن حساب‌های متعدد عمل حسابرسی را ساده‌تر خواهد کرد. با این حال فرآیند مدیریت حساب‌های بانکی نیز پیچیده‌تر می-شود.

بی‌شک پول ابزار قدرتمندی برای برندها در راستای توسعه کسب و کارشان است. اشتباه اغلب کارآفرینان در این میان تمرکز صرف بر روی افزایش فروش شرکت‌شان بدون توجه به مدیریت سود در دسترس‌شان است. این امر در عمل پیچیدگی و شلختگی زیادی در زمینه مدیریت حساب‌های بانکی به بار می‌آورد. چنین امری به صورت بحران‌های ناگهانی مالی خود را نشان می‌دهد. افزایش میزان بحران‌های ناگهانی شرکت‌ها در زمینه مالی موجب نگرانی بسیاری از کارآفرینان شده است. ایده اصلی این مقاله ضرورت مدیریت صحیح و اصولی حساب‌های بانکی شرکت‌هاست. در ادامه به بررسی دقیق‌تر این موضوع خواهیم پرداخت.

شیوه مدیریت حساب‌های تجاری

پیش از هر چیز ما باید حساب تجاری در بانک مورد نظرمان باز کنیم. اگر شما از حساب شخصی-تان استفاده می‌کنید، این امر دردسرهای زیادی برای شما به بار خواهد آورد. خوشبختانه بانک‌ها خدمات بسیار متنوع و تخصصی برای حساب‌های تجاری تعریف کرده‌اند. این امر فرصت مناسب برای مدیریت بهینه حساب‌ها را به ما می‌دهد. اگر هنوز از حساب شخصی برای کسب و کارتان استفاده می-کنید، با ارائه مدارک ثبت شرکت امکان تغییر آن به حساب تجاری وجود دارد.

پس از ایجاد حساب تجاری نوبت به سازماندهی حساب‌ها می‌رسد. در این مسیر هر کسب و کار وضعیت خاص خود را دارد، با این حال برخی از حساب‌های رایج در میان کسب و کارها به شرح ذیل است:

حساب هزینه‌های اجرایی: این حساب مخصوص هزینه-های خارج شرکت مانند راه‌اندازی سایت رسمی، اجاره هاست (Host) و سفرهای مختلف کاری است. ایجاد یک حساب جداگانه برای این نوع هزینه‌ها امکان بررسی میزان خرج‌های اساسی و پایه شرکت را فراهم می‌سازد.

حساب بازاریابی و تبلیغات: اگرچه راه‌های زیادی برای بازاریابی رایگان وجود دارد، اما بازاریابی و تبلیغات پولی هنوز اهمیت خود را حفظ کرده است. پرداخت هزینه‌های تبلیغاتی با استفاده از حسابی جداگانه نظم بیشتری به فعالیت ما خواهد داد. این امر بررسی هزینه‌های جاری را به سادگی فراهم می‌سازد. نکته مهم در این میان پرداخت هزینه تبلیغاتی هماهنگ با درآمد شرکت‌مان است. به این ترتیب دیگر مشکلاتی نظیر پرداخت بیش از درآمد پیش نخواهد آمد.

حساب پس‌انداز: داشتن حساب پس‌انداز یکی از ضرورت‌های کسب و کارهاست. در این میان فرقی بین کسب و کارهای کوچک و بزرگ وجود ندارد، بنابراین در هر مرحله‌ای فعالیت شرکت‌مان باید به فکر ایجاد حساب پس‌انداز باشیم. این امر مواجهه با بحران‌ها و نوسانات مالی را ساده‌تر خواهد کرد.

حساب ویژه مالیات: پرداخت مالیات نیازمند حسابرسی دقیق است. به طور معمول برندها آمار دقیق پیرامون مالیات‌شان دارند. به همین دلیل از مدت‌ها قبل برای پرداخت آن برنامه‌ریزی می-کنند. ایجاد حسابی مخصوص برای پرداخت مالیات بهترین گزینه برای ساماندهی منظم امور خواهد بود. به این ترتیب ما مشکلاتی نظیر خالی ماندن حساب و جریمه‌های مالیاتی مواجه نخواهیم شد.

چرا مدیریت حساب‌های بانکی اهمیت دارد؟

داشتن حساب‌های جداگانه برای هر کدام از فعالیت-های شرکت به ساماندهی راحت‌تر امور مالی کمک می-کند. وقتی حساب‌های جداگانه داشته باشیم، تمام بودجه مالیاتی یا جاری‌مان را یکجا خرج نخواهیم کرد. این امر چالش اصلی بسیاری از کسب و کارها محسوب می‌شود. علاوه بر این، در صورت داشتن حساب-های جداگانه امکان دریافت صورت حساب دقیق و برنامه‌ریزی مناسب برای پس‌انداز کافی وجود خواهد داشت.

مدیریت مناسب حساب‌های بانکی فعالیت کسب و کارها را راحت‌تر خواهد کرد. این امر به معنای توانایی سرمایه‌گذاری مناسب برای توسعه کسب و کار و پیشگیری از بحران‌های مالی است. بی‌شک هیچ کسب و کاری به فرآیند حسابداری و رسیدگی به امور مالی علاقه ندارد. درست به همین خاطر مدیریت بهینه حساب‌ها برای ساده‌سازی این دو فرآیند ضروری خواهد بود.

منبع: smallbiztrends

ارتقای فرهنگ سازمانی با ۱۱ اقدام موثر

مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک فرهنگ سازمانی، یکی از مهم‌ترین موارد برای موفقیت محسوب می‌شود. در این رابطه مدیران بیش‌ترین نقش را داشته و لازم است تا آنها فعالیت لازم را انجام دهند. برای این امر آشنایی با خصوصیات یک فرهنگ سازمانی موثر، کاملا مهم خواهد بود. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۱ مورد منتخبی خواهیم پرداخت که به ارتقای فرهنگ سازمانی شرکت کمک شایانی را خواهد کرد.

۱-از ابزارهای بیشتری برای مدیریت زمان استفاده کنید

در زمینه مدیریت زمان، همواره در شرکت‌های مختلف شاهد یک روش و یا ابزار هستیم. عقیده اصلی برای این سیاست این است که نظم و هماهنگی شکل گیرد. با این حال توجه داشته باشید که هیچ کارمندی به مانند فرد دیگر نبوده و روش‌های کلی و تک گزینه‌ای، ابدا نمی‌تواند بهترین انتخاب موجود باشد. به همین خاطر لازم است تا همواره چند گزینه را در اختیار تیم خود قرار دهید. در این رابطه فراموش نکنید که با پیشرفت روزافزون تکنولوژی، همواره ابزارهای جدیدتری نیز معرفی می‌شود که باید آنها را نیز مورد توجه قرار دهید. این امر به بهبود فرهنگ مدیریت زمان در شرکت شما کمک بسیاری را خواهد کرد. در نهایت فراموش نکنید که افزایش آگاهی‌ها در این زمینه نیز کاملا کاربردی است. به همین خاطر از به اشتراک گذاشتن مقالات، سخنرانی‌ها و کتاب‌های مفید در این زمینه غافل نشوید.

۲-در تلاش برای افزایش ارتباط کارمندان خود باشید

بدون شک اگر تیم شرکت با یکدیگر ارتباط کافی را نداشته باشد، راندمان کاری آنها به بالاترین حد ممکن خواهد رسید. در این رابطه نمی‌توان انتظار داشت که افراد برای ارتباط با یکدیگر تلاش کنند. به همین خاطر نیز ضروری است تا به نحوی آنها را مدیریت کرد که زمینه ارتباط بیشتر آنها فراهم شود. برای مثال حتی با یک چیدمان درست دفتر شرکت نیز می‌توان به این امر کمک شایانی کرد. با این حال تنها تعداد ساعت و حجم ارتباطات مهم نبوده و لازم است تا در تلاش برای افزایش کیفیت آن نیز باشید. فراموش نکنید که در این رابطه شما همواره باید اقدامات را مورد بازبینی قرار دهید تا در صورت بروز مشکل، سریعا برای رفع آن اقدام کنید. بدون شک با وارد شدن به این مبحث، روش‌های مختلف و پرفایده-ای را با توجه به شرایط و امکانات خود پیدا خواهید کرد. در نهایت تنها ارتباط میان کارمندان مهم نبوده و لازم است تا برای افزایش ارتباط تیم شرکت با مشتریان نیز برنامه‌ریزی مداومی داشته باشید. این موارد به افزایش فرهنگ ارتباطات در شرکت شما کمک شایانی خواهد کرد.

۳-نقش تمرکز را جدی بگیرید

بدون تمرکز، عملا انجام هر کاری سخت خواهد بود. در این رابطه مدیران باید در تلاش برای حفظ و یا ارتقای میزان تمرکز تیم خود باشند. درواقع نمی‌توان انتظار داشت که تمامی کارمندان، خود در این زمینه اقدام کنند. فراموش نکنید که بسیاری از موارد تاثیرگذار در این زمینه مربوط به محیط بیرونی شده و کارمندان خود به تنهایی قادر به تغییر آن نخواهند بود. در نهایت حتی ممکن است به استفاده از یک روانشناس برای بهبود اوضاع درونی افراد تیم خود، نیاز داشته باشید. بدون شک هیچ کارمندی تمایل ندارد تا بخشی از درآمد خود را به این امر اختصاص دهد. به همین خاطر لازم است تا شما خود را مسئول آن بدانید. در نهایت فراموش نکنید که با توجه به تفاوت افراد، به مانند هر اقدام دیگری، لازم است تا از یک برنامه کلی خودداری کرده و برای هر فرد، برنامه‌ریزی جداگانه‌ای را داشته باشید. بدون شک این امر به تغییر بسیاری از شرایط و عادات افراد بستگی دارد. به همین خاطر نباید بیش از حد شتابزده عمل کنید.

۴-محیط شرکت را به مکانی سرگرم‌کننده تبدیل کنید

همه ما با این جمله که موفق‌ترین افراد کسانی هستند که علاقه‌ای بیش از حد به کار خود دارند. این امر باعث می‌شود تا فعالیت آنها به عنوان یک سرگرمی برای‌شان باشد. در این رابطه فراموش نکنید که شرایط سخت و روزمرگی، ممکن است حتی علاقه‌مندترین افراد به کار را نیز با ناامیدی مواجه سازد. به همین خاطر ضروری است تا شاد بودن و تبدیل کار به سرگرمی را جدی بگیرید. برای این امر روش‌های مختلفی وجود دارد و توصیه می‌شود تا مقالات مرتبط با آن را مورد مطالعه قرار دهید. برای مثال یک شرکت ممکن است از طریق آزاد گذاشتن کارمندان در نحوه انجام کارهای خود، همراه با جشن گرفتن برای هر دستاوردی، در این زمینه گام‌هایی را بردارند. درواقع شما باید با توجه به امکانات و میزان نیاز خود، فعالیت لازم را انجام دهید. درواقع نیاز به افزایش شادی و سرگرمی، در شرکت‌های مختلف، متفاوت است. به همین خاطر کپی‌برداری از اقدامات سایرین، اقدامی هوشمندانه نخواهد بود.

