روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۸ آذر ۱۳۹۹

Sat. 28 Nov 2020

۱۲ ربیع‌الثانی ۱۴۴۲ - سال ششم

شماره ۱۶۷۲ - ۱۶ صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

کاهش ۲هزار تومانی قیمت دلار در هفته اول آذرماه

سکه به کانال ۱۰ میلیون بازگشت

فرصت امروز: کاهش ۲ هزار تومانی قیمت دلار و بازگشت قیمت سکه به کانال ۱۰ میلیون تومان از مهمترین تحولات بازار ارز و سکه در هفته نخست آذرماه...

۴

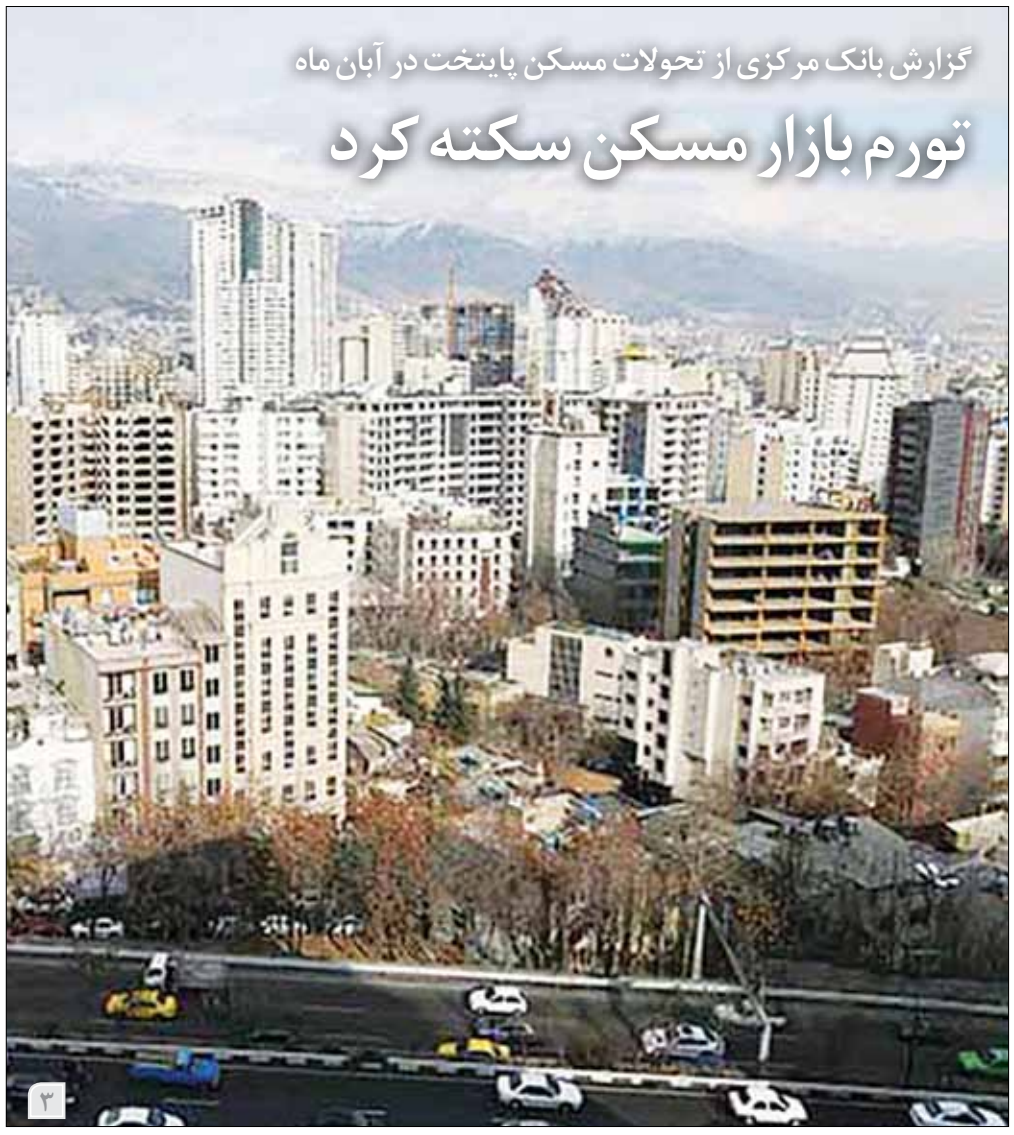
سرمقاله

نظارت بانک مرکزی بر بازار غیرمتشکل پولی

علی نظافتیان
دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

این روزها علاقه‌مندان به امور بانکی اگر نیم نگاهی به سایت بانک مرکزی بیندازند، جدیدترین هشدار بانک مرکزی نسبت به موسسات غیرمجاز را مشاهده می‌کنند. بانک مرکزی در این اطلاعیه با عنوان «استفاده از عناوین نهادهای پولی و بانکی تحت نظارت بانک مرکزی، بدون اخذ مجوز ممنوع است» نوشته است: «هرگونه استفاده از عنوان موسسه اعتباری، تعاونی اعتباری، شرکت واسپاری (لیزینگ)، شرکت صرافی و صندوق قرض‌الحسنه در تابلو، سربرگ، مکاتبات و... یا اشتغال به این امور بدون داشتن مجوز از بانک مرکزی ممنوع است.» این اطلاعیه، بخشی از اقدامات بانک مرکزی برای نظارت بر بازار غیرمتشکل پولی و جلوگیری از رشد فعالیت پولی و بانکی موسساتی است که به نوعی وارد عرصه بانکی شده‌اند، اما بازار متشکل غیرپولی چیست و چه کارکردی دارد؟

ادامه در همین صفحه



گزارش بانک مرکزی از تحولات مسکن پایتخت در آبان ماه

تورم بازار مسکن سکته کرد

۳

«بلومبرگ»: با وجود کشف واکسن کرونا، اقتصاد جهانی همچنان در معرض رکود دوباره قرار دارد

اقتصاد در ورطه رکود

با اینکه بازارهای مالی و بورس‌های جهانی با خبر کشف واکسن کرونا در چند هفته گذشته جان دوباره‌ای گرفتند، اما اقتصاددانان و نهادهای بین‌المللی هشدار می‌دهند که علی‌رغم خبرهای مثبت واکسن کرونا، خطر خارج شدن اقتصاد جهانی از مسیر بهبود کاملا جدی است. به گزارش «بلومبرگ»، رشد تصاعدی تعداد مبتلایان به کووید-۱۹ در اقصی نقاط جهان بار دیگر نگرانی‌ها از احتمال سقوط اقتصاد جهانی به ورطه یک رکود جدید را افزایش داده و فشار بر بانک‌های مرکزی و دولت‌ها برای اتخاذ سیاست‌های انبساطی به‌منظور پیشگیری از بروز یک رکود تازه را به اوج رسانده است. در این میان، امیدواری‌هایی وجود دارد که با شروع توزیع واکسن‌های کرونا، تعداد موارد ابتلا به این بیماری به‌سرعت کاهش یابد، اما واقعیت این است که توزیع گسترده واکسن کرونا در جهان شاید ماه‌ها طول بکشد؛ آن هم در شرایطی که اغلب اقتصادهای بزرگ جهان همچنان شاهد افزایش آمار مبتلایان هستند. پاسخ دولت‌ها به شرایط جدید این بوده که به قیمت تضعیف فعالیت‌های اقتصادی، محدودیت‌هایی را برای مقابله با شیوع ویروس کرونا وضع کنند. چان چان سینگ، وزیر تجارت و صنعت سنگاپور...

۲

میزان سرمایه‌گذاری ثابت در سال‌های دهه ۹۰ به طور مداوم افت کرده است

موتور خاموش سرمایه‌گذاری

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- بهترین کتاب‌های زندگینامه کارآفرین‌های موفق جهان
- غول‌های تکنولوژی بر علیه دولت پاکستان
- ایده‌های بازاریابی برای ماه دسامبر
- سئو کاربردی برای کسب رتبه بهتر در گوگل
- چرا وبلاگ‌ها شکست می‌خورند؟
- گوگل به مکانی برای کسب درآمد تبدیل خواهد شد

۸ تا ۱۶

فیل اسپنسر درباره نحوه کسب درآمد بازی‌سازها از ایکس باکس گیم‌پس توضیح داد

در هفته دوم از دور جدید محدودیت‌های کرونایی

تمام ادارات دولتی تعطیل هستند

فرصت امروز: به گفته رئیس سازمان اداری و استخدامی کشور، همه ادارات دولتی در هفته جاری تعطیل هستند، مگر آنکه حضور بخشی از کارکنان با تشخیص بالاترین مقام دستگاه، ضروری تشخیص داده شود. جمشید انصاری پنجشنبه شب در گفت‌وگوی ویژه خبری شبکه دوم سیما حضور یافت و از تعطیلی ادارات دولتی در این هفته خبر داد. به گفته انصاری، همه ادارات در این هفته تعطیل هستند، مگر عده‌ای که حضورشان با تشخیص بالاترین مقام دستگاه ضروری باشد و این امر در جلسه چهارشنبه هیأت دولت نیز ابلاغ شده است. تغییر روند حضور کارکنان در ادارات دولتی اما در حالی اتفاق افتاده که در هفته‌ای که گذشت، خبری از تعطیلی تمامی ادارات نبود و تنها حضور کارکنان به صورت درصدی و مطابق با وضعیت کرونایی در مناطق قرمز، نارنجی و زرد تغییر می‌کرد، اما حالا دولت به فاصله یک هفته تصمیم گرفته تا نحوه حضور کارکنان را از درصدی به تعطیلی تمامی ادارات (به جز خدمات ضروری سازمان) تغییر دهد، اما اینکه همه ادارات دولتی دست به این تعطیلی بزنند یا نه، هنوز مشخص نیست، چراکه پیش از این برخی از سازمان‌ها در اجرای مصوبه دورکاری هم تمایلی به اجرای آن نداشتند. با شروع دور جدید محدودیت‌های کرونایی از ابتدای آذرماه بود که حضور کارکنان در ادارات دولتی با محدودیت‌هایی به تناسب مناطق قرمز، نارنجی و زرد مواجه شد، ولی قرار بر تعطیلی سازمانی و همگانی نبود. با اینکه در مصوبه ستاد ملی مقابله با کرونا، تنها حضور کارکنان ادارات ارائه‌دهنده خدمات ضروری و دستگاه‌های مرتبط با ماموریت‌های اساسی و مدیریت شهری در محل کار الزامی بود، اما آنطور که ایسنا گزارش داده، گزارش‌های اعلام شده در یک هفته اخیر از نارضایتی برخی کارکنان به دلیل حضور کامل در محل کار حکایت دارد. به گفته ایسنا، گزارش‌های اعلام شده از سوی برخی کارکنان دستگاه‌ها و سازمان‌ها از این حکایت داشت که همچنان حضور آنها با وجود اینکه خدمات ارائه شده ضروری نیست، در محل کار الزامی بوده و حتی در برخی دستگاه‌ها نسبت به کاهش حضور نیرو به صورت حداقلی هم اقدام نکرده‌اند. از سوی دیگر، اعلام مقامات مسئول حاکی از آن بود که همچنان تردد کارکنان با حجم بالایی در حال انجام بوده و نیاز به تغییر رویه وجود دارد. از همین رو دولت اخیرا تصمیم به تعطیلی همه ادارات گرفت و این تصمیم از سوی رئیس جمهور نیز ابلاغ شد. طبق گفته انصاری، اصل بر این است که در این هفته ادارات تعطیل باشند مگر عده‌ای که حضورشان با تشخیص بالاترین مقام دستگاه، ضروری تشخیص داده شود. همچنین فقط کارکنان آن بخش که ارائه‌دهنده خدمات ضروری هستند باید در محل کار حاضر شوند و بخش‌های غیرضروری تعطیل هستند. این در حالی است که طبق بخشنامه هفته قبل سازمان اداری و استخدامی، بخش‌های غیرضروری هم باید در محل کار به صورت درصدی حاضر می‌شدند. اینکه در تعطیلات پیش رو، کارکنان سازمان‌ها تا چه اندازه این تصمیم دولت را اجرایی کنند، جای تأمل دارد. به هر حال، در دوره‌های قبلی که دولت تصمیم به کاهش حضور کارکنان گرفت، همواره بودند دستگاه‌هایی که تاکید داشتند کارکنان باید به صورت کامل در محل کار حضور داشته باشند، در حالی که امکان دورکاری و حضور حداقلی برای آنها فراهم بوده است بنابراین ضروری است دستگاه‌های مربوطه به ویژه سازمان اداری و استخدامی بر اجرای صحیح بخشنامه و تصمیم دولت نظارت داشته و شرایطی برای اعلام تخلفات صورت گرفته در دستگاه اجرایی فراهم آورده و به آن رسیدگی کنند.

نظارت بانک مرکزی بر بازار غیرمتشکل پولی

ادامه از همین صفحه

شاید برای بسیاری از مردم، اصطلاح «بازار غیرمتشکل پولی» ناآشنا به نظر بیاید، اما اگر حوزه عملیات قانونی پول را بازاری متشکل و منسجم با وسعتی برابر با کل کشور تصور کنیم که ناظر و متولی هدایت آن قانونا بانک مرکزی و اجزای آن متشکل از بانک‌های دولتی و خصوصی و موسسات اعتباری غیربانکی و همچنین موسسات واسپاری (لیزینگی) و استارت‌آپ‌های فعال در زمینه نقل و انتقال پول است، بازار غیرمتشکل پولی درست در نقطه مقابل آن به صورت موازی قرار دارد؛ بازاری غیرقانونی که به موازات بانک‌ها و موسسات اعتباری مجاز، خارج از نظارت بانک مرکزی و بعضا با جلوه‌ای از قانونمداری قدرتمندانه به عملیات پولی و بانکی مشغول است و با استفاده از انواع و اقسام حربه‌های تبلیغاتی به طور نامشروع به سپرده‌های مردم دست‌درازی می‌کند و همپای بانک‌ها ولی خارج از هرگونه نظارت به عملیات بانکی اشتغال دارد و حتی فراتر از آن، با استفاده از سپرده‌های مردم به بازار سرمایه نیز وارد می‌شود و خرید و فروش املاک، سهام، کالا و ارز می‌کند. بدین ترتیب، برخلاف سیستم بانکی کشور، بازار غیرمتشکل پولی علاوه بر حوزه‌های پولی بعضا وارد حوزه‌های سرمایه نیز می‌شود.

افسارگسیختگی عملیاتی بازار غیرمتشکل به حدی است که بخش بزرگی از اقتصاد کشور را به خود اختصاص می‌دهد. رشد بازار غیرمتشکل پولی عمدتا معلول فقدان نظارت و ناکارآمدی نهادهای ناظر بر عملیات بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی است که در اثر آن، فعالیت بانک‌ها و موسسات اعتباری دارای مجوز از بانک مرکزی را هم تحت تاثیر قرار می‌دهد. ناکارآمدی نظارت موجب سهولت دسترسی موسسات غیرمجاز به منابع مردمی و استفاده از آن در فعالیت‌های غیرقانونی می‌شود و در نتیجه آن، موسسات غیرمجاز در رقابتی نامشروع با بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی، عملیات بانکی را به چالش این رقابت نامشروع وارد می‌سازند.

معمولا این چالش عملیاتی ابتدا با تجهیز و جذب منابع مردم با شرایطی بسیار بهتر از شرایط معمول بانک‌ها آغاز می‌شود. تصور کنید اگر نرخ مصوب سود علی‌الحساب سپرده‌های میان مدت بانکی ۱۸ درصد باشد، در آن صورت اگر یک موسسه اعتباری و مالی غیرمجاز، نرخ سود سپرده را به طور قطعی و تضمین شده ۳۰ درصد اعلام کند، بازار پول و سرمایه ناگزیر شاهد هجوم مردم برای سپرده‌گذاری در این موسسات خواهند بود. نتیجه این رقابت نیز مشخص است: جذب سپرده‌ها توسط موسسات مالی غیرمجاز، رشد نامعقول سپرده در بازار غیرمتشکل پولی، خالی شدن منابع بانک‌ها از سپرده‌های مردمی و وارد شدن این منابع سرگردان به بازارهای ملک، ارز، سکه و خودرو.

نتیجه حتمی این افسارگسیختگی بازار پول همچنین افزایش مستمر و غیرعادی قیمت‌ها در بازار خواهد بود. به همین جهت، برخلاف تصور بسیاری، منظور از بازار غیرمتشکل پولی فقط بازار رباخواری به مفهوم سنتی و کلاسیک آن نیست، بلکه بازار غیرمتشکل، حوزه عملیاتی بسیار فراگیرتر از رباخواری دارد که حتی ممکن است عملیات غیرمجاز بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی مجاز و نیز استارت‌آپ‌هایی را که به نوعی عملیات نقل و انتقال پول را انجام می‌دهند، هم دربر گیرد، چراکه بانک‌ها و موسسات مجاز که سیاست‌های پولی بانک مرکزی را رعایت نکنند در واقع همسو با بازار غیرمتشکل خواهند شد.

به هر حال، نظارت بر بازار غیرمتشکل پولی و جلوگیری از عملیات غیرمجاز موسسات پولی و بانکی، از جمله مسئولیت‌ها و به عبارتی، ماموریت‌های قانونی بانک مرکزی است. در این مورد در ماده ۱ لایحه قانونی تنظیم بازار غیرمتشکل پولی مصوب دی ماه ۱۳۸۲ مجلس شورای اسلامی تصریح شده: «اشتغال به عملیات بانکی توسط اشخاص حقیقی و یا حقوقی تحت هر عنوان و تأسیس و ثبت هرگونه تشکل برای انجام عملیات بانکی، بدون دریافت مجوز از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ممنوع است. عملیات بانکی در این قانون به امر واسطه‌گری بین عرضه‌کنندگان و متقاضیان وجوه و اعتبار به‌صورت دریافت انواع وجوه، سپرده، ودیعه و موارد مشابه تحت هر عنوان و اعطای وام، اعتبار و سایر تسهیلات و صدور کارت‌های الکترونیکی پرداخت و کارت‌های اعتباری اطلاق می‌شود.» از این قانون، نکات زیر استنباط می‌شود:

اول؛ اینکه اشتغال به عملیات بانکی بدون مجوز بانک مرکزی مطلقا ممنوع است. توجه شود که در اینجا صرفا اشتغال به عملیات بانکی بدون مجوز ممنوع است. پس اگر فردی به منظور خیرخواهانه و بدون داشتن اشتغال، اقدامات خیرخواهانه انجام دهد مانند آنکه ثروتمندی بدون چشمداشت بخشی از ثروت خود را وام قرض‌الحسنه خیرخواهانه دهد، این عمل، عملیات بانکی غیرمجاز تلقی نخواهد شد، زیرا وام دادن، شغل او نیست و خیرخواهانه انجام شده است.

دوم؛ از دید این قانون، عملیات بانکی به انجام واسطه‌گری وجوه و اعتبار بین عرضه‌کنندگان و متقاضیان گفته می‌شود. به گفته قانونگذار، این واسطه‌گری به صورت دریافت انواع وجوه، سپرده، ودیعه و اعطای وام، اعتبار و سایر تسهیلات و صدور کارت‌های الکترونیکی پرداخت و کارت‌های اعتباری انجام می‌شود، اما به نظر می‌رسد عملیات بانکی در مفهوم کلان محدود به موارد گفته شده نیست. فراموش نکنیم که براساس مقررات بند «ب» ماده ۳ قانون پولی و بانکی کشور، تشخیص عملیات بانکی برعهده شورای پول و اعتبار است بنابراین هر نوع عملیات و نقل و انتقال پولی که بنا بر تشخیص شورای پول و اعتبار، عملیات بانکی تلقی شود، مشمول مقررات قانون مورد بحث خواهد بود و نیازمند کسب مجوز از بانک مرکزی است.

سوم؛ براساس مصوبه مجلس، بانک مرکزی تنها مرجع صالح برای صدور «پروانه اشتغال به عملیات بانکی» است. این مطلب بدین معناست که بانک مرکزی بایستی بر تاسیس و همچنین فعالیت و عملکرد بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی نظارت کافی داشته باشد. بدین ترتیب، در حال حاضر عملا دو نوع موسسه مالی و اعتباری در کشور به عملیات بانکی و یا واسطه‌گری در امور پولی مشغول هستند: دسته اول، موسسات اعتباری که با مجوز بانک مرکزی مشغول فعالیت هستند و فهرست آنان در سایت بانک مرکزی قابل مشاهده است. دسته دوم، موسسات و یا اشخاصی که چراغ خاموش و بدون مجوز از بانک مرکزی و شاید بنا به مجوز صادره از نهادهای دیگر به انواع و اقسام عملیات بانکی و پرداخت وام با بهره‌های بسیار سنگین اشتغال دارند. در جامعه سنتی نیز رباخواران طبق معمول به رباخواری مشغول هستند؛ بماند آنکه بسیاری افراد معتقدند که پرداخت تسهیلات بالاتر از نرخ مصوب شورای پول و اعتبار توسط بانک‌ها و موسسات نیز نوعی رباست که در مورد این نظر موضوعات حقوقی متعددی قابل بحث است.

در هر حال، به موجب مصوبه مجلس، نیروی انتظامی موظف است براساس اعلام و درخواست بانک مرکزی از فعالیت‌های بانکی موسسات غیرمجاز بانکی جلوگیری نماید. در این زمینه براساس مقررات ماده ۲ قانون مورد بحث، «نظارت بر حسن اجرای سیاست‌های پولی و اعتباری، مصوبات شورای پول و اعتبار و دستورات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به عهده بانک یادشده است. مؤسسات و اشخاص فعال در این زمینه مکلفند اطلاعات لازم را در اختیار بازرسان بانک یادشده قرار دهند.»

و در صورت احراز تخلف این قبیل موسسات، «در صورت ارائه گزارش و احراز تخلف توسط بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، این بانک می‌تواند نسبت به تعلیق مجوز مؤسسات (مجاز و دارای پروانه فعالیت) متخلف اقدام نماید. در این موارد، نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران مکلف به جلوگیری از ادامه فعالیت متخلفین و همکاری لازم با بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. در صورت اعتراض، متقاضی می‌تواند به مراجع ذی‌صلاح قضایی مراجعه نماید.»

قانون بازار غیرمتشکل پولی در سال ۱۳۸۳ و آیین‌نامه اجرایی آن در سال ۱۳۸۶ تصویب شده است. بدین ترتیب، بیش از دو دهه مسئولیت صدور مجوز بانک‌ها و انواع موسسات اعتباری غیربانکی و نیز نظارت بر فعالیت بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی و به ویژه جلوگیری از هرگونه فعالیت غیرمجاز پولی و اعتباری برعهده بانک مرکزی قرار گرفته است. اکنون فرصتی مناسب است تا عملکرد بانک مرکزی در زمینه سیاست‌گذاری و نظارت بر فعالیت‌های پولی و بانکی موسسات غیربانکی و نیز میزان کارایی قانون تنظیم بازار غیرمتشکل پولی مورد بررسی و نقد کارشناسی قرار گیرد. با دیدی منصفانه و فارغ از دلبستگی‌ها و جناح‌بندی‌های سیاسی رایج به نظر می‌رسد عملکرد بانک مرکزی در زمینه صدور مجوز و سیاست‌گذاری موسسات اعتباری غیربانکی، عملکردی مطلوب و قابل قبول بوده است. به غیر از دوره‌ای خاص، صدور مجوز فعالیت موسسات اعتباری غیربانکی مشروط به شرایط و مقرراتی بسیار سخت شده است بنابراین در حال حاضر، اخذ مجوز تشکیل بانک و موسسه اعتباری غیربانکی از بانک مرکزی به راحتی امکان‌پذیر نیست و نیازمند طی تشریفات و فرآیندهای قانونی خاصی است. در مورد موضوع سیاست‌گذاری نیز بانک مرکزی همانگونه که به طور مستمر در مورد بانک‌های دولتی و خصوصی سیاست‌گذاری می‌کند، در مورد سیاست‌گذاری بر نحوه فعالیت موسسات اعتباری غیربانکی و شرکت‌های واسپاری (لیزینگی) نیز اقدام کرده است، اما در مورد نظارت بانک مرکزی بر بازار غیرمتشکل پولی و برخورد قانونی، موضوع دارای اما و اگرهای بسیاری است. در این مورد توجه به چند نکته اساسی ضروری است:

ادامه در صفحه ۷

نگاه

«بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی» پیش‌بینی کرد

رشد ۴,۴ درصدی اقتصاد ایران در سال آینده

«بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی» در جدیدترین گزارش خود با اشاره به بازگشت احتمالی آمریکا به برجام در دوره ریاست جمهوری جو بایدن پیش‌بینی کرد که با وجود بحران کرونا و محدودیت سرمایه‌گذاری خارجی، اقتصاد ایران سال آینده رشد ۴,۴ درصدی را تجربه کند و سه سال رشد منفی این کشور به پایان برسد.

با پیروزی بایدن در انتخابات سوم نوامبر ۲۰۲۰، احتمال بازگشت آمریکا به توافق هسته‌ای شدت گرفته است. در این راستا، «بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی» (Bank for International Settlements) در گزارشی با بیان اینکه احیای یک شبه برجام چندان محتمل نیست، رشد اقتصادی ایران در صورت رفع تحریم‌ها را در سال ۲۰۲۱ معادل ۴,۴ درصد، در سال ۲۰۲۲ معادل ۶,۹ درصد و در سال ۲۰۲۳ معادل ۶ درصد پیش‌بینی کرده است. به گفته این بانک، در صورت افزایش صادرات نفتی ایران، میزان ذخایر ارزی این کشور تا سال ۲۰۲۳ به حدود ۱۰۹ میلیارد دلار افزایش پیدا خواهد کرد.

در سال ۲۰۲۰ ارزش ریال مقابل دلار حدود ۵۰ درصد کاهش پیدا کرد، اما از اواخر ماه اکتبر، پول ملی این کشور مجددا تقویت شده است. این درحالی است که ایران بالاترین نرخ ابتلا به ویروس کووید-۱۹ را در منطقه خاورمیانه دارد. گرابیس ایرادیان، کارشناس ارشد بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی در امور خاورمیانه و شمال آفریقا با بیان اینکه احتمال افزایش حجم سرمایه خارجی ایران از ۸۹۰ میلیون دلار در سال جاری به ۶,۴ میلیارد دلار تا سال ۲۰۲۵ وجود دارد، گفت: «تا زمانی که در اواخر سال آینده بیشتر تحریم‌ها برداشته شود، میزان سرمایه خارجی ورودی به ایران احتمالا زیر ۲ میلیارد دلار باقی خواهد ماند که بخش بزرگ آن مربوط به چین است.»

اما در صورتی که برجام احیا نشود و تحریم‌ها کماکان در سطح کنونی باقی بمانند، اقتصاد ایران طبق پیش‌بینی «بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی» در سال آینده رشد ۱,۸ درصدی را تجربه خواهد کرد و ذخایر ارزی آن به ۴۶,۹ میلیارد دلار کاهش می‌یابد. در حال حاضر، حدود ۹۰درصد ذخایر ارزی رسمی ایران به دلیل تحریم‌های آمریکا مسدود شده است.

اقتصاد رو به بهبود است اما نه در همه جا

بقایای اقتصادی به روایت «اکونومیست»

کرونا اقتصاد دنیا را به شکلی تکان داده است که حتی اگر این بیماری روزی از دنیا به طور کامل رخت ببندد، باز هم زمان زیادی لازم است تا اوضاع به دوران پیش از کرونا بازگردد. کشورهای مختلف جهان در حال حاضر وضعیت‌های گوناگونی در مسیر بهبود خود دارند و همین مسئله وضعیت بهبود را بسیار عجیب کرده است.

به گزارش «اکونومیست»، بدترین روز دوران کرونا، دست‌کم از منظر اقتصادی، جمعه خوب بود. در روز دهم آوریل تعطیلی و قرنطینه در بسیاری از کشورها به شدیدترین شکل خود رسیده بود و باعث شده بود که مردم در خانه‌های خود محبوس شوند. تولید ناخالص داخلی جهانی در آن روز ۲۰ درصد کمتر از حالت دیگر خود بود. از آن زمان به این سو دولت‌ها یکی‌یکی تعطیلی‌ها را لغو کرده‌اند و اقتصادها دوران بهبود خود را آغاز کرده‌اند. تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند که تولید ناخالص جهانی در فصل سوم سال میلادی جاری رشدی ۷ درصدی را نسبت به فصل دوم یعنی بهار تجربه کرده است.

البته گزارش‌های تیره و تار هنوز هم وجود دارند. همین چند روز پیش بود که وزارت توسعه و امور اقتصادی روسیه در گزارشی پیش‌بینی کرد پیامدهای کرونا بر روی اقتصاد جهانی تا سال ۲۰۲۳ ادامه پیدا کند و امسال نیز متوسط رشد اقتصادی کشورهای جهان منفی ۴ تا ۴,۵ درصد باشد. طبق این گزارش، روند شیوع کرونا در بسیاری از کشورها در مقایسه با هفته‌های قبل بدتر شده است و این مسئله می‌تواند دولت‌ها را وادار به اعمال مجدد قرنطینه و ممنوعیت‌های رفت و آمدی کند.

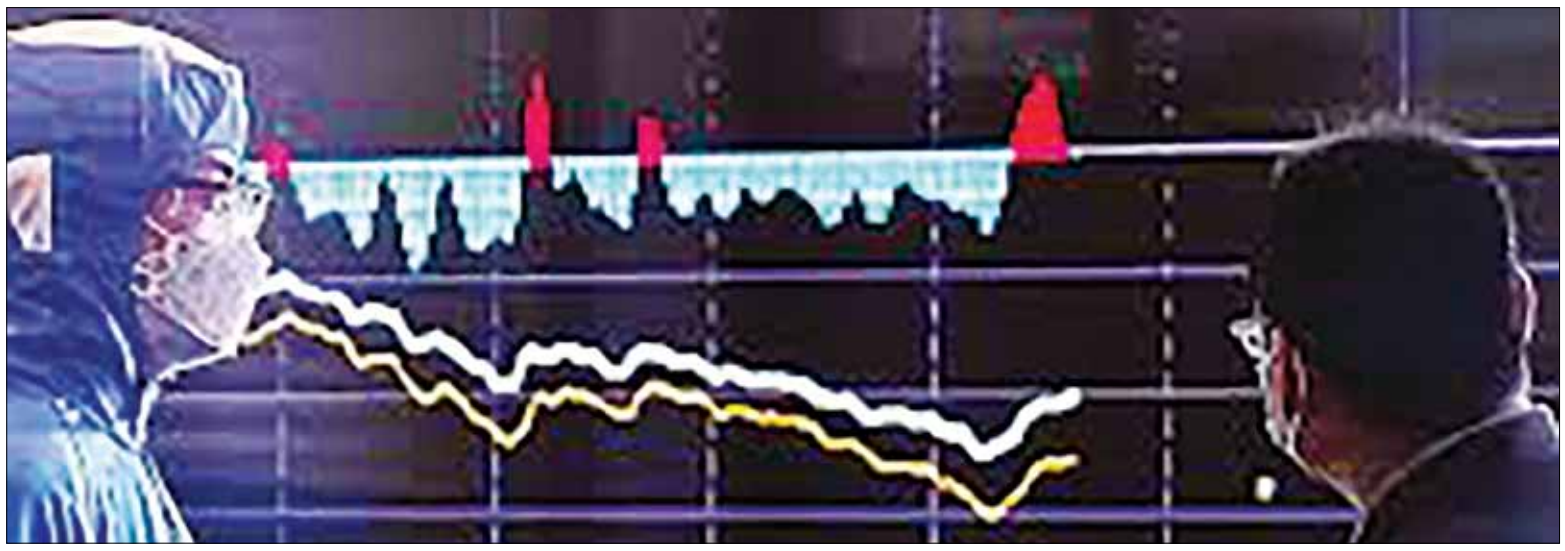
به گفته این نهاد روسی، بخش‌های گردشگری، حمل و نقل هوایی، تفریح و سرگرمی و هتلداری بیش از هر بخش دیگری از شیوع کرونا صدمه دیده‌اند و در این شرایط انتظار می‌رود رشد اقتصادی بین منفی ۴ تا ۴,۵ درصد باشد. در حال حاضر بخش بزرگی از کارکنان شرکت‌ها در کشورهای مختلف به صورت دورکار مشغول به کار هستند و ممکن است این شکل کار با توجه به نبود سابقه قبلی باعث کاهش بهره‌وری و افت رفتار حرفه‌ای شود. به گفته وزارت توسعه و امور اقتصادی روسیه، یکی از اولویت‌های مهم برای کشورها در حال حاضر باید افزایش بهره‌وری کارکنان از شیوه‌های مختلف نظیر آموزش‌های مربوطه باشد. پیش از این سازمان توسعه و همکاری اقتصادی اعلام کرده بود متوسط رشد اقتصادی کشورهای جهان تا پایان امسال به منفی ۶درصد برسد که این وضعیت در صورت بروز موج دوم بدتر نیز خواهد شد و در این سناریو اقتصاد جهانی احتمالا ۷,۶ درصد کوچک‌تر خواهد شد.

لاورنس بونه، کارشناس مسائل اقتصادی با بیان اینکه چشم‌اندازی دراماتیک در انتظار اقتصاد جهان است، افزود: «ممکن است شاهد موج دوم کرونا باشیم یا نباشیم اما در هر دو سناریو، یک چیز مشخص است و آن هم اینکه استانداردهای زندگی به نسبت سال قبل به میزان محسوسی افت کرده است و بسیاری از کشورها با رشد اقتصادی دو رقمی منفی مواجهند که در طول تاریخ آنها بی‌سابقه است.»

حالا پرسش بسیار روشن این است که برای ۹۰ درصد اقتصادهای جهان چه اتفاقی خواهد افتاد؟ بسیاری از مسئولان مجبور شده‌اند باز هم تعطیلی و ممنوعیت‌ها را اعمال کنند. شاید هم دولت‌های دیگری پیدا شوند که می‌توانند فاصله‌گذاری اجتماعی را بدون به خطر انداختن خروجی، اجرا و رعایت کنند. این مسئله شاید بتواند جهان را به اقتصادی ۹۵ درصدی تبدیل کند. در واقع، سازمان توسعه و همکاری بین‌المللی توقع دارد تولید ناخالص داخلی جهانی در سال جاری بیشتر بهبود پیدا کند. مسئولان تعیین نرخ بهره در بانک مرکزی متوجه شده‌اند که نرخ بیکاری به دوران ۴ درصدی پیش از کرونای خود تا سال ۲۰۲۳ نمی‌رسد و تحلیلگران گلدمن ساکس هم این عدد را بیشتر و در حدود ۲۰۲۵ می‌دانند. با این حال، بسیاری از این کارشناسان خوش‌بین هستند که واکسن این بیماری هرچه سریع‌تر به شکلی تولید و توزیع خواهد شد که در دسترس همه مردم باشد. همان‌طور که این بیماری آثار خود را تا چند وقت در بدن بیمارِ بهبودیافته نشان می‌دهد، در سطح اقتصاد هم کارهای زیادی برای برگشتن به دوران قبل از کرونا لازم است.

«بلومبرگ»: با وجود کشف واکسن کرونا، اقتصاد جهانی همچنان در معرض رکود دوباره قرار دارد

اقتصاد در ورطه رکود



با اینکه بازارهای مالی و بورس‌های جهانی با خبر کشف واکسن کرونا در چند هفته گذشته جان دوباره‌ای گرفتند، اما اقتصاددانان و نهادهای بین‌المللی هشدار می‌دهند که علی‌رغم خبرهای مثبت واکسن کرونا، خطر خارج شدن اقتصاد جهانی از مسیر بهبود کاملا جدی است.

به گزارش «بلومبرگ»، رشد تصاعدی تعداد مبتلایان به کووید-۱۹ در اقصی نقاط جهان بار دیگر نگرانی‌ها از احتمال سقوط اقتصاد جهانی به ورطه یک رکود جدید را افزایش داده و فشار بر بانک‌های مرکزی و دولت‌ها برای اتخاذ سیاست‌های انبساطی به‌منظور پیشگیری از بروز یک رکود تازه را به اوج رسانده است.

در این میان، امیدواری‌هایی وجود دارد که با شروع توزیع واکسن‌های کرونا، تعداد موارد ابتلا به این بیماری به‌سرعت کاهش یابد، اما واقعیت این است که توزیع گسترده واکسن کرونا در جهان شاید ماه‌ها طول بکشد؛ آن هم در شرایطی که اغلب اقتصادهای بزرگ جهان همچنان شاهد افزایش آمار مبتلایان هستند. پاسخ دولت‌ها به شرایط جدید این بوده که به قیمت تضعیف فعالیت‌های اقتصادی، محدودیت‌هایی را برای مقابله با شیوع ویروس کرونا وضع کنند.

چان چان سینگ، وزیر تجارت و صنعت سنگاپور درخصوص هیجانات ایجادشده پیرامون واکسن کرونا می‌گوید: «اگرچه هیجانات زیادی درخصوص پیشرفت‌های اخیر در تولید واکسن کرونا وجود دارد، اما این واکسن برخلاف انتظار بسیاری از افراد، یک راهکار فوری نخواهد بود. تولید دُزهای کافی از واکسن، توزیع آن و در نهایت واکسیناسیون بخش قابل‌توجهی از جمعیت جهان، ماه‌ها و شاید حتی سال‌ها طول بکشد.»

با توجه به شرایط کنونی، بانک مرکزی اروپا (ECB) قصد دارد در ماه آینده میلادی سیاست‌های پولی انبساطی جدیدی را اعلام کند و فدرال رزرو (بانک مرکزی آمریکا) نیز احتمالا تمرکز خود را بر خرید اوراق قرضه بلندمدت قرار خواهد داد تا از این طریق به کاهش نرخ بهره بازار کمک کند.

در عین حال این نگرانی نیز وجود دارد که بانک‌های مرکزی در آینده نزدیک دیگر فضایی برای اتخاذ سیاست‌های پولی مناسب نداشته باشند و حتی بهبود شرایط مالی نیز نتواند کمکی به تقویت نرخ رشد اقتصاد جهانی بکند. صندوق بین‌المللی پول جزو نهادهایی است که هشدار می‌دهند افزایش بی‌وقفه قیمت دارایی‌ها می‌تواند به قطع ارتباط بازارهای مالی با اقتصاد واقعی منجر شده و ثبات مالی جهان را به خطر اندازد.

جانت یلن، رئیس سابق فدرال رزرو آمریکا که احتمالا جو بایدن او را به عنوان وزیر خزانه‌داری به سنا معرفی خواهد کرد، یکی از اقتصاددانانی است که معتقدند نباید برای خروج از رکود تنها به سیاست‌های پولی تکیه کرد. او در این رابطه می‌گوید: «در حال حاضر شاهد رشد پس‌انداز و افت سرمایه‌گذاری هستیم و این مهم‌ترین مشکلی است که اقتصادهای توسعه‌یافته با آن مواجهند. ما نباید برای دستیابی به یک رشد اقتصادی سالم و پایدار صرفا به بانک‌های مرکزی تکیه کنیم، بلکه باید سیاست‌های مالی و اصلاحات ساختاری نیز داشته باشیم.»

مسئله اینجاست که سیاست مالی در آمریکا و اروپا این روزها اسیر رقابت‌های سیاسی شده است. در حالی که در آمریکا جو بایدن آماده می‌شود که قدرت را در دست بگیرد، نمایندگان کنگره همچنان بر سر اینکه چقدر بودجه صرف مقابله با اثرات اقتصادی بحران کرونا شود، با یکدیگر سرشاخ هستند. وزارت خزانه‌داری دولت ترامپ نیز هفته گذشته ظرفیت‌های فدرال رزرو برای حمایت از برخی بازارهای اعتباری را کاهش داد. در اروپا نیز مجارستان و لهستان همچنان با تصویب لایحه بودجه اتحادیه اروپا مخالفت می‌کنند و به همین دلیل برنامه حمایتی ۱,۸ تریلیون یورویی (۲ تریلیون دلاری) اتحادیه اروپا برای حمایت از کسب‌وکارها و خانوارها در برابر آسیب‌های اقتصادی بحران کرونا به بن‌بست خورده است.

تحلیلگران شرکت خدمات مالی و بانکداری جی‌پی مورگان (بزرگترین بانک آمریکا از لحاظ ارزش دارایی‌ها) پیش‌بینی می‌کنند که با توجه به احتمال برقرار شدن مقررات محدودکننده در اغلب ایالت‌های آمریکا و همچنین منقضی شدن بسته‌های حمایتی دولت فدرال، نرخ رشد اقتصادی آمریکا در سه‌ماهه نخست سال آینده میلادی بار دیگر منفی خواهد شد. گزارش‌های رسمی حاکی از آن است که طی هفته‌های اخیر آمار افراد متقاضی مستمری بیکاری دوباره صعودی شده و تعداد افرادی که در رستوران‌ها غذا می‌خورند، کاهش یافته است.

هفته گذشته رابرت کاپلان، رئیس فدرال رزرو دالاس، در مصاحبه با بلومبرگ اعلام کرد: «اگر روند گسترش ویروس کرونا در کشور بدتر شود و فعالیت‌های اقتصادی به هر دلیلی دوباره کاهش یابد، احتمال اینکه در سه‌ماهه آینده نرخ رشد اقتصادی آمریکا منفی باشد، وجود خواهد داشت.»

در اروپا نیز گزارش‌های اقتصادی چندان امیدوارکننده نیستند؛ شاخص مدیران خرید به‌شدت افت کرده و شاخص‌های دیگر نیز کم و بیش از ورود قریب‌الوقوع اقتصادهای اروپایی به یک رکود دیگر حکایت دارند. از ژاپن خبر می‌رسد که عملکرد بخش‌های تولید و خدمات در ماه جاری میلادی با سرعت بیشتری نسبت به قبل در حال افت است و برآوردهای اولیه از شاخص مدیران خرید در این کشور نیز باعث نگرانی‌های جدی درباره روند بهبود اقتصاد ژاپن شده است. نخست‌وزیر یوشیهیده سوگا اخیرا از اعضای پارلمان ژاپن درخواست کرده است که در راستای حفظ اقتصاد این کشور در مسیر بهبود، با متمم سوم بودجه موافقت کنند.

هم صندوق بین‌المللی پول و هم سران گروه ۲۰ (G۲۰) که قدرتمندترین اقتصادهای جهان در آن عضویت دارند، به تازگی هشدار داده‌اند که علی‌رغم اخبار مثبت مرتبط با کشف واکسن کرونا که باعث جهش و رکوردشکنی شاخص بازارهای سهام شده است، خطر خارج شدن اقتصاد جهانی از مسیر بهبود کاملا جدی است.

جروم پاول، رئیس فدرال رزرو آمریکا و کریستین لاگارد، مدیرکل سابق صندوق بین‌المللی پول و رئیس فعلی بانک مرکزی اروپا از جمله مقامات پولی بلندپایه‌ای هستند که درباره هیجان افراطی مرتبط با اخبار موفقیت واکسن کرونا هشدار داده‌اند. دلیل رویکرد محتاطانه آنها و بسیاری دیگر از مقامات بانک‌های مرکزی در اقتصادهای بزرگ جهان این است که آنها معتقدند تولید واکسن کرونا و واکسیناسیون بخش زیادی از جمعیت جهان به‌گونه‌ای که دیگر نیازی به مقررات محدودکننده (که رشد اقتصادی را نیز تهدید می‌کنند) نباشد، احتمالا مدت زیادی طول خواهد کشید؛ کما اینکه انتشار خبر تولید و توزیع واکسن کرونا اگرچه موجب افزایش خوش‌بینی در بازارهای مختلف شده است، اما برای تغییر چشم‌انداز اقتصادی کافی نیست.