۵-دورکاری را به عنوان شیوه‌ای سودمند در انجام کارها مورد توجه قرار دهید

امروزه دورکاری مورد توجه جدی تمامی برندهای مطرح جهان قرار گرفته است. درواقع در گذشته به علت کمبود امکانات، افراد مجبور به حضور در دفتر شرکت خود بودند. با این حال امروزه با توجه به رشد تکنولوژی حتی شاهد کارمندانی هستیم که در کشورهای دیگر فعالیت دارند. این امر مزیت‌های فوق‌العاده‌ای را برای شما به همراه خواهد داشت که کاهش هزینه‌ها تنها یک مورد ساده آن محسوب می‌شود. به همین خاطر در صورتی که در این زمینه تاکنون اقدامی را انجام نداده‌اید، بررسی اقدامات سایر برندها می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی برای شما باشد. بدون شک در اختیار داشتن فرهنگ دورکاری در شرکت، یک امتیاز ویژه و حتی یک مزیت رقابتی بزرگ خواهد بود.

۶-استخدام‌های حرفه‌ای‌تری را داشته باشید

بدون شک یکی از الزامات مهم در هر شرکتی، فرهنگ استخدامی آنها است. درواقع حتی یک جذب نیروی اشتباه، در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، با مشکلات بسیاری همراه خواهد بود. به همین خاطر هر شرکتی باید اصول خاص خود برای استخدام افراد را داشته باشد. فراموش نکنید که برای انتخاب این اصول، در وهله اول باید به نیاز شرکت توجه داشته باشید. سپس برای غنی‌تر ساختن آن، بررسی سایر فرهنگ‌ها و برنامه‌ریزی برای انتخاب بهترین گزینه موجود، از دیگر موارد مهم محسوب می‌شود. با این حال در صورتی که هنوز هم احساس ضعف در این زمینه را دارید، مطالعه مقالات به روز در این زمینه نیز کاملا مفید خواهد بود.

۷-استقلال بیشتری را برای کارمندان خود ایجاد کنید

همان‌گونه که در موارد گذشته نیز عنوان شد، کارمندان باید در نحوه انجام کارهای آزادی عمل کافی را داشته باشند. درواقع شما تنها باید وظایف را مشخص کرده و نظارت کلی را داشته باشید. با این حال فرهنگ استقلال کاری، تنها شامل این مورد نبوه و لازم است تا تمامی موارد را برای راحتی بیش‌تر کارمندان خود، مورد توجه قرار دهید. برای مثال اگر یک کارمند توانایی انجام سریع‌تر کارهای خود را دارد، نباید وی را مجبور به ماندن تا پایان ساعات کاری در شرکت خود کنید. در نهایت فراموش نکنید که شما باید از شخصیتی انعطاف پذیر برخوردار باشید تا امکان تغییرات موردنیاز فراهم باشد. درواقع در جهان امروز که به سرعت در حال تغییر است، تنها شرکت‌هایی موفق خواهند بود که خود را با این تغییرات همگام سازند.

۸-به دنبال یادگیری مداوم برای تمامی افراد تیم خود باشید

این امر که شرکت شما دارای شرایط لازم برای یادگیری مداوم افراد باشد، خود یک فرهنگ بی-نظیر را شکل خواهد داد. در این رابطه الزامی برای اقدامات هزینه‌بر نبوده و با استفاده از روش‌هایی نظیر آموزش آنلاین، می‌توان یادگیری‌های کاملا مقرون به صرفه‌ای را نیز تجربه کرد. با این حال فراموش نکنید که آموزش، اقدامی چند مرحله‌ای و مداوم محسوب می‌شود. به همین خاطر از اقدامات شتابزده و ایجاد توقف و یا تعیین نقطه پایان، باید اکیدا خودداری کرد.

۹-ارتباطات چهره به چهره را کاهش دهید

بدون شک اگر تمامی افراد بخواهند با یکدیگر ارتباطات مستقیم را داشته باشند، هدر رفتن زمان تنها یکی از مضراتی است که با آن مواجه خواهید شد. به همین خاطر ضروری است تا به دنبال شیوه‌های جدیدتر برای این امر باشید. برای مثال تماس‌های تصویری، ارسال ایمیل و استفاده از پیام رسان‌ها، از جمله این موارد محسوب می‌شوند. با این حال این امر نباید به حذف کامل ارتباطات مستقیم منجر شود.

۱۰-از اهمیت همکاری با پیمان‌کارها غافل نشوید

پیمان‌کارها افرادی هستند که برای انجام یک یا چند پروژه، با شرکت‌ها قرارداد می‌بندند. این امر باعث خواهد شد تا دیگر نیازی به استخدام افراد برای انجام کارهای مختلف وجود نداشته باشد. بدون شک این اقدام برای انجام بسیاری از کارها مفید خواهد بود. به همین خاطر همکاری با این افراد و یا موسسات، باید مورد توجه جدی شما قرار گرفته و به فرهنگی در شرکت تبدیل شود. با این حال توصیه می‌شود تا تنها به دنبال عقد قراردادهای کوتاه مدت باشید. این امر بسیاری از مشکلات احتمالی را کاهش خواهد داد.

۱۱-به دنبال افزایش اعتبار برای خود باشید

با نگاهی به برندهای مطرح جهان، متوجه این امر خواهید شد که مشتریان آنها تنها به کیفیت محصولات توجه نداشته و حتی هزینه‌های بالاتری را نیز برای در اختیار داشتن محصولی صرف می‌کنند که مشابه آن با قیمت‌های به مراتب پایین‌تری موجود است. این امر به خاطر اصالت، اعتبار و تفاوتی است که برند مذکور موفق شده است ایجاد کنند. به همین خاطر در راستای موفقیت لازم است تا در تلاش برای ایجاد و تقویت آن باشید. در نهایت باید فرهنگ شما به شکلی باشد که از این مورد به خوبی در تمامی اقدامات، حمایت شود. درواقع به هر میزانی که از اعتبار بیش‌تری برخوردار باشید، مشتری و رشد بیش‌تری را نیز تجربه خواهید کرد. به همین خاطر ضروری است تا به این بخش توجه جدی را از خود نشان دهید.

منبع: businesscollective

اخبار

فدائی‌فر:

ساماندهی دستفروشان راه‌حل مدیریت شهری به جای جمع‌آوری و برخورد با آنان است

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: کیومرث فدائی‌فر، مدیرمنطقه دو شـهرداری قزوین سـاماندهی دستفروشـان را تنها راه‌حل پیش روی مدیریت شـهری در شرایط فعلی اقتصاد و اشتغال جامعه به جای جمع‌آوری و برخورد با دستفروشان دانست. به گزارش روابط عمومی منطقه دو شهرداری قزوین؛ فدائی‌فر در خصوص درخواسـت شهروندان، کسبه و مسـئولان مبنی بر انجام وظیفه ذاتی شهرداری در خصوص جمع‌آوری و برخورد با دستفروشـان گفت: در شرایط فعلی اگر نتوانیم دستفروشان را ساماندهی کنیم با پیامدهای منفی مواجه خواهیم شد و این مهم راهی برای پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی است.وی اشاره کرد: بر اساس ماده ۵۵ قانون شهرداری‌ها، ایجاد هرگونه سد معبر و کسب و کار در معابر شهری ممنوع بوده و وظیفه اصلی شهرداری در این رابطه جمع آوری و برخورد با آن است.این مقام مسئول اضافه کرد: با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر جامعه و بیکاری، شهرداری به جای جمع آوری به دنبال ساماندهی دستفروشان است.فدائی‌فر اظهار کرد: ساماندهی دستفروشان باعث ایجاد رضایتمندی دستفروشان است اما این مهم نارضایتی کسبه و شهروندان را به دنبال دارد و اکنون مدیریت شهری با همراهی مدیران استانی، دستگاه قضایی و نیروی انتظامی خواستار ساماندهی و رفع معضلات سد معبر است.وی گفت: در راستای ساماندهی دستفروشان زمین‌های جهت استقرار دستفروشان تعیین شده و با همکاری سازمان ساماندهی مشاغل شهری و فرآورده های کشاورزی به بازار روزها هدایت شدند.فدائی فر اضافه کرد: اکنون مدیریت شهری قزوین به دنبال ساماندهی دستفروشان است و این روند در راستای کاهش مشکلات این معضل ادامه دارد.

مدیرکل دادگستری استان قم :

پیشرفت‌های سال‌های اخیر قم قابل انکار نیست

قم – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل دادگسـتری اسـتان قم ضمن تقدیر از خدمات تیم مدیریت شهری قم در راستای تحقق امر توسعه و پیشرفت شهر گفت: این مساله که در این سال‌ها پیشرفت‌های چشم‌گیری در قم اتفاق افتاده قابل انکار نیست. حجت‌الاسلام والمسلمین مظفری در دیدار دکتر سقائیان‌نژاد شهردار قم و برخی مدیران شهری، با اشاره به اقدامات شهرداری در قم اظهار کرد: خوشبختانه شـاهدیم که اقداماتی که از سوی شهرداری در شهر در حال انجام است موجب پیشرفت شهر شده و با گذشته قابل مقایسه نیست.وی ضمن تقدیر از خدمات تیم مدیریت شهری قم در راستای تحقق امر توسعه و پیشرفت شهر تصریح کرد: این مساله که در این سال‌ها پیشرفت‌های چشم‌گیری در قم اتفاق افتاده قابل انکار نیست.مدیرکل دادگستری استان قم با اشاره به ظرفیت‌ها و قابلیت‌های گسترده شهر قم افزود: البته با وجود پیشرفت‌هایی که تحقق یافته ظرفیت و قابلیت قم بیشتر بوده و باید بیش از پیش در راستای توسعه خدمات و پیشرفت شهر گام برداشته شود.سیدمرتضی سقائیان‌نژاد در این دیدار با تقدیر از مساعدت‌ها و همکاری‌های دستگاه قضائی با مجموعه شهرداری اظهار کرد: اگر قوه قضائیه و شهرداری کنار هم باشند آرامش مردم تامین می‌شود.وی با تاکید بر تامین رفاه عمومی با مشارکت نهادهای بلدیه و عدلیه گفت: در دوره گذشته جلسات ماهانه بین مجموعه مسوولان دادگستری و شهرداری برگزار می‌شد که به برکت همین جلسات و نشست‌ها بسیاری از مشکلات و معضلات برطرف شد و نتیجه آن برکات بسیار خوبی برای شهر بود.شهردار قم با بیان اینکه شهرداری، قوه قضائیه و نیروی انتظامی جزو پرمراجعه‌ترین نهادها در کشور هستند افزود: به همین خاطر بخشی از امور مرتبط با این نهادها هم مشترک است و همکاری مستمر آنها گره مشکلات مردم را باز می‌کند.وی در پایان سخنان خود ابراز امیدواری کرد با حضور حجت‌الاسلام والمسلمین مظفری شاهد تعاملات بیشتر دستگاه قضائی با شهرداری در راستای رفع مشکلات مردم و پیشرفت شهر باشیم.

معاون شهرسازی و معماری شهرداری سمنان خبر داد :

تشکیل اداره شهر دوستدار کودک در شهرداری سمنان

سمنان _ حسین بابامحمدی : اداره «شهر دوستدار کودک» با دستورالعمل ابلاغی سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور در ساختار معاونت شهرسازی و معماری شهرداری سمنان ایجاد شد . مریم معتمدی با اعلام این خبر افزود : در راستای اجرای بهتر ابتکار شهر دوستدار کودک با دستورالعمل ابلاغی سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور ، اداره شهر دوستدار کودک در ساختار معاونت شهرسازی و معماری شهرداری سمنان ایجاد و فعالیت های خود را در حوزه بررسی مسایل کودک و با بهره گیری از خردجمعی فعالان و اساتید این حوزه آغاز نموده است . معتمدی ضمن اشاره به لزوم ارتباط گیری بین دستگاه‌های مرتبط با حوزه کودک گفت : با دستگاه های همسو با فعالیت های حوزه کودک مانند کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و سازمان بهزیستی مذاکراتی صورت گرفته و تفاهم نامه های همکاری منعقد شده تا با هم افزایی ظرفیتها و امکانات ، بتوان چشم انداز روشنی را برای شهر دوستدار کودک ترسیم کرد . وی به تدوین ضوابط ویژه در ساختمان سازی و شهرسازی و مباحث ترافیکی اشاره کرد و گفت از اسفندماه سال گذشته برای تمامی سازمانهای زیرمجموعه شهرداری در خصوص رعایت موارد مرتبط با حوزه کودکان ، دستورالعمل ارسال شده که برخی از این اقدامات انجام و یا در حال انجام است. معاون شهرسازی و معماری خاطرنشان کرد شهر دوستدار کودک هدف نیست بلکه یک مسیری است که با انتخاب این مسیر می توانیم با افزایش شاخص های کیفیت زندگی کودکان در شهر ، زیست پذیری شهری را برای آنان تسهیل کنیم . شایان ذکر است ابتکار شهر دوستدار کودک در ایران نیز از سال گذشته با انعقاد تفاهم نامه میان وزارت کشور و یونیسف "صندوق اضطراری بین‌المللی کودکان سازمان ملل متحد " آغاز و در گام اول هشت شهر بصورت پایلوت برای این هدف تعیین که از میان این شهرها در نهایت با ارزیابی و تائید یونیسف دو شهر به عنوان شهرهای دوستدار کودک در ایران انتخاب خواهند شد و سمنان به عنوان یکی از شهر های نامزدی اجرای پایلوت ، مطرح می باشد .

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری خبر داد :

اعلام کالابرگ نفت سفید خانوارهای فاقد گازطبیعی

ساری – دهقان : مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : مصرف کنندگان نفت سـفید با کالابرگ های اعلام شده از سری دوم ، نسبت به دریافت و ذخیره سازی سوخت از فروشندگی های محدوده محل سکونت خود اقدام کنند. سبحان رجب پور مدیرشرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری بیان کرد: با برنامه ریزی و تدابیراین شرکت سوخت رسانی به مناطق فاقد گاز طبیعی در حال انجام است و ساکنین روستاهای ییلاقی و صعب العبورمی توانند نسبت به تامین سوخت خود اقدام کنند .رجب پور اظهار کرد : آندسته از مصرف کنندگانی که از نفت سفید استفاده می کنند با کالابرگ اعلام شده در نوبت دوم (به شماره های ۳۱۷ یک نفره و دو نفره به مقدار ۴۰۰ لیتر ، ۲۱۷ سه نفره و چهار نفره به مقدار ۴۰۰ لیتر ، ۵۱۷ پنج نفره و شش نفره به مقدار ۶۰۰ لیتر ، ۱۱۷ هفت نفره به بالا به مقدار ۶۰۰ لیتر) ، نسبت به دریافت و ذخیره سازی سوخت خود از فروشندگی های مربوطه اقدام نمایند .وی ادامه داد : اعتبار کالا برگ اعلام شده از تاریخ ۱۶/۶/۱۳۹۸ لغایت ۳۰/۸/۱۳۹۸ می باشد .رجب پورنرخ هر لیتر از نفت سفید را ۱۵۰۰ ریال اعلام و تاکید کرد : به منظور جلوگیری از سوء استفاده های احتمالی ، مصرف کنندگان نفت سفید مجموعه کالابرگ های مربوط به خانوار خود را نزد خود نگهداری کرده و از واگذاری به غیرجدا خودداری نمایند .مدیر منطقه سـاری از شـهروندان خواست تا شکایات خود را با شماره تلفن های ۳۳۲۷۰۱۳۸ و ۳۳۲۷۰۱۴۰ منطقه ساری و شماره ۰۹۶۲۷ شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ایران اطلاع دهند تا رسیدگی شود .

سرپرست دانشگاه علوم پزشکی لرستان:

آماده هستیم تا مرکز فوریت‌های دارویی را به هلال‌احمر واگذار کنیم

لرستان – خبرنگار فرصت امروز: سرپرست دانشگاه علوم پزشکی لرستان از اعزام ۵۵۲ تیم بهداشتی استان به مناطق سیل‌زده لرستان و ویزیت ۳۵ هزار نفر توسط پزشکان خبر داد. «دکتر محمدرضا نیکبخت» در جلسه نشست خبری با اصحاب رسانه که صبح یکشنبه سوم شهریورماه به مناسبت هفته دولت در تالار ابن‌سینای بیمارستان شهید رحیمی برگزار می‌شد اظهار داشت: طی سیل اخیر ۵۵۲ تیم بهداشتی به منطقه سیل‌زده اعزام و ۳۴ هزار و ۹۰۵ نفر نیز توسط پزشکان ویزیت شدند.وی با تاکید بر این که ۱۸۱ محموله بهداشتی، دارویی در قالب ۸۶ پرواز به مناطق سیل‌زده استان ارسال شد، افزود: ۱۴ هزار و ۹۳۴ مادر باردار و ۳۸ هزار و ۹۵۵ نوزاد نیز مورد مراقبت قرار گرفتند.

در لرستان ۲۰۰ هزار نفر دارای پیش فشارخون هستند

سرپرسـت دانشـگاه علوم پزشکی لرستان در ادامه به اجرای طرح ملی بسیج فشارخون اشاره کرد و گفت در این طرح جمعیت بالای ۳۰ سال سـن غربالگری شـدند که در لرستان نیز طی غربالگری بیش از ۸۰۰ هزار نفر بالای ۳۰ سال سن در لرستان ۲۰۰ هزار نفر دارای پیش فشارخون هستند که این نشانه خوبی نیست و نشان می‌دهد که افراد استعداد ابتلا به فشارخون را دارند و حدود ۷۴ هزار نفر نیز دارای فشار خون مطلق بودند.

افتتاح شش طرح درمانی در استان

نیکبخت همچنین با تبریک هفته دولت گفت: در هفته دولت شاهد افتتاح اورژانس بین جاده‌ای، مرکز شیمی‌درمانی و غربالگری سرطان در خرم‌آباد، منازل مسکونی پزشکان، مرکز شیمی درمانی و غربالگری سرطان در بروجرد، پایگاه بهداشت چگنی و بخش جراحی مردان و زنان در بیمارستان آیت‌الله بروجردی خواهیم بود.

کمبود دارو در کشور نادر است

وی با اشاره به تحریم‌های ظالمانه آمریکا علیه ایران، اظهار داشت: یک قرارگاه مقابله با آسیب‌های تحریم در استان شامل معاونت غذا و دارو، معاونت‌های درمان و بهداشت و همچنین بیمه‌ها تشکیل شد تا کمبودهای دارویی کاهش‌یافته و از سردرگمی بیماران جلوگیری شود. وی کمبود دارو در کشور را نادر دانست و گفت: برای برخی داروهای کمیاب هم داروی جایگزین وجود دارد.

جایگاه شانزدهم لرستان در بین ۳۵۰ مرکز تحقیقات کشور

نیکبخت به جایگاه شانزدهم لرستان در بین ۳۵۰ مرکز تحقیقات کشور اشاره کرد و افزود: این جایگاه، نشان‌دهنده جایگاه علمی مجموعه علوم پزشکی کشور است.سرپرست دانشگاه علوم پزشکی لرستان در بخش دیگری از سخنانش به برنامه توسعه بهداشت استان اشاره کرد و گفت: موضوع پزشک خانواده، نظام ارجاع و پرونده الکترونیک موردتوجه است به طوری که بیش از ۹۰ درصد در سامانه مربوطه ثبت‌نام کرده و با اجرای پرونده الکترونیکی اطلاعات و سابقه بیمار در سامانه ثبت خواهد شد که در این صورت از اعزام بی‌مورد بیماران و تجویز داروی اضافی جلوگیری خواهد شد.

وزیر صمت در گفتگو با خبرنگاران در اراک اعلام کرد :

وزارت صنعت از واگذاری آذرآب و واگن پارس اراک به مپنا استقبال می کند

اراک – مینو رسـتمی: وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: این وزارتخانه از واگذاری واحدهـای مادر تخصصی آذرآب و واگن پارس اراک به شرکت مپنا استقبال می کند.

رضا رحمانی پس از جلسـه ستاد تسهیل و رفع موانع تولید استان مرکزی که با محوریت مسایل سه شرکت هپکو، آذرآب و پارس واگن در اراک برگزار شـد، در جمع خبرنگاران، بیان کرد: در این جلسـه تکالیف دستگاه های مختلف برای حل و فصل مسایل این سه شرکت مشخص و قرار شد هر دستگاهی تکلیف تعیین شده خود را پیگیری کند.او با بیان اینکه برای انجام برخی اقدامات از ۴۸ ساعت تا یک هفته زمانبندی شـد، تصریح کرد: اقدامات در حوزه های مربوط به بانک و سازمان خصوصی و ...بوده است که امیدواریم با انجام آنها این شرکتها به ظرفیت تولید خود بازگردند.وزیر صنعت، معدن و تجارت شـرکت هپکو را از شرکتهای پرتوان کشور و دارای محصولاتی بی نظیر دانست و بیان کرد: پس از واگذاری مشـکلاتی برای این شرکت به وجود آمد که سعی داریم این مشـکلات را حل کنیم.رحمانی در این خصوص ادامه داد: البته در یکسال گذشته مشکلات این شرکت تا حدودی حل شـده بود و تولید در این شرکت در حال انجام بوده است، اما با توجه به مشکلاتی که سهامدار بخش خصوصی داشته مشکلاتی برای این شرکت پیش آمد که تمهیدات لازم برای حل آنها اتخاذ شد.او با بیان اینکه در زمینه محصولاتی که در داخل کشور تولید می شوند واردات نداریم، افزود: سـال گذشته واردات ۵۰۰ قلم کالا که ارزش آنها بالای ۳ میلیارد دلار بوده اسـت را به خاطر حمایت از تولید داخل ممنوع کردیم و هر کجا احساس کنیم برای کالایی امکان ساخت داخل است، واردات آن را ممنوع می کنیم.گفتنی است که کارگروه تسهیل و رفع موانع تولید استان مرکزی با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت امروز پنج شنبه در محل استانداری این استان برای رسیدگی به مشکلات سه شرکت هپکو، آذرآب و پارس واگن برگزار شد.معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری مرکزی نیز در این نشست گفت: در تیرماه سال گذشته معوقات کارگری ۲۰۶ ماه بوده که امسال به ۱۶۹ ماه کاهش پیدا کرده و تعداد واحدهای دارای معوقه نیز از ۶۳ واحد به ۵۵ واحد رسیده است.سعید فرخی بیان کرد: سال گذشته مدیریت شرکت هپکو به صورت موقت به دولت بازگشـت اما، به دلیل بلاتکلیفی مالکیت و نبود امکان سرمایه گذاری توفیقی در این زمینه حاصل نشد در حالی که سال گذشته شروعی برای ایجاد یک حرکت نو در این واحد صنعتی بود که باعملی نشدن تعهدات و قراردادها و مشخص نشدن مالکیت، مشکلات انباشته شد. وی اضافه کرد: شرکت صنایع آذرآب هم با بحران مدیریت مواجه است و عمده سهام این شرکت در اختیار بخشی از بدنه بانک کشاورزی و شخص حقیقی قرار دارد و در حال حاضر نیز به غیر از رئیس هیات مدیره کسـی دنبال کار نیست و شرکت مدیرعامل و عضو هییت مدیره ندارد و امکان قرارداد در شرکت وجود ندارد.معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری مرکزی در خصوص واگن پارس نیز گفت: بحران مالکیت در این شرکت نیز وجود دارد و سازمان خصوصی سـازی و مدیرعامل و سایر اعضا در تلاش برای سرپا نگهداشتن این شرکت هسـتند اما، مالکیتی وجود ندارد که در این راستا به منظور تسریع اجرایی شدن تفاهم ها می‌طلبد مالکیت تعیین تکلیف شود. شرکت در آیین بهره برداری از چند طرح صنعتی در محلات، خمین و دلیجان از مهمترین برنامه های سفر یک روزه وزیر صنعت، معدن و تجارت به استان مرکزی است.