فیلیپ لین، اقتصاددان ارشد بانک مرکزی اروپا در این باره می‌گوید: «کشف واکسن کرونا چشم‌انداز بهتری را برای اواخر سال آینده ترسیم می‌کند و به ما می‌گوید که سال ۲۰۲۲ احتمالا چگونه خواهد بود، اما درباره ۶ ماه آینده چیزی به ما نمی‌گوید. در هفته‌های پایانی سال ۲۰۲۰ نیز اوضاع تغییر محسوسی نخواهد کرد.»

چرا شرکت‌های نفتی نباید از حضور بایدن در کاخ سفید نگران باشند؟

تب کرونا در بازار نفت

شاید بایدن انتخاب اول مدیران شرکت‌های نفتی نباشد، اما بسیاری از کارشناسان معتقدند حضور او در کاخ سفید به معنای وقوع یک فاجعه برای صنعت نفت و گاز آمریکا نیست.

به گزارش «ان‌پی‌آر»، شرکت‌های نفتی آمریکا به‌زودی شاهد حضور یک رئیس‌جمهور حساس به مسائل زیست‌محیطی در کاخ سفید خواهند بود؛ رئیس‌جمهوری که بارها وعده گذار از انرژی‌های فسیلی به انرژی‌های پاک را مطرح کرده است. بسیاری انتظار داشتند که با پیروزی بایدن در انتخابات آمریکا، موجی از ترس و نگرانی بر صنعت نفت جهان حاکم شود، اما نه‌تنها تاکنون چنین اتفاقی رخ نداده، بلکه این روزها خوش‌بینی عجیبی در بازار جهانی نفت مشاهده می‌شود و قیمت نفت به بالاترین سطح خود در ۸ ماه اخیر رسیده است.

صنعت نفت و گاز آمریکا در یک دهه اخیر شاهد تحولات بزرگی بوده و انقلاب نفت شیل، آمریکا را به بزرگترین تولیدکننده نفت جهان تبدیل کرده است. برخلاف دونالد ترامپ که برای صنعت نفت و گاز آمریکا یک متحد بزرگ محسوب می‌شد، جو بایدن همواره از هزینه‌های هنگفت انتشار گازهای گلخانه‌ای برای آب‌وهوای زمین سخن می‌گوید و در این خصوص هشدار می‌دهد.

با این حال، فعالان صنعت نفت و گاز آمریکا معتقدند که امکان مصالحه با رئیس‌جمهور منتخب وجود دارد و از طرفی سنای آمریکا نیز می‌تواند او را محدود کند. ین اشنایدر، مدیرعامل شرکت انِوروس که در زمینه جمع‌آوری و تحلیل داده برای شرکت‌های نفت و گاز فعالیت می‌کند، می‌گوید: «واکنش احساسی به پیروزی بایدن این است که خبر خوبی برای صنعت نفت نیست؛ ولی ما ضمن حفظ جانب احتیاط، خوش‌بین هستیم.»

انتظار می‌رود بایدن برای اجرای برنامه‌های خود با مخالفت‌ها و موانع زیادی مواجه شود. او مقابله با تغییرات نامطلوب آب‌وهوایی را در شمار مهم‌ترین برنامه‌هایش قرار داده و به نظر می‌رسد حتی بدون همراهی سنا نیز بتواند اقداماتی را صورت دهد که به کاهش سود شرکت‌های نفتی منجر شود. از طرفی احتمالا دولت بایدن در حوزه سیاست خارجی نیز برخلاف دولت ترامپ، منافع شرکت‌های نفتی را در اولویت قرار نخواهد داد.

مقررات زیست‌محیطی که در دوران ترامپ یکی پس از دیگری لغو شدند، احتمالا در دوره بایدن دوباره برقرار خواهند شد. علاوه بر این، انتظار می‌رود رئیس‌جمهور آینده آمریکا حفاری‌های نفتی در اراضی نفتی را محدود کند؛ اقدامی که احتمالا با صدور یک فرمان اجرایی به انجام خواهد رسید.

اما هیچ‌یک از این موارد نباید باعث شود که ما کار شرکت‌های نفتی را تمام شده بدانیم. محدودکردن حفاری در اراضی فدرال شاید ضربه بزرگی بر پیکر برخی شرکت‌ها باشد، اما این تغییرات تأثیر چندانی بر کسب‌وکار اکثر شرکت‌های فعال در حوزه نفت و گاز آمریکا نخواهد داشت.

بایدن از یک تحول سیاستی بلندپروازانه در حوزه انرژی و محیط زیست سخن گفته است، اما طرح بایدن با طرح موسوم به نیودیل سبز (Green New Deal) تفاوت دارد؛ هرچند این دو طرح برخی اهداف مشترک را نیز دنبال می‌کنند. از جمله ابعاد طرح بزرگ بایدن می‌توان به سرمایه‌گذاری گسترده در انرژی‌های تجدیدپذیر مانند انرژی خورشیدی و بادی که رقبای سوخت‌های فسیلی هستند، اشاره کرد. این طرح همچنین از افزایش تولید وسایل نقلیه برقی (که تقاضا برای بنزین و گازوئیل را کاهش می‌دهد) حمایت می‌کند.

اما طرح انرژی بایدن، سیاست‌هایی را که باعث نگرانی فعالان صنعت نفت در آمریکا شده دربر نمی‌گیرد، مثلا در این طرح به ممنوعیت صادرات نفت خام و یا ممنوعیت کامل فرکینگ (فناوری شکست هیدرولیکی) اشاره‌ای نشده است. همچنین جسورانه‌ترین طرح‌هایی که بایدن از آنها صحبت کرده، اغلب برای اجرا به مصوبه سنا نیاز دارند و به نظر می‌رسد با مشخص شدن نتیجه دور دوم انتخابات سنا در ایالت جورجیا که در اوایل ماه ژانویه (اواسط دی) برگزار می‌شود، بار دیگر جمهوری‌خواهان اکثریت کرسی‌های سنا را در اختیار خواهند داشت. چشم‌انداز بروز اختلاف میان دولت آینده آمریکا با کنگره بر سر برخی مسائل باعث شده که بسیاری از تحلیلگران صنعت نفت به فراهم شدن فضایی برای اقدامات ملایم‌تر و مصالحه بر سر راهکارهای میانه امیدوار باشند. رنه سانتوس، تحلیلگر شرکت اس اند پی گلوبال پلاتز می‌گوید: «من شخصا فکر نمی‌کنم که سیاست‌های رادیکالی در راه باشد، مگر اینکه جناح‌های لیبرال‌تر حزب دموکرات، نفوذ بیشتری در دولت بایدن پیدا کنند.»

پس تکلیف اظهارات به‌یادماندنی بایدن در آخرین مناظره انتخاباتی چه می‌شود؟ او در آن مناظره گفت که از «گذار از صنعت نفت» حمایت می‌کند؛ اما بلافاصله پس از مناظره اظهاراتش را اصلاح و در گفت‌وگو با خبرنگاران ضمن تأکید بر اینکه «ما در بلندمدت از سوخت‌های فسیلی خلاص نخواهیم شد.» گفت که منظورش این بوده که می‌خواهد یارانه‌های نفت و گاز را قطع کند، اما هیچ قصدی برای زمین‌گیر کردن کل صنعت نفت آمریکا ندارد.

نکته مهم‌تر این است که گذار از نفت به انرژی‌های پاک اصلا برای کسانی که درون صنعت نفت حضور دارند، مسئله جدید و غافلگیرکننده‌ای نیست. صنعت نفت از مدت‌ها قبل در حال آماده‌سازی خود برای چنین سناریویی بوده است. در عین حال فعالان صنعت نفت تأکید می‌کنند که فرآیند گذار از نفت به انرژی‌های پاک ممکن است مدت زیادی طول بکشد. همچنین به گفته ین اشنایدر، مدیرعامل شرکت انِوروس، فاصله گرفتن از سوخت‌های فسیلی، فرآیندی است که در سطح جامعه در جریان است و لزوما ارتباطی با دولت‌ها ندارد. اشنایدر معتقد است که رئیس‌جمهوری که بتواند فرآیند گذار تدریجی از نفت به انرژی‌های پاک را مدیریت کند، احتمالا برای صنعت نفت گزینه بهتری از ترامپ است که به‌کلی منکر این فرآیند است.

از طرفی درست نیست که سرنوشت صنعت نفت و گاز را تنها به اینکه چه کسی رئیس‌جمهور است، گره بزنیم. در حال حاضر، شیوع کرونا باعث کاهش شدید سفرها شده، تقاضای جهانی نفت را کاهش داده و فاجعه عظیمی را برای بسیاری از شرکت‌های فعال در حوزه نفت و گاز رقم زده است. حداقل در کوتاه‌مدت، مهم‌ترین مسئله برای صنعت نفت و گاز و انرژی‌های فسیلی این است که ویروس کرونا تحت کنترل درآید.

در پایان باید گفت که شاید جو بایدن انتخاب اول مدیران ارشد شرکت‌های نفتی نباشد، اما حضور او در کاخ سفید به معنای به صدا در آمدن ناقوس مرگ برای صنعت نفت و گاز نیست. حلیما کرافت، از مدیران ارشد بانک سرمایه‌گذاری آر‌بی‌سی کپیتال می‌گوید: «من فکر نمی‌کنم که انتخاب شدن بایدن یک حمله تمام‌عیار به صنعت نفت باشد. تنها چیزی که می‌توان گفت، این است که او به اندازه رئیس‌جمهور ترامپ در بین فعالان این صنعت محبوب نخواهد بود.»

میزان سرمایه‌گذاری ثابت در سال‌های دهه ۹۰ به طور مداوم افت کرده است

موتور خاموش سرمایه‌گذاری

فرصت امروز: سرمایه‌گذاری را اسکلت رشد اقتصادی می‌دانند و افت سرمایه‌گذاری به معنای چالش رشد اقتصادی در سال‌های آینده است، یعنی کاهش رشد سرمایه‌گذاری اثر خود را با یک وقفه زمانی بر رشد اقتصادی در سال‌های بعد خواهد گذاشت. اگر جریان سرمایه‌گذاری در هر اقتصادی منجمد شود و همچون خون تازه در رگ‌های اقتصاد به جریان نیفتد، کل اقتصاد به مرور با یخ‌بندان مواجه شده و اگر بر حجم یخ‌ها اضافه شود بالطبع جاری ساختن آن ناممکن می‌شود. سرمایه‌گذاری در هر اقتصادی از سه محل صورت می‌پذیرد؛ سرمایه‌گذاری از سوی بخش خصوصی، سرمایه‌گذاری دولتی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی. واقعیت تلخ و نگران‌کننده ماجرا این است که در دهه ۱۳۹۰ جریان سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران از هر سه محل با انجماد روبه‌رو شده و در نتیجه دیری نمی‌پاید که سرمایه‌های مادی و فیزیکی انجام شده در سال‌ها و دهه‌های اخیر نیز به دلیل عدم نوسازی و افزایش ضریب استهلاک به آرامی نابود می‌شوند.

براساس آنچه معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران از کارنامه ۱۵ ساله سرمایه‌گذاری گزارش داده است، سرمایه‌گذاری کل اسمی در سال ۱۳۹۸ نسبت به سال ۱۳۸۳ حدود ۱۱ برابر شده است که شامل ۱۳ برابر شدن سرمایه‌گذاری اسمی در حوزه ساختمان و ۹ برابر شدن سرمایه‌گذاری در حوزه ماشین‌آلات است، اما سرمایه‌گذاری واقعی در سال ۱۳۹۸ به ۹۸ هزار میلیارد تومان رسیده که کمترین میزان سرمایه‌گذاری در ۱۵ سال اخیر (بین سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۸ است.

روند کاهشی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی از ۱۳۹۱ آغاز شده است. در این سال سرمایه‌گذاری بخش خصوصی ۱۲۶ هزار میلیارد تومان بوده که به ۷۶ هزار میلیارد تومان در سال ۱۳۹۸ سقوط کرده است. در واقع، رشد عمومی منفی سرمایه‌گذاری در دهه ۱۳۹۰ همزمان با تحریم (۴ سال) و بعد از آن (۲ سال) بوده است. فقط در سال‌های ۱۳۹۳ و ۱۳۹۶ سرمایه‌گذاری رشد مثبت داشته است و در باقی سال‌های دهه ۹۰ با رشد منفی سرمایه‌گذاری روبه‌رو بوده‌ایم. در حالی که در دوره اجرای برنامه سوم توسعه رشد ۱۰درصدی در سرمایه‌گذاری داشتیم، اما در دهه ۱۳۹۰ به رشد منفی رسیده‌ایم؛ چنانچه در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ به طور متوسط شاهد رشد منفی ۴,۲ درصدی و در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ شاهد رشد منفی متوسط سالانه ۴,۹ درصدی بوده‌ایم.

میانگین رشد سرمایه‌گذاری بخش خصوصی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ حدود ۶ درصد منفی بوده است. در سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۸ شاهد رشد منفی ۴ درصدی سالانه سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات بوده‌ایم. سرمایه‌گذاری ۲۷ هزار میلیارد تومانی در ماشین‌آلات در سال ۱۳۹۸ کمترین رقم در ۱۵ سال اخیر است. در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ شاهد میانگین رشد سالانه منفی ۹,۷ درصدی سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات بوده‌ایم. در واقع، افت ۲۸درصدی سرمایه‌گذاری واقعی ماشین‌آلات بخش خصوصی در هشت سال اخیر در مقایسه با دوره مشابه و رشد منفی ۱۰درصدی در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ اتفاق افتاده است.

در سال ۱۳۹۸ برای نخستین‌بار از سال ۱۳۸۸ تا امروز با افت رقم موجودی سرمایه خالص واقعی مواجه شده‌ایم که معنایش این است که سرمایه‌گذاری جدید کمتر از رقم استهلاک سرمایه قبلی است. روند نزولی با شتاب رشد واقعی موجودی سرمایه خالص در سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۸ نیز به چشم می‌آید. هفت سال متوالی رشد منفی موجودی سرمایه ماشین‌آلات، تشدید افت موجودی سرمایه ماشین‌آلات در دو سال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ و افت سرمایه‌گذاری جدید، فرسودگی بالا و عدم به‌روزرسانی خطوط تولید، تشدید محدودیت و ممنوعیت واردات تجهیزات و ماشین‌آلات و تشدید شکاف با فناوری‌های نوین نیز قابل توجه است. روند رشد منفی واقعی سرمایه سالانه موجودی سرمایه ماشین‌آلات از منفی ۰,۷ درصد به منفی ۳,۹ درصد نگران‌کننده است.

آغاز روند کاهشی موجودی واقعی سرمایه ماشین‌آلات در بخش معدن از ۱۵,۴ هزار میلیارد تومان به ۱۲ هزار میلیارد تومان در سال ۱۳۹۸ نیز عینیت دارد. هشت سال متوالی رشد منفی موجودی سرمایه ماشین‌آلات معدنی و تشدید آن در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ نیز از واقعیت‌های موجود است. همچنین در حالی که در سال ۲۰۱۷ شاهد جذب سرمایه‌گذاری مستقیم به میزان ۵ میلیارد دلار بودیم، این رقم در سال ۲۰۱۹ به عدد ۱,۵ میلیارد دلار سقوط کرده است. این رقم کمتر از میانگین جذب سرمایه در سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۷ است که معادل ۲,۴ میلیارد دلار بوده است.

به اعتقاد اتاق بازرگانی تهران، نبود ثبات اقتصادی، فقدان تصویری شفاف از وضعیت فعلی اقتصاد و مبهم بودن آینده اقتصاد، عدم قطعیت، نااطمینانی و ریسک بالای شروع کار، نبود محیط رقابتی، انحصار در بازارها، تنگنای اعتباری و عدم سهولت تامین مالی، غیرواقعی بودن متغیرهای کلیدی مثل نرخ ارز، نرخ بهره و حامل‌های انرژی و عدم رویکرد برون‌گرایی از جمله چالش‌های حوزه سرمایه‌گذاری در ایران است.

گزارش بانک مرکزی از تحولات مسکن پایتخت در آبان ماه

تورم بازار مسکن سکته کرد

اتفاقی که بسیاری از فعالان اقتصادی از ماه‌ها قبل منتظرش بودند سرانجام در بازار مسکن رخ داد و تورم ملک با کاهش ۸درصدی در هشتمین ماه از سال ۹۹ به سمت صفر تمایل پیدا کرد و معاملات مسکن نصف شد. ترمز تورم لجام گسیخته بازار مسکن پس از یک دوره هفت ماهه صعودی در حالی بالاخره در آبان ماه کشیده شد که مطابق اعلام بانک مرکزی، متوسط قیمت مسکن شهر تهران در آبان ماه نسبت به ماه قبل ۱.۸درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱۱۸درصد رشد نشان می‌دهد. این کمترین میزان افزایش ماهیانه قیمت از اردیبهشت سال جاری تاکنون بوده است.

براساس آنچه بانک مرکزی از تحولات مسکن پایتخت در آبان ماه امسال گزارش داده است، متوسط قیمت یک متر مربع مسکن در شهر تهران در این ماه به ۲۷ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان رسیده که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱۱۸.۲درصد و نسبت به ماه قبل ۱.۸ درصد افزایش را نشان می‌دهد. همچنین تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در آبان ماه به ۴.۵ هزار واحد مسکونی رسیده که نسبت به ماه قبل ۴۸.۸ درصد کاهش و در مقایسه با ماه مشابه سال گذشته ۹.۹ درصد افزایش داشته است.

گزارش تحولات مسکن بانک مرکزی در شهر تهران بیانگر این است که در آبان امسال متوسط قیمت خرید و فروش یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی تهران ۲۷ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان بوده است. این در حالی است که در میان مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران بیشترین متوسط قیمت هر متر خانه ۵۵ میلیون تومان در منطقه یک و کمترین آن با حدود ۱۲ میلیون تومان در منطقه ۱۸ بوده است که هر یک از آنها با افزایش ۱۳۴.۳ درصدی در منطقه یک و ۹۹ درصدی در منطقه ۱۸ مواجه شده‌اند.

اما چند واحد مسکونی در آبان ماه معامله شد؟ به گفته بانک مرکزی، در هشت ماهه امسال حدود ۶۸ هزار واحد مسکونی معامله شده که در مقایسه با مدت مشابه در سال قبل ۷۰.۷ درصد افزایش دارد. در این مدت متوسط قیمت یک مترمربع بنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در شهر تهران ۲۱ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان بوده که افزایش ۷۰.۹درصدی دارد. توزیع فراوانی تعداد واحدهای مسکونی معامله شده برحسب قیمت یک مترمربع بنا در آبان ماه نیز حاکی از آن است که واحدهای مسکونی در دامنه قیمتی ۱۴ تا ۱۶ میلیون تومان به ازای هر مترمربع بنا با سهم ۸.۶ درصد بیشترین سهم از تعداد معاملات شهر تهران را به خود اختصاص دادند و دامنه قیمتی ۱۶ تا ۱۸ میلیون و ۱۲ تا ۱۴ میلیون با ۷.۳ و ۶.۹ درصد سهم در رتبه بعدی قرار دارد. از سوی دیگر در آبان ماه امسال توزیع فراوانی تعداد واحدهای مسکونی معامله شده براساس ارزش هر واحد نشان‌دهنده آن است که واحدهای مسکونی با ارزش ۶۰۰ تا ۸۵۰ میلیون تومان با اختصاص سهم ۱۳.۵درصد بیشترین سهم از معاملات انجام شده را داشتند.

همچنین منطقه ۵ دارای بیشترین معاملات مسکن در دومین ماه پاییز ۹۹ بوده است. توزیع معاملات انجام شده مسکن براساس مناطق شهری در تهران حاکی از آن است که منطقه ۵ با ۱۲.۱ درصد از کل معاملات، بیشترین سهم معاملات شهر تهران را به خود اختصاص داده است. علاوه بر این، بررسی شاخص کرایه مسکن اجاری در آبان ماه نشاندهنده رشد ۲۸,۷ درصدی در تهران و رشد ۳۱,۹ درصدی در همه مناطق شهری نسبت به ماه مشابه سال گذشته است.

همانطور که در گزارش بانک مرکزی اشاره شد، معاملات مسکن در هشتمین ماه از سال جاری به طور محسوسی کاهش یافت. به گزارش ایسنا، در آبان ماه ۱۳۹۹ تعداد ۴۴۶۶ فقره معامله مسکن در شهر تهران به امضا رسید که در مقایسه با ماه قبل ۴۸ درصد کاهش و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱.۸ درصد افزایش پیدا کرد. نصف شدن تعداد معاملات پایتخت نسبت به مهرماه در شرایطی اتفاق افتاد که افت قراردادهای خرید و فروش از مردادماه کلید خورده بود و به یکباره از ۱۴ هزار و ۴۷ فقره به ۹ هزار و ۸۰ فقره در پنجمین ماه از سال ۱۳۹۹ رسیده بود. افت بیش از ۸ درصدی تورم ماهیانه بازار مسکن در شرایطی رخ داد که از اردیبهشت به بعد در هر ماه به ترتیب ۱۱، ۱۱.۶، ۱۰.۴، ۱۰.۵، ۵.۱ و ۱۰ درصد به متوسط قیمت مسکن در شهر تهران افزوده شد. میل پیدا کردن تورم به سمت صفر از دلایل مختلفی نشأت می‌گیرد که مهمترین آنها به اثرگذاری تحولات سیاسی بر بازارهای اقتصادی، چشم‌انداز غیرتورمی اقتصاد کشور، تکمیل بازدهی سرمایه در بخش سوداگرانه ملک، افزایش تمایل برای فروش و کاهش قدرت خرید مربوط می‌شود.

بازار مسکن در حالی به سرعت‌گیر قیمتی رسید که از اواسط ماه گذشته تحت تاثیر تحولات سیاسی جهانی، نشانه‌های فشار عرضه بروز پیدا کرد و نرخ‌های پیشنهادی بعضا تا ۱۵درصد کاهش یافت. از سوی دیگر، طرف تقاضا در انتظار کاهش بیشتر قیمت‌ها به سر می‌برد. تحلیل فعالان اقتصادی از افق کاهشی نرخ ارز حکایت دارد و به همین لحاظ مقطع کنونی را فرصت مناسبی برای خروج از بازار ملک می‌دانند. کارشناسان بازار مسکن معتقدند این مقطع دست کم تا بهمن ماه سال جاری ادامه خواهد داشت. در این راستا، عباس زینعلی، کارشناس اقتصاد مسکن در تحلیل شرایط کنونی می‌گوید: اصولا باید دوره رکود مسکن تاکنون تمام می‌شد ولی با توجه به شرایط سیاسی جهانی و بحث کرونا مقداری طول کشید. به احتمال زیاد در سال ۱۴۰۰ با توجه به اینکه بسیاری از فعالیتها دچار زیان و ضرر شدهاند گرایش به سمت ساخت و ساز مسکن بیشتر شود؛ زیرا تنها بازاری است که میتواند بخشی از زیانهای حاصله را تامین کند. تقاضای نهفتهای در بخش مسکن وجود دارد و به همین لحاظ در آن مقطع ساخت و ساز بهترین فعالیت خواهد بود. این کارشناس بازار مسکن درباره پیش بینی از قیمت مسکن گفت: امتداد رکود فعلی تاثیر جزئی در کاهش قیمت مسکن خواهد داشت ولی بعید است با توجه به اندازه‌هایی که در مقادیر اقتصادی به وجود آمده قیمت‌ها افت شدیدی را تجربه کند. دامنه نوسان کاهشی بازار مسکن بسیار کمتر از انتظار خواهد بود. حتی اگر تقاضای سفته بازی تحریک شود جا برای افزایش وجود دارد. لذا دولت باید از ورود نقدینگی بی حساب به بازار مسکن جلوگیری کند. سیاست‌های مالیاتی در بخش معاملات سوداگرانه ملک می‌تواند موثر باشد اما نکته اصلی هدایت نقدینگی به سمت بازارهای مولد و بورس است. همچنین مهدی روانشادنیا از کارشناسان بازار مسکن می‌گوید: به طور کلی در دهه‌های گذشته معمولا متوسط قیمت مسکن در تهران با متوسط ۱۰۰۰ دلار در متر مربع مقیاس شده است. در دوره‌هایی این نرخ به ۶۰۰ دلار و در زمان‌هایی تا ۱۴۰۰ دلار هم بالا رفته است. قیمت فعلی روی ۱۰۰۰ دلار است و در واقع با میانگین بلندمدت برابری می‌کند. اگر در ماه‌های آینده دلار کاهشی شود قیمت مسکن برای یک دوره سه تا چهار ساله به ثبات می‌رسد.

به اعتقاد وی، رفتار بازار مسکن این گونه است که عدد اسمی آن کاهشی نمی‌یابد بلکه وارد ثبات می‌شود. وقتی این اتفاق می‌افتد از تورم بقیه کالاها عقب می‌ماند؛ تا دوره بعدی که مجددا بازارها دچار جهش شوند.

خبرخوان

«بلومبرگ» بررسی کرد

تغییر روند تجارت ایران و ترکیه

تحریم‌های آمریکا و شیوع کرونا، تغییرات چشمگیری را در روابط تجاری ترکیه و ایران به همراه داشته است.

به گزارش «بلومبرگ»، مرزهای زمینی میان دو کشور برای دسترسی ایران به کالاهای خارجی به خصوص در دوران تحریم‌ها حائز اهمیت بوده است. ترکیه به مدت چندین دهه مشتری نفت و گاز ایران بوده است و به نوبه خود مقصد محبوب گردشگری ایرانی‌ها بوده و ایران نیز یکی از بازارهای منطقه‌ای کالاهای این کشور بوده است.

اما ترامپ در سال ۲۰۱۸ از توافق هسته‌ای که در دوران اوباما امضا شده بود، خارج شد و تحریم‌های اقتصادی علیه ایران را مجددا وضع کرد. سال بعد از آن ترکیه تحت فشارهای آمریکا خرید نفت از ایران را که بزرگترین تامین‌کننده نفت این کشور بود، متوقف کرد. واردات گاز ترکیه از ایران هم با تلاش این کشور برای کاهش وابستگی به ایران و روسیه، کاهش پیدا کرد.

اکنون تجارت دوجانبه میان دو همسایه کاهش پیدا کرده و همزمان سرمایه‌های ایرانی در ترکیه افزایش پیدا کرده است.

از زمان خروج از برجام آمریکا و کاهش صادرات نفت ایران، هزاران ایرانی دارایی‌های‌شان را به بخش املاک ترکیه منتقل کرده‌اند و امسال برای نخستین بار ایرانی‌ها از عراقی‌ها به عنوان بزرگترین خریداران خانه در ترکیه پیش افتاده‌اند و چندین ماه است که این جایگاه برتر را حفظ کرده‌اند.

صادرات گاز ایران به ترکیه پس از انفجاری که در خط لوله گاز روی داد، به مدت حدود سه ماه متوقف شد و آمار صادرات را تحت تاثیر قرار داد. گزارش سازمان رگولاتوری بازار انرژی ترکیه (EPDK) نشان می‌دهد در ماه اوت که آخرین آمار موجود بوده، میزان صادرات ۳۰درصد پایین متوسط پنج ساله بوده است. تلاش ترکیه برای متنوع کردن منابع تامین گاز از جمله ساخت پایانه جدید LNG، خطوط لوله با روسیه و جمهوری آذربایجان و اکتشافات گازی این کشور در دریای سیاه ممکن است صادرات گاز ایران را در مذاکرات تجدید قرارداد خرید گاز تحت تاثیر قرار داده و کمتر کند.

ایران معمولا مازاد تجاری با ترکیه داشته است اما از زمان خروج آمریکا از برجام در سال ۲۰۱۸، حجم مازاد تجاری کاهش پیدا کرده و ایران امسال برای نخستین بار از سال ۲۰۱۶ در مسیر ثبت کسری تجاری با ترکیه قرار دارد. طبق آمار وزارت بازرگانی ترکیه، مجموع تجارت دو کشور از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۹ به میزان ۳۸ درصد کاهش پیدا کرده است.

وزارت تعاون شفاف‌سازی کرد

متقاضیان یارانه ۱۰۰ هزار تومانی بخوانند

شاید برای بسیاری از مخاطبان این سوال مطرح شده است که آیا مشمول یارانه یکصد هزار تومانی هستند یا نه. در پاسخ به این سوال، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در گزارشی به همه سوالاتی که ممکن است برای شهروندان در رابطه با یارانه یکصد هزار تومانی مطرح شده باشد، جواب داد و نوشت: حمایت جبرانی معیشت خانوارها به افرادی تعلق می‌گیرد که درآمد ثابتی نداشته باشند، متقاضی وام یک میلیون تومانی کرونایی در ابتدای سال بوده باشند و دریافت‌کننده بسته حمایت معیشتی باشند.

به دنبال ارسال سوالات مطرح شده از سوی برخی رسانه‌های گروهی درخصوص چگونگی حمایت جبرانی معیشت خانوارها در محدودیت‌های شدید کرونایی، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به این سوالات پرتکرار به شرح زیر پاسخ داده است.

* آیا افرادی که یارانه‌بگیر هستند ولی بسته معیشتی را دریافت نمی‌کنند و حقوق ثابت و بیمه نیز ندارند مشمول دریافت این بسته می‌شوند؟ خیر، بسته جدید یارانه معیشتی فقط به افرادی تعلق می‌گیرد که بسته حمایت معیشتی دریافت می‌کنند.

* آیا کارگرانی که بیمه تأمین اجتماعی دارند، مشمول دریافت بسته حمایتی یارانه می‌شوند؟ خیر، این بسته به افرادی تعلق می‌گیرد که اولاً درآمد ثابتی نداشته باشند، دوم متقاضی وام یک میلیون تومانی کرونایی در ابتدای سال بوده باشند، سوم اینکه دریافت‌کننده بسته حمایت معیشتی باشند.

* چرا بسته جدید یارانه معیشتی به تمام یارانه‌بگیران تعلق نمی‌گیرد؟ وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی صرفاً مجری سیاست‌های ستاد مقابله با کرونا و تصمیمات اتخاذشده در این زمینه است.

* اگر کسی وام یک میلیونی را درخواست کند آیا مشمول دریافت کمک بلاعوض یکصد هزار تومانی نیز می‌شود؟ بله، افراد مشمول بسته جدید معیشتی، یکصد هزار تومان بابت هر یک از اعضای خانواده در چهار ماه پایانی سال و همچنین وام یک میلیون تومانی را نیز دریافت می‌کنند. این افراد در مجموع ۲۹ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر هستند.

* تا چه زمانی امکان تقاضای دریافت وام یک میلیون تومانی بسته یارانه معیشتی وجود دارد؟ از تاریخ چهارم تا یازدهم آذرماه به مدت یک هفته.

* چرا در برخی از موارد امکان ارسال کد ملی به سرشماره ۶۳۶۹ وجود ندارد؟ تنظیمات برخی از گوشی‌های تلفن همراه به گونه‌ای است که نیازمند اضافه کردن ۹۸+ قبل از ۶۳۶۹ هستند. در واقع، در این گوشی‌ها ارسال پیامک به صورت ۹۸۶۳۶۹ + خواهد بود.

* من یک کارگر باربر هستم و حقوق ثابت ندارم. آیا مشمول دریافت این بسته جدید حمایتی می‌شوم؟ هر فردی که حقوق ثابت نداشته باشد و در فهرست معیشتی‌بگیران است و در فهرست اول سال حضور داشته باشد مشمول دریافت این بسته می‌شود.

* آیا این بسته معیشتی به اعضای انجمن صنفی کارگران ساختمانی که دارای پرداخت بیمه هستند تعلق می‌گیرد؟ اگر فردی مشمول پرداخت بیمه شود چه کارگر ساختمانی و چه کارگر غیرساختمانی مشمول دریافت این بسته نمی‌شود. به زبان دیگر، تمامی بیمه شدگان تأمین اجتماعی مشمول دریافت این بسته نمی‌شوند.

* چگونه می‌توان پیگیری کرد که آیا وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی پیامک‌های ارسالی را دریافت کرده است؟ همان‌طور که در اطلاعیه وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی درخصوص بسته جدید حمایت معیشتی اعلام شد، به افرادی که مشمول دریافت این بسته هستند به نحو مقتضی اطلاع‌رسانی خواهد شد.

بانک نامه

اخطارهای نظارتی بانک مرکزی چقدر در بهبود عملکرد بانک‌ها موثر است؟

اثربخشی اخطارهای نظارتی بانک مرکزی

یکی از وظایف مهم بخش نظارت بانک مرکزی ارزیابی عملکرد بانک‌ها و شناسایی بانک‌های در معرض خطر است که با صدور اخطار، اقدامات اجرایی را برای اصلاح عملیات بانکی آنها پیشنهاد می‌کند. از آنجا که اخطار رسمی ممکن است بانک را با خطر ورشکستگی مواجه سازد، در گام نخست اخطار غیررسمی به بانک در معرض خطر ارسال می‌شود. در این میان، اثربخشی اخطارهای غیررسمی بر بهبود عملکرد بانک‌ها دارای اهمیت است. اعظم احمدیان در مقاله‌ای که با عنوان «اثربخشی اخطارهای بخش نظارت بانک مرکزی بر عملکرد شبکه بانکی ایران» در شماره ۹۳ فصلنامه «پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی» منتشر کرده سعی کرده با توجه به عدم دسترسی به آمار اخطارهای بخش نظارت و همچنین با توجه به ادبیات نظری و تجربی موجود در زمینه اعمال اخطارهای بخش نظارت، شاخصی مناسب برای این متغیر طراحی و اثربخشی آن را بر عملکرد شبکه بانکی کشور در دوره زمانی ۱۳۹۵-۱۳۸۵ بررسی کند. به همین منظور ابتدا با به‌کارگیری یک روش اقتصادسنجی، احتمال دریافت اخطار از سوی بخش نظارت را استخراج و سپس با به‌کارگیری روش داده‌های تابلویی اثربخشی اعمال اخطار بر عملکرد بانک‌ها را بررسی می‌کند. نتایج حاصل از مدل بیانگر این است که اعمال اخطار از سوی بخش نظارت با وقفه بر بهبود عملکرد بانک‌ها اثر دارد.

چند روش برای نظارت بر عملکرد بانک‌ها

نظارت بانکی ابزاری است که به ممانعت از رخداد ریسک سیستماتیک و هم به افزایش شفافیت و اثربخشی بخش بانکی برای حفاظت از سپرده‌گذاران خرد کمک می‌کند. کمیته بال اصول نظارتی را طراحی و برای اجرا آن را به بانک‌ها پیشنهاد کرده است. در ادبیات نظری، چند روش برای نظارت بر عملکرد بانک‌ها بیان شده است. در برخی از کشورها، دولت بخش مجزا از بانک مرکزی تعریف می‌کند که مسئول نظارت بر عملکرد بانک‌ها است. در این کشورها دولت سعی می‌کند امکان ورشکستگی بانک‌ها را با روش‌هایی نظیر مالکیت بانک‌ها، ادغام بانک‌ها و ایجاد محدودیت در فعالیت‌های واسطه‌گری مالی کاهش دهد. چنین دولتی بخش نظارتی قوی ایجاد می‌کند که به‌طور کامل بر نظم و انضباط بانک‌ها نظارت کند. در موارد دیگر، نظارت ملموس وجود دارد و بانک‌ها در چارچوب بازار آزادانه فعالیت می‌کنند. برخی از محققان می‌گویند که دیدگاه اول مربوط به دیدگاه نفع عمومی و دومی مربوط به دیدگاه نفع خصوصی است، اما بعضی از دیگر محققان دیدگاه نظارت رسمی را بیان می‌کنند. این دیدگاه بر این فرض بنا شده است که دولت به‌عنوان نهاد ناظر در تلاش است تا عدم تقارن اطلاعات و هزینه معاملات بانکی را کاهش دهد و حاکمیت شرکتی بانک‌ها را بهبود ببخشد، به‌خصوص زمانی که نهاد خصوصی منابع کافی برای کنترل عملکرد بانک‌ها نداشته باشد.

دیدگاه مقرراتی سیاسی نزدیک‌ترین دیدگاه به دیدگاه نفع عمومی است. در این دیدگاه، سیاستمداران رفاه اجتماعی را حداکثر نمی‌کنند و ممکن است بانک‌ها را مجبور به ارائه تسهیلات به بنگاه‌های سیاسی کنند. این دیدگاه برخلاف دیدگاه نفع خصوصی است که براساس آن بانک‌ها می‌توانند ناظرانی را تعیین کنند که نفع بانک را تامین کنند، نه نفع جامعه را. دیدگاه مقرراتی ـ سیاسی ممکن است کارایی بانک‌ها را در تخصیص سرمایه کاهش دهد. گروهی از محققان دیدگاهی را تحت عنوان دیدگاه ناظر مستقل بیان می‌کنند. این نظریه براساس این دیدگاه بنا شده که ایجاد یک نهاد نظارتی رسمی که مستقل از دولت باشد، با ناظرانی که به‌دنبال تامین رفاه اجتماعی باشند، در واقع بر مسئله تخصیص ضعیف اعتبارات غلبه کنند. درحالی‌که در همان زمان برای حفظ منابع ناشی از بهبود عدم تقارن اطلاعات نهاد ناظر برای بخش خصوصی نیز عملیات نظارت را انجام می‌دهد. دیدگاه دیگری نیز مطرح است تحت نام دیدگاه توانمندسازی که نزدیک‌ترین دیدگاه به دیدگاه نفع خصوصی است. محققان طرفدار این دیدگاه بیان می‌کنند که این نظریه بیانگر محدودیت قدرت ناظران است اما تلاش می‌کند ناظرانی را با قدرت کافی ایجاد کند که آنها بتوانند اطلاعات بانک‌ها را در اختیار بخش خصوصی قرار دهند تا بخش خصوصی بتواند عملکرد بانک‌ها را بهتر کنترل و مدیریت کند. در عین حال، مدیریت بانک برای تخصصی کاراتر منابع تشویق می‌شود و اعتبارگیرندگان بانک‌ها کمتر با سیاستمداران مرتبط هستند.

دستاوردهای پژوهش: اصلاح با وقفه

برای بانک مرکزی حفظ سلامت بانک‌ها دارای اهمیت است. برای دستیابی به این هدف از ابزار نظارت بر عملکرد بانک‌ها استفاده می‌کند. وظیفه بخش نظارت ارزیابی دوره‌ای عملکرد بانک‌ها و شناسایی بانک‌های در معرض خطر است. به این ترتیب، با شناسایی بانک‌های در معرض خطر، اخطارهایی برای اصلاح عملیات بانکی برای بانک‌ها ارسال می‌شود و اقدامات اجرایی پیشنهاد می‌شود. از آنجا که اعمال اخطار به‌صورت رسمی ممکن است بانک را در معرض هجوم سپرده‌گذاران قرار دهد، بخش نظارت از اعمال اخطار به‌صورت غیررسمی استفاده می‌کند و در صورت عدم اصلاح عملکرد بانک موردنظر، اخطار به‌صورت رسمی اعلام می‌شود. در این پژوهش، شاخصی که گویا اعمال اخطار از سوی بخش نظارت بانکی باشد طراحی شده و سپس با طراحی یک مدل علمی، احتمال دریافت اخطار برای هر بانک محاسبه شد. نتایج حاصل از برآورد مدل علمی حاکی از قدرت طبقه‌بندی صحیح مشاهدات به مقدار ۶۳ درصد و قدرت پیش‌بینی معنادار است. پس از استخراج احتمال دریافت اخطار، یک مدل پانل طراحی شد و اثربخشی اخطار بخش نظارت بر عملکرد بانک‌ها بررسی شد. نتایج حاصل از این مدل بیانگر اثربخشی اعمال اخطار از سوی بخش نظارت با وقفه است. اخطار بخش نظارت در دوره جاری رابطه معناداری با عملکرد بانک‌ها ندارد، اما اعمال اخطار از سوی بخش نظارت در دوره‌های قبلی اثر معناداری بر عملکرد بانک‌ها دارد و باعث بهبود عملکرد بانک‌ها می‌شود به‌طوری‌که بانک‌هایی که در دوره‌های قبل ازسوی بخش نظارت اخطار دریافت کرده‌اند، با بهبود سودآوری و کیفیت دارایی و کفایت سرمایه همراه می‌شوند. علت تاخیر در تاثیر اعمال اخطار این است که ارزیابی عملکرد بانک‌ها عمدتا با وقفه یک‌دوره‌ای انجام می‌شود بنابراین پس از اعمال اخطار، بانک‌ها تلاش می‌کنند عملیات بانکی را اصلاح کنند تا در دوره‌های آتی، رتبه‌بندی در عملکرد بانکی به دست آورند. با توجه به جدید بودن موضوع مطرح‌شده در این تحقیق، پیشنهاد می‌شود بخش نظارت بانک مرکزی ضمن طراحی شاخص‌هایی استاندارد برای ارزیابی عملکرد بانک‌ها، کنترل لازم را بر اثربخشی اخطارها و اقدامات اجرایی اعمال‌شده برای هر بانک بررسی کند. به این ترتیب، بخش نظارت قادر خواهد بود سیستمی شفاف برای ارزیابی عملکرد ارائه کند و در صورت عدم اصلاح فرآیند عملیات بانکی در بانک در معرض خطر، اخطار رسمی اعمال کند.

کاهش ۲هزار تومانی قیمت دلار در هفته اول آذرماه

سکه به کانال ۱۰ میلیون بازگشت

فرصت امروز: کاهش ۲ هزار تومانی قیمت دلار و بازگشت قیمت سکه به کانال ۱۰ میلیون تومان از مهمترین تحولات بازار ارز و سکه در هفته نخست آذرماه بودند. تقریبا از میانه آبان ماه بود که با شکست دونالد ترامپ در انتخابات سوم نوامبر، زمینه برای ریزش قابل توجه قیمت‌ها در بازار ارز و سکه فراهم شد. تخلیه حباب قیمت‌ها در این محدوده زمانی کماکان با آهنگی مداوم ادامه داشت، تا اینکه در اولین هفته آذرماه قیمت دلار با کاهشی نزدیک به ۲ هزار تومان در کانال ۲۴ هزار تومان قرار گرفت. با اینکه دادوستد دلار در بازار آزاد در ابتدای این هفته از کانال ۲۶ هزار تومان آغاز شد، اما تا پایان هفته نزدیک به ۲ هزار تومان افت قیمت داشت و نهایتا در کانال ۲۴ هزار تومان پایان گرفت. همچنین خرید و فروش یورو هم از میانه کانال ۳۰ هزار تومان در ابتدای هفته به کف کانال ۲۹ هزار تومان در پایان هفته رسید. از سوی دیگر، قیمت سکه نیز به تبعیت از کاهش قیمت ارز و همچنین کاهش قیمت اونس طلا نزدیک به یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان در طول هفته کاهش یافت و به کانال ۱۰ میلیون تومان برگشت.

دلار به سد سخت مقاومتی نزدیک می‌شود

بازار ارز در هفته گذشته، روزهای آرامی و کم نوسانی را سپری کرد. معاملات ارز ابتدا با ثبت نرخ دلار ۲۶ هزار و ۴۵۰ تومان در صبح شنبه آغاز شد و در پایان روز به قیمت ۲۵ هزار و ۹۰۰ تومان رسید. این روند نزولی تا میانه روز یکشنبه ادامه پیدا کرد و قیمت دلار در بازار غیررسمی به ۲۵ هزار و ۴۰۰ تومان هم رسید، اما در ساعات پایانی کار رسمی صرافی‌ها و در ادامه آن در معاملات شبانه، که پس از توقفی چند روزه در هفته پیش مجددا فعالیت خود را آغاز کرده‌اند، تلاش‌ها برای افزایش قیمت ارز آغاز شد. بر همین اساس در روز دوشنبه که به گواهی شاهدان عینی کم‌معامله‌ترین روز معاملاتی هفته گذشته بود، قیمت دلار تا سقف ۲۵ هزار و ۸۵۰ تومان نیز افزایش یافت. به همین دلیل بازارساز نیز قیمت دلار در صرافی‌های بانکی که در روز یکشنبه به ۲۵ هزار و ۴۵۰ تومان کاهش یافته بود را به ۲۵ هزار ۵۵۰ تومان افزایش داد. ولی در نهایت این تلاش دلالان بازار ارز نیز توفیق چندانی کسب نکرد و بازار ارز روز سه‌شنبه کار خود را با اختلاف قیمتی معنادار در مرز ۲۵ هزار تومان آغاز کرد.