استاندار آذربایجان شرقی:

مدیران حراست، مشاوران امین دستگاه‌ها هستند

تبریز – اسد فلاح: استاندار آذربایجان شرقی از مدیران حراست به عنوان بهترین مشاوران دسـتگاه‌های اجرایی نام برد و بر ضرورت به‌روزرسانی اطلاعات و افزایش آگاهی کارکنان حراسـت برای مقابله با تهدیدات این حوزه تاکید کرد.

دکتر محمدرضا پورمحمدی در نشست حراست‌های تابعه استانداری آذربایجان شرقی، با قدردانی از زحمات و تلاش‌های کارمندان حراست و سربازان گمنام امام زمان(عج)، اظهار داشت: در سایه تلاش دستگاه‌های امنیتی و اطلاعاتی و حراست‌های دستگاه‌های اجرایی، آذربایجان شرقی در اکثر شاخص‌ها، استانی پاک محسوب می‌شود که البته به وضع موجود قانع نیسـتیم و همواره باید به سمت بهبود این شاخص‌ها حرکت کنیم. وی از کارمندان حراست و تشکیلات اطلاعاتی به عنوان چشمان همیشه بینا و گوش‌های همیشه شنوای جامعه و عوامل موثر در امنیت و آسایش جامعه نام برد و ابراز داشـت: مدیران حراست، مشاوران امین مدیران به شمار می‌روند و مانع گرفتاری دستگاه‌های اجرایی در مشکلات و معضلات مختلف می شوند. پورمحمدی با بیان اینکه به تناسب افزایش آگاهی، اتخاذ تصمیم‌های درست هم افزایش می‌یابد، افزود: بر همین اساس انتظار داریم با توجه به افزایش تهدیدات دشمنان در حوزه‌های مختلف و ضرورت مقابله با این تهدیدات، کارمندان حراسـت و مجموعه اطلاعات استان، همواره به‌روز باشند. استاندار آذربایجان شرقی به انتخابات مجلس شورای اسلامی در اسفندماه سال جاری هم اشاره کرد و با تأکید بر افزایش امید و نشاط در جامعه و زمینه‌سازی برای مشارکت حداکثری مردم در انتخابات، گفت: رعایت شئونات اخلاقی و عمل به مر قانون، اصلی‌ترین انتظار ما از مجموعه تشکیلات اطلاعاتی و حراست‌هاست که خوشبختانه همواره چنین بوده و باید با توجه به شرایط حساس کشور، بیش از پیش باید سرلوحه فعالیت‌ها قرار گیرد. وی همچنین نسبت به هرگونه دخالت مدیران استان در تمامی سـطوح در روند برگزاری انتخابات و فعالیت به نفـع یا ضرر هر یک از کاندیداها هشدار داد. مشاور وزیر و رئیس مرکز حراست وزارت کشور نیز در این جلسه، احیای مکتب توحیدی را اصلی‌ترین هدف حضرت اباعبدالله الحسین(ع) دانست و افزود: مکتب عاشورا، مکتب خداشناسی است و خدا را شاکریم که آئین‌های سوگواری سالار شهیدان هر سال پرشورتر برگزار می‌شود. محمدابراهیم شوشتری در تبیین انتظارات وزارت کشور از مدیران حراست، اظهار داشت: انتخابات امسال با توجه به فشارهای بیرونی علیه جمهوری اسلامی، از اهمیت ویژه ای برخوردار است و تلاش برای حضور و مشـارکت حداکثری مردم در انتخابات، ترین وظیفه اصلی ماست. وی افزود: مردم ایران اسلامی همواره در فشارهای مختلف، سربلند بوده و در انتخابات امسال نیز با مشارکت حداکثری خود، معنای بهتری از اقتدار و عزت ایران اسلامی را برای جهانیان به نمایش خواهند گذاشت. شوشتری همچنین خطاب به مدیران و کارکنان حراسـت‌های استان، بر پرهیز از دخالت انتخابات به نفع یا ضرر جریان‌های سیاسی و افراد تأکید کرد.

استاندار آذربایجان شرقی:

شهر سردرود بهره‌مند از ظرفیت‌های توسعه است

تبریز – فلاح: اسـتاندار آذربایجان شرقی با بیان اینکه موافق الحاق شهرها به تبریز نیستم، افزود: با الحاق شهرها بر مشکلات این کلان‌شهر افزوده شده و روند مدیریت و رفع مشکلات و حرکت به سمت توسعه کندتر می‌شـود. دکتر محمدرضا پورمحمدی در دیدار شهردار و اعضای شورای اسـلامی شهر سردرود، اظهار داشـت: با توجه به افزایش جمعیت تبریز، موضوع هدایت جمعیت این کلانشهر به سایر شهرها و تلاش برای ایجاد امکانات مناسب در این شهرها از موضوعاتی است که نیازمند بررسی و توجه ویژه است. وی، شهر سردرود را از جمله شهرهای مهم و دارای ظرفیت‌های مساعد برای توسعه برشمرد و افزود: سردرود از جمله شهرهایی است که با بهره‌مندی از ظرفیت‌هایی همچون صنعت تابلوفرش، نرخ بیکاری نزدیک به صفر دارد. پورمحمدی همچنین این شهر را از بهترین اماکن گردشگری و تفریحی استان دانست و ادامه داد: قرار گرفتن سردرود در مسیر روستای تاریخی کندوان و نزدیکی آن به شهر تبریز، می‌توان با اتخاذ تدابیر مناسب، باعث رونق بیش از پیش گردشـگری در این منطقه شـد. در این دیدار، موضوع نامه پیشنهادی شورای عالی معماری و شهرسازی ایران مبنی بر افزایش یک برابری حریم و محدوده شهر سردرود مطرح شد که استاندار آذربایجان شرقی با تاکید بر رعایت منافع شهروندان و ملاحظات محلی، با این موضوع موافقت کرد. آرزو مبصر، رئیس شورای اسلامی شهر سردرود با بیان اینکه مشکلات موجود در محدوده و حریم شهر سردرود، مشکلاتی برای این شـهر به وجود آورده اسـت، افزود: با موافقت استاندار محترم با نامه پیشنهادی شورای عالی معماری و شهرسازی، شهرداری سردرود طرح پیشنهادی خود را به معاونت عمرانی استانداری، ارائه خواهد کرد.

دکتر حمیدرضا فولادگر عنوان کرد :

زنجیره ارزش ذوب آهن، نیازمند سنگ آهن و معدن

اصفهان – قاسم اسد: دکتر حمیدرضا فولادگر نماینده مردم اصفهان در مجلس شورای اسلامی و رییس کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی در حاشیه بازدید از غرفه ذوب آهن در نمایشگاه متالورژی، فولاد، ریخته گری ماشین آلات و صنایع وابسته اصفهان در گفتگو با خبرنگار ما گفت : تاسیس ذوب آهن اصفهان به واقع مسئولیت اجتماعی به تمام معناست.

این شرکت مادر صنعتی با جذب نیرو از سرتاسر ایران نقش موثری در اشتغالزایی و توسعه شهرهای پیرامون داشته است. در حوزه ورزش،ایجاد فضای سبز،بهره گیری از پساب و... نیز زبانزد می باشد.

وی با اشـاره به اینکه در دوران سخت تحریم ظالمانه دشمن، فرصت خوبی برای نهضت ساخت داخل ایجاد شده افزود : مجموعه ذوب آهن اصفهان به ویژه در سال های اخیر در حوزه ساخت داخل و بهره گیری از توانمندی جوانان مستعد ایرانی عملکرد بسیار خوبی داشته است. نماینده مردم اصفهان در مجلس شورای اسلامی تصریح کرد : ابتکار بسیار خوبی را در غرفه ذوب آهن اصفهان شـاهد هستیم. ارائه قطعات مورد نیاز در نمایشگاه قطعاً زمینه تبادل اندیشه ها و عملیاتی شدن آنها را در راستای بومی سـازی در پی دارد. وی در ادامه به قانون حداکثر استفاده از تولید داخل اشـاره کرد و خاطر نشان نمود : این قانون حدود سه ماه است که ابلاغ شده است. بر اساس این قانون اگر شرکتی بخواهد قطعه و تجهیزی را از خارج وارد کند یا پروژه ای را بخواهد با طرف خارجی قرارداد ببندد، ابتدا نیاز است از طریق ورود به سامانه بررسی نماید که تولید این قطعه در داخل امکان پذیر نیست و سپس به وارد کند یا انعقاد قرارداد داشته باشد. این قانون کمک شایان توجهی به ساخت داخل می کند. بر اساس این قانون ذوب آهن که تولید ریل منطبق با استانداردهای به روز دارد، نیاز اسـت راه آهن جمهوری اسـلامی از این محصول اسـتراتژیک در توسعه خطوط راه آهن اسـتفاده نماید.دکتر فولادگر اضافه کرد : ذوب آهن اصفهان با دارا بودن کارگاههای ساخت، سابقه درخشانی در ساخت قطعات و تجهیزات داشته است و قطعاً به همراه شرکت های زیرمجموعه این روند را ادامه خواهد داد تا انشاا... طرح توازن که در گذشته کلید خورد تکمیل گردد. وی بیان کرد : تکمیل زنجیره ارزش در ذوب آهن نیازمند برخورداری از سنگ آهن و در اختیار گرفتن معدن است. دکتر فولادگر گفت : مطلع شدیم تعرفه صادرات سنگ آهن با پیگیری وزارتخانه افزایش یافته است که از هفته آینده ابلاغ می گردد و تا حدودی از خام فروشی جلوگیری می شـود. وی خاطر نشان کرد : شرکت های فولادی همواره مسایل زیست محیطی دارند اما مهم برنامه ریزی موثر برای ساماندهی این چالش ها است.دکتر فولادگر ادامه داد : قانون رفع موانع تولید با لایحه ای کـه دولت آورد و طرح مجلس تصویب و ابلاغ گردید. اولین گزارش نظارتی را در مجلس ارائه نمودیم که قرائت شـد و به موضوعاتی نظیر بانک،بورس و تامین مالی اختصاص داشـت،گزارش دوم نیز با محوریت بدهی ها، مطالبات بخش خصوصی و تهاتر در نوبت برای قرائت در صحن قرار دارد. تا آخر سال نیز سعی می کنیم گزارش سومی در حوزه صنعت ارائه نماییم. ما به عنوان کمیسیون ویژه هم قانون گذاری و هم نظارت آن را بر عهده داریم. طبق گزارش در برخی از بخش ها دولت توانسته قانون را اجرا نماید،بعضی در دست اجراست و متاسفانه بخش هایی نیز اجرایی نشـده که نیاز به پیگیری دارد. شایان ذکر است در این بازدید ، تندیس ویژه برترین غرفه نمایشگاه متالورژی اصفهان از سوی دکتر حمیدرضا فولادگر به نماینده روابط عمومی ذوب آهن اهدا شد

برگزاری مانور نشتی و قطع گاز در اثر سیل در شهرستان مشگین شهر استان اردبیل

اردبیل- خبرنگار فرصت امروز: مانور نشتی و قطع گاز در اثر سیل با برنامه ریزی واحد HSE شـرکت گاز استان اردبیل و با مشارکت گروههای درون و برون سازمانی در شهرستان برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شـرکت گاز اسـتان اردبیل، سـردار اسـماعیلی مدیر عامل این شـرکت برگزاری مانورهای آمادگی در شرایط اضطراری را یکی از رویکردهای شرکت در راستای آمادگی در مقابله با بحران های طبیعی برشمرد و افزود : با توجه به تنوع اقلیمی و موقعیت جغرافیایی شهرستان مشگین شهر، پدیده سیل از جمله حوادث تهدید کننده منطقه به شمار می رود بدین منظور و با تشکیل چارت سازمانی فرماندهی مدیریت حوادث و سوانح سیستم مدیریت بحران شرکت گاز استان اردبیل مانور نشتی و قطع گاز در اثر سیل در شهرستان مشگین شهر برنامه ریزی و انجام شد.وی در ادامه گفت : این مانور با هدف ارزیابی و چگونگی مواجه شدن و اداره امور حوادث ، بررسی این قبیل بحران ها ، پیشگیری و ایجاد آمادگی در مقابله با بحران در صورت بروز، کاهش آثار مخرب و همچنین واکنش مناسب و سریع در برابر آن و هماهنگی بین واحدی انجام گرفت.اسماعیلی با بیان اینکه در حال حاضر شرکت گاز استان اردبیل به بیش از ۴۸۰ هزار مشترک خدمات ارایه می دهد، مهمترین دستاوردهای این مانور را توسـعه و هماهنگی بین بخشی و تعامل کلیه ادارات، شناسایی نقاط ضعف و قوت، آشـنایی با مسئولیت هر کدام از افراد و سازمان ها و آموزش در جهت آمادگی هر چه بیشتر در مقابل بلایای طبیعی دانست و گفت: طبق برنامه ریزی های انجام شده و بر مبنای اهداف استراتژیک شرکت برگزاری مانورهای منتظره و غیر منتظره در سطح استان به منظور ارتقاء سطح آمادگی نیروهای درگیر از اهمیت زیادی برخوردار است.

دوست دارید میلیاردر شوید؟ مثل یک میلیاردر فکر و رفتار کنید

تونـی رابینز یک بار از هزاران نفر خواسـت تا تصور کنند کسـی پشـت در خانه‌شان در می‌زند. آنها در را باز می‌کنند و یک «فرد افسرده» پشت در است. سپس از حاضرین خواست تا ظاهر این فرد افسرده را توصیف کنند.

تقریبا همه افراد توصیف مشـترکی داشتند: شانه‌های آویزان، موهای شلخته و به‌هم‌ریخته، سـر به زیر، اخم‌کـرده، صدای پایین و ضعیـف، بدون هیچ‌گونه تماس چشمی.

تونی رابینز دوباره از مردم خواست تا یک «فرد شاد» را در پشت در خانه خود تصور کنند. از آنها پرسید این فرد چه شکلی است؟ همه توضیح دادند که خنده بزرگی روی لب‌هایش دارد، نگاهش دوسـتانه اسـت، صمیمی و محکم دسـت می‌دهد، چانه‌اش رو به بالاست، صاف و بدون قوز ایستاده و تماس چشمی برقرار می‌کند. سـپس رابینز از همه خواست تا به مدت یک دقیقه تظاهر به افسردگی و تظاهر به شـادی کنند. پس از این فعالیت از آنها در مورد احساس‌شـان سوال پرسید.

پاسـخ بسیار جالب بود: همه گفته بودند که حتی یک دقیقه تظاهر کردن به افسردگی هم حس تنهایی و غم به دل‌شان منتقل کرده است.

این را به یاد داشـته باشـید که کارها و فعالیت‌های شما مشخص می‌کند که شما چه کسی هستید.

اگر دوست دارید فرد خاصی باشید، شبیه آن رفتار کنید.

اگر دوست ندارید افسرده باشید، آن کار را انجام ندهید.

به هر چیزی فکر کنید همان اتفاق برای شما رخ خواهد داد

یکی از قدرتمندترین و تاثیرگذارترین نقل‌قول‌های «جیمز آلن» در کتابش با عنوان «همان‌طور که مرد فکر می‌کند»، جمله زیر است:

«یـک مرد به چیزی که فکر می‌کند، همان اسـت. وقتی به فکر کردن ادامه می‌دهد، همان باقی می‌ماند.»

به هر آنچه که فکر کنید رنگ واقعیت خواهد گرفت.

دنیای ظاهری شما بازتاب دهنده دنیای درونی شماست.

بـرای تغییر بایـد رفتارتان با خود را تغییر دهید. به طور مثال اگر نویسـنده هسـتید و دسـتاورد مهمی تاکنون نداشته‌اید، بهتر اسـت با خود همچون یک نویسنده حرفه‌ای و موفق رفتار کنید؛ تا همان بشوید.

«آرنولد شوارتزنگر» در کتاب زندگی‌نامه خود نوشته:

«تنها راهی که شـما را به رهبری می‌رسـاند این اسـت که همانند یک رهبر رفتار و سخت کار کنید.»

برای موفق بودن باید روی توانایی‌های خود سرمایه‌گذاری کنید و مهارت‌های تازه بیاموزید. باید بدانید پس از هر شکسـت چگونه بلند شوید و قوی‌تر از قبل شروع کنید.

به طور مثال یک نویسنده باید دائما کتاب‌های مختلف مطالعه کند و بی‌وقفه بنویسـد و بنویسـد. تمرکز خود را روی یادگیری و خلق بگذارد نه سـرگرمی. ایـن فعالیت‌ها و تلاش‌ها کمک می‌کند تا به یک نویسـنده حرفه‌ای و مشـهور تبدیل شود.

همیشه همچون یک حرفه‌ای با خود رفتار کنید.

چیزی که تحمل می‌کنید دقیقا همان چیزی است که به دست می‌آورید

زندگی شما محصول مستقیم استانداردهایی است که در زندگی دارید. همان را برداشت می‌کنید که می‌کارید.

واقعیـت این اسـت که بیشـتر مردم به طور متوسـط تحمـل می‌کنند. آنها رابطه‌ها، درآمد و سـلامت سـطح پایین را تحمل می‌کنند. بیشتر مردم همیشه احساس خستگی، افسردگی و عدم پیشرفت دارند.

اما انسـان‌های خارق‌العاده، متوسـط بودن را تحمل نمی‌کننـد. آنها از قبول انسان‌های سـطح پایین یا رویدادهایی که آنها را مجبور به انجام کارهای سطح پایین می‌کند، سر باز می‌زنند.

انسان‌های غیرعادی چه کسانی هستند؟ مثبت‌اندیش‌ها، برنده‌ها، اهل عمل‌ها و آنهایی که به کار خود ایمان دارند.

افراد موفق همیشه دوستان خود را از میان چنین افرادی انتخاب می‌کنند.

انسـان‌های موفق همیشه گروه‌های خاصی از دوسـتان دارند. یعنی اگر شما عادت‌های بدی داشـته باشید، غرغرو باشید، همیشـه اعتراض کنید و بدبین و منفی‌گرا باشید در میان انسان‌های موفق هیچ جایگاهی نخواهید داشت.

شـاید متوجه این امر نشوید، اما افراد موفق همیشه سعی می‌کنند از افرادی دوری کنند که ویژگی‌های رفتاری بالا را دارند.

انسـان‌های موفق و پیروز همیشـه بـرای همه چیز زندگی خود سپاسـگزار هسـتند. حتی کمبودها و موانع را نیز فرصتی برای پیشـرفت و بهبود می‌دانند. افـراد موفق کاملا دسـت‌ودل‌باز هسـتند در کمک به دیگران از هیچ تلاشـی فروگـذار نمی‌کننـد. آنها اتفاقات بـه آن صورت که هسـت نمی‌بینند، بلکه به صورتی می‌بینند که باید باشد.

«آدیتیا مِهتا»: افراد میانه‌رو و متوسـط دیدگاه ضعیفی نسـبت به واقعیت و به دنبال آن نسـبت به زندگی خود دارند. آنها اتفاق‌ها را همان‌گونه که هسـت می‌بینند نه آنطور که باید باشد.

همیشـه اطراف خود را با افرادی پر کنید که شما را مجبور می‌کنند پیشرفت کنید و به جایگاهی بالاتر از وضعیت کنونی خود برسید.

همیشـه مسائل بسـیار زیادی برای آموختن وجود دارد. شما مجبور نیستید برای کسـی دلسـوزی کنید که در جا زدن و ثابت بودن زندگی را به ناراحتی و مشکلات پیشرفت کردن ترجیح می‌دهد.

«هال الرود» در این رابطه گفته: «جایی که اکنون ایسـتاده‌اید، نتیجه کسـی است که قبلا بوده‌اید، اما جایی که می‌روید به این بستگی دارد که انتخاب کنید چه کسی باشید!»

در ایـن راه همچنیـن انتخاب دوسـت و همدم هم بسـیار مهم اسـت. باید حواستان باشد چه کسانی را وارد زندگی خود می‌کنید.

برای پیشرفت کردن سفر درازی در پیش دارید. باید به همه چیز فکر کنید از جنگل و کوه و دشـت و بیابان گرفته تا کوه‌های یخچالی. باید از میان همه این مسیرها بگذرید تا موفقیت بزرگی که به دنبال آن هستید را به دست بیاورید.

از خود بپرسید:

آیا دوستان کنونی شما در این سفر می‌توانند به شما کمک کنند؟

یا مثلا از خود بپرسید آیا دوستان کنونی شما با شما در جنگل سرد و تاریک کمپ می‌زنند و در کنارتان می‌مانند؟

هرچه بزرگ‌تر فکر کنید، بیشتر به دست می‌آورید

ام.جی دمارکو: ارقام کوچک از شما میلیاردر نمی‌سازد.

بزرگ فکر کنید. به فروش بالا، به درآمد میلیاردی به امکانات لوکس.

اما موفقیت با اندازه افکار شـما اندازه‌گیری می‌شود. اگر قصد میلیاردر شدن دارید باید سـایز افکار خود را بزرگ کنید و وسـعت ببخشید. این را باور داشته باشید به هر آنچه فکر کنید اتفاق خواهد افتاد.

دیوید شوارتز: «موفقیت با اندازه اعتقادات و باورهای شما اندازه‌گیری می‌شود. اگر اهداف کوچکی دارید، باید منتظر دستاوردهای کوچک باشید. اما اگر اهداف بزرگی را دنبال می‌کنید، موفقیت‌های وسیعی را به دست خواهید آورد.»

بزرگ فکر کنید تا بزرگ شوید.

تصور کنید که مجبور هسـتید در عرض ۳ ماه یکصد میلیون پول به دسـت بیاوریـد در غیـر این صورت مجبوریـد به زندان بروید (قانـون: حق ندارید کار غیرقانونی انجام دهید) چه کار می‌کنید؟ چگونه این رقم بسیار زیاد را به دست می‌آورید؟

مجبورید تعداد زیادی چیزهای کوچک را بفروشـید یا تعداد اندکی چیزهای بزرگ را. شما چه می‌فروشید؟

- تخصص خود را
- مهارت رهبری خود را
- خِرد، دانش و مهارت مشاوره‌ای خود را
- وسایل و اجناس اوراق خود را

شما می‌توانید چیزهای زیادی بفروشید و یک بیزینس موفق راه‌اندازی کنید. می‌توانید در عرض یک ماه خیلی بیشـتر از آنچه در تمام عمر کسـب کرده‌اید، عایدی داشته باشید.