با این وجود بازار ارز در هفته‌ای که گذشت، برای تجربه قیمت‌گذاری دلار در کانال ۲۴ هزار تومانی تا چهارشنبه صبر کرد و از میانه این روز معاملاتی صرافی‌های بانکی با کاهش قیمت فروش دلار خود به قیمت ۲۴ هزار و ۹۷۰ تومان، تلاش جدی خود برای شکست مقاومت بازار مقابل کاهش قیمت از کانال ۲۵ هزار تومان را آغاز کرد که موفق بود. بر این اساس بازار غیررسمی ارز در هفته‌ای که گذشت کار خود را در حالی به پایان رساند که دلار در محدوده قیمتی ۲۴ هزار و ۵۵۰ تومان قیمت‌گذاری شد. بهای خرید و فروش یورو هم در بازار آزاد هفته گذشته از قیمت ۳۰ هزار و ۶۰۰ تومان در روز شنبه آغاز و در پایان هفته در مرز قیمت ۲۹ هزار تومان متوقف شد.

البته کاهش ۲هزار تومانی قیمت دلار و ۶۰۰ تومانی یورو در هفته گذشته به معنای فروکش کردن میل بازار برای کاهش قیمت‌ها نیست. علاوه بر اینکه وزن قیمت‌گذاری دلار در معاملات شبانه‌ای فعالان بازار ارز در محدوده ۲۴ هزار و ۴۰۰ تا ۲۴ هزار و ۵۰۰ قرار گرفته است، نحوه فعالیت بازارساز هم نشاندهنده تلاش فعالان عمده بازار برای ادامه کاهش قیمت ارز تا خالی شدن حباب موجود در بهای آن است. بازارساز در هفته‌ای که گذشت همواره قیمت خرید دلار در صرافی‌های بانکی را نسبت به قیمت فروش آن، بین ۱۰۰۰ تا یک هزار و ۴۰۰ تومان کمتر از قیمت فروش دلار نگاه داشت. این اختلاف قیمتی برای یورو نیز ۱۰۰۰ تا یک هزار و ۲۰۰ تومان بود. به اعتقاد کارشناسان، وجود این اختلاف معنادار نشاندهنده این است که بازارساز همچنان در انتظار کاهش بیش از این قیمت‌ها است. براساس ارقام ثبت شده بر تابلوهای صرافی‌های بانکی در هفته گذشته می‌توان این برداشت را داشت که خرید و فروش دلار در کانال ۲۳ هزار تومان و همچنین خرید و فروش یورو در کانال ۲۸ هزار تومان، ارقامی هستند که بازارساز برای دلار و یورو طی چند روز آتی پیش‌بینی کرده است.

سکه چطور به کانال ۱۰ میلیون تومان برگشت؟

قیمت سکه نیز در هفته گذشته با افت یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومانی به کانال ۱۰ میلیون تومان برگشت. در این هفته همزمان با افزایش امیدواری‌ها نسبت به واکسن کرونا، قیمت اونس جهانی طلا با کاهش بیش از ۶۰ دلاری مواجه شد. از آنجا که بازار ارز در هفته‌ای که گذشت به سمت کاهش قیمت حرکت کرد، طبیعتا شاهد کاهش قیمت‌ها در بازار طلا و سکه بودیم. بر این اساس، قیمت سکه با کاهش یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومانی نسبت به ابتدای هفته، به کانال ۱۰ میلیون تومانی در پایان هفته رسید و ۱۰ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان قیمت خورد.

همچنین هر قطعه سکه تمام طرح قدیم به۱۰ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان رسید. هر قطعه نیم سکه نیز با کاهش ۶۰۰ هزار تومانی به ۵ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان، ربع سکه با کاهش ۳۰۰ هزار تومانی به ۴میلیون تومان و سکه گرمی با کاهش ۱۰۰ هزار تومانی به ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان رسید. هر گرم طلای ۱۸ عیار هم نسبت به ابتدای هفته، ۱۰۰ هزار تومان افت قیمت پیدا کرد و یک میلیون و ۴۶ هزار و ۹۰۴ تومان تعیین قیمت شد. هر مثقال طلای ۱۸ عیار نیز در طول هفته ۴۴۰ هزار تومان کاهش قیمت داشت و به ۴ میلیون و ۵۳۵ هزار تومان رسید. در حال حاضر هر قطعه سکه حدود ۶۰۰هزار تومان حباب دارد و آخرین قیمت ثبت شده برای هر اونس طلا نیز ۱۸۰۹ دلار و ۶۷ سنت است.

آیا واکسن‌های کرونا به روند صعودی طلا خاتمه دادند؟

قیمت طلا با امیدواری سرمایه‌گذاران به پایان همه‌گیری ویروس کرونا تحت تاثیر اخبار مثبت از ساخت واکسن‌های موفق برای کووید-۱۹ و سرازیر شدن سرمایه‌ها به سوی دارایی‌های پرریسک، از اوج اخیرش فرود آمده است.

به گزارش ایسنا، برخی از تحلیلگران معتقدند که طلا به اوج قیمتش رسیده است اما برخی دیگر می‌گویند طلا همچنان برای مدتی فضا برای افزایش قیمت دارد.

طلا همواره یک پناهگاه امن دارایی به شمار رفته و سرمایه‌گذاران در شرایطی که همه‌گیری ویروس کرونا صدمات سنگینی بر پیکر اقتصاد جهانی وارد کرد، میزان بالایی از این فلز ارزشمند را خریداری کردند. این خریدها قیمت اونس طلا را از ۱۵۰۰ دلار در ژانویه به رکورد ۲۰۷۲ دلار در اوت رساند و موسسات و بانک‌هایی نظیر بانک آمریکا پیش‌بینی کردند قیمت اونس طلا به زودی به ۳۰۰۰ دلار می‌رسد، اما اعلام ساخت چندین واکسن موثر کووید- ۱۹ در ماه جاری، انتظارات برای بهبود اقتصادی را تقویت کرده و باعث سقوط اونس طلا به ۱۸۰۰ دلار شد.

کارستن منکه، تحلیلگر گروه بانکی جولیوس بائر در این باره گفت: بازارهای طلا و نقره نفس کم آورده‌اند. همانطور که انتظار می‌رود ادامه بهبود فضای اقتصادی در سال آینده باعث ضعیف شدن تقاضا برای دارایی امن شده است.

طبق اعلام بانک آمریکا، سرمایه‌گذاران در هفته منتهی به ۱۸ نوامبر، ۴میلیارد دلار سرمایه از صندوق‌های طلا خارج کردند. این بانک از هدف قیمت ۳۰۰۰ دلار برای اونس طلا دست کشید.

تغییر دورنمای طلا در نسبت ارزش طلا به مس که یک فلز صنعتی است و با رشد اقتصادی تقویت می‌شود، منعکس شده است. نسبت ارزش طلا به مس از ۱۱۰۰۰ در آوریل به ۸۰۰۰ کاهش پیدا کرده است. بازده اوراق قرضه ۱۰ ساله آمریکا بالاتر رفته است زیرا سرمایه‌گذاران به فروش اوراق قرضه پرداخته‌اند که یک دارایی امن دیگر به شمار می‌رود. این امر ممکن است جذابیت سرمایه‌گذاری در طلا را کمتر کرده زیرا این فلز دارایی بدون بازدهی بوده و وقتی که اوراق قرضه بازدهی ندارند، محبوبیت بیشتری پیدا می‌کند.

به گفته تحلیلگران شرکت مک کواری، حتی با در نظر گرفتن نرخ تورم هم بازده اوراق قرضه رشد بیشتری پیدا می‌کند و اونس طلا به اوج قیمت خود رسیده است و تا پایان سال ۲۰۲۱ به ۱۵۵۰ دلار کاهش پیدا می‌کند. با این وجود، بسیاری از تحلیلگران تصور می‌کنند که طلا هنوز فضا برای صعود به قیمت بالاتر دارد. بانک آمریکا با وجود اینکه قیمت مورد پیش‌بینی برای اونس طلا را تعدیل کرده اما کاملا بدبین نشده است و همچنان انتظار دارد اونس طلا در سال میلادی آینده به بالای ۲۰۰۰ دلار صعود کند و در فاصله سال ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۵ در محدوده ۱۹۰۰ تا ۱۹۵۰ دلار قرار گیرد.

تحلیلگران سیتی بانک هم انتظار دارند میانگین قیمت اونس طلا در سال ۲۰۲۱ به ۲۱۰۰ دلار و در سال ۲۰۲۲ به ۲۲۰۰ دلار برسد.

براساس گزارش رویترز، اوله هانسن، تحلیلگر بانک ساکسو اظهار کرد بانک‌های مرکزی احتمالا نرخ‌های بهره را پایین نگه خواهند داشت که بازده اوراق قرضه را محدود می‌کند و تزریق نقدینگی به سیستم مالی، تهدید تورم را افزایش داده است که می‌تواند تقاضا برای طلا را تقویت کند. وی در ادامه افزود: واکسن می‌تواند ویروس را بکشد اما کوهی از بدهی را از بین نمی‌برد. دلار با بهبود اقتصاد جهانی، ضعیف‌تر می‌شود و طلا را برای خریداران در خارج از آمریکا ارزان‌تر می‌کند.

طلا در مسیر ثبت سومین کاهش هفتگی متوالی قرار دارد و از ابتدای هفته جاری تاکنون ۳.۳ درصد کاهش داشته است. بهای هر اونس طلا برای تحویل فوری در معاملات روز جمعه ۰.۲ درصد کاهش یافت و به ۱۸۰۷ دلار و ۸۶ سنت رسید. در بازار معاملات آتی آمریکا، هر اونس طلا ثابت بود و در ۱۸۰۶ دلار ایستاد.

بانک‌ها هفته جاری تعطیل نیستند

در پی تشدید شیوع ویروس کرونا و اعمال محدودیت‌ها و تعطیلات کرونایی، رئیس سازمان امور اداری و استخدامی به تازگی از تعطیلی تمام ادارات به جز مراکزی که حضور آنها ضروری است، خبر داد که با این حساب، بانک‌ها به علت ضرورت خدمات‌رسانی آنها در هفته جاری همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

تشدید شیوع ویروس کرونا و ثبت رکوردهای فاجعه‌آور در ابتلا و مرگ و میر ناشی از این ویروس باعث شد تا محدودیت‌ها و تعطیلات کرونایی کمی جدی‌تر شود و کشور به مدت دو هفته نیمه تعطیل شود. در این بین، فعالیت‌ها در هر شهر و منطقه‌ای بسته به وضعیت ابتلا و مرگ و میر ناشی از کرونا متوقف یا نیمه متوقف شد؛ به‌گونه‌ای که بانک‌ها مکانی حائز اهمیت برای مردم در زمینه امور اقتصادی آنها است، در شهرهای با هشدار قرمز به صورت نوبتی با حداکثر ۵۰درصد از کارکنان خود و در شهرهایی با هشدار نارنجی به تعداد دو سوم کارکنان خود فعالیت می‌کنند. همچنین در سایر شهرها نیز با حضور ۱۰۰درصدی کارکنان به ارائه خدمات بانکی اقدام می‌کنند.

نکته حائز اهمیت در این زمینه ساعت کاری بانک‌ها است که تغییری نکرده است و مشتریان می‌توانند در روزهای هفته از ساعت ۸ تا ۱۴ و در پنجشنبه‌ها تا ساعت ۱۲:۳۰ از خدمات بانکی حضوری استفاده کنند، اما با اعلام رئیس سازمان امور اداری و استخدامی مبنی بر اینکه این هفته ادارات تعطیل هستند به جز عده‌ای که حضورشان با تشخیص بالاترین مقام دستگاه، ضروری تشخیص داده شود، این گمانه را در ذهن ایجاد کرد که آیا بانک‌ها شامل این قضیه می‌شوند یا خیر؟

به استناد اظهارات انصاری، در این هفته فقط کارکنان آن بخش که ارائه‌دهنده خدمات ضروری هستند باید در محل کار حاضر شوند و بخش‌های غیر ضروری تعطیلند بنابراین بانک‌ها در هفته جاری همچنان طبق آخرین بخشنامه ستاد کرونا که در بالا به آن اشاره شد، به فعالیت خود ادامه می‌دهند تا بخشنامه جدیدی به آنها ابلاغ شود.

طبق گفته رئیس سازمان امور اداری و استخدامی بانک‌ها می‌توانند کاهش حضور کارکنان را مدنظر قرار دهند، اما این کاهش حضور نباید منجر به اختلال در خدمات‌دهی بانک و تعدد مراجعه حضوری مردم شود. با این حساب، احتمال اینکه فعالیت‌های بانک‌ها در روزهایی کرونایی به سمت تعطیلی حرکت کند، بسیار کم است و بیشتر حول کاهش تعداد کارکنان یا ساعت کاری می‌چرخد.

شاخص بورس در هفته گذشته ۲۲ هزار واحد افزایش یافت و بازدهی ۱٫۶درصدی را ثبت کرد

پایان سبز بورس در هفته نخست آذرماه

فرصت امروز: بورس تهران پس از ثبت دو هفته متوالی نزولی، معاملات هفته نخست آذرماه را با رشد ۱٫۶ درصدی شاخص کل به پایان رساند که بیشترین درصد رشد این نماگر از میانه مهرماه بود. همچنین نگاهی به عملکرد صنایع سی‌وهشت‌گانه بورسی در این هفته از رشد شاخص صنعت در ۲۶ گروه در مقابل افت قیمت‌ها در ۱۱صنعت حکایت دارد.

در این بین، بیشترین رشد هفتگی به گروه استخراج نفت و گاز با تک سهم «حفاری» رسید. این شرکت در این هفته گزارش ۶ ماهه خود را تعدیل کرد و سود ۱۵۰۳ ریالی را به ۲۲۰۳ ریال افزایش داد. «حفاری» با وجود اینکه در این هفته تنها دو روز کاری داشت اما در بازگشایی رشد ۱۱درصدی را ثبت کرد و روز پایان هفته را نیز در سقف مجاز روزانه دادوستد شد تا در صدر گروه‌های پربازده بورس تهران در این هفته بایستد. گروه محصولات کاغذی نیز شرایط مشابهی را تجربه کرد و به واسطه بازگشایی حدود ۱۲درصدی «چکاپا» در آخرین روز کاری هفته، در مجموع با رشد هفتگی ۱۳٫۱ درصدی شاخص صنعت خود همراه شد و از این منظر در رتبه دوم ایستاد.

در میان گروه‌های کامودیتی محور بورس تهران نیز بیشترین رشد هفتگی از آن گروه فرآورده‌های نفتی با افزایش ۱۱ درصدی شد. پالایشی‌ها در دوره اصلاحی بورس تهران، سومین صنعت با بیشترین درصد افت بودند. از این جهت گروه مذکور مورد رصد فعالان بازار قرار دارد. در این میان رشد روزهای گذشته این نمادها سبب شده تا برخی دیگر با شک و تردید به این روند صعودی نگاه کرده و آن را رشدی در جهت راضی نگه داشتن خریداران صندوق ETF عنوان می‌کنند.

در این هفته فولادی‌ها روند پرنوسانی را تجربه کردند و در نهایت به افت هفتگی ۱٫۷ درصدی تن دادند. فولادی‌ها در روزهای اخیر با ابهامات و چالش‌های فراوانی درخصوص قیمت‌گذاری دستوری فولاد مواجه شدند. طبق شیوه‌نامه جدید تنظیم بازار فولاد، مبنای قیمت پایه عرضه فولاد در بورس کالا از ۹۵ درصد فوب صادراتی ایران به ۸۰ درصد قیمت فوب منطقه CIS تغییر کرد. ضمن اینکه اعلام شده کل تولیدات فولاد ابتدا باید در بورس کالا عرضه شوند و در صورتی که طی سه معامله متوالی برای نیمی از عرضه، تقاضا وجود نداشت، قیمت ۵ درصد دیگر کاهش می‌یابد. امری که طبیعتا کاهش درآمد حاصل از فروش شرکت‌های فولادی را به دنبال دارد. روز سه‌شنبه اما محمد نهاوندیان، معاون اقتصادی رئیس جمهور در پی اعتراضات به ایرادات شیوه‌نامه تنظیم بازار فولاد جلسه‌ای با انجمن فولاد، اتاق بازرگانی و بورس کالا ترتیب داد تا شیوه‌نامه مذکور اصلاح شود که تا حدودی سهامداران فولادی را امیدوار کرد.

در آن سوی بازار گروه تک سهم محصولات چرمی با نماد «وملی» افت ۱۴ درصدی را تجربه کرد. پس از آن شاهد کاهش ۵٫۱ درصدی میانگین قیمت سهام در گروه انتشار و چاپ بودیم. پتروشیمی‌ها نیز از افت قیمت در امان نماندند و شاهد کاهش ۴٫۵ درصدی میانگین قیمت سهام زیرمجموعه خود بودند.

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در پایان معاملات هفته نخست آذرماه ۲۲ هزار واحد افزایش یافت و با رسیدن به عدد یک میلیون و ۳۶۷ هزار واحد حدود ۱٫۶ درصد رشد کرد. همچنین شاخص کل (هم‌وزن) از رقم ۳۸۱ هزار و ۲۷۱ واحد به ۳۹۵ هزار و ۱۲۸ واحد و شاخص قیمت (هم‌وزن) از ۲۴۹ هزار و ۷۰۶ واحد به عدد ۲۵۸ هزار و ۷۳۷ واحد رسید. در پنج روز معاملاتی این هفته بورس نمادهای ایران خودرو، سایپا، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی، ملی صنایع مس ایران، بانک تجارت، پالایش نفت اصفهان و پالایش نفت تجارت در گروه نمادهای پربیننده قرار داشتند.

در هفته‌ای که گذشت زراعت و خدمات وابسته، عمده‌فروشی، محصولات کاغذی، سایر واسطه‌گری‌های مالی، بیمه و بازنشستگی، قند و شکر، بانک‌ها و موسسات اعتباری، محصولات کامپیوتری، الکترونیکی و نوری، فرآورده‌های نفتی، دارویی، رایانه، خرده‌فروشی، استخراج نفت و گاز به جز اکتشافات، دستگاه‌های برقی، ماشین‌آلات و تجهیزات، صنایع غذایی به جز قند و شکر، سیمان، آهک و گچ، خودرو و قطعات، محصولات چوبی، اطلاعات و ارتباطات، فعالیت‌های هنری، سرگرمی و خلاقانه، سایر حمل و نقل، استخراج زغال سنگ، سرمایه‌گذاری‌ها، کانی غیرفلزی، محصولات فلزی، استخراج سایر معادن، حمل و نقل انبارداری و ارتباطات، واسطه‌گری‌های مالی و پولی، استخراج کانه‌های فلزی و وسایل ارتباطی با بالاترین درصد بازدهی همراه بودند.

همچنین نماد منسوجات، فنی و مهندسی، عرضه برق، گاز، بخار و آب گرم، کاشی و سرامیک، لاستیک و پلاستیک، فلزات اساسی، چاپ، هتل و رستوران، پیمانکاری صنعتی، مخابرات، فعالیت‌های کمکی به نهادهای مالی واسط، انبوه‌سازی املاک و مستغلات، شیمیایی، چند رشته‌ای صنعتی و محصولات چرمی از جمله نمادهایی بودند که بازدهی منفی را در بازار به همراه داشتند.

نمادهایی مانند تلیسه نمونه (تلیسه)، پاکدیس (غدیس)، شیر و گوشت زاگرس شهرکرد (زشگزا)، کشاورزی و دامپروری بینالود (زبینا)، قند شیروان قوچان (قشیر)، قند اصفهان (قصفها)، کشت و صنعت دشت خرمدره (زدشت)، بهنوش (غبهنوش)، کشت و دام قیام اصفهان (زقیام)، مگسال (زمگسا)، تولید برق ماهتاب کهنوج (بکهنوج)، مارگارین (غمارگ)، لبنیات پاک (غپاک)، شرکت سرمایه‌گذاری بهمن (وبمهن)، صنعتی بهپاک (بهپاک)، بانک تجارت (وتجارت)، رینگ‌سازی مشهد (خرینگ)، گروه بهمن (خبهمن)، ایران دارو (دیران)، سیمان شرق (سشرق)، تجارت الکترونیک پارسیان کیش (تاپکیش)، سرامیک اردکان (کسرا)، کشت و دامداری فکا (زفکا)، قند هگمتان (قهکمت)، سیمان تهران (ستران)، شرکت سرمایه‌گذاری توسعه صنعتی ایران (وتوصا)، تراکتورسازی (تایرا)، بانک پارسیان (وپارس)، شکر شاهرود (قشکر)، بیمه معلم (ومعلم)، تامین سرمایه لوتوس پارسیان (لوتوس)، بیمه کوثر (کوثر)، آلومینیوم ایران (فایرا) و بانک سامان (سامان) جزو مثبت‌ترین نمادهای بازار بودند.

همچنین نهادهای مالی بورس انرژی (انرژی ۱)، آلومتک (فالوم)، فولاد آلیاژی یزد (فولای)، کیسون (کیسون)، آلومراد (فمراد)، گروه صنعتی سدید (وسدید)، قند مرودشت (قمرو)، شیشه قزوین (کقزوی)، لاستیک سهند (پسهند)، مهندسی حمل و نقل پتروشیمی (حپترو)، مدیریت انرژی تابان هور (وهور)، گروه صنعتی ملی (وملی)، سایپا دیزل (خکاوه)، آهن و فولاد ارفع (ارفع)، زامیاد (خزامیا)، شرکت سرمایه‌گذاری توس گستر (وتوس)، شرکت سرمایه‌گذاری نفت و گاز تامین (تاپیکو)، صنعتی پیام (لپیام)، فولاد کاوه جنوب کیش (کاوه)، کاشی سعدی (کسعدی)، تامین سرمایه امید (امید)، شرکت سرمایه‌گذاری شاهد (ثشاهد)، لیزینگ آریادانا (ولانا)، توسعه و عمران امید (ثامید)، عمران و توسعه شاهد (ثعمرا)، فولاد خوزستان (فخوز)، صنایع ریخته‌گری ایران (خریخت) و لاستیک یزد (پیزد) از جمله نمادهای منفی معاملاتی در بازار بودند.

خبرنامه

ماجرای راه‌اندازی تابلوی جدید در فرابورس

زمزمه‌های راه‌اندازی یک تابلوی جدید در فرابورس به نام «بازار هدف» به گوش می‌رسد و به نظر می‌رسد که قرار است این تابلو میزبان کسب و کارهای نوآفرین و دانش‌بنیان باشد. به گزارش ایسنا، بحث ورود شرکت‌های خصوصی به بازار سرمایه به عنوان یکی از اصلی‌ترین اولویت‌ها در جلسات شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی مطرح شد و در این راستا اتاق بازرگانی وعده داد مقدمات لازم برای این موضوع را فراهم کند. بر این اساس حسین سلاح‌ورزی، یکی از اعضای شورای عالی بورس و همچنین نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران چندی قبل در صفحه شخصی خود در توییتر نوشت: به زودی تابلوی جدیدی با نام «بازار هدف» راه‌اندازی می‌شود که در آن طیف وسیعی از کسب و کارهای نوین و دانش‌بنیان (حتی در مقیاس استارت‌آپی) امکان پذیرش خواهند داشت. او پیش‌بینی کرده با اجرای این طرح راه تازه‌ای برای تامین مالی کسب و کارهای نوآورانه در ایران گشوده خواهد شد. بر این اساس فرابورس اعلام کرده است که آخرین دستورالعمل و شرایط پذیرش شرکت‌ها در این بازار به زودی اعلام می‌شود و قرار است بسیاری از پرونده‌هایی که برای فرابورس ارسال می‌شود و شرایط بازار اول و بازار دوم را احراز نمی‌کنند در بازار هدف پذیرش شود. در این راستا شرکت پیشگامان فناوری دانش آرامیس با نام تجاری «تپسی» پس از ارزیابی کارشناسی به صورت مشروط در بازار دوم فرابورس پذیرش شده و قرار است حسابرسی ویژه‌ای در مورد این شرکت انجام شود و چنانچه شرایط پذیرش در بازار دوم را کسب نکرد، پذیرش در بازار هدف به این شرکت پیش‌بینی شده است و ممکن است تپسی نخستین شرکتی باشد که در بازار هدف پذیرش خواهد شد.

حمایت پارلمان بخش خصوصی از شیوه‌نامه ساماندهی فولاد

تعیین قیمت برمبنای رقابت در بورس کالا

اتاق بازرگانی ایران، «شیوه‌نامه ساماندهی عرضه و تقاضای زنجیره فولاد» را مطابق با نظرات کارشناسی دانست و از آن حمایت کرد. در اطلاعیه اتاق ایران آمده است: با تصمیم ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، «شیوه‌نامه ساماندهی عرضه و تقاضای زنجیره فولاد» جهت اجرا، ابلاغ شد. براساس شیوه‌نامه جدید که مطابق با نظرات کارشناسی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران است، دولت قبول کرده است که قیمت برمبنای رقابت در بورس کالا کشف و تعیین شود. اتاق ایران، تیرماه سال جاری به درخواست وزارت صنعت، معدن و تجارت، گزارش جامعی را درخصوص قیمت‌گذاری زنجیره آهن و فولاد منتشر کرد. مطابق این گزارش که با استفاده از توان کارشناسی کمیسیون‌های تخصصی و با محوریت کمیسیون اقتصاد کلان اتاق ایران و همچنین انجمن‌های تخصصی فعال در زنجیره آهن و فولاد تهیه شده است، نسبت به کاهش شدید سرمایه‌گذاری در صنایع بالادستی (معادن سنگ‌آهن، کنسانتره، گندله و آهن اسفنجی)، عدم سوددهی معادن بزرگ و ضرردهی و تعطیلی معادن کوچک به دلیل فروش محصولات خود تا ۵۰ درصد ارزان‌تر از نرخ‌های جهانی و درنهایت کاهش بهره‌وری کارخانجات فولاد به دلیل بهره‌گیری از نهاده ارزان در پی دخالت دولت در قیمت‌گذاری و صادرات محصولات زنجیره آهن و فولاد هشدار داده شده بود.» در ادامه اطلاعیه آمده است: «همچنین تأکید شده بود، جلوگیری از تداوم وجود رانت در قیمت‌گذاری محصولات، حذف واسطه‌ها، حمایت از معادن کوچک و متوسط به‌عنوان ایجادکنندگان حجم اصلی اشتغال این حوزه و در نهایت جلوگیری از ایجاد شوک قیمتی به بخش فولاد جهت دستیابی به توازن و توسعه بلندمدت زنجیره آهن و فولاد ضروری است. حال با ابلاغ شیوه‌نامه جدید ساماندهی عرضه و تقاضای زنجیره فولاد، فعالان بخش خصوصی بر این باورند تأکید این دستورالعمل در عرضه همه محصولات بالادستی و پایین‌دستی زنجیره از طریق بورس کالا و کشف قیمت واقعی بر اساس عرضه و تقاضای بازار، گامی مهم در جهت قطع رانت و ایجاد توازن در زنجیره آهن و فولاد است. به اعتقاد فعالان این حوزه، تأکید بر بهره‌مندی از ظرفیت‌های بورس کالا، سرمنشأ اصلاحات مؤثر در زنجیره آهن و فولاد و ایجاد توازن در صنایع بالادست و پایین‌دست است و این دستورالعمل تأکید ویژه‌ای بر استفاده از ظرفیت‌های بورس کالا در عرضه تمام محصولات زنجیره داشته است که جدیت در این اقدام منجر به کاهش دخالت‌های دستوری دولت در قیمت‌گذاری و ایجاد فضا برای تخصیص بهینه منابع خواهد شد.»

آگهی مناقصه

فرماندهی انتظامی استان لرستان در نظر دارد به منظور احداث ساختمان کلانتری ۱۵ جهان آباد شهرستان بروجرد با مشخصات و شرایط ذیل نسبت به برگزاری تشریفات قانونی مناقصه اقدام نماید.

الف) مشخصات فنی پروژه : ساختمان پاسگاه : ۶۵۶ متر مربع — دژبانی : ۳۰ متر مربع
دیوار کشی به همراه پیاده رو پیرامونی ۲۹۹ متر طول — پارکینگ :۱۰۰ متر مربع
محوطه سازی: ۲۶۷۰ متر مربع — نوع اسکلت: بتنی
گرمایش و سرمایش :یکپیچ و رادیاتور و کولر آبی — حدود برآورد پروژه:۵۹/۷۱۶/۵۰۵/۸۷۸ ریال
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:۲/۹۸۵/۸۲۵/۳۹۴ریال

ب)محل تامین اعتبار: اعتبار پروژه از محل طرح‌های عمرانی ناجا می باشد (در صورت واگذاری اعتبار به صورت اسناد خزانه اسلامی هرگونه پرداخت مطابق با آیین‌نامه اجرایی و مشخص شده در قانون مربوط به نماد ابلاغی آن اسناد می‌باشد (حفظ قدرت خرید) و هیچگونه مبلغی مازاد بر آن پرداخت نمی گردد و بدیهی است پیش‌پرداخت نیز تابع آیین‌نامه اجرایی ابلاغی منحصر به نماد مربوط می باشد.

ج)مبلغ تضمین شرکت در مناقصه فقط ضمانت نامه معتبر بانکی یا چک تضمین شده بانکی مورد قبول است.

د: پیمان به صورت اجرای کارهای ساختمانی به صورت سرجمع(پیمان سرجمع ابلاغیه ۹۶/۰۵/۰۴)و بر اساس فهرست بهای پایه ابنیه ،مکانیکی و برقی سال ۱۳۹۹ و احتساب کلیه ضرایب متعلقه به فهرست بها است .

ذ)کسورات مطابق با طرح‌های عمرانی و در قالب اسناد یاد شده پرداخت خواهد شود و ارائه مفاصا حساب تابع ضوابط مراجع مربوطه خواهد بود.

ر) کارفرما در رد یا قبول پیشنهادات متقاضیان مختار است .

لذا از کلیه پیمانکاران واجد صلاحیت پیمانکاری سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور که رتبه آنها در سامانه ساجات www.sajat.ir و ساجار www.sajar.ir قابل رویت بوده و دارای پایه حداقل ۵ در رشته ابنیه می باشند دعوت می گردد حداکثر ظرف مدت ۱۰ روز با به همراه داشتن فتوکپی برابر با اصل رتبه بندی شرکت (تاییدیه صلاحیت پیمانکاری سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور)و یک جلد رزومه کاری کامل شرکت ،جهت اعلام آمادگی و دریافت اسناد ارزیابی توان اجرایی کار توسط دستگاه مناقصه گزار به آدرس :استان لرستان خرم آباد، خیابان ولیعصر (عج)خیابان ۶۰ متری ،معاونت مهندسی: مراجعه نمایند.

تلفن۲۱۸۲۴۵۳۵ و دورنگار ۲۱۸۲۴۵۷۸

هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد

۸۱۰

شرکت گاز استان زنجان (سهامی خاص)

آگهی مناقصه عمومی (یک مرحله‌ای)

نوبت اول

شماره مجوز وزارت نفت :۱۳۹۹.۴۹۶۵

شرکت گاز استان زنجان در نظر دارددر اجرای بند (ق)) ماده ۱۲ قانون رفع موانع تولید کل کشور جهت پروژهٔ گازرسانی به روستای ساری آغل و شرکت کاشی‌کاران اتحاد و واحدهای پرورش ماهی موجود در مسیر را به شرح ذیل از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند .

- الف) شرح مختصر کار:
- اجرای شبکه توزیع پلی اتیلن به اقطار ۶۳ الی ۱۶۰میلیمتر به طول تقریبی ۱۴۱۴۰ متر
- ساخت و نصب و راه اندازی۳۲مورد انشعاب پلی اتیلن .
- مدت انجام کار ۱۲۰ روز می باشد.
- پروژه فاقد پیش پرداخت می باشد.

ب) شرایط متقاضی:
- دارا بودن رتبه ۵ و بالاتر در رشته تاسیسات و تجهیزات
- دارا بودن سابقه اجرای یک کار مشابه در حد معاملات عمده یا دو کار در حد معاملات متوسط به همراه حسن سابقه در سه سال گذشته
- دارا بودن گواهی صلاحیت ایمنی پیمانکاران و تائیدیه صلاحیت HSE از شرکت گاز استان زنجان
- درصورت حضور شرکتهایی با هیئت مدیره مشترک یا سهامدار مشترک پیشنهاد هر دو شرکت رد خواهد شد.
- ارائه ضمانتنامه شرکت در مناقصه به مبلغ ۱,۱۸۴,۰۷۳,۰۰۰ ریال (به حروف یک میلیارد و یکصدو هشتادو چهار میلیون و هفتادو سه هزار ریا ل) شامل یکی ازانواع ذیل:
- ضمانتنامه بانکی و یا ضمانت نامه های صادره از سوی مؤسسات اعتباری غیربانکی که دارای مجوز فعالیت از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران هستند.
- واریز وجه نقد (واریز به حساب شماره IR۲۶۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۱۰۳۷۳۰۲۳۰۵۹۸ بانک مرکزی بنام شرکت گاز زنجان).
- ضمانت نامه صادره توسط مؤسسات بیمه گر دارای مجوز لازم برای فعالیت و صدور ضمانت نامه از سوی بیمه مرکزی ایران.
- اوراق مشارکت بی نام تضمین شده بانک ها و دولت با قابلیت بازخرید قبل از سررسید (موضوع قانون نحوه انتشار اوراق مشارکت).
- وثیقه ملکی معادل هشتاد و پنج درصد ارزش کارشناسی رسمی آن.
- ضمانتنامه های صادره توسط صندوق های ضمانت دولتی که به موجب قانون تأسیس شده یا می شوند و طبق اساسنامه فعالیت می نمایند.
- برآورد اولیه قرارداد: ۲۳,۶۸۱,۴۵۵,۷۳۱ ریال(به حروف بیست و سه میلیارد و ششصدو هشتادو یک میلیون و چهارصدو پنجاه و پنج هزار و هفتصدو سی و یک ریال)
- تبصره : طبق نامه شماره ۵۱۱۰۳/۹۷ مورخ ۹۷/۲/۱۰ قیمتها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه شود.

ج) محل زمان و مهلت تکمیل و تحویل مدارک :

از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت می شود با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.setadiran.ir (بخش مناقصه) نسبت به اعلام آمادگی ، دریافت و تکمیل اسناد مناقصه طبق زمانبندی زیر اقدام فرمایند.

- مهلت دریافت اسناد مناقصه : ۹۹/۰۹/۰۹ لغایت ۹۹/۰۹/۱۵
- مهلت عودت اسناد مناقصه : تا ساعت ۸:۳۰ صبح یک شنبه مورخ ۹۹/۰۹/۳۰
- زمان تاریخ بازگشایی پاکات مناقصه : یک شنبه مورخ ۹۹/۰۹/۳۰
- هزینه دریافت اسناد مناقصه به مبلغ : ۵۰۰,۰۰۰ ریال (به حروف : پانصد هزار ریال)

و)مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن۰۲۴-۳۳۱۴۶۲۲۵ واحد تنظیم پیمانشرکت گاز استان زنجان تماس حاصل فرمایند.

** ضمناً هزینه درج آگهی (هر دو نوبت) بعهده برنده مناقصه می باشد .

تذکر : پیمانکاران می بایست جهت عودت اسناد مناقصه شامل پاکات (الف ، ب ، ج) علاوه بر بارگذاری اولیه اسناد و مدارک بصورت مهر و امضاء شده (الکترونیکی) و ارسال از طریق سامانه ستاد ،صرفا پاکات الف (تضمین شرکت در مناقصه) را بصورت فیزیکی نیز در مهلت مقرر به واحد حراست تحویل دهند. درصورت عدم بارگذاری پکیج وسایر موارد خواسته شده درسامانه (حتی یک آیتم) ، مناقصه گر از گردونه رقابت خارج میشود.

بدیهی است تکمیل و ارائه مدارک مناقصه هیچگونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد نمود .

**توضیح : این آگهی در شبکه اطلاع رسانی نفت و انرژی ((شانا)) به آدرس www. shana .ir سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.setadiran.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به آدرس http: iets . mporg .ir کشور درج گردیده است.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۹/۹/۸ — تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۹/۹/۹

۸۰۹

روابط عمومی شرکت گاز استان زنجان

اخبار

افزایش ۱۳۱درصدی صادرات پسته

صادرات پسته ایران در سال جاری با رشد ۱۳۱درصدی به بیش از ۶۷۰ میلیون دلار رسیده است.

به گزارش ایسنا، بررسی وضعیت تجارت خارجی ایران در هشت ماهه اول امسال نشان می‌دهد که در مجموع بالغ بر ۹۷ میلیون تن کالا با ارزش بیش از ۴۴ میلیارد دلار تبادل تجاری بین ایران و سایر کشورها صورت گرفته است، در این بین بیش از ۷۵ میلیون تن کالا به ارزش ۲۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار به بخش صادرات اختصاص داشته است که از نظر وزنی ۱۴درصد و ارزش ۱۹درصد در مقایسه با مدت مشابه سال قبل کاهش دارد.

اما بررسی وضعیت صادرات پسته در تجارت ایران با این اعلام لطیفی- سخنگوی گمرک ایران- به ایسنا همراه بود که پسته چهارمین قلم از صادرات غیرنفتی ایران در هشت ماهه اول امسال بوده است.

بر این اساس ۶۷۶ میلیون دلار پسته با وزن ۱۱۰ هزار تن در هشت ماهه اول سال جاری صادر شده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از لحاظ وزنی ۱۳۱ درصد و ارزش ۸۲.۵ درصد افزایش دارد.

این در حالی است که در هشت ماهه اول سال گذشته ۴۷ هزار تن پسته به ارزش ۳۷۱ میلیون دلار از ایران صادر شده بود.

در حالی میانگین ارزش کالاهای صادراتی ایران در هر کیلو حدود ۳۰ سنت است که پسته در هر کیلو ۶.۴ دلار و بالاتر صادر شده است.

احیای ۱۵۷ معدن تا پایان آبان ماه ۹۹

وزارت صنعت اعلام کرد که از ابتدای سال ۱۳۹۹ و در قالب طرح احیا، فعال سازی و توسعه معادن کوچک مقیاس تعداد ۱۵۷ معدن وارد چرخه تولید و بهره‌برداری شده‌اند.

به گزارش ایرنا از وزارت صنعت، طبق گزارش ارائه شده از سوی شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران، تا پایان آبان ماه سال ۹۹ براساس نوع ماده معدنی شامل ۵۷ معدن در حوزه مواد معدنی فلزی، ۳۱ معدن در حوزه غیرفلزی، ۴۴ معدن سنگ‌های تزیینی و ۲۵ معدن در حوزه مصالح ساختمانی احیا شده است.

بر پایه این گزارش از ابتدای اجرای طرح احیا و توسعه معادن کوچک مقیاس، تاکنون ۲ هزار و ۸۲۹ معدن شناسایی و اولویت‌بندی شده و برای یک هزار و ۲۴۳ معدن اقدام‌های کلینیکی انجام شده که منجر به احیا، بازسازی و توسعه ۳۰۳ معدن در قالب این طرح شده است.

به گزارش ایرنا، وزارت صنعت، معدن و تجارت در اردیبهشت ماه امسال اعلام کرد که میزان ذخایر معدنی کشور امسال نسبت به سال ۹۸ به میزان ۲۰ تا ۲۵ درصد افزایش خواهد یافت و پیش‌بینی شده، بالغ بر ۳۰ درصد به میزان استخراج افزوده شود. پیشتر میزان ذخایر شناسایی شده کشور حدود ۵۷ میلیارد تن اعلام شد که از این رقم ۳۷ میلیارد تن قطعی و بقیه احتمالی است.

اواخر ماه گذشته نیز معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد: براساس طرح احیا و فعال‌سازی معادن کوچک مقیاس تعطیل شده در سطح کشور، از سال گذشته تاکنون ۳۰۳ معدن احیا و به مدار تولید بازگشتند.

ستاد تنظیم بازار تصویب کرد

توزیع گسترده مرغ منجمد در سراسر کشور با قیمت مصوب

ستاد تنظیم بازار، در چارچوب تنظیم بازار گوشت مرغ مقرر ساخت شرکت پشتیبانی امور دام (وزارت جهاد کشاورزی) با همکاری اتاق اصناف ایران، نسبت به توزیع گسترده مرغ منجمد در سراسر کشور با قیمت مصوب اقدام کند.

به گزارش ایرنا از وزارت صنعت، این ستاد مقرر ساخت تا در استان‌هایی که برای توزیع مرغ منجمد شرایط خاصی دارند، استانداران در کارگروه‌های استانی در زمینه قیمت عرضه مرغ منجمد تصمیم‌گیری کنند و تعدیل قیمت مربوطه هم به شرکت پشتیبانی امور دام اعلام شود.

همچنین ستاد مزبور اختیار برنامه‌ریزی توزیع استانی گوشت مرغ از محل ذخایر راهبردی (برای مصارف خانوار) را به دبیرخانه کارگروه‌های استانی تنظیم بازار واگذار کرد.

کارگروه‌های استانی تنظیم بازار با لحاظ شرایط استانی، سهمیه‌ها را اعلام و اقدام‌های لازم را انجام خواهند داد.

این تصمیم با توجه به افزایش شدید قیمت مرغ زنده و به تبع آن مرغ گرم در استان‌های مختلف کشور و در ارتباط با حمایت از اقشار آسیب‌پذیر جامعه اتخاذ شد.

ستاد تنظیم بازار همچنین در چارچوب مدیریت موثر جوجه‌ریزی (ماهیانه ۱۲۰ میلیون قطعه) و تامین مکفی گوشت مرغ ایام پایانی سال، مقرر ساخت معاونت امور تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی اقدام‌های لازم را انجام دهد.

همچنین میزان نهاده‌های موردنیاز برای دو دوره جوجه‌ریزی بررسی‌های لازم انجام و گزارش مربوطه به جلسه آتی کارگروه تنظیم بازار ارائه شود. به گزارش ایرنا، روزهای اخیر در بازار سراسر کشور قیمت هر کیلو گرم مرغ به بیش از ۳۵ هزارتومان رسیده، درحالی که ایران سال‌های گذشته با تولید سالانه بیش از ۲ میلیون تن گوشت مرغ نه تنها بازار داخلی خود را پوشش داد، بلکه بخشی از مازاد تولید هم به کشورهای همسایه صادر شد.

بر این اساس روزهای گذشته مقام‌های مسئول از افزایش عرضه روزانه مرغ منجمد در سراسر کشور به بیش از یک هزار و ۵۰۰ تن برای تعدیل قیمت‌ها خبر دادند.

علاوه بر این روز گذشته معاون توسعه صنایع تبدیلی و کسب‌وکارهای کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی گفت: شرکت پشتیبانی امور دام کشور از چند روز گذشته روزانه نزدیک به ۳۰۰ تن مرغ گرم را با قیمت کیلویی ۱۸ هزار و ۵۰۰ تومان در بازار عرضه می‌کند که پایین‌تر از قیمت مصوب است.

رئیس بنیاد ملی گندمکاران مطرح کرد

دریافت مالیات از بخش کشاورزی تهدید جدی برای خودکفایی

رئیس بنیاد ملی گندمکاران گفت دولت لایحه‌ای مبنی بر دریافت مالیات از کشاورزان به مجلس داده، اما این موضوع تهدیدی برای بخش کشاورزی است. عطااله هاشمی در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، در واکنش به لایحه دولت مبنی بر دریافت مالیات از بخش کشاورزی اظهار کرد: دولت لایحه‌ای مبنی بر دریافت مالیات از بخش کشاورزی به مجلس داده است، در حالی که این موضوع تهدید بزرگی برای بخش کشاورزی محسوب می‌شود.