امـا اغلـب مردم بسـیار کوچـک و ضعیـف فکر می‌کننـد. آنها مسـائل و دستاوردهای بزرگ را حتی نمی‌توانند تصور کنند، چه برسد به رسیدن به آن.

به همین خاطر اسـت که همیشـه در حد متوسـط زندگی خود می‌مانند و پیشرفتی نمی‌کنند.

شما بسیار قوی‌تر و باهوش‌تر از آنچه هستید که تصور می‌کنید.

چگونه تفکرات محدودکننده را از ذهن خود پاک و قفل پتانسیل‌های واقعی خود را باز کنیم

تونی رابینز: به یاد داشته باشید: همه ما آنچه را به دست می‌آوریم که تحمل می‌کنیم. بنابراین از بهانه‌گیری کردن برای خود دسـت بکشید، باورهای قدیمی و کهنه خود را، تنبلی و ترس را محدود کنید و تا حد توان از بین ببرید.

بسـیاری از مردم جهان نه تنها نسخه اصلی وجود خود نیستند، بلکه حتی به آن نزدیک هم نیستند.

ایـن افراد با افـکار محدودکننده زندگی خود در حال در جا زدن هسـتند – چقدر باهوش هسـتند، چقدر راه باید بروند، چقدر سـخت باید کار کنند، چقدر موفق می‌توانند باشند. بیشتر این محدودیت‌ها بسیار ضعیف و بی‌ارزش هستند.

۹۹ درصد مردم مجاب شـده‌اند که توانایی رسـیدن به جایگاه‌های بالا را ندارند، بنابراین اهداف خود را روی متوسط تعیین می‌کنند. میزان رقابت برای اهداف واقعی شدید و خشن است، از طرفی دیگر آنها را تبدیل به فردی رقابتی می‌کند.

قـدرت افکار منفـی و محدودکننده به مـدت زمانی بسـتگی دارد که از آن استفاده کرده‌اید. بیشتر مردم از همان سال‌های اول زندگی خود محدودیت‌های بزرگی برای خود تعریف می‌کنند. در نتیجه خیلی زود به این باور می‌رسـند که کارهای زیادی را نمی‌توانند انجام دهند.

اگر قصد دارید به بلندی‌ها دست پیدا کنید، باید رکوردهای جدید در زندگی داشـته باشید و بهترین نسخه از وجود خود را بسازید. باید یاد بگیرید که افکار منفی و بازدارنده را از ذهن خود بیرون کنید.

باید با نگاهی سخت‌گیرانه زندگی خود را بررسی و تحلیل کنید و آن را بهبود ببخشـید. این را بدانید وقتی یک بخش از زندگی را درست کنید، بقیه بخش‌ها هم به دنبال آن بهبود خواهند یافت.

نتیجه‌گیری

تقریبا بیشتر مردم جهان درآمدی که می‌توانند داشته باشند را ندارند. برخی حتی به درآمد زیادی که توانایی‌اش را دارند، نزدیک هم نیستند.

افکار کوچک و ضعیف ریشه همه این مشکلات است. بیشتر مردم حتی تصور هم نمی‌کنند که پیشـرفته و میلیاردر باشـند. به همین خاطر هیچ تلاشی هم برای آن صورت نمی‌دهند.

آیا می‌خواهید قفل توانایی کسب درآمد خود را باز کنید؟

آیا می‌خواهید درآمد میلیاردی داشته باشید؟

بخواهیـد که تغییر کنید. طرز فکر خود را عوض کنید. بزرگ فکر کنید. زیاد بخواهید.

مطمئن باشید با چنین سیاستی پول هم راهش به زندگی شما باز می‌شود.

چگونه در کار به فردی تأثیرگذار و محترم تبدیل شویم؟

همه ما می‌خواهیم در شغل‌مان، برای آنچه انجام می‌دهیم و برای ایده‌های‌مان احترام دریافت کنیم. اینکه بدانیم به شیوه‌ای معنی‌دار در انجام کاری شریک هستیم و دیگران برای آن به ما احترام می‌گذارند احساس بسیار خوبی دارد. هنگامی‌که توانایی تأثیرگذاری بر دیگران در کار را داریم، در دستیابی به اهداف شغلی، شخصی و نیز اهداف کسب و کار موفق‌تر هستیم. این امر منجر به احترام می‌شود. با ما همراه باشید تا در این مقاله، چگونگی تأثیرگذاری و کسب احترام در کار را بررسی کنیم.

مزایای تأثیرگذار بودن در کار

یکی از صفات اصلی رهبران برتر در محل کار، توانایی تأثیرگذاری بر دیگران است. ممکن است تأثیرگذار را فروشنده مُصر تصور کنید، کسی که تلاش می‌کند شما را راضی کرده تا چیزی را از او بخرید اما در واقعیت توانایی تأثیر گذاشتن بر دیگران، به ویژه در کار، به دلایل زیادی بسیار کارآمد است.

زمانی که می‌توانید در کار تأثیرگذار باشید، به شما کمک می‌کند تا اهداف کلیدی را به دست آورید. اگر مجبور باشید برای پیش بردن پروژه‌ای دیگران را با خود هم نظر کنید، باید بتوانید تأثیر بگذارید.

هنگامی که تأثیرگذار هستید، می‌توانید نکات کلیدی را به افرادی که با آنها کار می‌کنید، انتقال دهید. می‌توانید به آنها توضیح دهید که چطور چیزی برای شرکت سودمند است. توانایی شما برای نشان دادن این منافع به کسانی که با آنها کار می‌کنید، به شما در دستیابی به اهداف‌تان کمک می‌کند.

علاوه بر تأثیر دیگران برای کمک به شرکت، برای رشد، توسعه و موفقیت شخصی شما نیز مفید است. شما قادر خواهید بود تا به منظور به دست آوردن ابزار و منابع مورد نیاز برای موفق شدن تأثیرگذار باشید. به یاد داشته باشید که مسئولیت حرفه خود را برعهده دارید و هیچ‌کس آن را برای شما انجام نخواهد داد.

چرا محترم بودن در کار مهم است

مزایای محترم بودن در کار گستره وسیعی دارد. وقتی شما محترم هستید، دیگران به نظر شما توجه بیشتری می‌کنند. به بیان ساده، هنگامی که صحبت می‌کنید، دیگران گوش می‌دهند. این امر با تأثیرگذار بودن رابطه‌ای مثبت دارد.

اگر در مورد آن فکر کنید، متوجه می‌شوید که هنگامی که فردی محترم هستید، به طور خودکار توانایی تأثیرگذاری بر دیگران را در خود خواهید داشت. البته احترام هیچ‌گاه خود به خود به وجود نمی‌آید. نه در کار، نه در هر رابطه‌ای. احترام چیزی است که باید آن را به دست بیاورید. احترام با یکی بودن حرف و عملتان به دست می‌آید.

چگونه در کار تأثیرگذار باشید

به دست آوردن نتایج مثبت به طور مداوم باعث ایجاد احترام می‌شود. حمایت کردن از حق نیز احترام می‌آورد. رهبری دیگران در زمان‌های سخت پروژه، شما را به فردی محترم تبدیل خواهد کرد. بیایید روش تأثیرگذاری در کار و دریافت احترام دیگران را بررسی کنیم:

۱. ارتباط برقرار کنید

اگرچه دیگر دبیرستانی نیستیم، ایجاد ارتباطات محکم همیشه ایده خوبی است. هنگامی که برای برقراری ارتباط با دیگران تلاش می‌کنید، آنها متوجه این تلاش شما می‌شوند. اگر دیگران از شما خوش‌شان بیاید، احتمال اینکه تحت تأثیر شما قرار بگیرند بیشتر است. برعکس، اگر از شما خوش‌شان نیاید، لزوماً دوست نخواهند داشت چیزهایی که میگویید را دنبال کنند. دوست پیدا کنید و ارتباط بسازید.

۲. به حرف‌های دیگران گوش دهید

نیمی از برقراری ارتباط گوش دادن است. به دیگران گوش دهید و نشان دهید که حرف‌های‌شان برایتان اهمیت دارد. شما به آنچه برای آنها مهم است گوش می‌دهید و آنها این را فراموش نخواهند کرد و اگر بتوانید اهمیت به چیزهایی که برای دیگران مهم است را تبدیل به عادت کنید، این امر به شدت برای شما و استراتژی‌تان مفید خواهد بود.

۳. تصویری واضح از آنچه در ذهن‌تان است را به تصویر بکشید

هنگامی که می‌توانید یک تصویر واضح از آنچه می‌خواهید را توصیف کنید دیگران نیز راحت‌تر این تصویر را درک خواهند کرد. این امر به خصوص اگر در حال تلاش برای رسیدن به هدفی بزرگ هستید بسیار کارآمد خواهد بود.

هنگامی که می‌توانید به دیگران به صورت روشن نشان دهید، هدف نهایی چه شکلی است، در به رسیدن به آنچه می‌خواهید، بسیار مفید خواهد بود. دیگران قادر خواهند بود که پروژه شما، هدف یا دیدگاه‌تان و اینکه چگونه به نفع شرکت، مشتریان یا کارکنان است را ببینند. توانایی به اشتراک گذاشتن یک مفهوم به صورتی که دیگران بتوانند آن را به وضوح ببینید فوق‌العاده مفید است.

۴. به صورت احساسی ارتباط برقرار کنید

براساس حقایق و ارقام ایده خود را ارائه کردن هیچ مشکلی ندارد، اما چیزی که باید در نظر داشته باشید این است که در حالی که بسیاری از مردم دوست دارند برای کمک به تصمیم‌گیری نمودارها و ارقام را ببینند ارتباط با افراد به صورت احساسی به شما کمک می‌کند تا تأثیرگذارتر شوید.

اکثر مردم دوست دارند با دیگران احساس پیوند کنند. این احساس پیوند باعث می‌شود بخواهیم به دیگران کمک کنیم اما بدان معنا نیست که باید با همه در دفتر رفیق صمیمی باشید. توانایی اتصال در سطح عاطفی با دیگران به شما کمک می‌کند تا از ایده‌های شما در دفتر حمایت کنند.

۵.اعتبار ایجاد کنید

در مورد آخرین باری که به یک سخنرانی رفتید فکر کنید. شاید یک سخنرانی انگیزشی بود یا در سمیناری با عنوان «چگونه با عوض کردن خانه پول دربیاوریم» شرکت داشتید. احتمالاً یکی از دلایل اصلی که تصمیم گرفتید وقت خود را برای حضور در سخنرانی یا سمینار بگذارید، این بود که معتقدید سخنران در حوزه مورد بحثش بسیار آگاه است.

همین مفهوم در محل کار نیز صدق می‌کند. اگر شما به عنوان یک متخصص در حوزه خود دیده شوید، همکاران‌تان خیلی بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرند. با توجه به این موضوع، مطمئن شوید که دائماً در حال تلاش برای بهبود دانش خود هستید و بهتر و بهتر شوید. با نشان دادن اینکه در زمینه‌ای خاص تخصص دارید، اعتباری ایجاد خواهید کرد که به شما کمک می‌کند در صورت نیاز دیگران را تحت تأثیر قرار دهید.