او با اشاره به اینکه دریافت مالیات از بخش کشاورزی تهدیدی جدی برای خودکفایی محصولات کشاورزی است، افزود: گرچه دولت در لایحه آورده که از درآمدهای بالای ۱۰۰ میلیون تومان مالیات کسر شود، اما در کل با اصل این موضوع مخالف هستیم و به نظر می‌رسد دست‌های پشت پرده به دنبال نابودی بخش کشاورزی هستند که دریافت مالیات یکی از مصادیق بارز این دخالت‌هاست.

هاشمی ادامه داد: علی رغم آنکه دولت هیچ یارانه‌ای به بخش کشاورزی پرداخت نمی‌کند و آخرین یارانه در ارتباط با کود را حذف کرده است، حال در نظر دارد از این قشر کم درآمد مالیات بگیرد که این موضوع اثر سو بر بخش کشاورزی دارد.

رئیس بنیاد ملی گندمکاران با اشاره به اینکه کشاورزان نگران دریافت مالیات از درآمدشان هستند، بیان کرد: بنیاد ملی گندمکاران به نمایندگی از جامعه کشاورزان در مخالفت با این موضوع از کمیسیون کشاورزی و کمیسیون اقتصادی انتظار دارد که با قدرت این لایحه را رد کنند، در غیر این صورت کل نظام بهره‌برداری، اشتغال روستاها و تولید بخش کشاورزی آسیب جدی می‌بیند چراکه بخش کشاورزی قدرت و توانایی تامین مخارج خود را ندارد.

او با بیان اینکه دریافت مالیات از کشاورزان سم‌مهلکی برای بخش کشاورزی محسوب می‌شود، گفت: از زمانی که دولت این لایحه را مطرح کرده، ناامیدی در سطح کشاورزان و روستاها ایجاد شده است که تصویب این لایحه در مجلس ورشکستگی بخش کشاورزی و نابودی خودکفایی محصولات استراتژیک را به همراه دارد.

هاشمی سطح زیرکشت گندم را مناسب دانست و گفت: با توجه به بارندگی‌های اخیر و پیش‌بینی بارش‌های زمستان، سال پرباری را برای گندم و جو پیش‌بینی می‌کنیم.

این مقام مسئول در پایان با بیان اینکه سطح زیرکشت گندم همانند سال گذشته است، تصریح کرد: با توجه به شرایط مساعد بارندگی و سطح زیرکشت در ارتباط با تولید مشکلی نداریم.

معاون امور صنایع وزارت صنعت اعلام کرد

تامین مواد اولیه موردنیاز از روش‌های مختلف ثبت سفارش

معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت تاکید کرد برای تامین مواد اولیه موردنیاز واحدهای صنعتی کشور، ثبت سفارش به روش‌های مختلف انجام می‌شود.

به گزارش ایرنا از وزارت صنعت، «مهدی صادقی نیارکی» افزود: روند تامین مواد اولیه موردنیاز واحدهای صنعتی، از محل تولیدات مواد اولیه داخلی و از طریق واردات به صورت ویژه و توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت دنبال می‌شود.

وی اضافه کرد: در همین راستا وزارت صنعت، چند مصوبه ویژه را به ستاد اقتصادی دولت پیشنهاد داده و شاهد حمایت این ستاد و رئیس جمهوری در این زمینه بوده‌ایم.

صادقی نیارکی گفت: همچنین با توجه به اعلام حمایت ستاد اقتصادی دولت و همراهی بانک مرکزی روند ترخیص کالاهای موجود در گمرک نیز سرعت گرفته است.

وی تصریح کرد: در شرایط موجود تداوم فعالیت و روند تولید واحد صنعتی در کشور دارای اهمیت فراوانی است و به طور قطع مصوبه ستاد اقتصادی دولت به تسهیل روند تامین مواد اولیه مورد نیاز صنعت کمک شایان توجهی خواهد داشت.

به گزارش ایرنا، طی ماه های گذشته اخباری مبنی بر رسوب کالاهای اساسی در گمرکات کشور منتشر که با پیگیری‌های دولت و تفویض برخی اختیارات به گمرک از ۱۲ آبان ماه ترخیص کالا سرعت بیشتری پیدا کرد به طوری که طی روز نخست یک میلیون تن از اقلام اساسی و ضروری مرتبط با تولید به کشور وارد شد.

براساس آخرین آمار در هفت ماه ابتدایی امسال ۲۵ قلم کالای اساسی به میزان ۱۳ میلیون و ۶۸۱ هزار و ۸۰۸ تن به ارزش ۶ میلیارد و ۵۷۶ میلیون و ۹۹۵ هزار و ۱۵۶ دلار به کشور وارد شده که نشان از ترخیص یک میلیون و ۹۵۴ هزار و ۵۴۴ تن در هر ماه از ابتدای سال دارد.

بی‌تدبیری‌هایی که مرغ را پر داد!

افزایش شدید قیمت مرغ در روزهای اخیر، رعایت نشدن دائمی نرخ مصوب محصولات مشمول قیمت‌گذاری، نبود نظارت بر فرآیند توزیع نهاده‌های دامی و اقدام دیرهنگام نهادهای مسئول برای عرضه مرغ با نرخ دولتی در راستای تنظیم بازار همه از جمله عواملی است که دست به دست هم دادند تا مرغ را هم از سفره بخشی از جامعه حذف کنند.

به گزارش ایسنا، این روزها مدام اخبار افزایش قیمت کالاهای اساسی به گوش می‌رسد. یک روز تخم مرغ یک روز روغن، روز دیگر لبنیات و حالا مرغ که به نظر می‌رسد اهمیت آن بیش از سایر کالاها باشد؛ چراکه در سال‌های اخیر و با افزایش چشمگیر قیمت گوشت قرمز، برای اقشار ضعیف جایگزین آن شده بود. با این حال براساس آخرین آمار وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) قیمت گوشت مرغ با ۵۰.۶ درصد افزایش از ۱۳ هزار تومان در مهر سال قبل به حدود ۱۹ هزار و ۷۰۰ تومان در مهر امسال رسیده است.

در روزهای گذشته قیمت مرغ گرم در خرده فروشی‌های سطح شهر تهران به بیش از ۳۰ هزار تومان رسید. این در حالی است که هفته گذشته قیمت مرغ گرم در بازار حدود ۲۶ تا ۲۷ هزار تومان بود. به عبارت دیگر این کالای پرمصرف در کمتر از یک هفته حدود ۶۰۰۰ تومان افزایش قیمت داشته است. این در حالی است که براساس تصمیم کارگروه تنظیم بازار استان تهران قیمت هر کیلو مرغ گرم ۲۰ هزار و ۴۰۰ تومان تعیین شده است. در این میان به نظر می‌رسد با وجود اینکه مسئولان ستاد تنظیم بازار با افزایش چشمگیر قیمت کالاها در بازار و عمدتا برای حمایت از تولیدکنندگان قیمت‌های مصوب را افزایش می‌دهند، اما افزایش قیمت مصوب تنها بهانه‌ای برای افزایش بیشتر قیمت در بازار شده است. به عبارت دیگر مشخص نیست که نرخ‌های مصوب بر چه اساسی تعیین می‌شوند که همواره تولیدکننده و مصرف‌کننده شاکی هستند.

به عنوان مثال پیش از این هم قیمت مصوب هر کیلو مرغ ۱۵ هزار تومان اعلام شده بود، اما تا ابتدای مهرماه قیمت مرغ گرم در خرده فروشی‌های سطح شهر تهران کیلویی ۱۸ تا ۱۹ هزار تومان بود و اواخر مهرماه قیمت این محصول در خرده فروشی‌های سطح شهر تهران به مرز ۲۶ هزار تومان رسید. در نهایت هم ستاد تنظیم بازار قیمت مرغ را ۲۰ هزار و ۴۰۰ تومان اعلام کرد که البته همانطور که اشاره شد این قیمت هم رعایت نمی‌شود.

وضعیت مشابهی هم در بازار تخم مرغ حاکم است؛ به طوری که براساس مصوبه ستاد تنظیم بازار در مهرماه حداکثر قیمت تخم مرغ ۳۰ عددی بسته‌بندی شناسنامه‌دار ۳۱ هزار تومان تعیین شد، ولی دو روز پیش قیمت این محصول در سطح خرده فروشی‌ها به حدود ۳۶ هزار تومان رسید.

مقصر کیست؟

مرغداران و تولیدکنندگان علت این افزایش قیمت را کمبود نهاده‌های دام و طیور با قیمت‌های مصوب، افزایش قیمت نهاده‌ها در بازار آزاد و به طور کل افزایش هزینه‌های تولید عنوان می‌کنند و بارها نسبت به افزایش قیمت گوشت، مرغ و تخم مرغ هشدار داده‌اند.

اما همزمان اخباری منتشر می‌شود که نشان می‌دهد بیش از ۹۰ درصد نهاده‌های دامی در مرغداری‌های استان تهران، برای توزیع در شبکه‌های رسمی تبدیل به مرغ نشده است؛ به طوری که طی ماه‌های مرداد و شهریور ۵۲ واحد تولیدکننده مرغ برمبنای میزان نهاده‌های دامی دریافتی باید ۲۳۱۷ تن مرغ تحویل شبکه توزیع کشور می‌دادند، اما این امر محقق نشده است.

بنابراین می‌توان گفته زنجیره‌ای از بی‌تدبیری و نبود نظارت باعث شده در عین مصرف منابع کشور برای تخصیص ارز دولتی به نهاده‌های دامی، هم گروهی از تولیدکنندگان و هم تمامی مصرف‌کنندگان دچار مشکل و ضرر و زیان شوند.

نوشدارو بعد از مرگ سهراب

در این میان با وجود تمام هشدارها و مشاهده افزایش هر روزه قیمت‌ها وقتی مسئولان به فکر عرضه مرغ تنظیم بازاری افتادند که کار از کار گذشته بود. دو روز پیش وزارت جهاد کشاورزی از توزیع روزانه ۳۰۰ تن مرغ گرم با قیمت ۱۸ هزارو ۵۰۰ تومان و ۲۰۰ تن مرغ منجمد با قیمت ۱۵ هزار تومان در تهران خبر داد. پیشتر هم سازمان صنعت، معدن و تجارت (صمت) اعلام کرده بود که براساس مصوبات کارگروه تنظیم بازار توزیع استانی ۲۸۰۰ تن گوشت مرغ منجمد جهت مصارف خانوار در سراسر کشور شروع می‌شود.

اما این در شرایطی است که از اول آذر در پی شیوع گسترده و بالا رفتن آمار فوتی‌های ناشی از کرونا در بیشتر شهرهای کشور مقررات سختگیرانه اجرا شده و فقط مشاغل سطح ۱ مجاز به فعالیت هستند اما در پی اخبار منتشرشده درباره توزیع مرغ با نرخ دولتی، تصاویری از تجمع مردم برای خرید این محصول منتشر شد که خبری از رعایت فاصله اجتماعی هم در این صف‌ها نبود.

این در حالی است که اقدام بهنگام وزارتخانه‌های مربوطه، یعنی وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌توانست از افزایش بی‌رویه قیمت مرغ و حتی تشکیل صف‌های طولانی در روزهای تشدید محدودیت‌های کرونایی پیشگیری کند.

به عمق فاجعه پی ببریم

براساس نتایج نظرسنجی اخیر مؤسسه عالی پژوهش تامین اجتماعی در حوزه بیمه بیکاری مصرف گوشت قرمز حدود ۷۲ درصد از خانواده‌های افراد بیکارشده، به صورت جدی کاهش پیدا کرده است و حدود ۱۵درصد از خانواده‌های بیکارشدگان، حتی پیش از دوره بیکاری نیز توان خرید گوشت قرمز به صورت ماهانه را نداشته‌اند.

حدود ۷۶ درصد از خانواده‌ها، دچار کاهشی محسوس در مصرف مرغ، حدود ۷۱ درصد از خانواده‌ها کاهش در مصرف برنج، ۶۱ درصد خانواده‌ها دچار کاهش مصرف در لبنیات و حدود ۴۲ درصد خانواده‌های بیکارشدگان، کاهش در مصرف تخم مرغ را در این دوره شیوع ویروس کرونا تجربه کرده‌اند. حدود ۷۰ درصد از خانواده‌ها، کاهش در مصرف ماهانه میوه را نیز گزارش کرده‌اند.

البته این آمار فقط مربوط به افرادی است که مشمول بیمه بیکاری هستند و گروه زیادی از اقشار ضعیف مانند کارگران فصلی، دست فروشان و ... را در نظر نگرفته است.

ریزش قیمت‌ها ادامه دارد

سکوت سنگین در بازار خودرو

از ابتـدای هفتـه جاری تاکنون، بازار خودرو با پدیده پیشـی گرفتن فروشندگان از خریداران مواجه بوده است.

به گـزارش خبرآنلاین، در ماه‌های گذشـته، همـواره در بازار تعداد خریداران بسـیار فراوان بود به طوری که فروشندگان و دلالان به امید افزایـش قیمت‌ها معمـولا خودروها را به صورت قطـره چکانی عرضه می‌کردند.

چند هفته‌ای است که تحت تاثیر کاهش نرخ ارز، بازار خودرو به رکود عمیقـی فرو رفتـه و روزهای خوب دلالان برای سـودهای بادآورده به پایان رسـیده به طوری که هر روز شاهدند که فاصله قیمتی محصولات در بازار آزاد با کارخانه کمتر و کمتر می‌شود.

نوسانات نرخ ارز سبب شده تا فاصله قیمتی برخی خودروهای داخلی پرمصـرف بـا قیمت کارخانه ای بـه ۵ تا ۱۵ میلیون تومان برسـد که نشاندهنده پایان دوران سودهای بادآورده برای عده‌ای سودجو در بازار اسـت که ماه‌های متمادی حاکمیت بازار را در دسـت داشتند. در واقع پایان امپراتوری دلالان در بازار خودرو آغاز شـده اسـت و چاره‌ای جز قبول این شرایط ندارند.

بـا توجه تعطیلی رسـمی اصناف، آگهـی فروش خـودرو در دنیای مجازی بسـیار بیشـتر از هفته‌های قبل شـده و تقریبا کمتر معامله‌ای انجام می‌شـود زیرا خریـداران واقعی انتظار کاهش بیشـتر قیمت‌ها و بازگشت به نرخ‌های واقعی را دارند. اکنون شرایط به گونه‌ای پیش رفته که به اصطلاح «ماشین هست اما مشتری نیست.»

رکود عمیق در بازار خودرو

یک کارشـناس بازار خودرو به خبرآنلاین، گفت: در ۲ هفته گذشته سـکوت خاصی بر بازار خودرو حاکم بود و بـازار خودرو به اصطلاح به خواب خرگوشـی فرو رفته اسـت. کاظم محمدی نیکخواه تاکید کرد: اکنون هیچ معامله‌ای انجام نمی‌شود.

وی دربـاره ادامـه‌دار بودن رکـود عمیق بازار خـودرو گفت: بله این شرایط ادامه‌دار خواهد بود.

اثر مثبت واردات خودرو بر بازار رقابتی

محمـدی نیکخواه درباره برخی اظهارات در مورد آزادسـازی واردات خـودرو و تاثیر آن بر کاهش قیمت خودروهای خارجی در بازار توضیح داد: هر از چندی چنین سـخنانی بیان می‌شود و بد هم نیست اما باید گفت: وقتی در این شرایط پول برای واردات دارو نداریم چگونه می‌توان خـودرو وارد کرد. البته عده‌ای بیان می‌کننـد که واردات خودرو بدون انتقال ارز امکان‌پذیر شود، اگر این امکان فراهم باشد به تامین مایحتاج عمومـی اختصاص می‌یابد و خودروی خارجـی در اولویت نخواهد بود. وی تاکید کرد: خودرو در کشور ما تبدیل به کالایی سرمایه‌ای شده در حالی که خودرو در اصل کالایی مصرفی است.

این کارشـناس بـازار خودرو ادامه داد: نه دولـت در این مورد لایحه و دسـتوری صادر کرده و نه درمجلس به این موضوع پرداخته شـده و هر از چندی این مسـئله بیان می‌شـود و نظرات خود را بیان می‌کنند. هرچنـد اگر واردات اتفاق بیفتد می‌تواند سـبب تاثیـرات مثبتی نظیر ایجاد رقابت شود.

وی دربـاره حباب قیمتی خودروهـای خارجی اظهار کرد: اگر مبنای قیمت‌ها را بر اسـاس ارز در نظر بگیرید و نرخ واقعی دلار را احتسـاب کنید، می‌توان قیمت بسیاری از محصولات و کالاهای خارجی و حباب آنها را حساب کرد. قیمت واقعی ارز مشخص نیست و با نرخ‌های کاذب و با حباب عرضه می‌شود بنابراین وقتی به نرخ ۳۱ هزار تومان می‌رسد، حبـاب دارد و اکنون به ۲۴ هزار تومان کاهش می‌یابد، نشـان می‌دهد حـدود ۲۰ تا ۲۵ درصد حباب قیمت وجود دارد بنابراین قیمت خودرو هم به دلیل وابستگی به نرخ ارز به همان نسبت کاهش می‌یابد.

عرضه فراوان در کف بازار خودرو

وی دربـاره میزان حبـاب قیمتی خودروهای داخلـی توضیح داد: با وجود اینکه در بازار معامله‌ای انجام نمی‌شود، عرضه خودرو در کف بازار بسـیار زیاد است و شـاید بتوان گفت به اندازه مصرف یک سال کشور (در صورت تولید نشـدن در خودروسـازی)، در خانه‌هـا و پارکینگ‌ها، خودرو وجود دارد.

بـه خریداران واقعـی توصیه می‌کنم گران نخرنـد و فعلا هم خودرو خریداری نکنند

وی افزود: این شـرایط سبب شده تا عرضه باشد و در مقابل تقاضایی وجود نداشـته باشـد. در بازار آزاد هنوز شـاهد ۶۰ تا ۷۰ درصد حباب قیمت خودروهای داخلی در بازار آزاد هستیم.

البته حباب قیمتی بعضی از خودروها در بازار آزاد نسـبت به کارخانه حدود ۱۰۰ درصد هم می‌شود.

خودرو بخریم یا خیر؟

وی به کسانی که قصد خرید خودرو دارند، توصیه کرد: این اتفاق قبلا هم افتاده؛ اکنون خریدار واقعی در بازار وجود ندارد که با شرایط پایین آمـدن روزانه قیمت ها به دنبال خرید باشـد، بنده به خریداران واقعی توصیه می‌کنم گران نخرند و فعلا هم خودرو خریداری نکنند.

با توجه به سیر نزولی قیمت‌ها به نظر می‌رسد با کاهش بیشتر تقاضا در این بازار، شـاهد سـرعت گرفتن ریزش نرخ‌ها و از بین رفتن حباب قیمت‌ها در هفته‌های آتی باشیم.

در پی «طرح ساماندهی بازار خودرو» مجلس شورای اسلامی

واردات خودرو بدون انتقال ارز و صادرات خودرو و قطعه به شرط امکان، بازار را متعادل خواهد کرد

در پی زمزمه‌های آزادسازی مجدد واردات خودرو در قالب طرح ساماندهی صنعت خودرو، آن هم با گزینه انتقال ارز بدون ذکر منشأ و استفاده از ارز اشخاص خارج از کشـور، یکی از کارشناسان صنعت خودرو کشور با بیان اینکه واردات خودرو در مقابل ارز با منشـأ خارجی، البته با شـرط واردات خودروهایی متناسـب با قدرت خرید اکثریت طرف تقاضا، پیشنهاد خوبی اسـت که می‌تواند در جهت متعادل‌سازی بازار گام بردارد، می‌گوید: اما به نظر می‌رسد پیشنهاد واردات خودرو در برابر صادرات نفت‌خام، بیشتر جنبه فروش نفت داشته باشد تا مدیریت بازار خودرو.

به گزارش ایسنا، پس از گذشت بیش از دو سال از ممنوعیت واردات خودرو، به نظر می‌رسـد که مجلس شورای اسلامی از مدیریت صنعت خـودرو توسـط وزارت صمت ناامید شـده و قصد دارد خود دسـت به کار شـود. از همین روی چندی اسـت که موضوع آزادسـازی واردات خودرو مطرح شـده و مجلس بـه منظور متعادل کردن بـازار خودرو، پیشنهادهایی مبنی برای واردات خودرو ارائه داده است.

در ایـن زمینـه روح الله ایزدخواه- عضو کمیسـیون صنایع و معادن مجلس- چندی پیش، ضمن اشـاره به تصویب کلیات طرح ساماندهی تولید و عرضه خودرو، اعلام کرد که در طرح سـاماندهی عرضه و تولید خودرو، واردات خودرو تحت شـرایطی دیده شـده است که می‌توان از محل صادرات خودرو و قطعات آن، صادرات نفت خام یا ارز بدون منشأ خودرو وارد کرد.

پس از اعلام این خبر، با طرح ایرادات آن توسط فعالان صنعت خودرو کشـور، بررسـی‌ها مجدد از سـر گرفته شـد و در نهایت هم حجت‌الله فیروزی- سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی- در این رابطه اعلام کرد که ماده‌ای در طرح «سـاماندهی بازار خودرو» در نظر گرفته شده است و مجلس در نظر دارد که واردات خودرو را در ازای صادرات خودرو، قطعه، نفت خام و ارز اشخاص خارج از کشور که تعهد به وارد کردن آنها ندارند، بدون ذکر منشأ، آزاد کند.

در رابطه با ارائه این طرح و تاثیر آن بر صنعت و بازار خودرو کشـور، حسـن کریمی سـنجری- کارشـناس صنعت خودرو - در گفت‌وگو با ایسـنا، با بیان اینکه اسـتفاده از ارز اشخاص خارج از کشور که پیش از این نیز پیشـنهاد آن از سـمت فعالان این حوزه داده شده بود، گزینه مناسـبی اسـت، اظهار کرد: اینکه در قبال ارزی که تعهدی برای وارد کردن آن به کشـور وجود ندارد، دولت دارندگان این ارز را تشـویق به واردات خودرو کند، پیشنهاد خوبی است.

وی افزود: البته با این شرط که خودروهای سواری با یک بازه قیمتی خاص وارد شوند تا کمک‌کننده برای تقویت عرضه خودرو به بازار باشد. تاکنون نتواسـته‌ایم از مزایای این ارزی که خارج کشـور وجود دارد و تعهدی هم برای دارنده آن برای ورود به کشور ایجاد نمی‌کند، بهره‌مند شـویم؛ هرچند دیر اما باز هم خوب اسـت که تصمیم بر چنین اقدامی گرفته شده است. بسیاری از سرمایه‌داران ایرانی هستند که تجارت آنها خارج از کشور بوده و درآمد ارزی داشته و همچنین به اینکه بخشی از این درآمد خود را در جهت منافع شخصی و همچنین در جهت تقویت اقتصاد کشور به کار ببرند، علاقه‌مند هستند.

ایـن کارشـناس صنعت خودرو ضمـن تاکید بر اینکـه این موضوع، نیازمند سـاختار تشویقی منطقی اسـت، گفت: یکی از این مشوق‌های منطقی، همین واردات خودرو در ازای ارزهای سرگردانی است که بعضا منشـأ خارجی دارند. این اتفـاق در حوزه خودروهای تجـاری افتاد و متاسـفانه شـنیدیم که چندی پیش مجوز شـماره‌گذاری کامیون‌های دسـت دومی که ماه‌هاسـت در گمرک مانده‌اند، صادر شـد. به همان میزانی که ترخیص و شـماره‌گذاری خودروهای تجاری دست دوم غلط بود، صدور مجوز واردات خودروهای سـواری با ارز اشـخاص مشـوقی خواهد بود تا به‌جای کامیون‌های دست دوم که دارای اولویت حمل‌ونقل و اقتصاد کشور نیستند، خودروهای سواری وارد شود.

کریمی سنجری ضمن تاکید بر اینکه خودروهای سواری شرایط مناسبی در بازار ندارند و عرضه و تقاضای آنها به وضعیت اورژانسـی تبدیل شـده اسـت، گفت: بنابراین واردات سـواری‌ها آن هم با ارز منشـأ می‌تواند بازار خودرو داخلی را متعادل کند. البته همانطور که اشـاره شد، به شرطی که این طرح برای خودروهایی اجرا شـود که به لحاظ قیمتی متناسب با توان خرید بخشی زیادی از طرف تقاضا در داخل کشور باشد.

واردات خودرو در قبال صادرات نفت‌خام بیشتر به نفع دولت تا بازار خودرو

ایـن فعال صنعت خودرو کشـور در ادامه در رابطه بـا بحث واردات خـودرو در ازای صادرات آن، صادرات قطعـه یا نفت خام، تصریح کرد: اگر آنقدر توان داشته باشیم که خودرو و قطعه صادر کنیم، این موضوع یک مزیت به حساب خواهد آمد و طبیعتا خواهد توانست باز هم تعادلی بـرای بازار ایجاد کند، اما طرح صادرات نفت خام برای خود بنده جالب اسـت و در حقیقت بحث تهاتر فـروش نفت در ازای واردات خودرو، به نوعی کمک به فروش نفت خواهد بود؛ نه کمک برای تعادل‌بخشـی به بازار خودرو. تصمیمی است که اکنون دولت باتوجه به افزایش موجودی نفت خام کشـور و از سـوی دیگر کاهش درآمدهای ارزی اتخاذ کرده اسـت بنابراین تهاتر واردات خودرو در مقابل فروش نفت خام، به نظر می‌رسـد تصمیمی باشد که در شـرایط فعلی اتخاذ شـده و به نتیجه رسـیده است و در رابطه آن معتقد نیستم که با تاخیر انجام شده است اما در رابطه با واردات خودرو در مقابل ارز با منشأ خارجی معتقدیم که بهتر بود، زودتر اتفاق می‌افتاد.

اخبار

خرید و فروش خودرو در فضای مجازی مجاز یا غیرمجاز؟

نایب رئیس اتحادیه نمایشـگاه‌داران خـودرو گفت مردم به هیچ عنوان نباید به خرید و فروش خودرو در فضای مجازی اعتماد کنند و هرگونه خرید و فروش غیرقانونی است.

نعمت الله کاشـانی نسـب نایب رئیس اتحادیه نمایشـگاه‌داران خودرو در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشـاورزی گروه اقتصادی باشـگاه خبرنگاران جوان، دربـاره آخرین وضعیت قیمت خـودرو در بـازار آزاد، گفت: با توجه به اینکـه بازارها از اول هفته تاکنون تعطیل هسـتند، هیچ خرید و فروشـی برای خودرو صورت نگرفته و از این رو هیچ تغییر قیمتی رخ نداده است و آخرین قیمت خودرو همانی است که پنجشنبه هفته گذشته خرید و فروش شد.

نایب رئیس اتحادیه نمایشـگاه‌داران خودرو درباره افزایش خرید و فروش خودرو در فضای مجازی، گفت: مردم به هیچ عنوان نباید به خرید و فروش خـودرو در فضای مجازی اعتماد کنند و هرگونه خرید و فروش خودرو در فضای مجازی کاملا غیرقانونی است.

او بـا بیـان اینکه نمایشـگاه‌های خـودرو از روز شـنبه تعطیل شـده‌اند و این تعطیلی تا ۱۵ آذرماه ادامه خواهد داشت، گفت: اما آگهی‌هایی که در فضای مجازی منتشـر می‌شود، نشان می‌دهد که روند کاهشـی قیمت‌ها ادامه دارد و خریدار زیادی وجود ندارد؛ باید در نظر داشـت که هرچه نرخ ارز کاهش بیشتری را تجربه کند، به همان میزان قیمت خودرو هم پایین می‌آید.

نایب رئیس اتحادیه نمایشـگاه‌داران خودرو با تاکید بر اینکه در فضای مجازی شـایعه‌هایی مبنی بر اعتراض فروشندگان خودرو به جهـت ممانعت از ریزش بیشـتر قیمت‌ها بـرای جلوگیری از ضرر احتمالی دارندگان خودرو، مطرح می‌شـود، صحت ندارد، گفت: در این بازار هرچـه قیمت‌ها پایین‌تر بیاید، گره بازار باز خواهد شـد، مشـتری بیشـتر مراجعه می‌کند، معاملات رونق خواهد گرفت و از رکود خارج خواهد شد.

ایـن در حالـی کـه در روزهـای گذشـته سـردار سـید کمال هادیانفـر رئیس پلیس راهور ناجـا درباره خرید و فروش خودرو در محدودیت‌های کرونایی گفته بود: براساس مصوبه ستاد ملی مقابله بـا کرونا مراکز نقـل و انتقال و خرید و فروش وسـائط نقلیه تا دو هفته در شـهرهای قرمز به صورت اینترنتی انجام فعالیت می‌کنند. هموطنان می‌توانند از شـرایط اینترنتی نقل و انتقال وسائط نقلیه اسـتفاده کنند. این نقل و انتقال صرفا به جهت استفاده در شرایط خاص اسـت. چراکـه ۸۵ درصد مراحل و فرآینـد نقل و انتقال که خریـدار و فروشـنده توأمان انجـام می‌دهند در فضـای وب اتفاق می‌افتد.

نظارت بانک مرکزی بر بازار غیرمتشکل پولی

ادامه از صفحه اول

اول؛ در اینکـه قانـون بازار غیرمتشـکل پولـی، نظارت بر این بازار و موسسـات اعتباری غیربانکـی دارای مجوز و نیز موسسـات اعتباری فاقد مجوز را کلا برعهـده بانک مرکزی جمهوری اسـلامی ایران گذاشته اسـت، تردیدی نیست، اما سـوال این اسـت که آیا این قانون، ابزارها و اختیارات کافی در اختیار بانک مرکزی قرار داده که هم بر فعالیت بانک‌های دولتی و خصوصی و موسسات اعتباری غیربانکی و موسسات واسـپاری دارای مجـوز، نظارت کارا و موثر داشـته باشـد و هم بازار غیرمتشـکل پولی را به طور مسـتمر رصد کند و با موسسـات و اشخاصی که به طور غیرمجاز در زمینه عملیات بانکی فعالیت می‌کنند، برخورد قانونی داشته باشد؟ در قانون مورد اشـاره، حداکثر مجازاتی که برای جرم فعالیت غیرمجاز در بازار پولی تعیین شده، شش ماه حبس است؛ مجازاتی که به نظر می‌رسـد به هیچ وجه در جرائم سـازمان یافته پولی و بانکی، کارایی و اثربخشـی بازدارندگـی از تخلف را ندارد. در واقع، قانون، ضمانـت اجرایی قوی برای برخورد قانونی با اشـخاص فعال در بازار غیرمتشـکل پولی را در اختیار بانک مرکزی قرار نداده اسـت. لذا ایجاد وظیفه و ماموریت قانونی برای بانک مرکزی بدون در نظر گرفتن ابزارهای نظارتی کارا، کمکـی موثر به بانک مرکزی نمی‌کند و بانک مرکزی را قادر بـه برخورد قانونی با تخلفات نهادهای قدرتمند مالی نخواهد کرد.

دوم؛ نظارت بر بازار متشکل پولی شامل بانک‌ها و موسسات اعتباری و شرکت‌های واسپاری و نیز شرکت‌هایی که با مجوز بانک مرکزی به نوعی عملیات الکترونیکی دریافت و پرداخت را انجام می‌دهند، بسـیار گسترده اسـت. به این اضافه کنید وظیفه رصد مستمر بازار غیرمتشکل پولی و برخورد قانونی با تخلفـات این بازار را. در نتیجه بانک مرکزی با دریایی از امور نظارتی مواجه اسـت که رسیدگی دقیق به همه آنها نیازمند کادر کارشناسی گسترده و در عین حال پرتجربه است.

سـوم؛ برای حل این مشـکلات، چاره‌ای نیسـت جز آنکه مجلس شـورای اسـلامی در قانون بازار غیرمتشـکل پولی، تجدیدنظر اساسـی کند و به بانک مرکزی، ابزارهای نظارتی کارا و موثـر دهد. همچنین بانک مرکـزی در مقوله «فرآیند نظارت» تجدیدنظر اساسی نماید و امکان محول کردن بعضی از امور نظارتی مربوط به بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی مجاز و دارای پروانه نظارت را به بخش غیردولتی فراهم آورد. برای حصول این مقصود می‌توان به جای دولتی‌سـازی همه امور بانکـی از ظرفیت‌های مدیریتی و کارشناسـی نهادهای غیردولتـی نظیـر شـورای هماهنگـی بانک‌هـای دولتی و همینطـور کانـون بانک‌ها و موسسـات اعتبـاری خصوصی اسـتفاده کرد. باید پذیرفت که بازار غیرمتشـکل پولی علاوه بر مفهوم رباخواری سـنتی، بازاری به وسعت کل کشور است که سـاماندهی آن نیازمند کار کارشناسـی و نظارت مستمر اسـت. توقع از بانک مرکزی برای نظـارت موثر و کارا بر این بازار بدون داشتن ابزارهای نظارتی لازم، توقعی غیرواقع‌بینانه و غیرمنطقی اسـت و با دولتی‌سازی امور بانکی، این مقصود حاصل نخواهد شد.

جوانان سیستان و بلوچستان جایگزینی برای محصولی آمریکایی ساختند

افزایش نفوذ فناوری در مناطق گوناگون کشور یکی از راهبردهای اصلی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری است.

پس از سفرهای متعدد سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری به استان سیستان و بلوچستان، مراکز مختلف زیست‌بوم نوآوری استان از جمله خانه خلاق و مرکز شتابدهی تاسیس شد.

فن بازار اما اصلی‌ترین بازوی تبادل تجاری فناوری در کشور محسوب می‌شود. نماینده استانی فن‌بازار در سیستان و بلوچستان با تکیه بر دانش بومی شرکت‌های دانش‌بنیان بسیاری از محصولات دانش‌بنیان را عرضه کرده است تا این استان بتواند نقشی تاثیرگذار در توسعه نفوذ فناوری در سراسر کشور ایفا کند.

دریچه

مجلس پیشگام حمایت از شرکت‌های خلاق می‌شود

دانشگاه شهید بهشتی میزبان نشستی با عنوان «چالش‌های حکمرانی کارآفرینی و نوآوری در ایران» شد.

پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، اقبال شاکری عضو هیأت رئیسه فراکسیون دانش‌بنیان مجلس شورای اسلامی، حسین سلاح‌ورزی رئیس سازمان کارآفرینی ایران و جمعی از اساتید دانشگاهی و فعالان حوزه صنایع نرم و خلاق در آن حضور داشتند.

تاسیس صندوق‌های مالی ویژه شرکت‌های خلاق

این نشست همزمان با اختتامیه هفته کارآفرینی برگزار شد و جمعی از فعالان حوزه صنایع خلاق، کارآفرینان و مدیران نهادهای مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه شهید بهشتی به بیان دستاوردها و چالش‌های خود در حوزه صنایع نرم و خلاق پرداختند.

اختصاص بودجه ۱۰ میلیارد ریالی از سوی صندوق پژوهش و فناوری پارک علم و فناوری دانشگاه شهید بهشتی به شرکت‌ها و هسته‌های خلاق مستقر در پارک از جمله موارد مطرح شده در این نشست بود.

راه‌اندازی صندوق‌های پژوهش و فناوری تخصصی ویژه صنایع خلاق

در ابتدای نشست پرویز کرمی رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، گفت: ستاد فرهنگ‌سازی در همکاری با صندوق نوآوری و شکوفایی تلاش دارد تا تعدادی از صندوق‌های پژوهش و فناوری تخصصی ویژه صنایع خلاق را راه‌اندازی کند. دیگر صندوق‌های موجود نیز می‌توانند با استفاده از این فرصت، حوزه کار خود را تغییر دهند و فعالیت تخصصی در حوزه شرکت‌های خلاق را به عنوان زمینه کاری خود انتخاب کنند.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در ادامه افزود: صنایع نرم و خلاق، بخش مغفول مانده اقتصاد در کشور ما است. بسترسازی قانونی در مجلس شورای اسلامی می‌تواند به تغییر این وضعیت کمک کند. البته قانونگذاری باید با دید بلندمدت انجام شود. بر این اساس ضروری است که نمایندگان مجلس مفاهیم مرتبط با شرکت‌های خلاق و فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی را به صراحت در قوانین حمایتی مانند قانون جهش تولید در حمایت از شرکت‌های خلاق و وقوانین مشابه بگنجانند.

رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری با اشاره به ظرفیت‌های عمده صنایع نرم و خلاق در کشورمان، گفت: ایران این ظرفیت را دارد که با تکیه بر ذخیره سرشار استعدادهای جوان و هنرمندان کشور در عرصه‌های مختلف هنری جایگاه مطلوب جهانی خود را در حوزه صنایع فرهنگی خلاق دنیا را تصاحب کند.

فعالیت تیمی به جای حرکت فردی و هنرمندمحور در صنایع خلاق

کرمی با اشاره به فعالیت‌های هنری در حال انجام در کشور بیان کرد: با توجه به سوابق و تجربه اجرایی بنده در وزارت ارشاد اسلامی، یکی از دغدغه‌های همیشگی‌ام تلفیق هرچه بیشتر هنر و هنرمند و کار تیمی میان اساتید و نوآموزان با شرکت‌های خلاق به ویژه در کار تولید در اشل بالا در صنایع فرهنگی و خلاق است. آنچه که در صنایع نرم و خلاق مهم است، این موضوع است که فعالیت‌های فردی و انفرادی فعالان خلاق، در قالب شرکت‌های پویا بزرگ و موفق خلاق، پیگیری شود.

وی با اشاره به ضرورت توسعه توانمندسازی شرکت‌های خلاق در کنار توسعه منابع مالی پشتیبان شرکت‌های خلاق افزود: در حال حاضر صندوق‌های پژوهش و فناوری، منابع لازم برای حمایت را در اختیار دارند، اما به دلیل محدودیت‌های قانونی، نمی‌توانند به شرکت‌های خلاق به شکل موثر تسهیلات بدهند. از اعضای فراکسیون دانش‌بنیان مجلس، به ویژه آقای اقبال شاکری، درخواست داریم تا بسترهای قانونی مساعد برای تغییر وضعیت شرکت‌های خلاق را فراهم کنند.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق همچنین گفت: قانون ۹ ساله حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، توانست آثار ارزشمندی بر جای بگذارد. بی‌شک قانون حمایت از شرکت‌های خلاق نیز باید با رویکرد نگاه به آینده تدوین شود تا شاهد همین رویه مثبت در حوزه صنایع خلاق نیز باشیم.

تعامل برای تغییر جایگاه شرکت‌های خلاق

در ادامه این نشست، اقبال شاکری عضو هیأت رئیسه فراکسیون دانش‌بنیان مجلس شورای اسلامی بیان کرد: واقعیت این است که بعد از تعاملات انجام گرفته با ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، بنده، فراکسیون دانش‌بنیان و جمعی از نمایندگان مجلس این آمادگی کامل را داریم تا هر حمایتی که شرکت‌های خلاق نیاز دارند را در قالب قوانین موثر به تصویب برسانند.

این عضو هیأت علمی دانشگاه امیرکبیر در ادامه افزود: در حال حاضر در مجلس قوانینی مانند قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و قانون همه جانبه‌ای مانند قانون حمایت از جهش تولید در حال بررسی هستند. می‌توان مباحث مرتبط با شرکت‌های خلاق را در سریع‌ترین زمان ممکن در قالب این قوانین به تصویب رساند.

نماینده مردم ری، تهران و شمیرانات در مجلس شورای اسلامی در ادامه گفت: با توجه به در پیش بودن ارائه بودجه به مجلس و همچنین انتخابات ریاست‌جمهوری، بهتر است که هرچه زودتر با استفاده از فضای شور و همدلی مجلس، برای تصویب قوانین مرتبط با شرکت‌های خلاق اقدام کرد. در واقع در حال حاضر در بهترین بازه زمانی قرار داریم تا این قوانین را به تصویب برسانیم.

شاکری در ادامه گفت: دگرگونی مشاغل نرم و خلاق به گونه‌ای است که شاید در سال‌های پیش رو، جوانان ما مشاغلی داشته باشند که ما در حال حاضر هیچ درکی از این مشاغل به عنوان شغل نداشته باشیم. باید دید که کشورهای توسعه یافته چگونه توانسته‌اند ظرفیت‌های خود در زمینه صنایع خلاق را بالفعل کنند و با استفاده از این آموزه‌ها، نسبت به تصویب قوانین لازم در کشور اقدام کنیم.

نماینده مجلس شورای اسلامی با توجه به فعالیت‌های انجام گرفته در پارک علم و فناوری دانشگاه شهید بهشتی گفت: زمان تدریس در دانشگاه امیرکبیر شاهد بودم که چگونه جوانان فعال در حوزه صنایع خلاق بدون پشتوانه به شکل کم‌نظیری ارزش‌آفرینی می‌کنند و این انگیزه‌ای برای من شد که هرچه در توان دارم برای حمایت از این صنعت ارزشمند کشور به کار ببرم.

شاکری همچنین بیان کرد: معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری گام‌های بسیار موثری در این زمینه برداشته است. در بررسی‌های آماری که در مجلس از صنایع و رشته‌های مختلف انجام دادیم، بسیاری از حوزه‌ها و صنایع نتوانستند اهداف پیش‌بینی شده را در نمودارها محقق سازند اما معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری بخشی است که موفق شد تا بیش از پیش‌بینی‌های در نظر گرفته شده را محقق سازد.

وجود استعدادهای برتر در صنایع خلاق

همچنین حسین سلاح ورزی، رئیس سازمان کارآفرینی ایران که حضوری مجازی در نشست داشت با اشاره به اهمیت موضوع حکمرانی گفت: علی رغم وجود استعدادهای برتر در صنایع خلاق، میزان ارزش افزوده ایجادشده در این بخش با ظرفیت‌های کشور فاصله دارد. با وجود پیش‌بینی‌های انجام گرفته در سند ۱۴۰۴ هنوز نتوانسته‌ایم در منطقه به جایگاه شایسته‌ای دست یابیم و همه این مسائل به خاطر چالش‌های است که در زمینه حمرانی کارآفرینی و نوآوری در ایران داریم.

فیل اسپنسر درباره نحوه کسب درآمد بازی

فیل اسپنسر، رئیس بخش ایکس باکس، درباره نحوه درآمدزایی استودیوهای بازی‌سازی از طریق سرویس ایکس باکس گیم‌پس (Xbox Game Pass) توضیح داد.

به گزارش زومیت، سرویس اشتراکی مایکروسافت یعنی ایکس باکس گیم‌پس محبوبیت زیادی در بین گیمرها دارد. این سرویس نه‌تنها امکان دسترسی به بیش از ۱۰۰ بازی را فراهم می‌کند، بلکه در بین این بازی‌ها، شاهد ساخته‌های اختصاصی استودیوهای مایکروسافت برای پلتفرم ایکس باکس هستیم. حتی موردانتظارترین بازی مایکروسافت یعنی Halo Infinite در سال ۲۰۲۱ روی سرویس گیم‌پس در دسترس بازیکن‌ها خواهد بود؛ آن هم بدون نیاز به پرداخت هیچ هزینه اضافه‌ای. پشتیبانی عالی مایکروسافت از گیم‌پس و ارزان بودن هزینه اشتراک ماهیانه این سرویس باعث جذب بازیکن‌های زیادی به آن شده است، اما همیشه یک سؤال مهم در رابطه با سرویس گیم‌پس وجود دارد؛ اینکه استودیوهای بازی‌سازی و شرکت‌های ترد-پارتی (Third-Party) چه سودی از انتشار بازی‌های خود روی این سرویس می‌برند؟

فیل اسپنسر، رئیس پلتفرم ایکس باکس، در گفت‌وگو با وب‌سایت The Verge اعلام کرد که مایکروسافت، با توجه به موقعیتی که هر شرکت یا استودیو دارد، قراردادهای مختلفی با آنها به امضا می‌رساند. اسپنسر توضیح داد: «قراردادهای ما دارای شکل‌های مختلفی هستند. این موضوع ممکن است کمی بی‌سروسامان به نظر بیاید، اما درواقع ما براساس نیاز توسعه‌دهنده‌ها بدین شکل عمل می‌کنیم. یکی از نکات جالبی که معمولا اتفاق می‌افتد این است که سازنده‌های کوچک‌تر، ساخت یک بازی را شروع می‌کنند و به ما می‌گویند اگر فلان مبلغ را در اختیارشان بگذاریم، آنها بازی خود را از روز اول روی گیم‌پس منتشر خواهند کرد. در این ش
تضمین می‌کنیم و آنها می‌دانند که چنین باز
نوع دیگری از قرارداد برای انتشار بازی د
به‌طور کامل هزینه‌های ساخت یک بازی را ب
می‌توانند از فروش آن در خرده‌فروشی‌ها یا
همچنین ممکن است مایکروسافت اجازه انتش
هم داده باشد که در این صورت، سود ساز
که مایکروسافت از این قرارداد می‌برد، عرضه
اسپنسر در این باره گفت: در چنین حالتی،
احتمالی محفوظ نگه می‌دارند. بازی آنها در ه
بازی سود می‌برند و ما هم از عرضه آن روی گ
برای سازنده‌ها باشد. گاهی هم توسعه‌دهند
مثلا به ما می‌گویند اگر این مقدار مبلغ را در ا
منتشر می‌کنند.
اسپنسر همچنین به نوع دیگری از قرارداد
استفاده از بازی‌ها و درآمدزایی آنها اسـ
راه‌های مختلف را با شرکای خود امتحان کن
ما مدلی داشتیم که کاملا برمبنای میزان است
شرکای ما گفتند که بله، ما این موضوع را م

بررسی ۱۹ شاخص محصولات حوزه ماشین‌آلات را دانش‌بنیان می‌کند

معیارهای تفصیلی حوزه تجهیزات آزمایشگاهی، قطعات و ماشین‌آلات ساخت و تولید، برای دانش‌بنیان شدن تعیین شد.

محصولات و تجهیزات گوناگونی در رشته‌های مختلف برای دانش‌بنیان شدن، به کارگزاران و مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری عرضه می‌شود، اما پرسش این است که این محصولات باید با چه معیارها و شاخصه‌هایی سنجیده شوند تا به عنوان یک محصول دانش‌بنیان شناخته شوند.

برای تحقق این هدف کارگروه‌هایی راه‌اندازی شده‌اند و برای صنایع و رشته‌های مختلف معیارهایی را تعیین کرده‌اند. در این راستا معیارهای حوزه تجهیزات آزمایشگاهی، قطعات و ماشین‌آلات ساخت و تولید نیز در بخش‌های مختلف تعیین شده است. یک محصول برای دانش‌بنیان شدن باید از سه شرط سطح فناوری، برخوردار باشد. علاوه بر این باید از پیش‌شرط‌ها و ویژگی‌های دیگری نیز مانند شرط طراحی مبتنی بر تحقیق و توسعه برخوردار باشد. یکی از خصوصیات مهم مورد بررسی در ارزیابی این‌گونه محصولات «بازه و دقت پارامترهای عملکردی یا قابل اندازه‌گیری یا پارامترهای فرآیند تولید» است. شاخصه‌های مورد بررسی در فرآیند تولید تجهیزات آزمایشگاهی، قطعات و ماشین‌آلات ساخت و تولید، ۱۹ مورد مختلف را دربر می‌گیرد. دما، فشار، رطوبت، دور، گشتاور، بازده، ابعاد، میزان آلایندگی، زمان پاسخ، دقت و حساسیت، قابلیت اطمینان، قابلیت کنترل، توان، درجه آزادی، کورس عملکرد، انعطاف و تطبیق‌پذیری، بالانس و توازن، عمر و مداومت کارکرد، وزن، حجم، چگالی، سختی و زبری و تردی و چقرمگی، همه از مواردی هستند که در بررسی یک دستگاه مورد بررسی قرار می‌گیرند. ممکن است بررسی همه این موارد در ارزیابی تجهیزات و دستگاه‌های مختلف موردنیاز نباشد و تنها چند مورد، بررسی شود. علاوه بر این موارد مسائل مختلف دیگری نیز وجود دارد که توسط کارگروه بررسی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

قرارداد ۱۰۲ میلیون دلاری اروپا با «کلیر اسپیس» برای انتقال زباله‌های فضایی به زمین

«آژانس فضایی اروپا» از امضای قراردادی به ارزش ۱۰۲ میلیون دلار با استارت‌آپ سوئیسی برای جمع‌آوری زباله‌های فضایی و انتقال به زمین خبر داد. به گزارش دیجیاتو، استارت‌آپ سوئیسی «ClearSpace SA» قرار است نخستین ماموریت جمع‌آوری زباله‌های فضایی را در سال ۲۰۲۵ آغاز کند و فضاپیمای خود را به فضا پرتاب کند. این ماموریت ClearSpace-۱ نام دارد و آژانس فضایی اروپا کاوشگر خود را که دارای چهار بازوی رباتیک است به مدار زمین می‌فرستد تا بتواند زباله‌های فضایی را از مدار زمین جمع‌آوری کند. این کاوشگر قرار است «وسپا» یکی از مهم‌ترین زباله‌های فضایی را با کمک چهار بازوی رباتیک خود از فضا جمع‌آوری و به زمین منتقل کند. اگر این ماموریت با موفقیت به انجام برسد، می‌توان امیدوار بود که روند جمع‌آوری زباله‌های فضایی دیگر نیز با موفقیت دنبال شود. شایان ذکر است زباله فضایی وسپا در حدود ۱۰۰ کیلوگرم وزن دارد و با توجه به اینکه ساختاری ساده دارد، بازوهای رباتیکی می‌توانند به راحتی آن را به دام بیندازند. زباله‌های فضایی، قطعات باقیمانده سفینه‌ها هستند که طی ماموریت‌های مختلف از آن جدا شده و در مدار زمین در گردش هستند. این زباله‌های فضایی نه تنها کارایی خاصی ندارند، بلکه می‌توانند خطرناک هم باشند و به ماهواره‌ها و سفینه‌های فضایی برخورد کنند. برنامه‌های مختلفی برای جمع‌آوری زباله‌های فضایی مطرح شده است. اواسط آبان‌ماه رئیس و مدیر عملیات شرکت اسپیس اکس اعلام کرد از راکت «استارشیپ» که برای حمل انسان و محموله‌های سنگین به مریخ ساخته شده می‌توان برای پاکسازی مدار زمین از زباله‌های فضایی استفاده کرد. مرکز استاندارد و نوآوری فضایی (CSSI) می‌گوید به طور تقریبی ۷۶۰ هزار قطعه زباله بزرگ‌تر از یک سانتی‌متر در مدار زمین وجود دارد. در سال ۲۰۱۱ ناسا اعلام کرده بود که حجم زباله‌های فضایی به صورت تصاعدی در حال افزایش است و شرایط بحرانی در مدار زمین به دلیل وجود این زباله‌ها وجود دارد. بی‌شک از آن زمان تاکنون شرایط بحرانی‌تر نیز شده است.

ی‌سازها از ایکس باکس گیم‌پس توضیح داد

رایط، ما یک موفقیت حداقلی برای بازی آنها دهی را دریافت خواهند کرد.»
گیم‌پس وجود دارد که در آن، مایکروسافت رعهده می‌گیرد. در این حالت، سازنده بازی فروشگاه‌های دیجیتال درآمد کسب کند. ار بازی روی پلی استیشن، سوییچ و پی‌سی نده افزایش پیدا می‌کند. اما در مقابل، سودی بازی از روز اول روی سرویس گیم‌پس است. سازندگان بازی‌ها خودشان را از ریسک‌های ر صورت ساخته می‌شود؛ سپس آنها از فروش یم‌پس. این می‌تواند یک مبلغ پرداختی ثابت ه‌ها کار بیشتری روی بازی انجام می‌دهند و اختیارشان قرار دهیم، بازی را روی گیم‌پس

د با بازی‌سازها اشاره کرد که براساس میزان ن. او در این باره گفت: «ما سعی می‌کنیم که یم. در ابتدا (که گیم‌پس شروع به کار کرد)، تفاده کاربران از بازی‌ها بود. در آن زمان اکثر ی‌فهمیم، اما به آن اعتقادی نداریم بنابراین ترجیح می‌دهیم پول را از قبل به ما پرداخت کنید.»

اسپنسر در بخش دیگری از صحبت‌های خود گفت به‌خاطر وجود سرویس گیم‌پس، بازی‌های مختلفی در سبک‌های متفاوت ساخته شده‌اند و از این بابت اظهار خوشحالی کرد. او گفت: «وقتی یک تیم بازی‌سازی مشغول ارائه و معرفی بازی خودشان به ناشر هستند، اگر میزان فروش و درآمد احتمالی بازی با حساب و کتاب ناشر سازگار نباشد، هرگز شاهد ساخته شدن آن نخواهیم بود. برای مثال وقتی به نتفلیکس نگاه می‌کنیم، سریال‌هایی را می‌بینیم که در مدل قدیمی و در شبکه‌هایی مانند NBC و CBS یا ABC هرگز فرصت ساخته شدن پیدا نمی‌کردند، درحالی‌که واقعا می‌توانند سریال‌های موفقی باشند. من امیدوارم که گیم‌پس هم بتواند به چنین سطحی برسد.»

البته با تمام ویژگی‌های مثبتی که سرویس گیم‌پس دارد، انتقاداتی هم در مورد آن و سایر سرویس‌های مشابه مانند اپل آرکید شنیده می‌شود. برای مثال برخی افراد معتقدند که چنین سرویس‌هایی می‌توانند ارزش بازی‌ها را نزد مخاطب پایین بیاورند و این ذهنیت را ایجاد کنند که بازی باید مجانی یا ارزان باشد. همچنین در درازمدت، این سرویس‌ها منجر به افت کیفیت بازی‌های AAA می‌شوند و بازی‌سازها را به سمت ساخت بازی‌های کم‌خرج‌تر سوق می‌دهند. بااین‌حال نمی‌توانیم محبوبیت سرویس گیم‌پس را انکار کنیم و آن را یک موفقیت بزرگ برای مایکروسافت در نظر نگیریم. این سرویس اکنون ۱۵ میلیون مشترک دارد و براساس آمارهای ارائه‌شده، حدود ۷۰ درصد از افرادی که کنسول‌های ایکس باکس سری ایکس یا سری اس را در هنگام عرضه خریداری کرده‌اند، از قبل اشتراک گیم‌پس داشتند یا به تازگی عضو این سرویس شده‌اند.

محصولات دانش‌بنیان‌های ایرانی در بازار دائمی افغانستان به فروش می‌رسد

بزرگ‌ترین و مدرن‌ترین فروشگاه دارویی غرب افغانستان میزبان محصولات دانش‌بنیان‌های ایرانی فعال حوزه سلامت می‌شود. فرصتی برای ۲۰ شرکت دانش‌بنیان فعال حوزه سلامت ایجاد شده است تا محصولات خود را در فروشگاه دائمی مرکز تجاری بزرگ دارویی و تجهیزات پزشکی در شهر هرات افغانستان که بزرگ‌ترین و مدرن‌ترین فروشگاه دارویی غرب محسوب می‌شود، به فروش برسانند. با توجه به متمرکز شدن نمایندگی‌های دارویی و تولیدکنندگان در این نقطه و اختصاصی بودن موقعیت آن به عنوان قطب اصلی صنف دارویی غرب افغانستان، عرضه و معرفی محصولات می‌تواند با سهولت بیشتری منجر به فروش به مشتریان بالقوه‌ای در این ناحیه رفت‌وآمد دارند، شود چراکه با توجه به اهداف و برنامه‌های پیش‌بینی شده، ساختمان مذکور تبدیل به محل اصلی تامین نیاز داروخانه‌های اصلی ولایت هرات و ولایات غربی افغانستان خواهد شد.

یادداشت

سلول‌های بنیادی به میدان آمد و امید بیماران بیشتر شد

سلول‌های بنیادی را در درمان ۷۰ نوع بیماری موثر می‌دانند؛ سلول‌هایی که دنیای درمان را دگرگون و امیدها برای درمان بیماری‌ها را بیشتر کند.

شاید ندانید که قلب شما برای تپش خود، مغز برای انجام فعالیت‌های روزانه‌اش و کلیه برای تمیز کردن خون، نیاز به جایگزینی سلول‌های مرده با سلول‌های بنیادی دارند. این سلول‌ها در بدن هستند تا به نوسازی بدن کمک و فرآیند ادامه حیات را برای بدن احیا کنند.

این علم پویا و مهم در دنیا روند توسعه شتابانی دارد و دانشمندان هر روز با ارائه راهکارهای نوین، دنیای درمان را با شیوه‌ها و فناوری‌های جدید شگفت‌زده می‌کنند؛ ابزارهای جدیدی که امید به زندگی را در بیماران بیشتر می‌کند و مهر تاییدی به ادامه حیات‌شان می‌زند.

بیمارانی که سال‌ها با بیماری‌های صعب‌العلاج یا لاعلاجی مانند سرطان، بیماری‌های قلبی، پارکینسون، اسکلروز متعدد، سکته، بیماری هانتینگتون، صدمات نخاعی و بسیاری بیماری‌های دیگر دست و پنجه نرم می‌کنند و درد می‌کشند. به همین دلیل، این علم کاربردی در دنیا به یکی از علوم پیشرو بدل شده است و کشورها برای توسعه این حوزه فناورانه با هم رقابت می‌کنند؛ رقابتی که نفع آن برای مردم و بیماران است و قرار است آینده‌ای ایمن‌تر و سالم‌تر برای بشر رقم بزنند.

شتاب‌گیری این حوزه فناورانه را به سال ۲۰۱۰ میلادی منتسب می‌کنند. آمارها می‌گوید این عرصه علمی در آن سال‌ها حدود ۳ میلیرد دلار بازار جهانی داشته و قرار است تا ۲۰۳۰ میلادی این بازار به حدود ۲۰ میلیارد دلار برسد.

کشورهای آسیایی پیشتاز در سرمایه‌گذاری بر روی سلول‌های بنیادی شامل چین، کره، ژاپن، هندوستان، قطر و عربستان هستند. البته ایران هم چند سالی است که با پیوستن به این کشورها، در تلاش برای اثبات توانمندی‌ها و ظرفیت‌های دانشی خود به دنیا است؛ تلاشی که قدمتی ۲۸ ساله دارد. البته که این روند ۱۵ سالی است شتاب بیشتری گرفته و ایران را به لیست کشورهای پیشرو در این حوزه اضافه کرده است.

حمایت همیشگی معاونت علمی و فناوری از توسعه سلول‌های بنیادی

سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری هم تاکید زیادی بر توسعه این علم در کشور دارد و معاونت علمی را حامی همیشگی توسعه سلول‌های بنیادی در کشور می‌داند. آن‌طور که ستاری می‌گوید: حوزه سلول بنیادی در معاونت علمی همواره مورد حمایت قرار گرفته و می‌گیرد. ستاد توسعه علوم و فناوری‌های سلول‌های بنیادی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم از نظر مالی مشکلی برای حمایت از دستاوردهای این حوزه ندارد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری معتقد است که در آینده نزدیک فناوری‌های سلول‌های بنیادی در کشور رشدی مضاعف را تجربه می‌کند و به زودی با این روش‌ها درمان‌های جدید و مطمئن‌تری به لیست درمان بیماری‌های سخت افزوده خواهد شد چون سلول‌های بنیادی یک مجموعه بی‌نظیر علمی و درمانی محسوب می‌شود. مسیر درمانی و پزشکی در دنیا ناخودآگاه به سمت درمان‌های سلولی در حرکت است و نظام درمانی دنیا چاره‌ای ندارد جز اینکه در این مسیر ادامه راه دهد. ایران هم اگر به سمت دستیابی به این فناوری کاربردی نمی‌رفت قطعا امروز برای درمان بسیاری از بیماری‌ها با مشکلات و چالش‌های زیادی روبه‌رو می‌شد.

شتاب‌گیری علوم سلول‌های بنیادی در زیست‌بوم فناوری و نوآوری

امیرعلی حمیدیه دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری‌های سلول‌های بنیادی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با اشاره به فعالیت ۱۴۰ شرکت دانش‌بنیان در حوزه سلول‌های بنیادی می‌گوید: فعالیت این شرکت‌ها از تولید ظرف کشت سلول که پیش از این همه وارداتی بوده است تا محیط کشت و تکثیر سلول را دربر می‌گیرد. به گفته حمیدیه، براساس سند توسعه سلول‌های بنیادی و پزشکی بازساختی، تحولی بزرگ در این حوزه اتفاق افتاد و تبدیل این علم به ثروت را محقق کرد. دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری‌های سلول‌های بنیادی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همچنین بیان می‌کند: از نظر تولید علم در حوزه سلول‌های بنیادی هم جایگاه ایران بسیار قابل قبول است و در کنار کشورهایی ایستاده‌ایم که روزی تنها قدرتمندان این حوزه علمی بودند اما با تلاش‌های صورت گرفته در زیست‌بوم فناوری و نوآوری کاری کردیم که به لیست کشورهای دارای این فناوری پیوستیم و امروز ایران یکی از نامداران سلول‌های بنیادی در دنیا است.

حمیدیه ادامه می‌دهد: ایران پیشتازترین کشور اسلامی در حوزه سلول‌های بنیادی است و این موضوع بر توانمندی سرآمدان علمی کشور صحه می‌گذارد.

امید به زندگی و سالم ماندن یکی از نیازهای جدی و مهم روانی در جامعه است. اینکه بشر بداند در بحبوحه بیماری‌ها و جنگ‌های ناخواسته می‌تواند به طنابی چنگ بزند و خود را از عوارض این ناملایمات در امان بدارد، مثلا در روزهای سخت کرونایی، جهان به سمتی رفت که به ضرورت توسعه علمی و کشف راه‌های درمانی در زمان بروز بیماری‌های ناشناخته بیشتر پی برد.

اخبار گاه و بیگاهی هم که از گوشه و کنار جهان مبنی بر کشف دارو یا واکسنی برای درمان کرونا به گوش می‌رسد، امیدها برای رهایی از این دام پهن شده را بیشتر می‌کند. شاید این روزها حال بیماران سرطانی و صعب‌العلاج را بهتر درک می‌کنیم زمانی که ندایی از گوشه‌ای از جهان برای درمان این بیماری به گوش می‌رسد. سلول‌های بنیادی را امیدی برای بیمارانی می‌دانند که روی تخت بیمارستان ناامید از همه راه‌ها منتظرند تا شاید درمانی جدید برای‌شان پیدا شود و از این روزهای سخت رهایی یابند.

بازار دارو خلأ یک میلیارد دلاری دارد و تا پایان سال شکاف‌ها پر می‌شود

بازار دارو در کشور با خلأ ۱,۶۷ میلیارد دلاری مواجه است که زیست‌بوم فناوری و نوآوری در فکر پر کردن این خلأ با توان داخلی است. صنعت داروسازی یکی از صنایعی است که آینده‌محور است و کشورها برای تامین این نیاز خود همیشه برمبنای یک استراتژی و برنامه‌ریزی اصولی حرکت می‌کنند؛ نیازی ضروری که حیات مردم به آن وابسته است؛ صنعتی که از سه بخش تولید، بازاریابی و توسعه تشکیل می‌شود و پیشرفت هر کدام از این بخش‌ها برای شتاب دادن به روند توسعه آن مهم است.

آمریکای شمالی، اروپا و ژاپن را کشورهای پیشروی صنعت دارویی جهان می‌دانند. کشورهای نوظهوری مانند چین، برزیل، روسیه، هند، مکزیک، ترکیه و چند کشور دیگر را هم بازارهای نوظهور این صنعت معرفی می‌کنند. البته سهم ایران هم از این بازار، قابل توجه است که به لطف تلاش شرکت‌های دانش‌بنیان و متخصصان ایرانی برای کشور به دست آمده است. به گفته مصطفی قانعی دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، این بازار بزرگ در ایران یک شکاف ۱,۶۷ میلیارد دلاری دارد که ستاد در تلاش است تا با کمک شرکت‌های فعال این حوزه آن را پوشش دهد. کاری که شاید تا پایان سال جاری محقق شود.

به گواه آمارهای رسمی، ایران در حوزه تولید دارو در منطقه جایگاه خوبی را کسب کرده است. این آمارها می‌گوید ایران سومین بازار بزرگ دارویی منطقه را از آن خود کرده است. این بازار بزرگ، ارزش اقتصادی زیادی برای کشور به همراه دارد.

اپل خطوط تولید آیپد و مک‌بوک را به ویتنام منتقل می‌کند

اپل برای کاهش اتکا به چین از فاکسکان خواسته خطوط مونتاژ آیپد و مک‌بوک را به ویتنام منتقل کند. در صورت صحت خبر فاکسکان برای نخستین بار آیپد را خارج از چین تولید می‌کند.

به گزارش دیجیاتو، «خبرگزاری رویترز» به نقل از منبعی آگاه مدعی شده فاکسکان در واکنش به درخواست اپل در حال انتقال خطوط مونتاژ آیپد و مک بوک از چین به ویتنام است. این تصمیم اپل ناشی از جنگ تجاری دامنه‌دار بین آمریکا و چین است که باعث افزایش تعرفه کالاهای وارداتی از چین شده است. این شرکت قبلا هم بخشی از خطوط تولید خود را به هند منتقل کرده بود. اپل به لطف برخی مذاکرات توانسته تا حدی از زیر بار تعرفه‌ها در برود اما وابستگی بیش از حد به چین آنها را نه تنها در برابر فشارهای ژئوپلیتیکی بلکه در برابر بحران‌هایی نظیر پاندمی کرونا نیز آسیب‌پذیر ساخته تا حدی که با قرنطینه چین معرفی و تولید آیفون‌های جدید با تاخیر مواجه شد. همین عامل باعث شده آنها به فکر ایجاد تنوع در زنجیره تامین خود باشند. فاکسکان ظاهرا خطوط مونتاژ آیپد و مک بوک را در کارخانه‌ای واقع در استان « Bac Giang» ویتنام مستقر کرده و از نیمه اول ۲۰۲۱ آن را راه‌اندازی خواهد کرد. منبع رویترز بدون اشاره به مدل‌های آیپد تاکید کرد که بخشی از تولید چین به این سایت محول خواهد شد. فاکسکان در پاسخ به درخواست نشریات از تایید یا رد این گزارش خودداری کرد و اپل هم هنوز اظهارنظری نکرده است. با این حال شرکت تایوانی روز سه‌شنبه از سرمایه‌گذاری ۲۷۰ میلیون دلاری برای تاسیس زیرمجموعه‌ای جدید خبر داده بود که به گفته این منبع آگاه برای پشتیبانی از شعبه جدید تایوان صورت گرفته است. در صورتی که این گزارش درست از آب درآید برای اولین بار فاکسکان آیپد را خارج از چین تولید می‌کند. فاکسکان و پگاترون پیش از این بنا به درخواست اپل سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی را برای راه‌اندازی خطوط تولید در هند و مکزیک صورت داده‌اند.

آنر رقیب ما خواهد بود و رابطه پشت پرده با آنها نخواهیم داشت

رن ژنگفی با بیان اینکه هدف برخی سیاستمداران آمریکایی از تحریم نابودی هوآوی است تاکید کرد که پس از جدایی آنر نه تنها ارتباطی پنهانی با این شرکت نخواهند داشت بلکه رقیب آنها خواهد بود.

به گزارش دیجیاتو، اواخر ماه گذشته هوآوی تایید کرد که برای خارج کردن آنر از زیر بار تحریم‌های سنگین ایالات متحده، زیرمجموعه خود را کنسرسیوم تازه تاسیس به نام «Shenzen Zhixin» می‌فروشد که از کارگزاران و توزیع‌کنندگان آنر تشکیل شده است. «رن ژنگفی»، مدیرعامل هوآوی در همین رابطه سخنانی را خطاب به کارکنان این شرکت ایراد کرده و در آن به دلایل جدایی و آینده برند آنر پرداخته است:

«تحریم‌های پیاپی آمریکا علیه هوآوی ما را به این نتیجه رساند که هدف برخی سیاستمداران این کشور نه اصلاح شرکت ما بلکه نابودی آن است.»

به گفته ژنگفی هرچند هوآوی می‌توانست بر مشکلات غلبه کند اما میلیون‌ها کارمند فعال در زنجیره تامین و فروش آنر به خاطر توقف کانال‌های فروش در سراسر دنیا در خطر از دست دادن کارشان بودند: «ما نباید افراد بی‌گناه را به خاطر مشکلاتی که داریم به سقوط بکشانیم.» هوآوی قبلا در بیانیه خود به قطع ارتباط کامل با آن اشاره کرده بود و ژنگفی دوباره روی این مسئله تاکید کرد:

«پس از جدایی هوآوی هیچ ارتباط پشت پرده‌ای با آنر نخواهد داشت. ما در این روند خردمندانه رفتار کرده و شدیدا به قوانین و هنجارهای بین‌المللی پایبند خواهیم بود.» مدیرعامل هوآوی از مدیران آنر خواست پس از استقلال روی همکاری با شرکت‌های فناوری ایالات متحده تمرکز کنند: «آنر تحت مدیریت جدید به سرعت تولید را از سر گرفته و مشکلاتی که با شرکای بالا و پایین‌دست دارد را مرتفع خواهد کرد. آمریکا از نظر فناوری یک ابرقدرت است و کمپانی‌های فوق‌العاده بسیاری در آن مشغول به فعالیت هستند. شما باید با آنها همکاری تنگاتنگ و گسترده‌ای داشته باشید.»

کارگاه برندینگ

غول‌های تکنولوژی بر علیه دولت پاکستان

به قلم: مانیش سینگ خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

طی چند هفته اخیر، دولت پاکستان طی بیانیه‌ای اعلام کرد که دست به سانسور شدید محتواهای شبکه‌های اجتماعی خواهد زد. همین امر نیز باعث شده است تا غول‌های تکنولوژی، در اقدامی بی‌سابقه دولتمردان این کشور را تهدید نمایند. درواقع اگر این طرح اجرا شود، تمامی برندهای مطرح حوزه تکنولوژی نظیر گوگل، فیس‌بوک و توییتر، دیگر فعالیتی را در این کشور نخواهند داشت. درواقع پاکستان در یک قدمی قرار گرفتن در لیست سیاه آنها قرار دارد. در این راستا تنها برندهای فوق، چنین اقدامی را در دستور کار خود قرار نداده و در این فهرست نام‌های دیگری نظیر اپل، آمازون، لینکدین، یاهو، بوکینگ و ایر بی ان بی نیز قرار دارد. حال باید دید که این تهدید، با چه واکنشی همراه خواهد بود. درواقع در این شرایط، وقوع هر اتفاقی امکان‌پذیر است. با این حال بسیاری از تحلیلگران بر این باور هستند که در نهایت توافقی در این زمینه حاصل خواهد شد. درواقع پاکستان با توجه به این امر که توانایی جایگزین کردن درست به مانند سیاست چین را ندارد، احتمال اصرار بر اعمال چنین محدودیت‌هایی، بعید خواهد بود.

منبع: techcrunch.com

تمدید آموزش رایگان استراتژی نیکون برای فرار از بحران

به قلم: شاون نایت خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

اگرچه تا ۴ سال قبل، رقابت میان نیکون و کنون بسیار نزدیک بوده است، با این حال اکنون همه چیز متفاوت شده و کنون، فاصله معناداری را پیدا کرده است. در این راستا اضافه شدن ویروس کرونا، شرایط را برای این برند باسابقه، بسیار سخت کرده است. در این راستا برای از دست ندادن بازار کریسمس، این شرکت استراتژی آموزش رایگان عکاسی را در دستور کار خود قرار داده است. اگرچه این طرح به مدت محدود در زمان قرنطینه خانگی مورد استفاده قرار گرفت، با این حال قرار است که تا پایان سال بار دیگر شاهد آن باشیم. درواقع به هر میزان که افراد بیشتری، دانش خود را در زمینه عکاسی بالاتر ببرند، طبیعی است که احساس نیاز به دوربین نیز در آنها تشدید خواهد شد. یکی از تغییرات مهم در این دوره، اضافه شدن بخش‌های بیشتر نظیر نحوه ایجاد موزیک ویدئو است. حال باید دید که این طرح تا چه حد می‌تواند برای این برند ژاپنی، نتیجه‌بخش باشد.

منبع: techspot.com

گوگل به مکانی برای کسب درآمد تبدیل خواهد شد

به قلم: تیم نویسندگان سایت electrodealpro
مترجم: امیر آل‌علی

سیاست پرداخت پول به کاربران یوتیوب به قدری موفقیت‌آمیز بوده است که شاهد افزایش چشمگیر فعالیت‌ها در این شبکه هستیم. به نظر می‌رسد که گوگل از این تجربه موفق خود، در فضایی متفاوت می‌خواهد استفاده نماید. دراقع مدیران این شرکت در تدارک ایجاد یک اپلیکیشن به نام Task Mate هستند که در آن به ازای فعالیت افراد، مبالغی پرداخت خواهد شد. این برنامه در حال طی کردن دوره آزمایشی خود در کشور هند است، با این حال هنوز مشخص نیست که چه اقداماتی، در دستورات این برنامه قرار خواهد گرفت. همچنین مشخص نیست که گوگل از این طرح چه درآمدی را خواهد داشت. درواقع باید این مبالغ پرداختی، بخشی از درآمد گوگل باشد. به همین خاطر پیش‌بینی می‌شود که این اقدامات، در راستای تبلیغ برندها صورت گیرد. در این راستا هنوز زمان مشخصی نیز برای عرضه جهانی آن مشخص نشده است. در این راستا برخی از تحلیلگران، نسبت به واکنش‌های احتمالی، تردیدهایی را داشته و این احتمال وجود دارد که استقبال چندانی از آن صورت نگیرد. درواقع تصمیم‌گیری در این زمینه به کسب اطلاعات بیشتر نیاز دارد.

منبع: electrodealpro.com

ایده‌های بازاریابی برای ماه دسامبر

به قلم: استفانی هیتمن کارشناس بازاریابی و سردبیر وبلاگ LOCAL IQ
ترجمه: علی آل‌علی

ماه دسامبر برای بازاریاب‌ها اهمیت بسیار زیادی دارد. ماه پایانی سال همیشه همراه با نوعی فوریت برای برندها به منظور فروش محصولات‌شان است. اغلب برندها تمایلی به پر ماندن انبارهای‌شان در پایان سال ندارند. همین امر تیم‌های بازاریابی را به سوی طراحی کمپین‌های ویژه برای پایان سال سوق می‌دهد. جمعه سیاه نیز در ماه دسامبر برای بازاریاب‌ها جذابیت زیادی دارد. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به بازاریابی ویژه در کریسمس می‌کنند. شاید این امر در ابتدا جذابیت بالایی داشته باشد، اما بدون ایده‌های مناسب برای بازاریابی امکان جلب نظر مخاطب هدف وجود ندارد.

بسیاری از مردم در ماه پایانی سال تمایل بیشتری برای خرید پیدا می‌کنند. اغلب افراد خرید های اصلی‌شان برای سال نو را در دسامبر انجام می‌دهند. همین امر برای خرده فروشی‌ها بازه زمانی مناسبی از نظر فروش ایجاد می‌کند. افزایش تمایل خرید از سوی مشتریان بدون برنامه‌ریزی درست از سوی برندها نتیجه خاصی بر روی میزان فروش‌شان نخواهد داشت. بسیاری از برندها در دسامبر نه تنها افزایشی در فروش تجربه نمی‌کنند، بلکه با ضرر نیز مواجه می‌شوند. دلیل این امر ناتوانی برای تولید کمپین‌های بازاریابی جذاب و تعاملی از سوی چنین برندهایی است. در ادامه برخی از ایده‌های مناسب برای بازاریابی در ماه دسامبر را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

ایده‌های مربوط به کریسمس در ماه دسامبر

ماه دسامبر همیشه همراه با حال و هوای کریسمس است. هیچ خانواده‌ای در ماه دسامبر بدون دغدغه‌های متعدد در مورد خرید محصولات موردنیازش به ارزان‌ترین قیمت ممکن نیست. همین امر موجب تقویت انگیزه برندها برای بازاریابی و تعامل با مشتریان می‌شود. نکته مهم اینکه برخی از برندها از مدت‌های قبل از کریسمس اقدام به بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف می‌کنند. برهمین اساس برخی از ایده‌های بازاریابی در ماه دسامبر مربوط به کریسمس است.

ارسال رایگان محصولات

خرید محصولات به صورت غیرحضوری همیشه جذابیت‌های خاصی دارد. عدم نیاز به حضور در خرده فروشی‌ها و انتظار در صف‌های طولانی، به ویژه در ماه پایانی سال، مزیت مهمی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان ضرورت کاهش قیمت ارسال محصولات برای مشتریان است. اغلب خرده فروشی‌ها برای ارسال محصولات‌شان به آدرس مشتریان هزینه مشخصی دریافت می‌کنند. یکی از ایده‌های بازاریابی مناسب برای ماه دسامبر مربوط به ارسال رایگان محصولات برای مشتریان است.

بدون تردید برخی از خرده فروشی‌های کوچک امکان ارسال رایگان سفارش مشتریان را ندارند. در این صورت باید تا جای ممکن تخفیف مناسب لحاظ کرد. موسسه محصولات ارگانیگ ناویتاس به عنوان یک شرکت معتبر در ماه پایانی هر سال ۲۰ درصد تخفیف بر روی ارسال سفارشات اعمال می‌کند. این امر نقش مهمی در تقویت انگیزه مشتریان برای خرید دارد.

امروزه بسیاری از مشتریان به دلیل مشکلات ناشی از کرونا فکر خرید حضوری را نمی‌کنند. این امر با قوانین سفت و سخت پیرامون وضعیت برندها و خرده فروشی‌ها همراه شده است بنابراین خرید آنلاین تنها گزینه در دسترس مشتریان است. ارسال رایگان سفارشات نقش مهمی در رقابت بهینه میان خرده فروشی‌ها در ماه پایانی سال خواهد داشت.

توجه به هفته جهانی واکسن آنفلوآنزا

بیماری آنفلوآنزا در طول مدت زمان پیش از عرضه واکسنش یکی از جلوه‌های وحشتناک زندگی مردم بود. بسیاری از افراد به دلیل این بیماری خیلی زود از پا درمی‌آمدند. سالانه ۶ تا ۱۲ دسامبر به عنوان هفته جهانی واکسن آنفلوآنزا شناخته می‌شود. این هفته برای بسیاری از سازمان‌های بهداشتی دارای اهمیت است. برخی از ایده‌های بازاریابی مناسب در این هفته به شرح ذیل است:

- به اشتراک‌گذاری اطلاعات اساسی در مورد بیماری آنفلوآنزا و راهکارهای درمان آن در کوتاه‌ترین زمان ممکن
- بیان تاریخچه کشف واکسن آنفلوآنزا و سختی‌های مسیر این تحقیق علمی
- تلاش برای معرفی خدمات شرکت در زمینه ارائه کمک‌های مالی به‌موسسه های بهداشتی و پزشکی برای مقابله با این بیماری
- اگر در زمینه بهداشت فعالیت دارید، معرفی مرکز درمانی تان به عنوان گزینه‌ای مطمئن برای افراد بیمار ایده جذابی خواهد بود.

بسیاری از مردم به دلیل شیوع ویروس کرونا استقبال مناسبی از کمپین‌های بازاریابی با محوریت نکات بهداشتی دارند. این امر شاید در ابتدا بسیار ساده به نظر برسد، اما تاثیرگذاری مطلوبی بر روی مخاطب هدف دارد. اگر کسب و کار شما در زمینه بهداشتی فعالیت ندارد، قدردانی از کادرهای درمانی ایده جذاب دیگری خواهد بود.

گرامیداشت نخستین روز زمستان

زمستان در راه است. بسیاری از مردم زمستان را مصادف با سال نو میلادی می‌دانند. شور و هیجان در این ماه به حداکثر می‌رسد. ۲۱ دسامبر به طور رسمی نخستین روز از فصل زمستان است. این روز مصادف با یک هفته به کریسمس است بنابراین برندها امکان ترکیب ایده‌های بازاریابی‌شان برای این روز مهم و همچنین کریسمس را دارند. بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی برای کریسمس نیاز به یک ایده جانبی دارند. این امر نکته مهمی در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود. یادآوری خاطرات خوش مربوط به کریسمس و همچنین زمستان برای مردم ایده جذابی از نظر بازاریابی محسوب می‌شود. برخی از برندها در این روز از مخاطب هدف‌شان برای بیان خاطرات‌شان در کریسمس و زمستان درخواست می‌کنند. این امر برندها را با حجم وسیعی از داده‌های مربوط به مشتریان مواجه خواهد ساخت. معنای این امر امکان تولید محتوای بازاریابی با داده‌های رایگان است.

ایده‌های مربوط به اهدای هدیه به مشتریان در کریسمس

بازاریابی در کریسمس همیشه برای مشتریان جذابیت دارد. دلیل این امر امکان دریافت هدیه‌ها یا تخفیف‌های گسترده از سوی برندهاست. بسیاری از برندها برای بازاریابی در کریسمس اقدام به اعطای هدیه‌های جذاب می‌کنند. بررسی برخی از هدیه‌های جذاب برای مشتریان در ادامه اهمیت بالایی دارد.

برگزاری مراسم تجاری و اعطای هدیه به مشتریان

مراسم‌های بازاریابی جذابیت بالایی برای برندها دارد. ایجاد هیجان در میان مشتریان ایده مناسبی برای افزایش فروش است. نکته مهم در این میان ناتوانی برندها برای برگزاری مراسم‌های حضوری در سال پیش روی است بنابراین مراسم‌های آنلاین باید در دستور کار برندها قرار گیرد. بدون شک مراسم‌های آنلاین حال و هوای مراسم‌های حضوری را ندارد. همین امر نیاز به ایده‌های جانبی برای مراسم‌های آنلاین را افزایش می‌دهد.

اعطای هدیه‌های جذاب به مشتریان در مراسم‌های آنلاین بهترین گزینه برای افزایش جذابیت مراسم برند است. بسیاری از برندها در مراسم‌های ویژه شان اقدام به قرعه‌کشی میان مشتریان یا اعطای هدیه به صورت سراسری می‌کنند. این امر پای هر مشتری سخت پسندی را نیز به مراسم برند باز خواهد کرد. مهمترین مسئله در این میان انتخاب هدیه‌های جذاب برای مشتریان است. اگر این نکته مدنظر برندها قرار نگیرد، امکان تاثیرگذاری بر روی آنها از بین خواهد رفت. ایراد برخی از برندها در این زمینه انتخاب محصولاتی غیرجذاب برای بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف است بنابراین بازنگری در کیفیت هدیه‌های برند نکته مهمی برای بهبود وضعیت خواهد بود.

برخی از برندها توانایی لازم برای برگزاری مراسم آنلاین به تنهایی را ندارند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد می‌کند. ایده مناسب در این میان همکاری با برخی از برندهای دیگر برای برگزاری مراسم آنلاین است. این امر هزینه‌های برگزاری مراسم را میان برندهای مختلف پخش خواهد کرد. نتیجه امر اینکه به هیچ برندی فشار بیش از اندازه وارد نخواهد شد.

ارسال کارت‌پستال برای مشتریان

هیچ نکته‌ای بیشتر از دریافت ایمیل‌های مناسبتی در چند روز مانده به کریسمس مهم نیست. بسیاری از مشتریان نسبت به دریافت ایمیل‌های بازاریابی به طور مداوم شکایت دارند. نکته مهم در این میان علاقه همین دسته از مشتریان برای دریافت ایمیل‌های مناسبتی است. اکنون با توجه به شیوع ویروس کرونا حال و هوای کریسمس کمتر در سطح شهر قابل مشاهده است بنابراین برندها باید اقدام به ایجاد حس و حال کریسمس برای مشتریان‌شان نمایند. در غیر این صورت دامنه وسیعی از مشتریان نسبت به خدمات برندها ناامید خواهند شد.

ارسال کارت‌پستال همیشه یکی از شیوه‌های تبریک و یادآوری اهمیت افراد

محسوب می‌شود. این امر در میان خانواده‌ها معنای بسیار مهمی دارد. سالانه شمار بالایی از خانواده‌ها اقدام به ارسال کارت‌پستال برای دوستان‌شان می‌کنند. نکته جالب در این میان امکان تقلید از خانواده‌ها و ارسال کارت‌پستال از سوی برندهاست. دامنه وسیعی از مشتریان شانس دریافت کارت‌پستال در طول ماه دسامبر را دارند. اگر یک کسب و کار در این میان با بودجه محدودی مواجه است، ابتدا باید به سراغ مشتریان وفادارش برود. این نکته دارای اهمیت بسیار زیادی است. اگر مسائل مالی مدنظر برند قرار نگیرد، امکان بروز بدهی‌های گسترده افزایش پیدا می‌کند بنابراین پیش از طراحی هر برنامه‌ای برای بازاریابی باید میزان بودجه در دسترس را مدنظر قرار داد.

ارسال کارت‌پستال برای مشتریان همراه با ایده‌های جانبی تاثیرگذاری بسیار بیشتری به همراه خواهد داشت. یکی از ایده‌های مناسب در این میان ارائه کد تخفیف ویژه برای مشتریان است. این امر انگیزه مشتریان برای مطالعه کارت‌پستال‌ها را به شدت افزایش می‌دهد.

اعطای هدیه به مشتریان در اینستاگرام

دسامبر همیشه برای مشتریان به معنای امکان دسترسی به تخفیف‌های گسترده و حتی دریافت هدیه‌های جذاب است. بسیاری از برندها برای بازاریابی اینستاگرام را انتخاب می‌کنند. دلیل این امر محبوبیت اینستاگرام در میان کاربران و همچنین امکان تعامل با مشتریان جهانی است. اگر یک برند در مقیاس جهانی در تلاش برای بازاریابی و تعامل با مشتریان باشد، شانس بالایی برای موفقیت در اینستاگرام خواهد داشت.

یکی از اشتباهات برندها در ماه دسامبر تغییر ندادن الگوی بازاریای‌شان است. بر این اساس مشتریان هیچ تفاوتی میان وضعیت فعالیت یک برند در ماه دسامبر با دیگر بازه‌های زمانی احساس نمی‌کنند. همچنین نکته انگیزه آنها برای تعامل با برند موردنظر را کاهش می‌دهد.

برگزاری مراسم خیریه

وقتی سال نو فرا می‌رسد. بسیاری از خانواده‌ها و افراد نیازمند توانایی خرید کالاهای موردنیازشان را ندارند. یکی از سنت‌های جذاب در میان بسیاری از کشورها برگزاری مراسم‌های خیریه برای جمع‌آوری انواع کالا یا پول است. موارد گردآوری شده در نهایت به سود افراد نیازمند صرف خواهد شد. این امر امکان تقسیم لذت ناشی از سال نو میلادی در میان خانواده‌های مختلف را امکان‌پذیر می‌سازد.

بدون تردید حضور برندها در مراسم‌های خیریه موجب افزایش اعتبارشان می‌شود. نکته مهم در این میان عدم اطلاع برخی از برندها نسبت به شیوه‌های مشارکت در مراسم‌های خیریه یا حتی برگزاری چنین مراسم‌هایی است. اگر کسب و کار شما نیز با چنین مشکلی مواجه است، به نکات ذیل توجه نمایید:

- اجاره یک غرفه مشخص برای برند در مراسم‌های خیریه امکان اعلام حضور به صورت رسمی را فراهم می‌سازد. بسیاری از برندها همیشه در مراسم های خیریه حضور دارند، اما مشتریان نسبت به این امر هیچ اطلاع دقیقی ندارند. همین امر مشکلات بسیار زیادی برای بازاریاب‌ها ایجاد می‌کند. امروزه هر اقدام برند باید در صورت امکان در قالب محتوای بازاریابی بیان شود.
- ارائه پیشنهادهای رسمی برای همکاری با موسسه‌های خیریه در قالب همکاری انحصاری ایده جذابی خواهد بود. شاید این امر نیاز به صرف هزینه بالایی داشته باشد، اما نام برند شما را در کنار موسسه‌های خیریه مشهور قرار خواهد داد. همین امر تاثیر روانی مثبتی بر روی مشتریان دارد.
- حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی امری ضروری است. بسیاری از مراسم‌های خیریه با حضور برندها در عمل پوشش مناسبی در شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند. اگر در این میان امکان همکاری با برخی از رسانه‌ها نیز وجود داشته باشد، وضعیت به شدت بهتر خواهد شد.