۶. سیاست دفتر را بدانید

هر دفتری سیاستی دارد. این لزوماً چیز بدی نیست. مسئله کلیدی که باید بدانید این است که چیزها چطور در دفتر یا شرکت شما کار می‌کنند. گاهی اوقات فردی که عنوان بالاتری را دارد در واقعیت بیشترین قدرت را ندارد. اگر تمام دستیارهای اجرایی را خوب بشناسید نیز به شما خیلی کمک می‌کند. دانستن اینکه چه کسی ترفیع خواهد گرفت و یا اخراج می‌شود، برای تبدیل شدن به فردی تأثیرگذار امری مفید است.

۷. سخت کار کنید و هماهنگ باشید

کار سخت و کارآمد برای‌تان احترام به ارمغان می‌آورد که به نوبه خود شما را در کار تأثیرگذار خواهد کرد. کار سخت به این معنا نیست که روزی ۱۲ ساعت کار کنید. شما می‌توانید زمان زیادی را صرف کار بر روی وظایف سطح پایین کنید که هیچ کس واقعاً به آن اهمیت نمی‌دهد. اگر یک روش خودکار یا ساده‌تر برای انجام وظایف کم اهمیت وجود داشته باشد، پس از آن استفاده کنید. چیزی که در اینجا اهمیت دارد، تلاش و کار باکیفیت و سازگار است.

۸. به دیگران کمک کنید موفق شوند

کمک به موفقیت دیگران یک راه مطمئن برای به دست آوردن احترام است و شما را به فردی تأثیرگذار تبدیل می‌کند. هنگامی که وقت خود را برای کمک به موفقیت کسی می‌گذارید، مطمئناً تأثیر زیادی بر روی این شخص خواهید گذاشت.

نتیجه

در این مقاله چگونگی تأثیرگذار بودن و محترم بودن در کار را بررسی کردیم. توانایی تأثیرگذار بودن و دریافت احترام در کار، با هم رابطه مستقیم دارند. شما باید مقداری احترام در کار برای تأثیرگذار بودن داشته باشید و توانایی تأثیرگذار بودن نیز کمک خواهد کرد به فردی محترم تبدیل شوید. در هر دو مورد شما به عنوان کسی دیده می‌شوید که به حرف‌هایش عمل می‌کند.

داشتن نفوذ و به دست آوردن احترام در کار به شما از جهات مختلف کمک می‌کند. در توسعه شخصی و مسیر شغلی مفید واقع می‌شود و همچنین به شما در دستیابی به موفقیت در پروژه‌های بزرگ یا سایر اهداف شرکت کمک می‌کند. اگر می‌خواهید توانایی خود را برای تأثیرگذاری در کار افزایش دهید، نگاهی به آنچه در اینجا بیان شد بیندازید و ببینید آیا می‌توانید برخی از آنها را عملی کنید.

منبع: Lifehack/ucan

آگهی مزایده نوبت اول فروش اموال غیرمنقول

نوبت مزایده: نوبت اول

برابر مفاد پرونده کلاسه های ۹۷۱۶۹۷ و ۹۷۱۶۹۲ شعبه اجرای احکام مدنی شورای حل اختلاف شهرستان تاکستان به موجب اجرائیه صادره از این دادگاه محکوم علیه آقای رسول محمدقلی فرزند صفرعلی محکوم است به پرداخت جمعا مبلغ ۲۵۹/۵۰۰/۰۰۰ ریال بعنوان اصل خواسته بعلاوه هزینه دادرسی و خسارت تاخیر (هر دو پرونده) در حق محکوم له آقای معین آذری یان فرزند حسن، نظر باینکه محکوم به توسط محکوم علیه در حق محکوم له کارسازی نگردیده است با استناد به توقیف پلاک ثبتی شماره ۸۳۵ فرعی از ۱۸ اصلی به نشانی روستای خرم آباد- بحر جاده اصلی- نرسیده به مخابرات- خیابان توحید متعلق به (شخص ثالث) آقای صفرعلی محمدقلی فرزند براتعلی که شامل یک طبقه بنای مسکونی بوده که مساحت عرصه ملک ۶۲۴/۵۷ متر مربع و اعیانی به مساحت ۱۱۵ متر مربع و دارای اسکلت دیواربر و سقف آهنی می باشد که توسط کارشناس رسمی قوه قضائیه به قیمت پایه معادل ۱/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده است. که در راستای استیفاء محکوم به از طریق مزایده در تاریخ مزایده ۱۳۹۸/۰۷/۰۷ ساعت ۱۱ الی ۱۲ و از ماخذ ارزیابی کارشناس بفروش می رسد و هر کس بالاترین قیمت را از ماخذ کارشناسی اعلام نماید برنده مزایده شناخته شده و باید فی المجلس ۱۰ ٪ (ده درصد) قیمت پیشنهادی خود را نزد صندوق سپرده دادگستری تودیع و الباقی را ظرف مهلت دو هفته از تاریخ مزایده به صندوق سپرده دادگستری واریز نموده تا نسبت به انتقال سند به نام خریدار (برنده مزایده) اقدام شود لازم به ذکر است در صورت انصراف خریدار ۱۰ ٪ مذکور به نفع دولت ضبط خواهد شد طرفین نیز می توانند در مراسم و محل مزایده واقع در دفتر اجرای احکام مدنی شورای حل اختلاف تاکستان شرکت نمایند.

دفتر اجرای احکام مدنی شورای حل اختلاف شهرستان تاکستان- روح اله علیرضایی

۵۸۰

کسب و کارهای کوچک چگونه امکان الگوبرداری از برندهای بزرگ را دارند؟

درس‌های موفقیت مک دونالد و استارباکس برای کسب و کارهای کوچک

به قلم: تیفانی بُوا کارشناس کسب و کار، سخنران و نویسند ارشد
ترجمه: علی آل‌علی

کسب و کارهای کوچک مسیر دشواری در راستای دستیابی به موفقیت دارند. حضور غول‌های بزرگ و بین‌المللی کار را برای آنها دشوار می‌کند. اغلب کارآفرینان تازه کار حضور رقبای بزرگ را چالشی عظیم قلمداد می‌کنند، با این حال همیشه مواجهه با برندهای موفق و جهانی به معنای رویارویی با چالش‌های حل ناشدنی نیست. بسیاری از کارآفرینان با تلاش برای یادگیری نکات مختلف از برندهای بزرگ در تلاش برای توسعه کسب و کارشان هستند. نکته مثبت موفقیت بسیاری از برندهای کوچک در این زمینه است، بنابراین برندهای بزرگ مانند الگویی کامل برای کسب و کارهای کوچک هستند.

به طور معمول کارآفرینان پرسش‌های زیادی در زمینه شیوه‌های استفاده از تجربه برندهای بزرگ دارند. چگونه امکان یادگیری نکات مثبت از تجربه غول‌های بزرگی نظیر استارباکس و مک دونالد وجود دارد؟ هدف اصلی من در این مقاله بررسی و پاسخگویی دقیق به این پرسش کاربردی خواهد بود.

هر شرکتی با یک ایده مرکزی شروع به کار می‌کند. در دنیای کسب و کار ما باید ایده مشخصی برای رفع نیاز مشتریان داشته باشیم. در غیر این صورت امکان کسب موفقیت و فروش مناسب وجود نخواهد داشت. در این مسیر بررسی تجربه برندهای بزرگ راهگشا خواهد بود. بی‌تردید هر فردی علاقه‌مند به آگاهی از نحوه شروع کار و توسعه مک دونالد یا استارباکس است. این دو برند اکنون در حوزه مواد غذایی نقش تعیین‌کننده‌ای بازی می-کنند. نکته جالب شباهت بیش از اندازه داستان این دو برند به یکدیگر است.

رستوران‌های مک دونالد در سال ۱۹۴۸ از سوی برادران مائوری (مک) و ریچارد مک دونالد شروع تاسیس شد. این دو برادر ایده اصلی خود را برای فراهم‌سازی سریع غذا و تحویل آن به صورت فوری بنا نهادند. در این مسیر خرید لوازم موردنیاز با همکاری ری کروک صورت می‌گرفت. وی یکی از فروشندگان موفق در کالیفرنیا بود. در ابتدای کار برادران مک دونالد نیازمند ۸ مخلوط کن بودند. این امر عجیب به نظر می‌رسید. چرا که اغلب رستوران‌ها فقط یک مخلوط کن نیاز داشتند. وقتی ری برای بازدید به رستوران مک دونالد آمد، ایده‌های جالب برادران موسس رستوران در زمینه پخت غذای فراوان و ارزان را مشاهده کرد. این امر سود مناسبی برای آنها در پی داشت. به هر حال مشتریان علاقه‌مند به بهره‌مندی از غذای بیشتر با سطح قیمت پایین‌تر هستند. ایده مرکزی مک دونالد استفاده از میز سلف سرویس برای کاهش اتلاف وقت مشتریان در صف خرید بود. به این ترتیب مشتریان امکان پر کردن غذاهای خود با مخلفات مختلف را داشتند. یکی دیگر از ایده‌های جالب مک دونالد ارائه منوی ساده و دارای غذاهای محدود بود. این امر سرعت طبخ غذاها را به دلیل محدودیت تنوع‌شان بالا می‌برد. به همین خاطر مدت اتلاف وقت مشتریان به شدت کاهش یافت. این تکنیک‌های ریز و تاثیرگذار موجب افزایش فروش مک دونالد در برابر سایر رقبا شد.

ری کروک پس از مشاهده ایده‌های جالب مائوری و ریچارد برای اداره رستوران اقدام به همکاری با آنها کرد. در نهایت نیز به سال ۱۹۵۵ حق امتیاز مک دونالد را از آنها خرید. این امر شروعی بر توسعه رستوران‌های زنجیره‌ای این برند بود. البته فرآیند خرید حق امتیاز مک دونالد تا سال ۱۹۶۱ طول کشید. پس از آن شعبه‌های مختلف مک دونالد به سرعت در تمام آمریکا و جهان توسعه یافت.

نکته جالب در مورد داستان مک دونالد تلاش دو موسس اولیه آن برای افزایش سهم‌شان از بازار با استفاده از ایده‌های بسیار ظریف و ساده بود. از نظر من اکنون نیز امکان الگوبرداری از استراتژی ساده مک دونالد وجود دارد. بدون تردید در زمان فعالیت مک دونالد نیز برندهای زیادی در عرصه رستوران‌داری فعالیت داشتند. با این حال ایده‌های ساده و تاثیرگذار آنها به خوبی نظر مخاطب‌های عمده را به خود جلب کرد.

ماجرای برند استارباکس شباهت زیادی به مک دونالد دارد. این برند در سال ۱۹۷۱ توسط جری بلدوین و گوردون بوکر تاسیس شد. نکته جالب اینکه هر دو آنها تا آن زمان دانشجو بودند. به این ترتیب استارباکس یک استارت‌آپ دانشجویی محسوب می‌شود. درست مانند نقش ری کروک در ماجرای مک دونالد، در اینجا نیز جری و گوردون با فروشنده‌ای به نام هوارد شولتز آشنا می‌شوند. هوارد در آن زمان علاوه بر فعالیت به عنوان فروشنده مسئولیت ریاست کارخانه تولید قهوه هامار پلاست را نیز برعهده داشت. وقتی دو موسس استارباکس برای همکاری با هوارد اقدام کردند، ایده جالب استارباکس در زمینه تحویل قهوه در ظرف‌های پلاستیکی نظر هوارد را جلب کرد. پس از آشنایی اولیه، هوارد به اطلاعات بالای جری و گوردون در زمینه قهوه و تولید انواع قهوه علاقه‌مند شد. همین امر موجب شروع همکاری تجاری میان این دو برند گردید. در ابتدا شرکت هوارد به عنوان شریک تجاری اصلی استارباکس شروع به کار کرد. این امر مزیت‌های زیادی برای هر دو طرف داشت. همکاری مشترک هوارد با استارباکس بسیار فراتر از این نیز رفت. به این ترتیب در سال ۱۹۸۱ وی مسئول ارشد بازاریابی استارباکس شد.