برخی از مراسم‌های مربوط به تهیه لوازم موردنیاز برای افراد نیازمند برای گردآوری اسباب بازی برای کودکان بی‌سرپرست تمرکز دارند. حضور در چنین مراسمی نیز باید در دستور کار برندها قرار گیرد. تهیه برخی از اسباب بازی‌های ارزان قیمت امکان شاد ساختن دامنه وسیعی از کودکان را فراهم می‌کند بنابراین نباید از این فرصت به سادگی عبور کرد.

تولید محتوای بازاریابی با حضور بابا نوئل

بابا نوئل یکی از جلوه‌های سنتی کریسمس را یادآوری می‌کند. بسیاری از خانواده ها اقدام به استفاده از لباس مخصوص بابا نوئل برای ایجاد هیجان در میان کودکان‌شان می‌کنند. این امر در طول زمان بدل به نوعی سنت جذاب شده است. برندها نیز امکان مشارکت در زمینه زنده نگه داشتن این رسم جذاب را دارند. برخی از برندها محتوای بازاریابی غیرمرتبط با کریسمس منتشر می‌کنند. بدون تردید چنین محتواهایی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به همراه دارد، اما باید یک نکته مهم را مدنظر قرار دهیم. نکته مورد بحث ضرورت نمایش بابا نوئل در کمپین‌های بازاریابی است. اگر این نکته مورد غفلت قرار گیرد، در عمل امکان ایجاد حال و هوای مربوط به کریسمس امکان‌پذیر نخواهد شد.

بسیاری از برندها در مسیر ایجاد حال و هوای کریسمس شانسی برای جلب نظر مخاطب هدف ندارند. این امر ناشی از عدم آشنایی با ترندهای برتر در این حوزه است. بدون شک تلاش برای یادگیری ایده‌های جذاب در فرصتی اندک امکان‌پذیر نیست بنابراین برندها باید به دنبال راهکاری دیگر باشند. یک راهکار مناسب در این میان الگوبرداری از عملکرد برندهای بزرگ است. مزیت اصلی این امر امکان اطمینان از عملکرد مثبت برند خواهد بود. شیوه‌های مورد تایید برندهای بزرگ در اغلب اوقات تاثیرگذار هستند بنابراین نیازی به نگرانی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف نخواهد بود.

به‌روز رسانی اکانت گوگل بیزینس

اکانت گوگل بیزینس برای بسیاری از برندها اهمیت اساسی دارد. دلیل این امر امکان تعامل با مخاطب هدف براساس شیوه‌های متفاوت است. اگر کاربران به دنبال محصول مشخصی باشند، جست‌وجوی نام برندها آنها را به نتیجه خواهد رساند. نکته مهم در این میان ضرورت ثبت اکانت رسمی برای گوگل بیزینس است. اگر این نکته مدنظر برندها قرار گیرد، کاربران در صورت مواجهه با نام یک برند مشخصات رسمی‌اش را نیز در کادر کنار صفحه جست‌وجو خواهند داشت. این امر به معنای ثبت رسمی برند موردنظر در سامانه گوگل است. همین نکته اعتماد قابل ملاحظه‌ای در میان مشتریان ایجاد می‌کند.

اگر یک کسب و کار هنوز اکانت رسمی در گوگل بیزینس ایجاد نکرده است، باید هرچه زودتر نسبت به این امر اقدام نماید. بسیاری از برندها تا آخرین لحظه برای ثبت نام در گوگل بیزینس صبر می‌کنند. این امر در عمل فرصت طلایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از بین می‌برد.

خجالتی بودن در شبکه‌های اجتماعی ممنوع!

هر کسب و کاری براساس افراد حقیقی بنا نهاده می‌شود. اغلب مشتریان تمایل به آشنایی با بنیانگذارهای هر کسب و کار دارند بنابراین در ماه دسامبر باید از موسس‌های کسب و کار برای جذاب‌تر ساختن کمپین‌های بازاریابی استفاده کرد. برخی کارآفرینان توانایی ایجاد ارزش بالا در کمپین‌های بازاریابی را دارند. این امر شامل توانایی برای بیان مطالب به شیوه منحصر به فرد و همچنین تعامل با مشتریان در سطح مشخصی است.

بسیاری از برندها در زمینه تعامل با مشتریان در شبکه‌های اجتماعی از فقدان یک شخصیت انسانی رنج می‌برند. وجهه حرفه‌ای کسب و کارها فاقد روح و پویایی کافی است بنابراین باید راهکاری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا کرد. بهترین گزینه همکاری با موسس‌های برند برای افزایش جذابیت کمپین‌های بازاریابی است. شاید در ابتدا کارآفرینان و روسای یک برند مهارت پایینی در زمینه بازاریابی داشته باشند، اما با چند بار تمرین مشکل موردنظر حل خواهد شد.

ارائه اطلاعات شخصی در مورد برندها شاید ایده جذابی به نظر نرسد، اما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به اندازه کافی هیجان‌انگیز خواهد بود. بسیاری از موسس‌های کسب و کار علاقه‌ای برای حضور در مقابل دوربین بازاریابی ندارند. این امر به نوعی ایجاد معما پیرامون هویت برندها می‌کند بنابراین در بازه‌های زمانی حساس مانند کریسمس باید از توانایی تاثیرگذاری روسای برند به خوبی استفاده کرد.

ایلان ماسک به عنوان مدیرعامل شرکت تسلا توانایی بالایی برای تاثیرگذاری فردی بر روی مشتریان دارد. برند شخصی ایلان ماسک شاید حتی از تسلا نیز مشهورتر باشد بنابراین در اینجا با یک برند شخصی موفق مواجه هستیم. تشویق کارآفرینان و مدیران ارشد برند برای برندسازی شخصی دارای مزیت‌های قابل ملاحظه ای در زمینه بازاریابی است.

طراحی توصیه‌های ۱۲ روزه برای تعطیلات کریسمس

بسیاری از مردم در طول تعطیلات ۱۲ روزه کریسمس هیچ تعاملی با برندها ندارند. این امر موجب فراموشی برخی از کسب و کارها از سوی مشتریان می‌شود. برخی از برندها در این میان برای تداوم تعامل با مخاطب هدف اقدام به ارائه توصیه‌هایی برای ۱۲ روز جدایی میان خود و مشتریان می‌کنند. برخی از نمونه‌های جذاب در این رابطه به شرح ذیل است:

- کسب و کارهای فعال در زمینه فیتنس امکان طراحی برنامه‌های ورزشی ۱۲ روزه برای تمرین در خانه را دارند. این امر مشتریان چنین کسب و کارهایی را به شدت جذب خواهد کرد. به هر حال کمتر کسی تمایل به از دست دادن فرم مناسب بدنش در طول تعطیلات دارد.
- فروشگاه‌های فعال در زمینه عرضه گل و گیاه امکان طراحی سبدهای گل مخصوص برای کریسمس را دارند. این امر انگیزه مشتریان برای خرید را افزایش می‌دهد. اغلب مردم از دریافت هدیه‌های جذاب در قالب سبد گل استقبال می‌کنند بنابراین بازار چنین کسب و کاری در طول تعطیلات کریسمس داغ خواهد بود.
- رستوران‌ها امکان ارائه منوی ویژه برای کریسمس را دارند. رونمایی از غذاهای ویژه و همچنین ارائه تخفیف‌های مناسب برای جلب حداکثری مشتریان ایده‌های جذابی محسوب می‌شود.

طراحی دکور محل کار برای تعطیلات

روزهای پیش از شروع تعطیلات برای بسیاری از کارمندان همراه با فشار کاری بالاست. طراحی دکور محل کار براساس حال و هوای کریسمس دست کم اندکی از فشار موردنظر را کاهش خواهد داد. این امر برای خرده فروشی‌ها نیز جذابیت دارد. به این ترتیب امکان تاثیرگذاری بیشتر بر روی مشتریان فراهم می‌شود.

منبع: wordstream.com

سئو کاربردی برای کسب رتبه بهتر در گوگل

به قلم: کریستین مک کورمیک کارشناس مدیریت سئو
ترجمه: علی آل‌علی

راه‌اندازی سایت رسمی برای هر کسب و کاری ضروری است. امروزه کاربران در فرآیند جست‌وجو برای محصولات موردنیازشان به دنبال سایت رسمی و اطلاعات جانبی از سوی برندها هستند. با این حساب راه‌اندازی سایت رسمی و بارگذاری مطالب جذاب برای مخاطب هدف نقش مهمی در موفقیت برندها خواهد داشت. امروزه اغلب مردم برای جست‌وجوی محتوا از گوگل استفاده می‌کنند. دیگر دوران توجه به یاهو و دیگر موتورهای جست‌وجو تمام شده است بنابراین تمرکز بازاریاب‌ها و برندها باید بر روی کسب رتبه‌های برتر در گوگل باشد.

کاربران در زمینه جست‌وجوی محتوای مورد علاقه‌شان به نتایج چند جست‌وجوی برتر گوگل توجه می‌کنند بنابراین اگر سایت رسمی یک برند در صفحه دوم یا سوم گوگل قرار گیرد، در عمل هیچ بازدید قابل ملاحظه‌ای دریافت نخواهد کرد. مدیریت سئو برای جلب ترافیک بیشتر به سایت ضروری است. خوشبختانه امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از تکنیک‌های سئو می‌کنند. این امر نقش مهمی در بهبود جلوه حرفه‌ای فعالان برندها داشته است. نکته مهم در این میان توجه به گوگل به عنوان یکی از پلتفرم‌های مهم برای جلب ترافیک و تعامل با مخاطب هدف است. در ادامه چند نکته اساسی برای سئو کاربردی در گوگل را مورد بررسی قرار خواهیم داد. نکات موردنظر نقش مهمی در بهبود رتبه سایت برندها در پلتفرم گوگل دارد.

۱. استفاده از کلیدواژه‌های مشخص

هر کسب و کاری دارای برخی اصطلاح‌های خاص است. به عنوان مثال، در عرصه بهداشت رعایت نکات بهداشتی نظیر ماسک و همچنین اصطلاح‌های تخصصی پزشکی کاربرد بالایی دارد. اگر کاربران در تلاش برای یافتن محصولات مرتبط با این حوزه باشند، به احتمال فراوان از کلیدواژه‌های تخصصی استفاده می‌کنند. این امر برای برندها دارای اهمیت بسیار زیادی است. با این حساب اگر یک برند در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از کلیدواژه‌های مناسب استفاده نکند، در بلندمدت با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهد شد.

کلیدواژه‌های تخصصی امکان تعامل با مشتریان علاقه‌مند و دارای نیازهای خاص در دامنه کسب و کارمان را فراهم می‌کند. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به مشتریان فاقد نیاز فوری در حوزه کسب و کارمان است. بسیاری از کاربران به دلیل کنجکاوی اقدام به جست‌وجوی برخی از محتواها می‌کنند. این امر باید همراه با استفاده از کلیدواژه‌های عمومی صورت گیرد. بدون تردید یک کاربر عادی دارای اطلاعات گسترده‌ای در زمینه اصطلاحات رزرو هتل نیست بنابراین تیم‌های بازاریابی هتل‌ها باید از کلیدواژه‌های عمومی برای جلب نظر این دسته از مشتریان استفاده نمایند.

کلیدواژه‌های عمومی به طور روزمره مورد استفاده دامنه وسیعی از افراد قرار می‌گیرد. اهمیت کاربرد این دسته از کلیدواژه‌ها افزایش شانس کسب و کارها برای جلب نظر کاربران بی‌علاقه به حوزه کاری‌شان است. امروزه بسیاری از افراد دارای قصد قبلی برای خرید نیستند، اما با مشاهده محتوای بازاریابی یا حتی اطلاعات ساده در سایت رسمی برندها تمایل‌شان برای خرید بیشتر می‌شود.

۲. ساده‌سازی فرآیند شناسایی صفحات برای گوگل

الگوریتم گوگل در زمینه طبقه‌بندی محتوای سایت‌ها عملکرد هوشمندی دارد. بسیاری از برندها درتلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به تولید محتوای متعدد می‌کنند. این امر صفحات مختلفی برای هر سایت ایجاد می‌کند. اگر گوگل امکان شناسایی صفحات مختلف یک سایت را نداشته باشد، فرآیند سئو دچار چالش خواهد شد. امروزه اغلب برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به مشخص ساختن صفحات مختلف‌شان می‌کنند.

وقتی هر صفحه دارای آدرس و مشخصات دقیق باشد، الگوریتم گوگل به راحتی آن را شناسایی خواهد کرد. امروزه برخی از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به تولید محتوا بدون توجه به مشخصات صفحات‌شان می‌کنند. این امر موجب ناتوانی الگوریتم گوگل برای شناسایی صفحات مختلف می‌شود. درست به همین خاطر چنین برندهایی به طور مداوم در زمینه مدیریت سئو مشکل دارند. همکاری با کارشناس‌های حرفه‌ای در زمینه طراحی سایت بسیاری از مشکلات برندها در حوزه سئو را رفع خواهد کرد.

۳. ایجاد صفحات مستقل وبلاگ

وبلاگ‌ها در ظاهر شباهت بالایی به سایت‌ها دارند، اما از نظر مدیریت سئو نیازمند توجه خاصی هستند. وبلاگ‌ها اغلب به عنوان زیرمجموعه‌ای از سایت رسمی شناخته می‌شوند. این امر فرآیند شناسایی وبلاگ از سوی گوگل را متفاوت می‌سازد. پیش از این گوگل تفاوتی میان سایت و وبلاگ قائل نبود. همین امر محتوای وبلاگی که به طور معمول طولانی‌تر از محتوای عادی است، در رتبه‌های پایین گوگل قرار می‌داد. امروزه الگوریتم گوگل پیشرفت قابل ملاحظه‌ای کرده است. بر این اساس محتوای وبلاگی به طور مجزا مورد بررسی آن قرار می‌گیرد.

یکی از نکات مهم برای سئو کاربردی در زمینه صفحات وبلاگ مربوط به ایجاد صفحات مستقل است. وقتی صفحات مطالب وبلاگی مستقل باشد، ساده‌تر از هر زمان دیگری مورد شناسایی الگوریتم گوگل قرار می‌گیرد. این امر شاید در نگاه نخست عجیب به نظر برسد، اما درست مانند عملکرد گوگل در زمینه مطالب سایت رسمی برندهاست.

یکی از اشتباهات برندها در زمینه مدیریت وبلاگ تلاش برای ایجاد استقلال میان سایت رسمی و وبلاگ است. این امر هرگز ایده جذابی نیست. بسیاری از برندها در بلندمدت از این استراتژی صدمه می‌بینند. سایت رسمی یک برند امکان انتقال ترافیک به وبلاگ را فراهم می‌سازد. در این میان اگر وبلاگ رسمی زیرشاخه‌ای از سایت برند نباشد، فرآیند انتقال مخاطب هدف به آن دشوار خواهد شد. همچنین میزان اعتماد مخاطب هدف نیز کاهش می‌یابد.

۴. افزودن اکانت شبکه‌های اجتماعی به سایت رسمی

امروزه اغلب برندها در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند. این امر فرآیند بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف را ساده‌تر می‌کند. درج مشخصات اکانت برند در شبکه‌های اجتماعی برای مشخص ساختن اکانت رسمی دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها در این زمینه عملکرد نامطلوبی دارند. این امر شامل عدم درج آدرس رسمی اکانت برند در سایت رسمی یا برعکس است.

بسیاری از اوقات الگوریتم گوگل براساس میزان بازدید سایت‌ها اقدام به رتبه‌بندی‌شان می‌کند. با این حساب اگر کاربران برند در شبکه‌های اجتماعی به طور مستقیم به سایت رسمی منتقل شوند، تاثیرگذاری بسیار بیشتری پدید خواهد آمد. این امر فرآیند بسیار دشواری نیست. تنها نکته مهم در این میان درج آدرس رسمی سایت در بخش بیوگرافی یا آدرس لینک اکانت رسمی برند در شبکه‌های اجتماعی است.

هر وقت صحبت از بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌شود، انتخاب گزینه‌هایی محدود اهمیت پیدا می‌کند. بسیاری از برندها در این فرآیند با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستند. در اینجا برخی از مهمترین شبکه‌های اجتماعی را ذکر کرده‌ایم. انتخاب از میان این پلتفرم‌ها باید براساس نیاز برند و همچنین سطح حضور مخاطب هدف در هر کدام از آنها صورت گیرد. برخی از مهمترین شبکه‌های اجتماعی به شرح ذیل است:

- فیس‌بوک
- اینستاگرام
- لینکدین
- یلپ
- گوگل بیزینس

عضویت در هر کدام از شبکه‌های فوق شانس برندها برای تعامل با مخاطب هدف و افزایش ترافیک را بیشتر می‌کند. نتیجه نهایی این امر امکان ارتقای رتبه برند در گوگل خواهد بود.

۵. کسب تایید رسمی از سوی گوگل

گوگل رتبه بهتری برای کسب و کارهای مورد تاییدش اختصاص می‌دهد. شاید در ابتدا این امر به معنای ایجاد تمایز میان کسب و کارهای مختلف باشد، اما نکته مهم تلاش گوگل برای ارائه نتایج جست‌وجوی دقیق برای کاربران است. هرچه اطلاعات یک کسب و کار واضح و دقیق‌تر باشد، کاربران از نتیجه جست‌وجوی‌شان رضایت بیشتری خواهند داشت بنابراین فرآیند تایید رسمی کسب و کار از سوی گوگل در همین راستا قابل تحلیل است.

عضویت در گوگل بیزینس یا گوگل مپ معیارهای اساسی گوگل برای تایید برندهاست. امروزه بسیاری از کسب و کارها دارای مشخصات دقیق در گوگل مپ هستند. این امر شناسایی سریع‌تر آنها از سوی کاربران و مراجعه مشتریان به فروشگاه‌های حضوری‌شان را ساده‌تر می‌کند. اگر یک کسب و کار دارای نشانی رسمی در گوگل مپ نباشد، مشتریان برای یافتنش به دردسر خواهند افتاد.

گوگل بیزینس پلتفرم رسمی برای کسب و کارها محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در تلاش برای ایجاد حساب رسمی در گوگل بیزینس هستند. این امر سختی بسیار زیادی برای کسب و کارها ندارد. تنها نکته مهم در این میان ایجاد حساب کاربری رسمی برای برند است. ثبت نام در گوگل بیزینس شامل درج اطلاعات رسمی از برند و همچنین تلاش برای مشخص نمودن آدرس آن است. این مشخصات موجب تایید رسمی کسب و کار از سوی گوگل می‌شود.

وقتی یک کسب و کار مورد تایید رسمی گوگل قرار گیرد، امکان تعامل بهتری با مخاطب هدف پیدا خواهد کرد. گوگل در رتبه‌بندی محتوا و صفحات سایت توجه ویژه‌ای به برندهای مورد تاییدش دارد. نکته جالب در این میان امکان ثبت نام رایگان در گوگل بیزینس است بنابراین نیاز به صرف هیچ‌گونه هزینه اضافی از سوی کسب و کارها وجود ندارد.

۶. استفاده از تیترهای جذاب

جلب نظر مخاطب هدف به سایت نقش مهمی در توسعه رتبه گوگل دارد. بسیاری از تکنیک‌های سئو بر روی اهمیت استفاده از تیترهای جذاب تاکید دارد. یکی از نکات اساسی در این میان تلاش برای جذاب‌تر ساختن محتوای سایت با استفاده از تیترهای جذاب و تعاملی است. متاسفانه بسیاری از برندها در این میان شرایط دشواری را تجربه می‌کنند. این امر ناشی از ناتوانی آنها برای انتخاب تیترهای جذاب است.

اگر ماهیت کلی یک مطلب جذاب نباشد، انتخاب تیترهای جذاب نیز کاربردی نخواهد بود بنابراین تیترهای جذاب باید همراه با محتوای مورد علاقه کاربران باشد. تحلیل سلیقه مخاطب هدف و تولید محتوا براساس آن نقش مهمی در موفقیت برندها دارد. فقط در این صورت انتخاب تیترهای جذاب امکان تعامل بهتر با مخاطب هدف را فراهم خواهد کرد.

بسیاری از برندها در طول بازه‌های زمانی طولانی اقدام به تولید محتوا به صورت مداوم می‌کنند، با این حال در عمل هیچ تغییری در وضعیت سایت‌شان روی نمی‌دهد. این امر ناشی از ناتوانی کسب و کارها برای جلب نظر مخاطب هدف است. انتخاب تیترهای تعاملی و همچنین توضیح مناسب درخصوص محتوا در همان ابتدای مطلب اهمیت بسیار زیادی دارد. بسیاری از برندها در این رابطه مشکلات زیادی دارند. بهترین توصیه در این میان مراجعه به روزنامه‌نگارها برای یادگیری شیوه‌های انتخاب یک تیتر جذاب است. اگر کسب و کارها به این نکته مهم توجه داشته باشند، فرآیند تعامل با مخاطب هدف بسیار ساده‌تر خواهد شد.

۷. همکاری با سایت‌ها و وبلاگ‌های مختلف

امروزه بسیاری از سایت‌های و وبلاگ‌ها دارای همکاری نزدیک با هم هستند. این امر برای اغلب برندها مشکلات بسیار زیادی به همراه دارد. نکته مهم سطح پایین ارتباط برخی از برندها با دیگر سایت‌های مشهور در عرصه کسب و کار است. به عنوان مثال، هر برندی از نگارش مطلب پیرامون کسب و کارش در سایت فوربس استقبال خواهد کرد، با این حال در عمل فقط برندهای دارای تعامل مناسب با فوربس امکان مشاهده نگارش مطالب مختلف پیرامون کسب و کارشان را دارند. سایر برندها فقط در آرزوی مشاهد چنین محتواهایی قرار خواهند داشت.

همکاری با سایت‌های بزرگ کار دشواری نیست. فقط باید ارتباطات برندمان را تقویت نمایید. بسیاری از برندها در عمل تمایلی برای تعامل نزدیک با سایت‌های بزرگ ندارند. این امر ناشی از تلقی چنین سایت‌هایی به مثابه ابزارهایی غیرضروری است. اگر مدیران ارشد یک برند نسبت به اهمیت سایت‌های تخصصی کسب و کار آگاهی پیدا نمایند، به شیوه‌های کاربردی‌تر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهند داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای هر برند دارد. یک نکته جالب در این میان امکان همکاری میان برندهای مختلف در زمینه مدیریت سئو سایت‌های‌شان است. این امر بسیاری از مشکلات برندها در زمینه سئو را حل و فصل می‌نماید.

فرآیند همکاری میان سایت‌های مختلف در زمینه سئو چندان ساده نیست. بسیاری از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی یکدیگر در عمل موجب برداشت رقابت‌آمیز می‌شوند. مهمترین مسئله در این میان ارسال سیگنال‌هایی مبنی بر تمایل طرفین برای همکاری بازاریابی و سئو است. در غیر این صورت هیچ همکاری صورت نخواهد گرفت. در مرحله بعد ارجاع به محصولات یا فعالیت‌های یکدیگر در فرآیند بازاریابی و تولید محتوا اهمیت می‌یابد. این امر امکان همکاری مشترک میان برندها را به شدت افزایش خواهد داد. برخی از برندها در مرحله شروع همکاری عملکرد مناسبی دارند، اما در زمینه ارجاع به فعالیت‌های هم بسیار ضعیف هستند. دلیل این امر عدم آگاهی دقیق از فعالیت‌های یکدیگر است بنابراین شاید در ابتدا نیاز به ارائه توضیحات دقیق در مورد نحوه فعالیت هر برند ضروری باشد.

۸. کسب رتبه‌های برتر و بهبود سطح توجه به برند

استفاد درست از کلیدواژه‌ها در زمینه تولید محتوا موجب بهبود رتبه سئو برندها می‌شود. بسیاری از کسب و کارها در زمینه جلب نظر مخاطب هدف عملکرد خوبی دارند. اگر این عملکرد براساس مدیریت سئو باشد، به سرعت بدل به کانون توجه کاربران خواهند شد. هرچه میزان توجه کاربران به یک سایت بیشتر باشد، رتبه‌بندی‌اش در گوگل بهبود خواهد یافت.

یکی از نکات مهم در زمینه بهبود وضعیت برند در گوگل مربوط به مدیریت بهینه زمان است. برخی از برندها در راستای بهبود وضعیت برندشان در گوگل اقدام به یافتن میانبرها می‌کنند. شاید در ابتدا اصطلاح میانبر جذابیت‌های خاص خود را داشته باشد، اما در عمل امکان استفاده از چنین شیوه‌هایی امکان‌ناپذیر است.

امروزه بسیاری از افراد سودجو اقدام به معرفی میانبرها برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف می‌کنند. نکته جالب اینکه در صورت استفاده از برخی تکنیک‌های به اصطلاح میانر در زمینه مدیریت سئو در عمل بسیار عقب‌تر از رقبای‌تان قرار خواهید گرفت. این امر نکته بسیار مهمی در زمینه مدیریت سئو محسوب می‌شود.

۹. استفاده از تصاویر جذاب

محتوای سایت‌ها همیشه شامل متن نیست. گاهی اوقات استفاده از تصاویر نیز برای جلب تعامل و افزایش جذابیت بصری سایت ضروری است. امروزه اغلب محتوای متنی در سایت‌ها نیز همراه با تصاویر جذاب است. برخی از برندها در راستای انتخاب تصاویر همیشه دغدغه‌هایی پیرامون کیفیت آن دارند. امروزه سایت‌هایی نظیر کانوا امکان بهره‌مندی از تصاویر رایگان و باکیفیت را فراهم می کنند. بسیاری از برندها در عمل از همین تصاویر رایگان برای تولید محتوا استفاده می‌کنند. اگر کسب و کارها در این مسیر به دنبال راهکارهایی تعاملی‌تر و پیچیده‌تر هستند، باید بازنگری در نحوه فعالیت‌شان انجام دهند. این امر شامل تولید محتوای بصری به صورت ویژه از سوی برندهاست.

امروزه اغلب برندهای بزرگ و دارای بودجه مناسب اقدام به تهیه تصاویر برای برندشان می‌کنند. اگر یک برند دارای بودجه محدودی است، توجیهی در زمینه تعامل با مخاطب هدف براساس تولید محتوای بصری وجود نخواهد داشت. برندهای دارای بودجه‌های محدود باید همیشه اقدام به استفاده از تصاویر رایگان نمایند در غیر این صورت شرایط دشواری در مسیر بازاریابی‌شان قرار خواهد گرفت.

۱۰. استفاده از کمپین تبلیغاتی در گوگل

برندهای دارای بودجه بازاریابی مناسب امکان همکاری تبلیغاتی با گوگل را دارند. وقتی کاربران اقدام به جست‌وجوی محتوای مشخصی در گوگل می‌کنند، به طور معمول ۲ سایت نخست دارای برچسب Ad در گوشه سمت راست‌شان هستند. این امر بیانگر نمایش تبلیغاتی سایت‌های موردنظر برای کاربران است. بدون شک بازاریابی و سئو ارگانیگ برای تمام برندها اهمیت دارد، اما گزینه تبلیغاتی نیز در صورت توجه مناسب و استفاده از تکنیک‌های مطلوب کاربردی خواهد بود.

برخی از برندها نیاز به توسعه برندشان در بازار دارند. به عنوان مثال، اگر یک برند به تازگی وارد عرصه تولید لوازم ورزشی شده باشد، حضور برندهای بزرگی نظیر نایک امکان رقابت موثر را از بین خواهد برد. همکاری تبلیغاتی با گوگل در این میان امکان تعامل بهتر با مخاطب هدف را فراهم می‌سازد.

یکی از نکات مهم در زمینه همکاری تبلیغاتی با گوگل ضرورت برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های جانبی است. اگر یک برند فقط بر روی نمایش تبلیغاتی سایتش برای مخاطب هدف سرمایه‌گذاری نماید، شانس چندانی برای جلب نظر مخاطب هدف نخواهد داشت. دلیل این امر جهت‌گیری منفی برخی از کاربران نسبت به مشاهده مداوم سایت‌ها در بخش تبلیغات است.

۱۱. تلاش برای دریافت نظرات مثبت

امروزه اغلب سایت‌ها امکان درج نظر در مورد محصولات و به طور کلی برندهای مختلف را فراهم کرده‌اند. این امر درخصوص فعالیت گوگل نیز صحت دارد. تمام کاربران دارای اکانت گوگل امکان درج نظر در مورد برندهای مورد تایید این پلتفرم را دارند. اگر شما نیز یک کسب و کار مورد تایید گوگل هستید، باید به ماهیت نظرات توجه نمایید. هرچه نظرات مثبت‌تری در مورد برند ثبت شود، الگوریتم گوگل سایت شما را کاربردی‌تر خواهد یافت. نکته جالب اینکه به موازات تغییر نگرش کاربران نسبت به یک برند تغییراتی در نمایش سایت رسمی‌اش برای کاربران به وجود خواهد آمد.

۱۲. فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

یکی از راهکارهای ساده برای جلب نظر کاربران به سایت رسمی برند اطلاع‌رسانی در شبکه‌های اجتماعی است. امروزه برندهای بسیار زیادی در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند. نکته مهم در این میان تلاش برای اطلاع‌رسانی در مورد وضعیت کسب و کار و همچنین دیگر کانال‌های تعاملی به کاربران است. اگر یک برند در این زمینه عملکرد مطلوبی نداشته باشد، به شدت مورد انتقاد کاربران قرار خواهد گرفت.

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی برای هر برندی سخت و دشوار خواهد بود. اگر شما به تازگی وارد حوزه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی شده‌اید، باید الگوبرداری از برندهای بزرگ را در دستور کار قرار دهید. اگر این نکته مورد توجه برندها قرار نگیرد، شانس چندانی برای جلب نظر مخاطب هدف وجود نخواهد داشت.

۱۳. استفاده از رسانه‌های محلی

بسیاری از رسانه‌های محلی تمایل بالایی برای همکاری تبلیغاتی با برندها دارند. امروزه تاثیرگذاری رسانه‌های محلی بسیار بیشتر از رسانه‌های بین‌المللی است. دلیل این امر توجه بیشتر مردم به رسانه‌های محل زندگی‌شان است. اگر یک برند در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در بازاری خاص است، باید نسبت به همکاری با رسانه‌های محلی اقدام نماید. این امر مزیت قابل ملاحظه‌ای برای آنها به ارمغان می‌آورد. همچنین باعث افزایش بازدید کاربران از سایت رسمی برند نیز خواهد شد.

منبع: wordstream.com

ایستگاه بازاریابی

بررسی دلایل شکست وبلاگ برندها و راهکارهای آن

چرا وبلاگ‌ها شکست می‌خورند؟

به قلم: کاترینا کیرسچ کارشناس ارشد بازاریابی در موسسه HubSpot
ترجمه: علی آل‌علی

براساس گزارش موسسه فایننس آنلاین، ۶۰۰ میلیون وبلاگ فعال در سطح اینترنت وجود دارد. این رقم در مقایسه با ۱٫۷ میلیارد سایت فعال در سراسر دنیا به شدت اندک است، با این حال به معنای راحتی راه‌اندازی یک وبلاگ و رقابت با دیگران نیست. بسیاری از برندها برای بحث تخصصی پیرامون محصولات و حوزه کاری‌شان اقدام به راه‌اندازی وبلاگ رسمی می‌کنند. برندها و بازاریاب‌های‌شان زمان زیادی برای جلب نظر مخاطب هدف به وبلاگ‌شان ندارند. براساس گزارش موسسه بافر، زمان تقریبی مکث کاربران برای ارزیابی ارزش یک وبلاگ ۱۵ ثانیه است بنابراین اگر یک برند در زمان موردنظر موفق به جلب نظر مخاطب هدف نشود، در عمل شانسی برای حفظ وی نخواهد داشت.

بسیاری از برندها در زمینه مدیریت وبلاگ رسمی برای کسب و کارشان فعالیت دارند. براساس مطالعه پژوهشگران موسسه HubSpot، ۲۱ درصد از برندها نسبت به میزان تاثیرگذاری وبلاگ‌شان بر روی مخاطب هدف تردید دارند. این امر به معنای بی‌توجهی کاربران به دست‌کم یک چهارم وبلاگ‌های تجاری است.

واکاوی دلایل شکست وبلاگ‌ها در زمینه جلب تعامل مخاطب هدف دارای اهمیت بسیار زیادی است. در ادامه این امر در قالب بخش‌هایی جداگانه مورد بررسی دقیق قرار خواهد گرفت.

چرا وبلاگ‌ها شکست می‌خورند؟

۱. فقدان استراتژی تولید محتوا

تولید محتوا در وبلاگ دارای اهمیت بسیار زیادی است. هدف اصلی از راه‌اندازی وبلاگ به اشتراک‌گذاری محتوای تخصصی‌تر در زمینه کسب و کار است. این امر به معنای طولانی‌تر شدن محتوا نیز هست. اغلب برندها برای بازاریابی و تعامل عمومی با مشتریان سایت‌شان را مدنظر قرار می‌دهند. با این حساب وبلاگ محلی برای تعامل بیشتر با مشتریان وفادار و علاقه‌مند به حوزه کاری خواهد بود.

یکی از نکات مهم برای موفقیت وبلاگ‌ها تولید محتوای ارزشمند است. این امر به معای صرف بارگذاری محتوای مفید برای مخاطب هدف نیست. بسیاری از برندها در طول زمان اقدام به تولید محتوای جذاب می‌کنند، اما به دلیل فقدان استراتژی تولید محتوا برای جلب نظر مخاطب هدف با مشکلات عمده‌ای مواجه می‌گردند. طراحی استراتژی تولید محتوا به معنای ارزیابی سلیقه و نیازهای مخاطب وبلاگ و تولید محتوای برنامه‌ریزی شده در راستای پوشش نیازهای موردنظر است. اگر این امر مدنظر برندها قرار نداشته باشد، فرآیند بازاریابی به سرعت با شکست مواجه خواهد شد. طراحی استراتژی تولید محتوا امر ساده‌ای نیست. اگر کسب و کا شما در این فرآیند با مشکلات زیادی مواجه است، باید به دنبال ارزیابی عملکرد برخی از برندهای بزرگ باشید. این امر سرنخ‌های بسیار مفیدی در اختیار شما قرار خواهد داد. اشتباه بسیاری از بازاریاب‌ها تلاش برای تولید محتوای وبلاگی مانند محتوای سایت یا شبکه‌های اجتماعی است. این امر موجب شکست کسب و کار در زمینه مدیریت وبلاگ خواهد شد.

۲. بی‌توجهی به سئو وبلاگ

مدیریت سئو برای هر اقدام بازاریابی ضروری است. برخی از بازاریاب‌ها نکات سئو را فقط در سایت رسمی رعایت می‌کنند. این امر موجب کاهش ترافیک وبلاگ و بی‌توجهی مداوم کاربران به آن می‌شود. امروزه تکنیک‌های مدیریت سئو بسیار متنوعی در اختیار کسب کارها قرار دارد. نکته مهم در این میان استفاده از تکنیک‌های موردنظر برای بهبود سطح تاثیرگذاری است.

امروزه جست‌وجو برای کلیدواژه‌های اساسی در زمینه بازاریابی امر رایجی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در این زمینه با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستند. این امر ناشی از عدم آشنایی با ابزارهای مناسب برای شناسایی کلیدواژه‌هاست. گوگل یکی از بهترین گزینه‌ها برای آشنایی با کلیدواژه‌های اساسی محسوب می‌شود. استفاده از خدمات این سایت برای هر کاربری جذابیت‌های خاصی به همراه خواهد داشت. همچنین میزان دقت در سئو وبلاگ را نیز افزایش می‌دهد.

کاربران دیگر فقط با جست‌وجوی متنی به دنبال محتوای مورد علاقه‌شان نیستند. بسیاری از کاربران از فناوری جست‌وجوی صوتی نیز سود می‌برند. این امر مفهوم سئو صوتی را وارد عرصه بازاریابی کرده است. بر این اساس برندها باید به این حوزه مهم و اساسی بازاریابی نیز توجه نشان دهند. تفاوت اصلی میان سئو صوتی با نمونه متنی مربوط به ماهیت خودمانی‌تر سئو صوتی است بنابراین عبارت‌های ساده و خودمانی‌تر باید مدنظر بازاریاب‌ها قرار گیرد.

۳. طراحی نامناسب قالب وبلاگ

استفاده از قالب مناسب نیمی از مسیر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. بسیاری از برندها در این مسیر با مشکلات زیادی مواجه هستند. نکته مهم در خصوص قالب وبلاگ ارتباطش با قالب اصلی سایت و در عین حال شخصی‌سازی مناسبش است.

واکنش به رویدادها و مناسبت‌های مهم در زمینه طراحی قالب وبلاگ امری ضروری است. یکی از مثال‌های ساده در این میان مربوط به تغییر قالب وبلاگ به هنگام کریسمس است. این امر شاید در ابتدای امر بسیار ساده به نظر برسد، اما تاثیرگذاری بسیار مطلوبی بر روی مخاطب هدف به همراه دارد. بسیاری از برندها از این شیوه برای تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف و تعامل بهتر با آنها سود می‌برند.

۴. بارگذاری مقطعی محتوا

بارگذاری محتوا در وبلاگ باید به طور مداوم صورت گیرد. کاربران در صورت مشاهده بارگذاری تعداد اندکی محتوا و سپس غیبت طولانی مدت ادمین‌ها به تدریج برند موردنظر را فراموش خواهند کرد. اگر برند شما به اندازه کافی در زمینه مراجعه مداوم کاربران به وبلاگش خوش‌شانس است، باید در زمینه حفظ آنها نیز کوشا باشد.

بارگذاری مداوم محتوای جذاب برای مخاطب هدف براساس زمینه فعالیت هر برند متفاوت است. این امر برای برخی از برندها شامل بارگذاری روزانه پست و برای برخی دیگر هفته‌ای یک بار است. نکته مهم در این میان آگاهی دقیق از زمان مناسب برای بارگذاری محتواست. در غیر این صورت ریزش مخاطب امری طبیعی خواهد بود.

منبع: blog.hubspot.com

رهبری

۷ گام تا تهیه برنامه عملیاتی و اجرای استراتژی‌های کسب و کار

مترجم: اکرم دیانی

برای اجرای هر برنامه استراتژیک به یک برنامه عملیاتی نیاز است. این نقشه راه است که به شما نشان می‌دهد چگونه به اهداف خود خواهید رسید.

یک برنامه عملی، جزییات گام‌های مشخصی را که برای دستیابی به اهداف شما لازم است (معمولا برای سال آینده) را شرح می‌دهد. همچنین یک جدول زمانی برای هر کار ارائه می‌دهد و اینکه چه کسی چه کاری را انجام می‌دهد و روند انجام کار را بیان می‌کند.

برنامه عملیاتی معمولاً در پایان فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک و پس از تعیین چشم‌انداز و انجام تجزیه و تحلیل SWOT و تعیین اهداف، ایجاد می‌شود.

در ادامه به مراحل و گام‌های موردنیاز برای ایجاد برنامه عملیاتی می‌پردازیم:

۱-تیم خود را درگیر کنید:

در صورت مشارکت دادن هرچه بیشتر کارمندان در ایجاد برنامه عملیاتی، بهترین تیم را خواهید داشت. کارمندان می‌توانند در مورد اینکه چه مراحلی برای دستیابی به اهداف شما موردنیاز است و چگونگی اجرای بهتر آنها، پیشنهادهای ارزشمندی ارائه دهند. همچنین، اگر کارمندانِ از همان ابتدا در فرآیندهای کاری مشارکت داشته باشند، احتمالاً با دقت بیشتری کار خواهند کرد.

۲-اقدامات لازم را فهرست کنید:

هسته اصلی برنامه عملیاتی تهیه فهرستی از اقدامات لازم برای دستیابی به اهداف کسب و کار است. این اقدامات می‌توانند شامل مواردی نظیر تأمین مالی تا خرید تجهیزات یا وسیله نقلیه، استخدام کارکنان با مهارتی خاص یا ایجاد وب‌سایت باشند. هر اقدامی باید به روشنی شرح داده شود تا از سردرگمی جلوگیری شود.

۳-یک جدول زمانی تنظیم کنید:

اکنون یک بازه زمانی برای دستیابی به هر اقدام تعیین کنید.

۴-منابع و مسئولیت‌ها را مشخص کنید:

مشخص کنید که هر کس مسئول چه کاری است. همچنین منابع دیگر (پول، تجهیزات، پرسنل) را که برای انجام این کار نیاز دارید، تعیین کنید.

۵-فرآیند پیگیری و اندازه‌گیری را ایجاد کنید:

توضیح دهید که برای اطمینان از انجام مراحل، برنامه عملیاتی را چگونه پیگیری خواهید کرد. این پیگیری می‌تواند شامل گزارشات داخلی و جلسات منظمی باشد که برای بحث در مورد پیشرفت طرح انجام می‌شود. همچنین اقداماتی که برای پیگیری انجام شدن مراحل انجام خواهید داد را مشخص کنید. این موارد می‌تواند شامل نقاط عطف (مانند اتمام برخی وظایف خاص) و اقدامات کمیتی (مانند درآمد یا سهم بازار) باشد.

۶-طرح‌تان را به اطلاع عموم کارکنان برسانید:

اطمینان حاصل کنید که همه کارمندان از برنامه عملیاتی، از جمله نقش آنها در اجرای برنامه، آگاهی دارند. توضیح دهید که چگونه این برنامه در استراتژی کلی کسب و کار شما قرار می‌گیرد.

۷-طرح را پویا و در حال اجرا نگه دارید:

هنگامی که شروع به اجرای برنامه عملیاتی خود می‌کنید، باید به طور منظم بر اجرای مراحل پیگیری و سنجشی که ترسیم کرده‌اید، نظارت داشته باشید. همچنین داشتن شناخت از کارمندان در مورد نحوه انجام وظایف و مسئولیت‌های آنها و در برخی موارد بازخواست آنها کار مفیدی است.

بحث و گفت‌وگوی منظم در مورد برنامه عملیاتی، راه خوبی برای زنده نگه داشتن کل برنامه استراتژیک است و مورد توجه کارمندان قرار می‌گیرد. از بازخورد کارمندان در مورد چگونگی اجرای مراحل استقبال کنید.

در جلسات بعدی که می‌خواهید در مورد پیشرفت‌تان بحث کنید، در نظر بگیرید که باید به طور منظم برنامه عملیاتی خود را بازنگری کنید و به طور مداوم آن را به‌روز کنید. این امر منجر می‌شود که برنامه عملیاتی شما با پیشرفت‌های شرکت‌تان پیشی بگیرد این روند راهی مطمئن برای پیشرفت است که استفاده نکردن از آن، می‌تواند باعث منحل شدن کل استراتژی کسب و کارتان شود.

پس از پایان یک سال کاری، با استفاده از استراتژی کلی کسب و کار و درس‌هایی که تاکنون آموخته‌اید، یک برنامه عملیاتی جدید برای سال بعد طراحی کنید.

برگرفته از سایت bdc.ca

بهترین کتاب‌های زندگینامه کارآفرین‌های موفق جهان

به قلم: بیانکا گونزالس نویسنده حوزه مدیریت و کارآفرینی

مترجم: امیر آل‌علی

یکی از اقدامات بسیار مفید در زمینه کسب موفقیت، مطالعه زندگی افرادی است که این مسیر را مدت‌ها قبل سپری کرده‌اند، با این حال آیا تاکنون به رده‌بندی بهترین کتاب‌های این حوزه فکر کرده‌اید؟ درواقع صرفا مطرح بودن نام یک نفر، به معنای مناسب بودن کتاب نوشته شده نبوده و به همین خاطر در ادامه فهرستی را بررسی خواهیم کرد که جزو پیشنهادهای مطالعه افرادی نظیر ریچارد برانسون، ساتیا نادلا، مارک زاکربرگ و جف بزوس است.