زمانی که هوارد در سفری تجاری برای بازاریابی استارباکس در میلان بود، نکته جالبی را کشف کرد. در میلان تقریبا تمام کافی‌شاپ‌ها در گوشه خیابان‌ها قرار داشت. به نظر هوارد کافی‌شاپ‌های میلان نه‌تنها قهوه خوبی ارائه می‌کردند، بلکه محیط مناسبی برای گردهمایی و گفت‌وگوهای دوستانه نیز محسوب می‌شدند. وقتی هوارد از میلان به آمریکا بازگشت تمام تلاش خود برای ترغیب جری و گوردون به منظور تغییر دکور کافی‌شاپ‌های استارباکس و توسعه منوی‌شان به انواع چای و نوشیدنی خنک کرد.

وقتی هوارد با مخالفت جری و گوردون در برابر پیشنهادش مواجه شد، تصمیم به ترک استارباکس گرفت. او در سال ۱۹۸۶ کافی‌شاپ خود به نام ایل جورناله را تاسیس کرد. او در این مکان علاوه بر قهوه، انواع نوشیدنی‌های دیگر را نیز ارائه می-کرد. همچنین استفاده از گروه موسیقی برای اجرای زنده نیز ایده جذابی بود. موفقیت هوارد پس از تاسیس کافی‌شاپش بسیار چشمگیر بود. به این ترتیب در سال ۱۹۹۲ وی حق امتیاز استارباکس را به طور کامل خریداری کرد. از همان زمان روند رو به رشد توسعه جهانی استارباکس شروع شد. نکته مهم درخصوص عملکرد هوارد شولتز شجاعت وی برای خروج از استارباکس بود. بسیاری از کارآفرینان به منظور حفظ جایگاه شغلی‌شان هرگز به ترک شرکت فکر نمی‌کنند. به نظر من گاهی اوقات چنین شجاعت‌هایی برای موفقیت در زمینه کارآفرینی ضروری است.

در هر دو مثال فوق نکات کلیدی برای کسب و کارهای کوچک وجود دارد. یکی از نکته‌های نخست اهمیت ایده‌پردازی خلاقانه است. مک دونالد و استارباکس از سوی افرادی متفاوت از موسسان‌شان بدل به غول‌های عرصه مواد غذایی شدند. نکته بعدی ضرورت استفاده از ایده‌های جذاب کارمندان است. در مثال استارباکس مخالفت جری و گوردون موجب تاخیر در گسترش برندشان شد. البته آنها استارباکس را به هوارد فروختند. به همین خاطر هیچ سود قابل توجهی، در مقایسه با سود کنونی استارباکس، از این استارت‌آپ نبردند. یکی از اشتباهات رایج در میان کارآفرینان انحصارگری در زمینه ایده‌پردازی است. قبول اینکه کارمندان نیز در این میان نقش موثری دارند، به رشد هرچه بهتر برندمان کمک خواهد کرد. به عنوان نکته پایانی همیشه نقطه شروع غول‌های بزرگ را در یاد داشته باشید. حتی برندهای بزرگ نیز کار خود را از نقطه‌ای که ما اکنون هستیم، شروع کرده‌اند، بنابراین به جای نگاه به آنها به عنوان رقیب به چشم الگوهایی موفق برای الهام‌بخشی بنگرید. این امر فرصت بهتری برای رشد و توسعه کسب و کارمان فراهم خواهد کرد.

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
چهارشنبه | ۲۰ شهریور ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۸۹ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

قدم بعدی شما برای دستیابی به رویاهای‌تان چه باید باشد؟

انسان به طور ذاتی بلندپرواز است و رویاهای بزرگی دارد، اما رویاپردازی و رسیدن به موفقیت دو مقوله جدا از هم هستند و بسیاری از ما در راه رسیدن به رویاهای خود از آنها دست می‌کشیم و این مسئله وجوه مختلفی دارد که با بررسی آنها می‌توانیم به رویاهای بزرگ خود دست بیابیم، در ادامه می‌خواهیم به بررسی این وجوه بپردازیم.

نویسنده سایت می‌گوید که، بسیاری از دانشجویانم با رویاهای بزرگ خود پیش من می‌آیند. آنها با یک ایده‌ای که به طور کامل شکل گرفته، مشتاق شروع به کار هستند، اما مطمئن نیستند که کار خود را از کجا آغاز کنند. این موضوع دقیقا مشکل داشتن یک رویای بزرگ است هنگامی که شما می‌توانید محصول نهایی را تجسم کنید قدم بعدی‌تان چه باید باشد؟ امروز می‌خواهم به شما آموزش دهم که چگونه رویاهای خود رها نکنید (در حالی که قدم‌های بعدی خود را منظم و به آرامی برمی‌دارید.).

چگونه قدم بعدی خود را برای دستیابی به رویاهای‌تان انتخاب کنید؟

بسیاری از ما هنگامی که به یک اقدام چالش‌برانگیز بر می‌خوریم هیجان‌زده می‌شویم. ما می‌گوییم که «من می‌خواهم کتاب بنویسم.» یا «من قصد دارم کسب و کار خودم را شروع کنم.» این کارها، اقداماتی بزرگ هستند و این ما را هیجان‌زده می‌کند.

با این حال اتفاقی که می‌افتد این است که ما اغلب اوقات علاقه خود را نسبت به آن کاری که کاملا از انجام آن مطمئن بودیم، از دست می‌دهیم اما دلیل آن چه می‌تواند باشد؟

جواب این سوال یک کلمه است: ترس. ما به دلیل بیش از حد بزرگ بودن هدف‌مان، علاقه خود را نسبت به آن هدف از دست می‌دهیم زیرا ذهن هراسان ما می‌گوید «تو نمی‌توانی این کار را انجام دهی. زندگی عادی خودم ساده‌تر و آسان‌تر است، بهتر است به همان زندگی عادی خود بازگردم.» به دلیل این فکرها ما به شیوه‌های قدیمی زندگی خود بازمی‌گردیم و به کمتر از آنچه که می‌خواهیم قانع می‌شویم.

اقداماتی انجام‌شدنی را برای خود طرح‌ریزی کنید

قدم بعدی شما نسبت به مقابله با یک چالش یا به دنبال یک آرزو رفتن به جای پذیرفتن یک چالش بزرگ برای تاثیرگذاری بیشتر به طوری که به چیزهایی که در زندگی می‌خواهید دست پیدا کنید برسید، ایجاد کارهای انجام شدنی است و به عبارتی نباید لقمه‌ای بزرگ‌تر از دهان خود را بردارید.

این بدان معنا نیست که اعمال کوچک‌تری را انجام دهید، بلکه بدان معنا است که به سه عملی که در ابتدا برای رسیدن به هدف بزرگ خود تمایل به انجام آن اعمال را دارید، فکر کنید. به این ترتیب، به جای یک هدف بزرگ، شما اکنون یک گام بعدی برای خود ایجاد کرده‌اید.

یکی از دلایلی که ما علاقه خود را در چالش‌های بزرگ از دست می‌دهیم این است که مغز ما تلاش می‌کند تا ما را از ترس شکست نجات دهد. برای ذهن از دست دادن علاقه نسبت به اقرار به شکست آسان‌تر است. این در اصل شیر امنیتی است. ما نمی‌خواهیم که حتی به نظر خودمان بد به نظر برسیم.

این کار همانند یک قرص مسکن برای کاهش درد است. در عوض اینکه بگوییم «من نمی‌توانم و من یک شکست خورده هستم.» می‌گوییم که «این موضوع آنچنان هم برای من مهم نیست. من آنچنان هم علاقه‌ای به این موضوع ندارم.» این کاری است که ما انجام می‌دهیم.

برای مقابله با این مسئله، برای خود اهداف خیلی بزرگ ایجاد نکنید. یک نگرش بزرگ را برای خود ایجاد کنید، این کار بزرگ را باید به کارهای کوچک‌تر تقسیم کنید و برای دستیابی به آنها تلاش کنید.

فقط از خود بپرسید که «قدم بعدی من چیست؟»

هدف را فراموش کنید و بر روی فرآیند کاری آن تمرکز کنید به هدف بزرگ خود فکر نکنید، زیرا با فکر کردن بسیار بر روی هدف اصلی، علاقه خود را به دلیل اینکه نمی‌خواهید حس بدی نسبت به خودتان داشته باشید، از دست می‌دهید در عوض کار را برای خود پیچیده نکنید.

مردم از من می‌پرسند که «هارو، کتاب بعدی خود را چه زمانی خواهی نوشت؟» من نمی‌دانم زیرا من ممکن است چند ساعت بنویسم و یا اینکه یک ساعت بنویسم. گاهی اوقات به خودم می‌گویم که امروز می‌خواهم بنویسم و گاهی اوقات نیز خود را نگران این مسئله نمی‌کنم.

من این موضوع را بیان کردم تا بگویم که اگر برای مثال می‌خواهید کتابی بنویسید، بدین‌گونه شروع کنید زیرا بسیار آسان‌تر است و شما نیز خوشحال‌تر خواهید بود.

البته، اتفاقی که با انجام این کار می‌افتد این است که ذهن‌تان به شما می‌گوید که «این کار به اندازه کافی خوب نیست و تو به اندازه کافی کار نمی‌کنی.» در این حالت شما از وجود این تفکرات قدردان باشید و به کار خود ادامه دهید.

به خودتان قدرت عزم بدهید. بدنی که دائما در حال استراحت است، تمایل به استراحت داشته و بدنی که در حال حرکت است، تمایل به حرکت کردن دارد. خود را کمی در حالت حرکت قرار دهید.

چگونه بر روی من تأثیر می‌گذارد

من این تکنیک را هنگام نوشتن بر روی خود پیاده می‌کنم. گاهی اوقات من کارهای دیگری نیز انجام می‌دهم. فرض کنید من در حال تماشای فوتبال یا فیلم هستم و نمی‌خواهم به نوشتن ادامه دهم.

می‌دانید من در این حالت چه کار می‌کنم؟ ذهنم به من می‌گوید که «استراحت کن، امشب نیازی نیست که بنویسی.» بااین‌حال من به خودم انگیزه می‌دهم تا یکی از موضوعاتی را که یادداشت کرده‌ام را بررسی کنم و ببینم که چارچوب نوشته من در چه راستایی است. من به خود می‌گویم که خیلی سریع این کار را انجام می‌دهم و سپس می‌توانم استراحت کنم.

من یادداشت بعدی خود را نگاهی می‌اندازم و می‌گویم «چارچوب این موضوع در چه راستایی است؟ چه عالی! این دو موضوع با هم جور درمی‌آیند و در کل کاملا منطقی هستند.» سپس شروع می‌کنم و برای پنج دقیقه می‌نویسم و گاهی اوقات حتی بیشتر از پنج دقیقه برای این کار وقت می‌گذارم.

من نیازی به برانگیختن خود ندارم، زیرا من می‌دانم که تنها باید یک کار را انجام دهم. من تنها نیاز دارم که پشت کیبورد خود بنشینم، یادداشت‌های خود را بردارم و آنها را بنویسم.

یک قدم کوچک باعث به وجود آمدن قدرت عزم می‌شود.

منبع: Harverker/ucan