۱-سوار بر زندگی (درس‌هایی که از ۱۵ سال مدیریت والت دیزنی آموخته‌ام)

نویسنده: رابرت ایگر

بهترین کتاب اقتصادی سال ۲۰۱۹ و پرفروش‌ترین کتاب نیویورک تایمز اثری است که توسط مدیر سابق والت دیزنی نوشته شده است. نکته جالب این است که وی تا قبل از شروع کار در والت دیزنی در سال ۲۰۰۵، مدیر شبکه تلویزیونی ABC بوده است وی در حال حاضر یکی از افراد هیأت مدیره اپل محسوب می‌شود. در کنار این موضوع با توجه به این امر که کتاب فوق به قلم خود او است، خود دلیلی کافی برای قرار گرفتن در جایگاه نخست فهرست است. در این کتاب وی علی رغم تشریح اتفاقات مهم مدیریتی خود در ۱۵ سال اخیر، به تشریح درس‌هایی پرداخته است که در حین کار متوجه آن شده و بدون شک در هیچ دوره آموزشی، نمی‌توانید این تجربیات گرانبها را پیدا کنید.

۲-خون کثیف (رازها و دروغ‌های سیلیکون ولی)

نویسنده: جان کریرو

اگرچه از الیزابت هلمز به عنوان یکی از نابغه‌های مدیریتی عصر حاضر نام برده می‌شد، با این حال طی چند سال اخیر همه چیز برای وی تغییر پیدا کرده است. درواقع وی از جایگاه یک کارآفرین موفق، به سطح یک کلاهبردار رسیده است. همه این موارد به خاطر شرکت او به نام ترانوس است که در زمینه آزمایش‌های پزشکی خصوصا در زمینه تست خون، فعالیت دارد. این شرکت اکنون ورشکسته شده و افشای خلاف‌ها توسط وال‌استریت ژورنال صورت گرفته است که این کتاب به ماجرای زندگی الیزابت و اتفاقات شرکت او پرداخته است. برای این امر که از صحت اطلاعات آن اطمینان داشته باشید، تنها کافی است بدانید که در مراحل نوشتن این کتاب، با بیش از ۱۵۰ نفر مصاحبه شده است. درواقع این کتاب چالشی برای خواننده‌ها خواهد بود که در پشت سر یک شرکت به ظاهر موفق، چه دروغ‌هایی ممکن است وجود داشته باشد. این کتاب نیز جزو پرفروش‌ترین‌های سال ۲۰۲۰ بوده است.

۳-وال میلیارد دلاری

نویسنده: تام رایت، بردلی هوپ

این کتاب به ماجرای پولشویی بانک گلدمن ساکس پرداخته و در این رابطه مدیر آن را در مرکز توجه قرار داده است. درواقع بسیاری از افراد این شخصیت را نمی‌شناسند. به همین خاطر نیز در رده کتاب‌های زندگینامه، قرار گرفته است. نکته جالب دیگر، قرار گرفتن این کتاب در فهرست بهترین‌های سال ۲۰۱۸ است. در رابطه با اهمیت این رسوایی تنها کافی است بدانید که این برند، بزرگترین بانک سرمایه‌گذاری جهان محسوب می‌شود. جریمه این بانک نیز بیش از ۳ میلیارد دلار است که در تاریخ بی‌سابقه محسوب می‌شود.

۴-ارزش صلح

نویسنده: زاکاری دی. کارتر

یکی از برترین اقتصاددان‌های تاریخ، جان ماینارد کینز است که این کتاب به خوبی زندگینامه او را روایت کرده است. وی به حدی تاثیرگذار بوده است که نظریه‌ای به نام وی تحت عنوان اقتصاد کینزی، در جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد. این کتاب نیز جزو پرفروش‌ترین‌های نیویورک تایمز محسوب می‌شود. بدون شک زندگی جالب وی، هر خواننده‌ای را متعجب خواهد کرد. همچنین درس‌های مهمی می‌توان از تصمیمات وی به دست آورد.

۵- ۲۱ درس برای قرن ۲۱

نویسنده: یووال نوح هراری

اگرچه بیشتر این نویسنده را به عنوان یک تاریخ‌شناس می‌شناسیم، با این حال وی در این کتاب پا را فراتر گذاشته و نکاتی را مورد بررسی قرار داده است که بدون شک برای هر کسب و کاری، ارزشمند خواهد بود. همچنین این کتاب پیش‌بینی‌های جالبی در رابطه با آینده کرده است که می‌تواند در آماده شدن شما برای این تغییرات، تاثیرگذار باشد. نکته جالب در رابطه با این کتاب، قرار داشتن آن در فهرست مورد علاقه بیل گیتس است و جزو پرفروش‌ترین‌های نیویورک تایمز است. با این حال آن را نمی‌توان به صورت دقیق در ژانر زندگینامه قرار داد، با این حال به علت اهمیت آن ترجیح داده شده است که یکی از موارد باشد.

۶-خاطراتی از یک امپراطور سهام

نویسنده: ادوین لفیوره

زندگینامه جسی لیورمور به عنوان یک معامله‌گر بسیار موفق، بدون شک الهام‌بخش بسیاری از افراد خواهد بود. وی اگرچه هیچ‌گونه آموزش آکادمیک در زمینه اقتصاد نداشته است، با این حال یکی از بهترین معامله‌گران تاریخ بوده است. در این کتاب علی رغم زندگینامه، اصول کاری و رازهای موفقیت او نیز بیان شده است.

۷-پمپ موفقیت

نویسنده: مایک ایزاک

برخی از شرکت‌ها هستند که مشتریان آنها جهانی بوده و هر فردی از آن استفاده می‌کند. ایده اوبر بدون شک یکی از این موارد محسوب می‌شود. این شرکت توسط تراویس کالانیک تاسیس شده و اکنون اولین و بزرگترین تاکسی اینترنتی جهان محسوب می‌شود که حمل و نقل را برای بسیاری از افراد ساده کرده است. این کتاب به صورت تخصصی به زندگی موسس این شرکت پرداخته و جزو پرفروش‌ترین‌های نیویورک تایمز و وال استریت ژورنال محسوب می‌شود.

۸-بهبود عمیق

نویسنده: ساتیا نادلا، تریسی نیکولز

بدون شک نمی‌توان تاثیر ساتیا نادلا بر بهبود مایکروسافت را نادیده گرفت. درواقع مدیریت وی باعث شده است تا این شرکت از روزهای بد خود فاصله بگیرد. در این راستا ساتیا نادلا اتفاقات مهم از زمان شروع کار خود را روایت کرده است که نتیجه آن اثری بسیار جذاب بوده است. در کنار این موضوع، بخشی از این کتاب به روایت داستان زندگینامه او اختصاص دارد.

۹-تیتان (زندگینامه جان دی راکفلر)

نویسنده: ران چرنو

تا قبل از ظهور بیل گیتس، راکفلر نماد ثروت بی‌پایان محسوب می‌شد. به همین خاطر مطالعه زندگینامه وی، برای هر فردی واجب خواهد بود. در این رابطه ران چرنو، بهترین روایت را داشته است. آمارها در رابطه با وی حاکی از آن است که او ثروتمندترین فرد تاریخ محسوب می‌شود. با این حال زندگی وی بدون شک شما را متعجب خواهد کرد. در کنار این موضوع، تنها روایت زندگینامه، مورد توجه نبوده و تصمیمات وی به خوبی توضیح داده شده است.

۱۰-بدون فیلتر (داستان برند اینستاگرام)

نویسنده: سارا فریر

اینستاگرام را باید مهمترین شبکه اجتماعی حال حاضر جهان دانست. درواقع ایده آن به قدری جذاب و موفقیت‌آمیز بوده است که مارک زاکربرگ به عنوان مالک بزرگترین شبکه اجتماعی جهان، آن را با قیمتی تاریخی خریداری کرده است. این شبکه از آن زمان همواره مسیر رو به رشد خود را ادامه داده و اکنون تقریبا تمامی افراد و برندهای مشهور، در آن فعالیت دارند. در این کتاب تلاش شده است تا به صورت کامل، داستان این برند روایت شود.

۱۱-فراستاره‌ها

نویسنده: برد استون

این کتاب به خوبی دلایل موفقیت برندهایی را روایت کرده است که در سیلیکون وی پدیدار شده‌اند. در این راستا مختصری از داستان و زندگینامه موسس آنها، مورد توجه قرار گرفته و بیشتر به دلایل موفقیت پرداخته شده است. به همین خاطر اگر خواهان آگاهی از داستان چندین برند نظیر ایر بی ان بی هستید که جهان را دستخوش تغییر کرده‌اند، این کتاب باید جزو اولویت‌های شما باشد.

۱۲-سام والتون

نویسنده: سام والتون، جان هوی

والمارت به عنوان بزرگترین فروشگاه زنجیره‌ای جهان، بدون شک جذابیت بسیار بالایی را دارد. در این راستا اگر موسس آن اقدام به نوشتن زندگینامه خود کرده باشد، جذابیت آن چند برابر خواهد بود. در این کتاب می‌توانید کامل‌ترین زندگینامه در کنار توصیه‌های سام والتون را شاهد باشید.

۱۳-فصل پیشرفت

نویسنده: سارا فری

در جهان تعداد کارآفرین‌های زن بسیار اندک هستند. در این رابطه بسیاری از آنها، امکانات خاصی نظیر ثروت خانوادگی را داشته‌اند. به همین خاطر داستان دختری که توانسته است در حوزه‌ای سخت نظیر کشاورزی، به ثروت میلیاردی دست پیدا کند، بدون شک برای همگان الهام‌بخش خواهد بود. این کتاب اخیرا به چاپ رسیده است و توسط خود او (سارا فری) نوشته شده است.

۱۴-قدرت شکست

نویسنده: دیموند جان، دنیل پایسنر

اگرچه بیشتر افراد دیموند جان را به واسطه برنامه شارک تنک می‌شناسند، با این حال داستان زندگی وی بسیار عجیب و توأم با شکست‌های متعددی بوده است که حتی یک مورد از آنها می‌تواند برای هر فردی به معنای پایان کار باشد. وی موسس برندی به نام FUBU و با ثروتی بیش از ۳۳ میلیون دلار و یکی از بهترین نمونه‌های میلیونرهای خودساخته محسوب می‌شود. وی در مقدمه کتاب خود اعلام کرده است که جایگاه حال حاضر را تحت شرایطی به دست آورده که تنها ۴۰ دلار در جیب خود داشته است.

۱۵-استیو جابز

نویسنده: والتر ایزاکسون

استیو جابز موسس برندی است که در حال حاضر در حوزه تکنولوژی، انتخاب اول هر فردی محسوب می‌شود و درواقع کمتر کسی را می‌توان پیدا کرد که تمایل به در اختیار داشتن گوشی‌های تلفن همراه، لپ تاپ و سایر وسایل این برند را نداشته باشد. این شرکت در حال حاضر در زمینه تولید فیلم، سریال و مستند نیز به خوبی ظاهر شده است. با این حال وی در این مسیر با مشکلات زیادی همراه بوده و آگاهی از تصمیمات وی در شرایط مختلف و شناخت عقاید او، بدون شک راهنمای بسیار خوبی خواهد بود.

۱۶-گوگل چگونه کار می‌کند؟

نویسنده: اریک اشمیت، جاناتان روزنبرگ

گوگل به عنوان بزرگترین موتور جست و جوگر جهان که در حوزه‌های مختلفی فعالیت دارد، یکی از برترین برندهای حال حاضر محسوب شده و به همین خاطر آگاهی از داستان شکل‌گیری آن بسیار مهم خواهد بود، با این حال این کتاب تنها به این موضوع بسنده نکرده و سعی کرده است تا ساز و کار، ویژگی‌ها و دلایل موفقیت روزافزون این شرکت را بررسی نماید.

۱۷-داستان همه‌چیز

نویسنده: برد استون

اگر بخواهیم موفق‌ترین برند حال حاضر جهان را نام ببریم، بدون شک آمازون بهترین گزینه خواهد بود. درواقع این شرکت حتی در زمان شیوع ویروس کرونا نیز با رشدی فوق‌العاده همراه بوده است. در این راستا نویسنده این کتاب سعی کرده است تا نگاهی جامع به زندگینامه و داستان شکل‌گیری و رشد این شرکت داشته باشد. در آخر این کتاب نیز تلاش شده است تا رازهای موفقیت این شرکت، بررسی شود. درواقع آمازون در یک فروشگاه کتاب، به برندی تبدیل شده است که امروزه هر چیزی را می‌فروشد.

۱۸-نیازی به عالی بودن نیست

نویسنده: رابرت هرج واک

یکی از موفق‌ترین تاجرهای حال حاضر جهان، کتابی را در رابطه با زندگینامه خود تألیف کرده است که در آن تلاش شده تا افراد را به این واقعیت برساند که کارآفرین‌ها و افراد موفق جهان، فرابشر محسوب نشده و از خصوصیت‌هایی مشابه سایرین برخوردار هستند. درواقع نیازی نیست که خود را عالی بدانید تا در مسیر موفقیت گام بردارید. درواقع زندگی وی نیز به این صورت بوده و رویاهای وی در ابتدا مورد تمسخر قرار گرفته است. علت این امر نیز به این خاطر بوده است که وی حتی از اطرافیان خود، ضعیف‌تر و حتی با بهره هوشی کمتر تلقی می‌شد.

۱۹-تولد توییتر

نویسنده: نیک بیلتون

توییتر در بین تمامی شبکه‌های اجتماعی، خصوصیت‌های خاصی دارد. برای مثال مختصر بودن متن، یکی از آنها محسوب می‌شود که تا قبل از این شرکت، ابدا مرسوم نبوده است. با این حال در حال حاضر یکی از ۵ شبکه اصلی محسوب می‌شود. این موضوع باعث شده است تا نویسنده این کتاب، به داستان شکل‌گیری آن و زندگینامه جک دورسی به عنوان موسس این شبکه بپردازد.

۲۰-تیم کوک

نویسنده: لندر کاهنی

بسیاری از افراد تصور می‌کردند که اپل پس از استیو جابز با افت شدیدی مواجه خواهد شد. با این حال تیم کوک موفق شده است که این شرکت را حتی در جایگاهی به مراتب بهتر از قبل قرار دهد. به همین خاطر صحبت از وی کاملا ضروری خواهد بود. در این کتاب نویسنده تلاش کرده است تا در کنار روایت زندگینامه او، مهمترین تصمیمات مدیریت را نیز تشریح نماید که منجر به رشد فوق‌العاده اپل شد. در این راستا سختی‌های کار او و چالش‌ها نیز به خوبی بیان شده است.

۲۱-گلوله برفی (داستان زندگی وارن بافت)

نویسنده: آلیس کرودر

وارن بافت دنیای سرمایه‌گذاری را متحول کرده است. وی در آستانه ۹ سالگی، همچنان یکی از پولسازترین افراد جهان محسوب می‌شود. وی تا چند سال قبل، ثروتمندترین فرد جهان بوده و طی ۲۰ سال گذشته همواره یکی از ۵ نفر اصلی محسوب شده است. اگرچه در رابطه با وی اخیرا مستندی نیز پخش شده است که با استقبال فوق‌العاده‌ای همراه بوده، با این حال این کتاب کامل‌ترین اثر در رابطه با زندگینامه او محسوب می‌شود. در هر بخش، درس‌هایی که از تصمیمات و اقدامات وارن بافت می‌توان آموخت نیز به خوبی تشریح شده است.

۲۲-جک ما و علی بابا

نویسنده: یان چنگ، چن وی

جک ما را باید پرچمدار ظهور میلیاردرهای چینی دانست که موفق شده است تا شرکت خود به نام علی بابا را در بالاترین پله‌های موفقیت قرار دهد. در این کتاب سعی شده است تا ضمن روایت کامل مهمترین اتفاقات زندگی او، دلایل موفقیت شرکت نیز بیان شود.

منبع: bookauthority.org

اخبار

شهردار بندر دیر خبر داد:

کوچه‌ها و معابر شهری این بندر با ۴۰ میلیارد ریال اعتبار آسفالت شد

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: شهردار بندر دیرگفت: به منظور روان سازی عبور و مرور شـــهروندان ۴۰ هزار مترمربع از کوچه‌ها و معابر شهری این بندر با ۴۰ میلیارد ریال اعتبار آسفالت شد. علی ابراهیمی در گفتگو با خبرنگار ما در دیر افزود: تاکنون ۸۵ درصد کوچه‌های شهر دیر آسفالت شده و با تامین اعتبار لازم و با هدف زیبا سازی شهر آسفالت کوچه‌ها و معابر این بندر همچنان ادامه می‌یابد. وی بیان کرد: این پروژه شامل آســـفالت کوچه‌ها و معابر فاز سه و محله‌های فرودگاه و چشمو شهر دیر است. شهردار دیر یادآورشـــد: در زمان حاضر ۱۵۰ هزار مترمربع از کوچه‌ها و معابر این شهر با اعتبار ۱۰ میلیارد تومان نیاز به تسطیح و آسفالت دارند که در صورت تامین اعتبار مورد نیاز تا پایان سال این اقدام انجام می‌شود. وی گفت: همچنین با هدف ساماندهی دفع آب‌های سطحی و رفع آبگرفتی‌های فازهای ۲و۳ کانالی به طول ۲۷۰ متر با اعتبارات داخلی احداث شده است. ابراهیمی اضافه کرد: این کانال در امتداد بلوار خلیج فارس به سمت غرب بوسیله یک کانال بتنی سر پوشیده به بلوار خالدی متصل می‌شود که با ۸۰ درصد پیشرفت فیزیکی در مراحل پایانی کار قرار دارد.

وی گفت: در راســـتای اصلاح معابر با هدف رفع آبگرفتگی‌های حاصل از بارندگی، تاکنون صدها متر جوی و کانال فرعی در کوچه، معابر و نقاط مختلف شهر احداث و به بهره‌برداری رسیده است. وی با اشاره به اقدامات انجام گرفته در جهت آمادگی در فصل بارندگی اظهار داشـــت: نصب ۱۱۰ عدد دال بتونی، نصب ۱۷ عدد دریچه آهنی، جابجایی پل های شکســـته و ساخت پل فلزی، تعمیر و ساخت دریچه منهول در سطح شهر در سال جاری انجام گرفته است. شهردار دیر افزود: در سال جاری اصلاح و لوله گذاری جداول جمع آوری آب‌های سطحی اعم از لایه برداری مسیرها، زیر سازی، اصلاح، کف سازی و اجرای کانیو و اصلاح شیب برخی از جداول انجام شده است. ابراهیمی ضمن اشاره به کف برداری کانال‌های روباز و حذف نیزارها و روان سازی مسیر آب‌های سطحی، گفت: تسطیح مسیر دسترسی کانال‌ها، احداث کانال جهت هدایت سریع آب‌های سطحی در شهر از دیگر اقدامات انجام گرفته در این خصوص است.

جذب بیش از سه هزار و ۶۰۰ مشترک جدید گاز در شهرستان رودسر

رشـــت– زینب قلیپور: محمد رجب پناهی رئیس اداره گاز شهرســـتان رودسر با اشـــاره به خدمات گسترده ارائه شده توســـط آن اداره به مردم شریف شهرســـتان اظهار داشت: از ابتدای سال ۹۸ تاکنون با اجرای بیش از ۸۲ کیلومتر شبکه گاز و نصب بالغ بریک هزار انشـــعاب گاز، بیش از ۳ هزار و ۶۰۰ متقاضی گاز بهره مند از نعمت گاز طبیعی شـــده اند.رئیس اداره گاز شهرستان رودسر همچنین بهینه سازی هیتر ایستگاه های شهرستان رودسر، رینگ کردن کلیه ایستگاه های شهرستان، انجام عملیات مانیتورینگ ایستگاه های تقلیل فشار با همکاری واحد اندازه گیری، حذف ۴ مورد شیر حوضچه ای باقیمانده وتبدیل آنها به ساقه بلند، نصب کابینت برای مشترکین دوپوندی و رنگ آمیزی خرپاها وایستگاه های صنایع را از مهم ترین اقدامات آن اداره در یک سال و نیم گذشته عنوان کرد.وی در خصوص پیمان های فعال در اداره گاز شهرستان رودسر عنوان کرد: دراین شهرســـتان مجموعاً ۱۲ پیمان در زمینه های گازرســـانی به روستاها، نصب انشعابات، اجرای شبکه حفره خالی، تعمیرات، خدمات امداد و خودروهای امداد، گازبانی، خدمات اداری، خودروهای استیجاری، مشاور خدمات شبکه و انشعاب و اورهال هیترها مشغول به فعالیت می باشند که به صورت مستمر توسط ناظرین منتخب و همچنین بازرسی های فصلی مورد ارزیابی قرارمی گیرند.مهندس رجب پناهی درخصوص مدیریت بودجه و هزینه های آن اظهار داشت: در این زمینه گزارشی به صورت فصلی از طرف واحد مالی برای ادارات ارسال می گردد و تصمیم های مقتضی درخصوص رعایت چارچوب بودجه های ابلاغی صورت می پذیرد.

رئیس اداره گاز رودســـر افزود: همچنین کارشناســـان این اداره جهت پاســـخگویی به درخواست ها و نیازهای مشترکین و متقاضیان نصب انشـــعاب و اجرای شبکه و همچنین گازدار کردن روستاهای جدید، پکیج های بودجه متناسب تهیه نموده و به معاونت بهره برداری پیشـــنهاد می دهند.مهندس رجب پناهی در بخشـــی دیگر با اشاره به آمادگی کامل بخش های امداد وتعمیرات برای ارائه خدمات به مشترکین اظهار داشت: این واحدها براساس وظیفه ذاتی خود به صورت ۲۴ ساعته آماده انجام هرگونه خدمت امدادی و یا تعمیراتی می باشـــند و شـــرح اقدامات آنان به طور مرتب و روزانه در سیســـتم ثبت می گردد.وی ادامه داد: همچنین جهت ارتقای ســـطح آمادگی پرســـنل امداد و تعمیرات به صورت منظم با همکاری امور HSE مانورهایی درسطح شهرستان برگزار می گردد که از جمله آن می توان به اجرای مانورهای خروج اضطراری ادارات رودسر و چابکسر، رانش زمین درواجارگاه، افت فشـــار در کلاچای، سیل و شکستن خرپا در رحیم آباد و همچنین خارج کردن ایستگاه های واجارگاه و ســـیاهکلرود از مدار و استفاده از ایســـتگاه های تحت پوشش این دو ایستگاه اشاره کرد.رئیس اداره گاز رودسر در خاتمه در خصوص توجه آن اداره به مقوله آموزش کارکنان بیان کرد: برای کلیه پرسنل تعمیراتی، امدادگران و گازبانان کلاس های مرتبط با شرح وظایف بصورت مستمر توسط کارشناسان برگزار می گردد و همچنین واحد آموزش نیز در راستای شرح وظایف پرسنل کلاس های دوره ای متناسب با شغل آنان برگزار می نماید.

مدیرعامل شرکت شهرک‌های استان مرکزی :

طرح توسعه شهرک صنعتی شماره سه اراک کلید خورد

اراک – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت شهرک‌های استان مرکزی از آغاز طرح توسعه شهرک صنعتی شماره سه اراک (خیرآباد) خبر داد و گفت: اجرای پروژه‌های زیرساختی و تامین خدمات مورد نیاز از برنامه‌های توسعه این شهرک است.

طیب میرزایی افزود: متقاضیان دریافت زمین در شهرک‌های صنعتی شهرستان اراک بیشتر از دیگر نقاط استان مرکزی است و از طرفی در حال حاضر حتی یک هکتار زمین قابل واگذاری در این شهرستان وجود ندارد.

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان مرکزی بیان کرد: برهمین اساس طرح توسعه شهرک صنعتی شماره سه اراک در زمینی به مســـاحت ۲۲۰ هکتار از ســـمت شـــمال غرب این شهرک در دستور کار این شـــرکت قرار گرفت و عملیات تامین زیرساخت‌های لازم در آن آغاز شده است.

میرزایی اظهار داشت: براساس برنامه‌ریزی‌های تدوین شده و در صورت تکمیل طرح‌های زیرساختی از اوایل سال ۱۴۰۰ امکان واگذاری زمین به سرمایه‌گذاران در طرح توسعه شهرک صنعتی خیرآباد اراک وجود دارد.

وی اضافه کرد: طرح توسعه شهرک صنعتی ایبک‌آباد اراک نیز در دستور کار شرکت شهرک‌های صنعتی استان مرکزی قرار دارد و با جانمایی زمین مورد نظر، عملیات تامین زیرساخت‌های لازم در این شهرک نیز انجام می‌شود.

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان مرکزی گفت: تا کنون ۹۶ هکتار زمین در شهرک‌ها و نواحی صنعتی این استان به متقاضیان واگذار شده و با توجه به اینکه بیشتر زمین‌های شهرک‌ها و نواحی صنعتی استان در ۲ ماه آخر سال به متقاضیان واگذار می‌شود، پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که تا پایان امسال مجموع واگذاری‌ها از ۱۳۰هکتار تجاوز کند.

میرزایی افزود: ۸۸ قرارداد فنی امسال در شهرک‌ها و نواحی صنعتی این استان منعقد شد و مجموع منابع مالی طرح‌های فنی در این راستا یک‌هزار و ۲۱۴ میلیارد ریال برآورد شده است.

جلسه مشترک شهرداری وسپاه گرگان باموضوع محلات کم برخوردار سطح شهر برگزار شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: جلسه میز خدمت جهادی در هفته بسیج روز گذشته با حضور شهردار و فرماندهان پایگاه های مقاومت محلات هدف در دفتر شهردار گرگان برگزار شد.در این جلسه، تصمیمات بسیاری در خصوص اقدامات و پیگیری های لازم در ۴ محله کم برخوردار ســـطح شـــهر اتخاذ شد که مهمترین آنها به شرح زیر است:محله اسلام آباد: استفاده از رنگ پوششـــی دیوارها، فعال تر نمودن خانه فرهنگ، اصلاح روشنایی پارک ملت و نصب تیر چراغ برق جدید، تخلیه نخاله در ضلع دیگر پارک ملت، مکاتبه با سازمان میراث فرهنگی در خصوص دیوارکشی تپه قلعه خندان، لایروبی رودخانه و نصب سرعتگیر در خیابان ملت به همراه تابلو و چراغ احتیاط محله عرفان: پیگیری جهت تملک فضای مناســـب جهت ایجاد پارک محله ای، ایجاد فضای ورزشـــی مناسب، رنگ پوششی دیوارها و ایجاد سرعت گیرمحله انجیراب: آسفالت معابر فرعی، خط کشی خیابان اصلی انجیراب ۲۰، ایجاد سالن ورزشی توسط سپاه گرگان، ایجاد خانه فرهنگ، تعریض خیابان اصلی، افزایش تعداد اتوبوس ها و اجرای پروژه زیرگذر

بازدید مشترک سازمان حمل و نقل شهرداری و پلیس راهور از ایستگاه های تاکسی گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مهدی کمال غریبی رئیس سازمان حمل و نقل شهرداری گرگان اظهار داشت: ایستگاه های تاکسی سطح شهر دوشنبه شب توسط اداره نظارت و بازرسی سازمان حمل و نقل شهرداری و پایس راهور مورد بررسی و بازدید میدانی قرار گرفت.کمال غریبی افزود: علاوه بر بازدید، تهیه لیست رانندگان کشیک تاکسی در مسیر های مختلف بعد از ساعت ۲۱ جهت خدمات دهی مطلوب تر به شهروندان گرگانی نیز صورت پذیرفت.وی تصریح کرد: در این طرح به کمک پلیس راهور، مسافربرهای شخصی که اجازه تردد در ساعات اعلام شده را ندارند مورد اعمال قانون قرار گرفتند.به گفته رئیس سازمان حمل و نقل شهرداری گرگان، اداره نظارت و بازرسی سازمان حمل و نقل شهرداری همچنین تب سنجی در سطح شهر از رانندگان تاکسی، اتوبوس و شهروندان را به عمل آورد.

شاهکار مهندسان پالایشگاه ستاره خلیج فارس در اصلاح طراحی و ساخت مبدل‌های درایر واحد بنزین‌سازی؛

ارزش آفرینی ۱۸ میلیارد ریالی از ضایعات

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: پکیج خشـــک‌کن گاز گردشی احیا کاتالیســـت یا (Regeneration Loop Dryer)، وظیفـــه کاهش رطوبت گاز گردشـــی واحـــد CCR، پیش از ورود به کمپرسور گردشـــی نیتروژن، به کمتر از ۵۰ppm را دارد. گاز نیتروژن پس از حذف رطوبت موجود جهت احیای کاتالیســـت به راکتور احیا ارســـال می‌شود. در این پکیج دو مبدل وجود دارد که یکی از آن‌ها وظیفه‌ی خنک‌کردن گاز گردشـــی توسط آب دریا و دیگری وظیفه‌ی گرم‌کردن گاز گردشی توسط بخار جهت احیای جاذب درایر را برعهده دارند. اصلاح طراحی و ساخت باندل مبدل درایر با اســـتفاده از قطعات ضایعاتی پالایشـــگاه یکی از اقدامات چشمگیر مهندسان شرکت نفت ستاره خلیج فارس بود که بار دیگر توانســـتند با اتکا به دانش و توان داخلی، مهارت و خلاقیت خود را اثبات کردند و صرفه‌جویی ارزی قابل توجهی هم برای پالایشگاه به ارمغان آوردند. «سعید نوری» مدیر نگهداری و تعمیرات پالایشگاه ســـتاره خلیج فارس در این باره بیان داشت: پکیج خشک‌کن گاز گردشـــی، یکی از تجهیزاتی اســـت که پیش‌تر بـــه دلیل کیفیت نامناسب مواد اولیه ساخت و برخی مشکلات در طراحی، به دفعات

در واحد بنزین‌سازی مورد تعمیر قرار می‌گرفت و به صورت فصلی سبب بروز چالش‌هایی در روند تولید و حتی توقف آن می‌شد. وی تعمیر این تجهیز را سبب توقف چند روزه‌ی تولید در واحد مذکور خواند و افزود: در پی برگزاری جلســـات مشترک ریشه‌یابی خرابی مکرر این مبدل‌ها بین واحدهای تعمیرات، مهندســـی و بازرســـی فنی راهکارهای حل این موضوع را بررســـی کردیم تا به پیشنهاد تغییر مواد اولیه‌ی ساخت مبدل درایر رسیدیم و سپس در جلسه‌ای با حضور مدیران ارشد ســـازمان موضوع را مطرح و راهنمایی‌های لازم برای ساخت را کسب کردیم. نوری تاکید کرد: با تغییر جنس تیوب شیت‌ها، جنس بافل ســـاپورته، اضافه کردن تعدادی پد در محل نازل‌های ورودی روی باندل، طراحی مجدد نوع و نشیمن‌گاه گســـکت‌ها و اعتماد به نیروهای توانمند پالایشگاه روند بازطراحی و ســـاخت این تجهیز آغاز شد. وی از ساخت سه باندل از مبدل‌ها با اقدامات شـــبانه‌روزی و برنامه‌ریزی برای ساخت سه باندل دیگر توسط تیمی هفت‌نفره از واحد تعمیرات و بازرسی فنی شرکت نفت ستاره خلیج فارس خبر داد و افزود: در این فرآیند ۶۳۰ نفر-ساعت کار انجام شـــد که خروجی آن توقف تعمیـــرات پی در پی مبدل، اســـتمرار ایمن عملیات تولید و صرفه‌جویی قابل توجه ارزی بود. در پایان از مدیر نگهداری و تعمیرات پالایشگاه ستاره خلیج فارس میزان صرفه‌جویی ارزی این اقدام را جویا شدیم که وی در این باره گفت: طبق استعلام انجام گرفته از واحدهای کمیسیون معاملات و بازرگانی بیش از ۱۸ میلیـــارد ریال در این پروژه صرفه‌جویی به عمل آمد که بار دیگر مزایای اعتماد به نیروهای جوان و کارآزموده را برجسته کرد.

مشارکت ۳۸۵ نفر از کارکنان منطقه ۹ در دوره های آموزش غیرحضوری شرکت انتقال گاز ایران

ساری –دهقان: مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از مشارکت ۳۸۵ نفـــر از کارکنان منطقه ۹ در دوره های آموزش غیر حضوری شـــرکت انتقال گاز ایران خبر داد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت ملی گاز ایران، مقدم بیگلریان با اعلام این خبر، اظهار کرد: طبق برنامه ریزی و تقسیم کار انجام شده در شرکت انتقال گاز ایران، منطقه ۹ در سال جاری به عنوان قطب تخصصی آموزش در زمینه HSE و امور پیمان‌ها تعیین شـــده اســـت. وی با بیان اینکه در همین راســـتا در سال جاری تعداد ۱۷ دوره آموزشی به صورت غیرحضوری و در قالب وبینار برای کلیه کارکنان مناطق عملیات انتقال گاز برگزار شد، افزود: در این دوره های آموزشی ۴۶۹ نفر معادل ۲۷۹۰ نفر ساعت از مناطق ۱۰ گانه، شرکت کرده‌اند. مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در ادامه به اهمیت ارتقا سطح دانش و تخصص کارکنان منطقه اشاره کرد و یادآور شد: ۳۸۵ نفر از کارکنان منطقه معادل ۲۶۷۰ نفر ســـاعت در ۸۵ دوره آموزش اینترنتی که در سال جاری از سوی سایر مناطق عملیات انتقال گاز برگزار شد، شرکت کرده‌اند. بیگلریان در پایان، از تلاش های واحد آموزش جهت برگزاری دوره های آموزشی به صورت غیرحضوری برای جلوگیری از شیوع ویروس کرونا، تشکر و قدردانی کرد.

نشست تعاملی مدیرعامل ذوب آهن اصفهان و مدیر کل صدا وسیمای استان

اصفهان –قاسم اســـد: بهرام عبدالحسینی مدیر کل صدا و سیمای استان اصفهان و هیأت همراه ۲۶ آبان ماه ضمن حضور در ذوب آهن اصفهان با منصور یزدی زاده مدیرعامل و مسئولین روابط عمومی این شرکت در خصوص فعالیت های رسانه ای و فرهنگی مشترک، دیدار و گفتگو کرد .

عبدالحســـینی در این دیدار، ذوب آهن اصفهان را یکی از مراکز صنعتی مهم کشور دانست که نقش مهمی در تحقق جهش تولید دارد و گفت: انعکاس دســـتاوردهای این شرکت در شرایط سخت اقتصـــادی کنونی موجب امید بخشـــی اســـت و از اهمیت بالایی برخوردار است .

وی ذوب آهن را یکی از معدود صنایع کشور دانست که به لحاظ

سابقه فعالیت های فرهنگی از جایگاه والایی برخوردار است و افزود: یکی از رویکردهای مهم صدا و ســـیما، تولید برنامه های مشارکتی است و سازمان های بزرگی همچون ذوب آهن اصفهان که علاوه بر تاثیرات اقتصادی و صنعتی، به لحاظ اجتماعی و فرهنگی نیز دارای جایگاه مهمی هستند با همکاری در تولید این برنامه ها، نقش خود را در ارتقاء فرهنگ جامعه به ویژه در جهت آگاهی افکار عمومی از دستاوردهای صنعتی به خوبی ایفا می کنند .

منصور یزدی زاده مدیرعامل ذوب آهن اصفهان نیز از همکاری رســـانه ملی در جهت اطلاع یابی مردم از کار و تلاش جهادی در بخش صنعت کشـــور و همچنین بیان مشکلات صنایع، قدردانی کرد و اعـــلام آمادگی نمود که همچون گذشـــته، همکاری های مشـــترک ذوب آهن اصفهان با صدا وسیمای مرکز اصفهان، تداوم داشته باشد.

به همت شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان و در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی ؛

تعداد ۲۰۰ بسته نوشت افزار میان دانش آموزان کم برخوردار روستاها و عشایر توزیع شد

اهواز – شـــبنم قجاوند: دهمین مرحله رزمایش کمک های مومنانه در شـــرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با اهدا و توزیع ۲۰۰ بســـته نوشـــت افزار میان دانش آموزان کم برخوردار روستاها و عشایر مجاور کارخانه ها و تأسیسات فرآورشی این شرکت برگزار شد . مرحله ی دهم از رزمایش کمک های مومنانه در شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان طی ۲ روز گذشته برگزار شد و طی آن ۲۰۰ بســـته نوشت افزار میان دانش آموزان کم برخوردار روســـتاها و عشایر حاشیه و مجاور واحد بهره برداری و نمک زدایی لب سفید در بخش شهیون دزفول و همچنین واحد بهره برداری و نمک زدایی هفت شهیدان مسجدسلیمان توزیع گردید . این بسته ها که شامل کیف - دفتر خط دار و نقاشی - بسته مداد رنگی - خط

کش - تراش - مداد سیاه و مداد قرمز - خودکار و جا مدادی است به همت دفتر مدیریت و در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی این شرکت تهیه گردیده و به دانش آموزان کم برخوردار زیر پوشش این دو نهاد اهدا شد . در مرحله ی قبلی از اجرای رزمایش مومنانه توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان تعداد ۲۸۰۰ بسته نوشت افزار به دانش آموزان کم بضاعت تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) و بهزیستی شهرستان های مسجدسلیمان ، لالی ، هفتکل و اندیکا اهدا گردید . لازم به توضیح اســـت که پیش از این و طی ســـالهای ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ ، شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی اش تعداد ۹۲۰۰ بسته نوشـــت افزار را تهیه و با همکاری اداره آموزش و پرورش شـــهرهای مسجدسلیمان - لالی - هفتکل و اندیکا میان دانش آموزان توزیع نموده است .

رئیس روابط عمومی پالایشگاه گاز ایلام:

بیش از ۳۰۰ بسته بهداشتی در بین دانش آموزان روستاهای چوار توزیع شد

ایلام – خبرنگار فرصت امروز: رئیس روابط عمومی شـــرکت پالایش گاز ایلام از توزیع ۳۰۰ بســـته بهداشتی در بین روستاهای منطقه چوار خبر داد و گفـــت: این واحد صنعتی به منظور کمک به اقشـــار آسیب پذیر جامعه و در راستای توجه به مسئولیت های اجتماعی در مراحل متعدد به سالمندان، اقشار نیازمندو هم اکنون دانش آموزان مناطق روستایی کمک کرده است.

به گزارش روابط عمومی ، " منوچهر کرمیان" با اشـــاره به اینکه توجه به سلامت جامعه یکی از موارد حائز اهمیت برای این شرکت است، افزود: شرکت پالایش گاز ایلام در کنار تولید مستمر توجه ویژه ای به ابعاد مختلف مسئولیت های اجتماعی داشته و در این زمینه از ابتدای راه اندازی تاکنون، فعالیت های متعددی در مناطق مختلف استان بخصوص روستاهای اطراف داشته است.

وی اظهار داشت: این شرکت در اقدام اخیر خود همزمان با سایر ســـازمانها و آحاد مردم در جهت کنترل بیماری کرونا عمل نموده

و با همکاری اداره آموزش و پرورش چوار، تعداد ۳۰۰ بســـته اقلام بهداشتی متشکل از ماسک و مواد ضد عفونی در بین دانش آموزان روستاهای چوار توزیع نموده است.

رئیس روابط عمومی شـــرکت پالایش گاز ایلام گفت: این واحد صنعتی همزمان با انجام ماموریت های سازمانی، تلاش می کند در راستای مسئولیت های اجتماعی به مناطق کمتر توسعه یافته کمک کند و بر این اصل اعتقاد دارد که فعالیت موثر در این حوزه علاوه بر منشاء اثرگذاری مثبت در استان، باعث عمران و آبادی درشهر ایلام و روستاهای اطراف می شود.

وی با بیان اینکه از زمان شـــیوع بیماری منحوس کرونا تاکنون پالایشـــگاه گاز ایلام چندین بار به روستاهای اطراف ، شهر چوار و دانشـــگاه علوم پزشکی کمک های قابل توجهی نموده است، اظهار داشت: مســـئولیت های اجتماعی می تواند با هدایت کسب و کار به شـــیوه اخلاقی و مســـئولانه در بهره مندی و سود آوری شرکت تاثیر گذار باشد.

وی خاطر نشـــان کرد: شـــرکت پالایش گاز ایلام در برنامه های خود تمامی ابعاد مسئولیت های اجتماعی از قبیل زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی را همراه با استمرار تولید مورد توجه قرار داده است.

مدیرکل اوقاف قم خبر داد:وقف آیت‌الله یزدی برای احداث مدرسه علمیه

قم – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل اوقاف اســـتان قم گفت: یک باب منزل مســـکونی در قم از سوی آیت‌الله یزدی برای احداث مدرسه علمیه وقف شد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام والمسلمین عباس اسکندری اظهار کرد: آیت‌الله محمد یزدی دبیر جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، عضو مجلس خبرگان رهبری و استاد برجسته حوزه علمیه، یک باب منزل مسکونی خویش در قم را برای راه‌اندازی مدرسه علمیه به نام «محمدیه» وقف کرد.

وی افزود: نیمی از این خانه با مســـاحت ۴۸۰ متر مربع متعلق به آیت‌الله یزدی و نیم دیگر هم متعلق به همســـر مرحومه ایشان بوده که با موافقت ورثه، مجموعا برای تاسیس مدرسه علمیه وقف شده است.

مدیرکل اوقاف و امور خیریه اســـتان قم خاطرنشان کرد: تولیت وقف مذکور بر عهده دبیر وقت حوزه‌های علمیه و یکی از روحانیون معرفی شده از سوی آیت‌الله یزدی است و امام جمعه قم هم به عنوان ناظر وقف تعیین شده است.

مهاجرت‌های دانشجویی در دوران کرونا چه روندی دارد

مهاجرت‌های دانش‌آموزان بین‌المللی در کشورهای اصلی دانشجوپذیر و همچنین کشورهای نوظهور محور و هدف یک گزارش قرار گرفت.

عنوان این گزارش «روندهای جابه‌جایی و راهبردهای نوین جذب دانشجویان بین‌المللی در دوران پیشاکرونا و پساکرونا در ایران و جهان» است.

در این گزارش، راهبردهای هر دسته از کشورها برای جذب دانشجویان بین‌المللی و افزایش سهم بازار آموزش عالی در هر سه مرحله برنامه‌ها و سیاست‌های آنها در مرحله پذیرش و تحصیل، اشتغال‌پذیری و ورود به بازار کار و برنامه‌های نگهداشت و اقامت بلندمدت آنها مورد بررسی قرار گرفته است.

در فصل نخست، کلان‌روندهای موثر بر آموزش عالی و دانشجویان بین‌المللی که برنامهها و سیاست‌های کشورها و موسسات آموزش عالی را تحت تاثیر قرار داده و به تبع آن بر راهبردهای جذب دانشجویان بین‌المللی موثر بوده است مورد بررسی قرار گرفته است. کلان روندهایی چون سالخوردگی جمعیت جهان که در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و مناطق پرجمعیت دنیا از جمله چین در حال وقوع است، به این معنا که تا سال ۲۰۳۰ رشد جمعیت در گروه‌های سنی ۳۵ تا ۶۴ سال به مراتب بالاتر از گروه‌های سنی ۲۰تا ۳۴ سال خواهد بود.

تغییرات بازار کار با توسعه روزافزون فناوری‌های خودکارساز مانند هوش مصنوعی و رباتیک می‌تواند باعث کاهش ۶۰ درصد از مشاغل کنونی شده و جابه‌جایی شغلی بسیاری از افراد را موجب شود. این فناوری‌ها برخی شغل‌ها را از بین می‌برند و مشاغل جدیدی ایجاد میکنند. عدم تطابق مهارت‌ها هم‌اکنون میان آموزش‌های بسیاری از موسسات آموزش عالی و نیازهای بازار کار وجود دارد؛ این شکاف در صورت عدم تغییر راهبردهای موسسات آموزش عالی بیشتر خواهد شد. بازار کار تغییر یافته و به شدت پویای کنونی نیاز به مهارت‌های جدید در افراد شاغل را ایجاد نموده و نیازهای جدید برای آموزش عالی ایجاد کرده است.

رشد پرشتاب شهرنشینی یکی از روندهای مهم جهانی تا سال ۲۰۳۰ است پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد جمعیت برای یافتن شغل و ارتقای شغلی در سال ۲۰۳۰ نسبت به سال ۲۰۱۴ درکلانشهرها و شهرهای بزرگ به شدت رشد خواهد کرد و این گسترش شهرنشینی موجب افزایش در تقاضای آموزش برای نیروی کار خواهد بود؛ آموزشی که منطبق با نیازهای جدید در صنعت و توسعه اقتصادی باشد.

سخت‌گیرانه‌تر شدن سیاست‌های مهاجرت در برخی از کشورهای سنتی مهاجرپذیر باعث ایجاد تغییراتی در مقصد مهاجران خواهد شد، در حالی که روندهای گذشته نشان می‌دهد بیشتر مهاجران جذب کشورهای در حال توسعه شده‌اند ولی میزان رشد مهاجران در برخی گروه‌ها به ویژه در میان دانشجویان بین‌المللی در کشورهای در حال توسعه بیشتر است.

پیشبینی می‌شود به دلیل سیاست‌های ضدمهاجرتی و سختگیرانه کشورهایی مانند آمریکا و انگلستان در سال‌های اخیر که بر تعداد اخذ ویزای دانشجویان موثر بوده است و همچنین برنامه‌ها و سیاست‌های فعالانه کشورهای نوظهوری مانند چین این روند رشد در کشورهای در حال توسعه افزایش و در کشورهای توسعه‌یافته کاهش یابد.

افزایش تقاضا برای آموزش عالی

وابستگی به بازارهای نوظهور برای رشد در آموزش عالی: با افزایش جمعیت طبقه متوسط در کشورهای در حال توسعه مانند چین و هند تقاضا برای آموزش عالی نیز افزایش می‌یابد، بیشترین افزایش تقاضا برای آموزش عالی مربوط به کشورهای با درآمد متوسط است، به ویژه اینکه پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد در سال ۲۰۳۰ میلادی ۷۵ درصد فارغالتحصیلان رشته‌های علوم و فناوری در کشورهای BRICS کار کنند، این بدین معناست که دسترسی به بازار دانشجویان این کشورها برای کشورهای دانشجوپذیر بسیار مهم است.

عدم تعادل در عرضه و تقاضای آموزش عالی در کشورها نیاز به جابهجایی دانشجویان را افزایش می‌دهد، درحالی که کشورهای توسعه‌یافته موسسات آموزش عالی بیشتری دارند، این کشورهای با درآمد متوسط هستند که بیشترین افزایش نیاز به آموزش عالی را خواهند داشت و کشورهایی که نیاز بیشتری به آموزش عالی دارند به واسطه درآمد پایین‌تر دسترسی کمتری به موسسات آموزش عالی دارند این امر عدم تعادل در عرضه و تقاضای آموزش را سبب می‌شود.

کاهش هزینه‌کرد بخش عمومی در آموزش عالی در سالهای اخیر به ویژه در کشورهای توسعه‌یافته کاهشی بوده است. این کاهش بودجه دولتی نیز بر راهبردهای موسسات آموزش عالی موثر است.

ایجاد تغییرات در راهبردهای آموزش عالی

به‌طور کلی این کلان روندها تغییراتی را در راهبردهای آموزش عالی در حوزه روش‌های ارائه خدمات، محتواهای آموزشی، دوره‌های درسی و هزینه‌های تحصیل ایجاد میکنند. کشورها و موسسات آموزش عالی در برابر این تغییرات ۴ دسته رویکرد را ممکن است اتخاد کنند، رویکردهای تدافعی، رقابتی، تعدیل‌کننده یا نوآورانه که با توجه به بازار، شرایط و سیاست‌های کلان کشور در آن حوزه و همچنین نیازهای بازارهای هدف موردنظر آن موسسه، باید رویکرد مناسب توسط موسسات آموزش عالی اتخاذ شوند.

برنامه‌ها و سیاست‌های کشورها در برابر این تغییرات و راهبردهای نوین جذب دانشجویان بین‌المللی در بازارهای اصلی و بازارهای نوظهور در فصل دوم نشان داده می‌شود.

در فصل دوم عوامل و سیاست‌های موثر در روندهای جابه‌جایی و جذب دانشجویان بین‌المللی در کشورهای منتخب ارائه شده است به این ترتیب که عوامل موثر در جذب دانشجویان بین‌المللی در کشورهای سنتی دانشجوپذیر و کشورهای نوظهور و سیاست‌ها و برنامه‌های کشورها برای توسعه و تغییر عوامل جذب دانشجویان بین‌المللی مورد بررسی قرار گرفته است.

ژاپن اسپانیا و بلژیک جزو کشورهایی هستند که از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۹، سهم بازار خود را از دست داده‌اند و هم‌اکنون بین هشت مقصد اول دانشجوپذیر قرار ندارند. کشورهای آمریکا، انگلستان و آلمان از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۹ در میان هشت مقصد اول دانشجویان بین‌المللی قرار دارند، ولی سهم بازار آنها نسبت به سال ۲۰۰۱ کاهش یافته است. کشورهای نوظهوری مانند چین، کانادا و روسیه به تازگی وارد این بازار شده‌اند و علی‌رغم اینکه در سال ۲۰۰۱ سهم بازار چندانی نداشته‌اند ولی اکنون در میان هشت مقصد اول دانشجویان بین‌المللی هستند.

از سال ۲۰۰۱ تاکنون، چهار موج اصلی بر مقاصد دانشجویان بین‌المللی موثر بوده است؛ موج اول (۲۰۰۸-۲۰۰۱) پس از حوادث ۱۱ سپتامبر رخ داد و دانشجویان به فکر جایگزین کردن مقاصدی مانند استرالیا، کانادا و بریتانیا به جای آمریکا افتادند، در موج دوم (۲۰۱۶-۲۰۰۸)، آمریکا به عنوان مقصد اول دانشجویان بین‌المللی برای جبران افت تعداد دانشجویان بین‌المللی، ظرفیت کالج‌های خود را برای دانشجویان بین‌المللی افزایش داد و قطب‌های منطقه‌ای دانشجویان بین‌المللی در آسیا تقویت شدند.

موج سوم از ۲۰۱۶ به بعد، آغاز شده است؛ محیط ناپایدار سیاسی و بروز سیاست‌های ضد مهاجرتی در کشورهای اول (آمریکا و بریتانیا) باعث کاهش سهم بازار آنها شده و سهم بازار استرالیا و کانادا افزایش یافته است و موسسات آموزش عالی در کشورهای نوظهور به طور خاص بر بازارهای منطقه‌ای و کشورهای با جمعیت جوان بالا، برنامه‌ریزی میکنند.

موج چهارم از سال ۲۰۲۰ نیز ناشی از بروز پاندمی کرونا است که منجر به تغییر سیستم آموزش عالی و آموزش بین‌المللی مؤسسات آموزش عالی در سراسر دنیا شده است. تقریباً تمامی مؤسسات آموزش عالی در اکثر کشورهای جهان به سمت برگزاری دوره‌های مجازی و آنلاین رفته‌اند، مرزها بسته شده‌اند و حتی در بسیاری از موارد، بازاریابی برای جذب دانشجویان نیز به صورت آنلاین انجام می‌شود.

آمریکا به علت مزایای اقتصادی دانشجویان بین‌المللی، همیشه از پیشگامان در جذب این افراد بوده است و به علت انگلیسی زبان بودن و داشتن دوره‌های باکیفیت، مورد استقبال دانشجویان قرار می‌گرفته است.

با این وجود در سال‌های اخیر ذائقه دانشجویان دستخوش تغییراتی شده و از اهمیت این موارد کاسته شده است. شهریه‌های گزاف دانشگاه‌های این کشور از یک سو و سیاست‌های ضدمهاجرتی ترامپ که موجب دشوار شدن شرایط اخذ ویزای این کشور شده است از سوی دیگر، موجب کاهش اقبال دانشجویان برای تحصیل در این کشور شده است. با توجه به اینکه سخت‌گیری‌های این کشور نسبت به ورود دانشجویان بین‌المللی (به ویژه دانشجویان چینی) پس از بروز پاندمی کرونا افزایش یافته است، انتظار می‌رود که شوک ناشی از فراگیری کروناویروس، نهایتاً موجب ریزش جمعیت دانشجویان بین‌المللی در این کشور شود.

بریتانیا از جمله کشورهایی است که برای آثار مطلوب اقتصادی و جمعیتی به جذب دانشجویان بین‌المللی می‌پرداخته است و به علت انگلیسی زبان بودن و داشتن دورههای باکیفیت همواره مورد استقبال این افراد قرار می‌گرفته است. اما خروج این کشور از اتحادیه اروپا، علی‌رغم اینکه برنامه‌هایی برای جذب دانشجو از کشورهایی که به لحاظ اقتصادی نوظهورند دارد، بریتانیا را در وضعیت نامعلومی قرار داده است و احتمال دارد سهم خود را از بازار این دانشجویان از دست دهد.

به ویژه با توجه به اینکه پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که بروز پاندمی کرونا، موجب ریزش شدید جمعیت دانشجویان بین‌المللی و بالطبع، کاهش شدید درآمد دانشگاه‌های این کشور شود.

تعداد دانشجویان ایرانی در خارج از کشور تا سال ۲۰۱۱ روند رشد بالایی داشته است ولی پس از آن در سطح ۵۰ هزار نفر باقی مانده است. در سال ۲۰۱۷ بیشترین دانشجویان ایرانی به ترتیب در ۴ کشور آمریکا، کانادا، آلمان و ترکیه حضور داشته‌اند.

در سال‌های اخیر جذب دانشجویان خارجی در دانشگاه‌های ایران رشد کرده است، ولی هنوز سرعت و گستردگی کافی ندارد. سه مبدأ اول دانشجویان خارجی در ایران در حدود ۹۰ درصد از سه کشور افغانستان، عراق و لبنان هستند.

ایران به عنوان یک کشور بیشتر فرستنده و کمتر گیرنده دانشجویان بین‌المللی باید بتواند در جهت اهداف اقتصادی و همچنین اهداف سیاسی، اجتماعی، منطقه‌ای خود سهم فعال‌تری در جذب دانشجویان، به ویژه از بازار منطقه‌ای دانشجویان کسب کند چراکه سهم ایران از بازار دانشجویان کشورهای همسایه چیزی در حدود ۵ درصد است که در مقایسه با ظرفیت بالای دانشگاه‌های کشورمان بسیار ناچیز است.

جایگاه ایران در روندهای مهاجرتی

در این راستا در سطح راهبردهای کلان آموزش عالی و در سطح موسسات آموزش عالی با توجه به تجارب جهانی در این حوزه، راهبردهای جذب دانشجویان بین‌المللی در کشور مورد اشاره قرار گرفته است و اگر ایران بخواهد به سمت جذب دانشجویان بین‌المللی از کشورهای منطقه برود، می‌تواند بر زبان دوره‌های آموزشی و تمرکززدایی در جذب دانشجویان تمرکز کند تا هم از آثار اقتصادی و غیراقتصادی دانشجویان بین‌المللی بهره‌مند شود و هم به توسعه محلی جوامع کشور کمک کند.

لازم به ذکر است که چهارمین شوک وارده به جریان جابه‌جایی‌های دانشجویی (پاندمی کرونا) برای کشوری مانند ایران می‌تواند فرصتی برای جذب بیشتر دانشجویان بین‌المللی محسوب شود.

چراکه ایران از ظرفیت علمی بالایی برای پرورش دانشجویان برخوردار است اما بسیاری از دانشجویان بالقوه برای تحصیل در ایران ممکن است به دلایل فرهنگی و اجتماعی تمایل به مهاجرت به ایران نداشته باشند، اما تمایل به تحصیل در دانشگاه‌های این کشور را داشته باشند.

بنابراین، از آنجایی که اقتضای شرایط فعلی ایجاب می‌کند که دانشجویان در کشور مبدأ خود و به صورت آنلاین، برنامه تحصیلی خود را دنبال کنند، چنین شوکی می‌تواند فرصتی برای کشور فراهم کند تا با ارتقای کیفیت دوره‌های آنلاین و بازاریابی و برندسازی در دوره‌های آنلاین، بتواند به جذب دانشجویان بین‌المللی از طیف وسیع‌تری از کشورها در سطح منطقه بپردازد.

منبع: رصدخانه مهاجرت ایران

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت یکباب خانه پلاک ۳۶ فرعی از ۸۸- اصلی به مساحت ۵۹.۴۷ مترمربع واقع دربخش ۱۳ قزوین ذیل ثبت ۹۶۹۸ صفحه ۲۸۶ دفتر ۴۶ به شماره چاپی ۴۱۴۰۹۵-۹۰ الف ۹۰ بنام صدیقه افشار تجفی صادر شده است سیی محمد دهقانی با ارائه وکالتنامه شماره ۱۱۳۱۲ مورخ ۹۱/۵/۵ دفترخانه ۱۸۲ رودبار با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود مدعی شده که سند مذکور به علت سهل انگاری مفقود گردیده است و با سندمذکور معامله ای انجام نشده که ثبت املاک موید این ادعا می باشد و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی خود رانموده که مراتب به استناد تامه ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویا معاملاتی به نفع اوشده ویا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه با این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد.
تاریخ انتشار: ۹۹/۹/۸
شعبان عسگری - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک قزوین- ۱۵۴۹/م الف

سازمان آگهی‌ها
۸۶۰۷۳۱۴۳

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای محمد حسن گل محمدی بعنوان مالک با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده طی شناسه یکتا به شماره ۱۳۹۹۰۲۱۵۱۸۲۸۰۰۰۱۴۶ و رمز تصدیق به شماره ۸۷۹۶۰۳ مورخ ۹۹/۳/۲۰ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۲۰۰ حوزه ثبتی تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۱۰۷۸۰۰۷۱۶۲ مورخ ۹۹/۳/۲۴ و دستور مجدد به تاریخ ۹۹/۸/۳ مدعی فقدان سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان مسکونی واقع در سمت شرقی طبقه ۱ بمساحت ۱۰۲/۹۸ متر مربع که مقدار ۲/۶۹ متر مربع آن بصورت بالکن می باشد قطعه ۲ تفکیکی بانضمام یک واحد پارکینگ مسکونی قطعه ۸ تفکیکی به مساحت ۱۱ متر مربع واقع در سمت جنوبی طبقه همکف که مقدار ۲/۲ متر مربع آن بصورت غیرمسقف می باشد به پلاک ثبتی ۶۰۶۰۸ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۵۹۶۴۴ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران با قدرالسهم از عرصه و سایر مشاعات و مشترکات طبق قانون تملک آپارتمانها و آئین نامه اجرائی آن که بنام محمد حسن گل محمدی تحت شماره چاپی ۹۳۳۲۹۳ ثبت و صادر و تسلیم گردیده و نامبرده با اعلام مفقودی اصل سند به علت نامعلوم درخواست المثنی سند مالکیت پلاک موصوف را نموده است. لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار آگهی می شود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اصل سند مالکیت نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این منطقه ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است اصل سند مالکیت پس از رویت و ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد لیکن به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نمی شود. در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۵۷۴۹ م الف - کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران

شناسه آگهی ۱۰۵۰۹۸۵

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۴۵۰۰۰۳۳۹ مورخه ۱۳۹۹/۸/۲۶ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک رودکی تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محمود علی پور فرزند چاپار علی بشماره شناسنامه ۲۶۷ صادره از تاکستان نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۸۹/۴۵ متر مربع در قسمتی از پلاک شماره ۱۰۱۹۶ فرعی از پلاک ۲ اصلی واقع در بخش ده اداره ثبت رودکی تهران خریداری از مالک رسمی ستاد اجرایی فرمان حضرت امام(ره) محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۹/۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۹/۲۳

۱۵۷۲۸ م الف - رئیس ثبت اسناد و املاک- امیر تفرقی

شناسه آگهی ۱۰۵۰۹۸۳

رونوشت آگهی حصروراثت

آقای عقیل شریفی دارای شناسنامه شماره ۳۸۰۱۷۰۷۶۵۳ به شرح دادخواست به کلاسه ۹۹-۷۲۶ از این دادگاه درخواست گواهی حصروراثت نموده چنین توضیح داده که شادروان فرج شریفی به شناسنامه ۳۸۰۱۵۸۱۰۳۹ در تاریخ ۱۳۹۰/۷/۳۰ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱- مجتبی شریفی ش م ۳۸۰۰۷۱۵۷۴۰ ت ت ۱۳۵۵ نام پدر: فرج فرزند ذکور متوفی
۲- ابوطالب شریفی ش م ۳۸۰۰۷۱۶۵۳۴ ت ت ۱۳۵۸ نام پدر: فرج فرزند ذکور متوفی
۳- صفا شریفی ش م ۳۸۰۰۷۱۶۵۴۲ ت ت ۱۳۵۹ نام پدر: فرج فرزند ذکور متوفی
۴- عطاله شریفی ش م ۳۸۰۰۷۱۶۸۶۰ ت ت ۱۳۶۲ نام پدر: فرج فرزند ذکور متوفی
۵- عقیل شریفی ش م ۳۸۰۱۷۰۷۶۵۳ ت ت ۱۳۶۳ نام پدر: فرج فرزند ذکور متوفی
۶- فریبا شریفی ش م ۳۸۰۰۷۱۵۹۵۳ ت ت ۱۳۵۶ نام پدر: فرج فرزند اناث متوفی
۷- سودابه شریفی ش م ۳۸۰۱۸۹۵۹۰۴ ت ت ۱۳۶۶ نام پدر: فرج فرزند اناث متوفی
۸- زینب شریفی ش م ۳۷۹۰۱۵۴۲۰۲ ت ت ۱۳۷۰ نام پدر: فرج فرزند اناث متوفی
۹- مریم آیتی ش م ۳۸۰۰۹۱۷۸۰۷ ت ت ۱۳۳۶ نام پدر: خانعلی همسر متوفی
اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت یک مرتبه آگهی می نماید تا هرکسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد اوباشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادرخواهد شد.

رئیس شعبه اول شورای حل اختلاف شهرستان فروه - دره ورزمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۳۴۸۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سیدناصر ریاحی فرزند سیدعباسعلی بشماره شناسنامه ۳۰۰ صادره از در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۷۵/۸۵ متر مربع پلاک شماره ۱۰۵۴ فرعی از ۱۱۰ اصلی واقع در قریه باغ نصرت تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت محمد حسین کنگرلو محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۹/۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۹/۲۳

۳۶۸ م الف - رئیس ثبت اسناد و املاک - محمد رحیم پوررایتی
۸۰۵

آگهی مزایده اموال غیر منقول نوبت دوم

در اجرای پرونده کلاسه ۹۷۰۷۶۱ شعبه سوم اجرای احکام مدنی دادگستری قزوین محکوم علیه خانم فاطمه بیگم میر حیدری محکوم است به دستور فروش بابت اصل خواسته به انضمام سایر هزینه ها و نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت بابت دادنامه و اجرائیه صادره از شعبه ۸ دادگاه عمومی حقوقی قزوین در حق آقای محسن درخشان و با عنایت به معرفی مال از طرف محکوم له جهت استیفای حقوق خود بدوا تقاضای توقیف اموال و ملک محکوم علیه / شخص ثالث را نموده سپس تقاضای فروش آنرا از طریق مزایده که به شرح و میزان ذیل کارشناسی شده و پس از طی مراحل قانونی و عدم پرداخت محکوم به توسط محکوم علیه این اجرا قصد دارد در تاریخ ۹۹/۱۰/۱ راس ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه در محل خیابان دانشگاه جنب پارک الغدیر اجرای احکام مدنی دادگستری قزوین اموال /ملک ذیل الذکر را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند.
مشخصات مال مورد مزایده:یکباب مغازه واقع در قزوین بازارسیمان سنج (پیرفروشها) پلاک ۵۲ کدپستی ۷۷۴۱۵-۳۴۱۸۷ ملک مورد نظر یکباب مغازه با پلاک ثبتی ۳۶۱-اصلی از بخش ۲ قزوین به مساحت تقریبی ۱۵/۵۰متر مربع با قدمتی حدود ۴۰سال در طبقه همسطح بازار سنتی قزوین بدون بالکن با سازه نیمه فلزی و سقف طاق ضربی می باشد کف مغازه از سنگ فرش شده دیوار ها با MDF پوشش شده و غرب آن از کرکره می باشد این مغازه در سمت غرب به جوار شارع عام بازار دارای بر تقریبی ۴ متر و از شمال و جنوب به مغازه مجاورین محدود می باشد ودر زمان بازدید دارای فعالیت تجاری (خرده فروشی کفش) بوده است مغازه مورد ارزیابی دارای انشعابات مستقل برق دایم تک فاز است ولی فاقد انشعابات آب و گاز و تلفن می باشدو همچنین فاقد سیستم گرمایش و سرمایش است. ملک در محدوده طرح میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی قرار دارد با توجه به نوع فعالیت ،موقعیت و همجواری،دسترسی،قدمت ساختمان و در نظرگرفتن کلیه عوامل موثر ارزش قیمت پایه پیشنهادی برای کل ششدانگ مغازه ۸،۶۸۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال که از این مبلغ ۶،۲۸۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال ارزش سرقفلی و مبلغ ۲،۴۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال ارزش ملک در نظر گرفته شده است ضمنا ملک بنام فاطمه بیگم میرحیدری و محسن درخشان به صورت مشاعی بوده و در محدوده طرح میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی قرار دارد. شرایط مزایده طالبین و خریداران می توانند ظرف پنج روز قبل از زمان مزایده از اموال آگهی شده با هماهنگی این اجرا بازدید نمایند. مزایده حضوری بوده و راس ساعت در محل اعلامی برگزار می گردد. کسانی می توانند در مزایده شرکت نمایند که اولا منع قانونی نداشته و در ثانی ۱۰٪ قیمت پیشنهادی خود را ازطریق دریافت چک بانکی تضمین شده از کلیه بانکها به حساب (۱۴۰۰۲۷۵۱۵۱۳) شناسه حقوقی دادگستری قزوین در روز مزایده به همراه فرم شرکت در مزایده و چک واریزی و با ارائه اصل و کپی کارت ملی در داخل پاکت شرکت نمایند.مال مورد مزایده به کسی فروخته می شود که بالاترین قیمت پیشنهادی را داشته و ۱۰٪مبلغ پیشنهادی خود را واریز کرده باشد کسی که در مزایده اخلال نماید مطابق مقررات با ایشان برخورد می گردد.(فاصله قانونی نشر آگهی بیشتر از یکماه و کمتر از ده روز نمی باشد) شرایط خریدار:کسی به عنوان خریدار مزایده شناخته می شود که بدوا نسبت به پرداخت ۱۰٪ مبلغ پیشنهادی به صورت چک بانکی تضمین شده اقدام و سپس حداکثر تا یک ماه از زمان انجام مزایده مهلت دارد تا مابقی مبلغ مزایده را به حساب سپرده دادگستری واریز نمایند.انتقال سند در اموال غیر منقول و یا تسلیم مال در اموال منقول منوط به واریز بهای مزایده در موعد مقرر و همچنین تایید مزایده از سوی دادگاه محترم صادر کننده اجرائیه می باشد.درصورت عدم تایید مزایده کلیه مبلغ واریزی مسترد می شود. در صورت عدم واریز الباقی مبلغ مزایده در مهلت قانونی ویا اعلام انصراف از سوی خریدار ۱۰٪واریزی پس از کسر هزینه های مزایده به نفع دولت ضبط می گردد. خریدار حق هیچ گونه اعتراضی را نخواهد داشت تشریفات مزایده با رعایت قانون اجرای مدنی اجراء خواهدشد. به استناد ماده ۱۲۱ قانون اجرای احکام مدنی در صورت نبود خریدار،طلبکار نیز می تواند در قبال طلب خود از اموال مورد مزایده را قبول نماید.

دادورز اجرا یاحکام مدنی دادگستری قزوین - محمداحمدی

آگهی ابلاغ اخطاریه

نظر باینکه خانم منیر عرب علیدوستی مالک پلاک ۲۱۷/۵ درخواست تعیین حدود و مساحت پلاک مذکور و صدور سند تک برگ را نموده لذا در اجرای بند ۳۸۱ و کد ۹۱۴ م ب ث لذا برابر دستور وارده شماره ۱۳۹۹۸۵۶۰۱۰۶۰۰۰۹۶۵۲ مورخه ۱۳۹۹/۸/۲۷ به مالکین مجاوری پلاک ۲۱۷/۵ مالکین قریه شمس آباد از بخش بهنام عرب ورامین آقایان و خانمها احمد قنبری محمدی فرزند محمدعلی و حسین بردبار و محمد علیدوستی فرزند جعفر و علی رنجبر زواره و محمود علیدوستی فرزند جعفر و عبدالرحیم فلاح جعفری و عباسعلی کاشانی محمدی و کاظم عامری و علی خراسانی نژاد و حسین زواره فرزند سید رضا و سید ابراهیم سید حسن شیرازی و محمد علی هوشین فرزند محمد قاسم و ناصر شاه مرادی و نعمت اله قنبری محمدی فرزند اسداله و زهرا طباطبائی فرزند هدایت و شیما شیبانی کارخانه و احمد قنبری محمدی فرزند محمد و سید محمد طباطبائی فرزند محمدعلی و مهدی شیبانی فرزند علی و صغری شیبانی فرزند موسی و نصرت علیدوستی و فرزند آقاخان و حسین قنبری محمدی فرزند ولی و ایوبق عرب علیدوستی فرزند حاج آقاجان و طوبی خراسانی زواره فرزند محمد شفیع و نعمت اله عرب علیدوستی فرزند حاج محمد و حسین عرب علیدوستی فرزند حاج محمد و عباس معصومی و محمد معصومی خاوه فرزند حسن و عباسعلی تقی زاده فرزند محمدرضا و حسین خلجی و ایوب قنبری و بتول طباطبائی فرزند سید محسن و محمود تعجبیان فرزند ابراهیم و علی اکبر غلامی فرزند اصغر و مرتضی قنبری محمدی و موسی عرب فرزند قربانعلی و نبی قنبری محمدی فرزند خانلر و علی فلاح قنبری فرزند عبداله و شرکت رامین مرغ تهران و مرتضی شیبانی کارخانه فرزند موسی و علیرضا قنبری محمدی و محمدحسن قنبری محمدی و سید محسن طباطبائی و عبداله فلاح قنبری و سید رضا کریمی فرزند سید میرزا و سید اصغر سید حسن شیرازی و رقیه شیبانی فرزند محمد باقر و محمد معصومی فرزند حسن و یحیی قنبری محمدی فرزند ولیخان و هاجر قنبری محمدی فرزند محمدعلی و سید محمدعلی طباطبائی فرزند سید حسن و سیده فاطمه سید حسن شیرازی و سید حسن سید حسن شیرازی و سید صفر سید حسن شیرازی و جواد رنجبر زواره و مالکین احتمالی دیگر پلاک ۲۱۲ اصلی و علی اکبر خلجی مالک مشاعی پلاک یک فرعی از ۲۱۲ اصلی ابلاغ می گردد که کارشناسان این اداره در تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۷ ساعت ۱۱ صبح جهت بازدید از پلاک فوق و تثبیت عرصه ملک برابر سند مالکیت قبلی به محل پلاک فوق واقع در روستای تجره مراجعه مینمایند لذا چنانچه نسبت به تثبیت ملک فوق معترض می باشند در تاریخ اعلامی در محل ملک فوق با همراه داشتن سند مالکیت و مدارک هویتی به جهت عدم تضییع حقوق خود حضور داشته باشد در غیراینصورت این اداره نسبت به ادامه عملیات و صدور سند مالکیت مطابق با وضعیت موجود در محل اقدام می نماید.

۳۶۴ م الف - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ورامین - محمد رحیم پور رایتی
۸۰۶

آگهی اجرای بند ۳۸۱ مجموعه بخشنامه های ثبتی

نظر باینکه خانم منیر عرب علیدوستی مالک پلاک ۲۱۲/۵۸ درخواست تعیین حدود و مساحت پلاک مذکور و صدور سند تک برگی را نموده لذا در اجرای بند ۳۸۱ و کد ۹۱۴ م ب ث لذا برابر دستور وارده شماره ۱۳۹۹۸۵۶۰۱۰۶۰۰۰۹۶۵۳ مورخه ۱۳۹۹/۸/۲۷ به مالکین مجاور قریه شمس آباد از بخش بهنام عرب ورامین آقایان و خانمها احمد قنبری محمدی فرزند محمدعلی و حسین بردبار و محمد علیدوستی فرزند جعفر و علی رنجبر زواره و محمود علیدوستی فرزند جعفر و عبدالرحیم فلاح جعفری و عباسعلی کاشانی محمدی و کاظم عامری و علی خراسانی نژاد و حسین زواره فرزند سید رضا و سید ابراهیم سید حسن شیرازی و محمدعلی هوشین فرزند محمد قاسم و ناصر شاه مرادی و نعمت اله قنبری محمدی فرزند اسداله و زهرا طباطبائی فرزند هدایت و شیما شیبانی کارخانه و احمد قنبری محمدی فرزند محمد و سید محمد طباطبائی فرزند محمدعلی و مهدی شیبانی فرزند علی و صغری شیبانی فرزند موسی و نصرت علیدوستی و فرزند آقاخان و حسین قنبری محمدی فرزند ولی و ایوبق عرب علیدوستی فرزند حاج آقاجان و طوبی خراسانی زواره فرزند محمد شفیع و نعمت اله عرب علیدوستی فرزند حاج محمد و حسین عرب علیدوستی فرزند حاج محمد و عباس معصومی و محمد معصومی خاوه فرزند حسن و عباسعلی تقی زاده فرزند محمدرضا و حسین خلجی و ایوب قنبری و بتول طباطبائی فرزند سید محسن و محمود تعجبیان فرزند ابراهیم و علی اکبر غلامی فرزند اصغر و مرتضی قنبری محمدی و موسی عرب فرزند قربانعلی و نبی قنبری محمدی فرزند خانلر و علی فلاح قنبری فرزند عبداله و شرکت رامین مرغ تهران و مرتضی شیبانی کارخانه فرزند موسی و علیرضا قنبری محمدی و محمد حسن قنبری محمدی و سید محسن طباطبائی و عبداله فلاح قنبری و سید رضا کریمی فرزند سید میرزا و سید اصغر سید حسن شیرازی و رقیه شیبانی فرزند محمد باقر و محمد معصومی فرزند حسن و یحیی قنبری محمدی فرزند ولیخان و هاجر قنبری محمدی فرزند محمدعلی و سید محمد طباطبائی فرزند سید حسن و سیده فاطمه سید حسن شیرازی و سید حسن شیرازی و سید صفر سید حسن شیرازی و جواد رنجبر زواره و سایر مالکین و صاحبان حقوق پلاک ۲۱۲ اصلی و ۲۱۷/۵۹ و ۲۱۷/۱ ابلاغ می گردد که کارشناسان این اداره در تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۷ ساعت ۱۰ صبح جهت بازدید و معاینه محل به محل وقوع ملک مراجعه می نمایند لذا بدینوسیله اخطار می گردد در تاریخ فوق جهت عدم تضییع حقوق خود به همراه مدارک مالکیتی و هویتی در محل حاضر گردند بدیهی است عدم حضور در وقت مقرر مانع از عملیات تعیین مساحت و حدود نخواهد بود.

۳۶۵ م الف - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ورامین - محمد رحیم پور رایتی
۸۰۷

بهترین کتاب‌های تاریخ در زمینه مدیریت بحران

به قلم: نیک بلام نویسنده حوزه مدیریت
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شـک هر کسـب و کاری با بحران‌هایی مواجه خواهد شد. نمونه واضح آن را می‌توان شرایط حال حاضر و شیوع جهانی ویروس کرونا دانست. با این حال این مسئله به معنای نابودشدن همه چیز نبوده و برخی از مدیران به خوبی می‌توانند اوضاع را مدیریت نمایند. اگرچه ممکن است تصور کنید که این مسئله امری ذاتی و به ویژگی‌های فوق‌العاده آنها وابسـته است با این حال واقعیت کاملا متفاوت بوده و اطلاعات خوب آنها از دانش مدیریت بحران، باعث عملکرد درخشـان آنها حتی در سـخت‌ترین شرایط شده است. در این راستا کتاب‌های بسیار خوبی منتشر شده است که می‌تواند شما را در رسیدن به چنین سطحی، یاری کند. در ادامه برخی از بهترین‌های این حوزه را بررسی خواهیم کرد.

۱-بحران هر لحظه آماده است (۲۰۱۸) / نویسنده: ملیسا آگنس

در این کتاب سعی شده است تا نویسنده از تجربیات خود در برابر چندین بحران، استفاده نموده و توصیه‌هایی را به مدیران داشته باشد. در این راستا فراموش نکنید که دستپاچه شدن، مهمترین آسیبی است که متوجه شما خواهد شد. این امر به سادگی با ایجاد آمادگی از مدت‌ها قبل، قابل حل خواهد بود. در نهایت این کتاب تلاش کرده است تا راهکارهایی را معرفی نماید تا از بروز انواع بحرانها، تا حد امکان جلوگیری شود.

۲-نحوه خروج از بحران (۲۰۱۸) / نویسنده: ادوارد دمینگ، کلی آلن

برای خبره شدن در یک زمینه، آشنایی با تجربیات موفق، بسیار کاربردی خواهد بود. در این کتاب تلاش شده اسـت تا چندین مورد موفق مواجهه با بحران در زمینه‌های مختلف، مورد بررسـی قرار بگیرد و راز هر یک از آنها فاش شـود. نکته جالب این کتاب، بیان سـاده آن است که باعث خواهد شد تا هر فردی بتواند ارتباط لازم را با آن برقرار نماید.

۳-راهنمای انواع بحران‌ها (۲۰۱۴) / نویسنده: کریستی کانل

اگر می‌خواهید به صورت مرحله‌ای، با اقدامات ضروری برای انواع بحران‌ها آشـنا شـوید، این کتاب بهترین گزینه خواهد بود. همچنین در این کتاب تلاش شده است تا راهکارهایی معرفی شود که باعث خواهد شد تا احتمال تبدیل مشکلات به یک بحران، کمتر شود. از دیگر مزیت‌های این کتاب، وجود راهکارهای متنوع برای هر یک از مشکلات است. این امر باعث خواهد شد تا هر مدیر، براساس شرایط و امکانات خود بتواند انتخاب بهتری را داشته باشد. همچنین با مشاهده برخی از راهکارها متوجه این امر خواهید شد که مدیریت بحران، می‌تواند تا چه اندازه ساده باشد.

۴-بحران در رو به روی ما است (۲۰۲۰) / نویسنده: ادوارد سگال

۱۰۱ راهکار برای مدیریت بحران، بدون شک باعث خواهد شد تا سریعا بتوانید شرایط را بهبود بخشید. در این کتاب تلاش شـده اسـت تا در کنار معرفی موارد، مثال‌هایی نیز بیان شود تا شاهد نتیجه‌بخش بودن آن در عمل باشید.

۵-استراتژی مدیریت بحران به ساده‌ترین شیوه‌ها (۲۰۱۶) / نویسنده: مایکل فاگل، جنیفر هسترمن

همواره با این جمله مواجه شده‌اید که راهکارهای ساده‌تری نیز وجود دارد. درواقع این کتاب نیز تلاش کرده است تا به جای روش‌های سخت، موارد به مراتب ساده‌تر را موردتوجه قرار دهد. بدون شک اگر بتوانید بحران خود را با چنین اقداماتی، مدیریت نمایید، با مشکلات به مراتب کمتری مواجه شده و سرعت کار شما افزایش پیدا خواهد کرد. نکته جالب دیگر این است که تمامی استراتژی‌های معرفی شده، در عمل مورد استفاده قرار گرفته‌اند. به همین خاطر شما ابدا با یک سری تئوری مواجه نیستید.

۶-هنر مدیریت بحران (۲۰۱۶) / نویسنده: راب وینهولد

در این کتاب به مدیریت بحران از زاویه‌ای متفاوت پرداخته شـده اسـت. درواقع اگر خودسازی خوبی را داشته باشـید، دیگر نوع بحران و سـختی‌ها، مانع بزرگی نخواهند بود. در کنار این مسئله تلاش شده برخی از مهمترین بحران‌های پیش رو در حوزه‌های مختلف نیز معرفی شـود. بدون شـک هنگامی که بدانید چه بحران‌هایی شما را تهدید می‌کند، دیگر غافلگیر نخواهید شد.

۷-بحران‌ها چگونه شکل می‌گیرند (۲۰۱۹) / نویسنده: پائولا کن

هیچ‌گاه نباید تصور کنید که بحران‌ها یک شبه متولد می‌شوند. درواقع فرآیند شکل‌گیری آنها زمانبر بوده و در هر مرحله که بتوانید زنجیره شکل‌گیری آنها را متوقف و یا تضعیف نمایید، بدون شک اقدامی هوشمندانه شکل گرفته است. این کتاب تلاش کرده است تا بحران‌های مختلف کسب و کارها را بررسی و مراحل شکل‌گیری آنها را تشریح نماید. این امر باعث خواهد شد تا این امکان را داشته باشید که با پدیدار آمدن نخستین نشانه‌ها، برای عدم به وقوع پیوستن آنها، فکری نمایید. با این حال در فصل پایانی، به افرادی پرداخته شده است که هم اکنون درگیر بحران‌هایی هستند. برای آنها نیز راهکارهای کوتاه‌مدت و بلندمدتی تعیین شده است.

۸-مدیریت استرس در هنگام مواجهه با بحران (۲۰۱۷) / نویسنده: نیک آرنت

یکی از مشکلات رایج افراد این است که با شروع یک بحران، دچار استرس بیش از حدی می‌شوند. این امر باعث خواهد شـد تا عملکرد ذهن شـما به پایین‌ترین حد ممکن برسد. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برای یک ذهن آرام، هیچ مشکلی، فاجعه نخواهد بود. به همین خاطر این نویسنده تلاش کرده است تا از نظر پزشکی و روان‌شناسی، راهکارهایی را معرفی نماید که منجر به کسب آرامش بیشتر و کاهش حجم استرس خواهد شد. در این راستا فراموش نکنید که به عنوان مدیر شرکت، باید به شرایط و وضعیت کارمندان خود نیز توجه داشته باشید که در این کتاب برای آنها نیز راهکارهایی معرفی شده است.

۹-مدیریت بحران در دوره روم باستان (۲۰۱۴) / نویسنده: گریگوری گلدن

یکی از درخشان‌ترین دوره‌های تاریخ، مربوط با روم باستان است. با این حال در گذشته با توجه به این امر که امکانات به مراتب کمتر بوده است، درگیری افراد با انواع بحران‌ها بیشتر بوده ولی در این کتاب تلاش شده است تا راهکارهای آنها برای مدیریت این شرایط، تشریح شود که بسیاری از آنها کاربرد لازم در شرایط امری را نیز دارند.

۱۰-مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی (۲۰۱۷) / نویسنده: لوسیندا آستین، یان جین

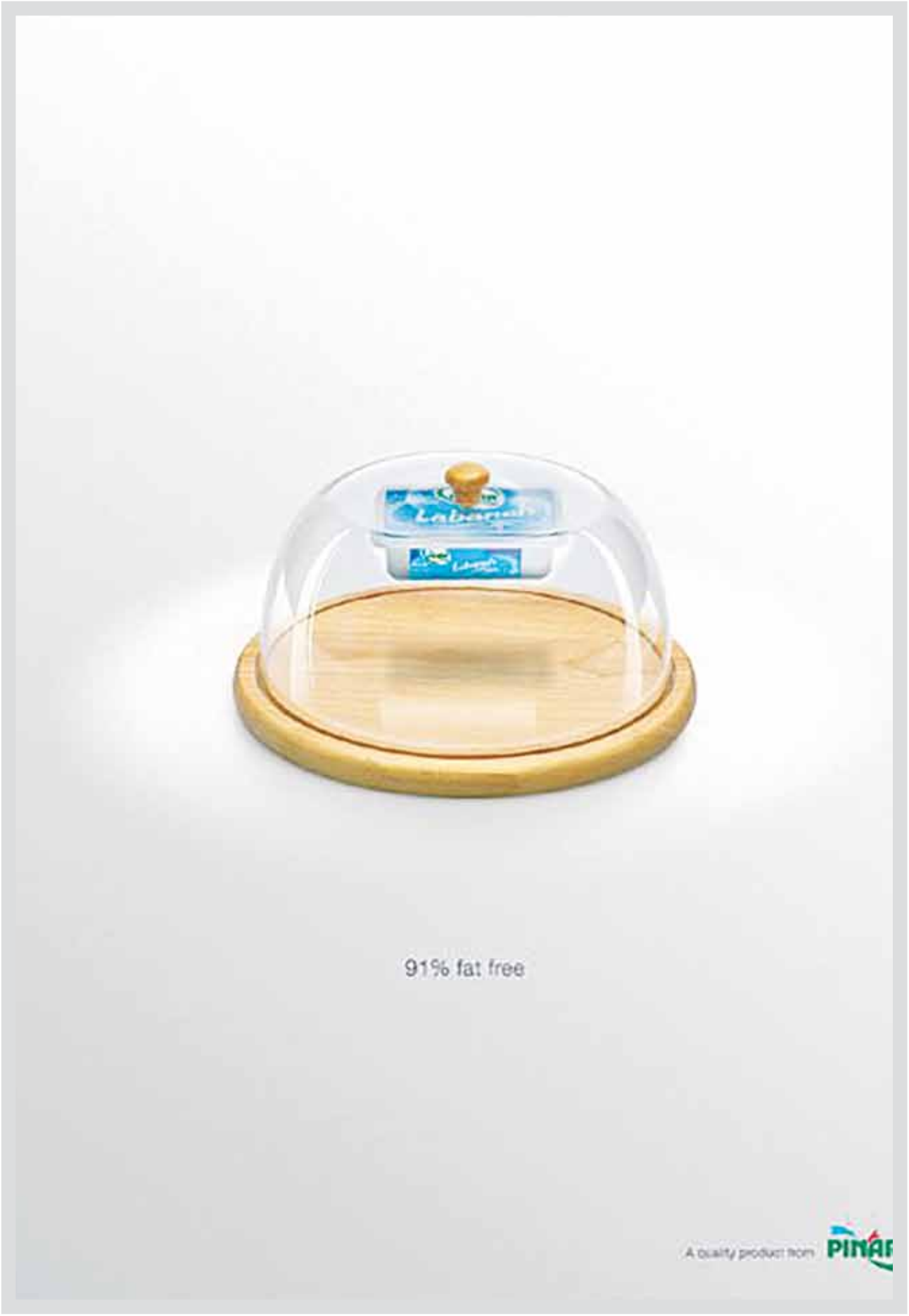
امروزه شبکه‌های اجتماعی به مهمترین بستر برای فعالیت برندها تبدیل شده است. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که سرعت پخش اطلاعات در هر یک از شبکه‌ها بسیار سریع بوده و حتی یک اتهام می‌تواند سریعا به باور تعداد زیادی از افراد تبدیل شود. تحت این شرایط چه کاری را باید انجام داد تا از انواع بحران‌های احتمالی دور بمانیم؟ با این حال این کتاب تنها به بررسی اقدامات پیشگیرانه بسنده نکرده و راهکارهای خوبی برای خارج شدن از بحران‌ها را نیز معرفی کرده است.

۱۱-ویروس کرونا (۲۰۲۰) / نویسنده: تیم نویسندگان Harvard Business Review

کرونا را می‌توان بزرگترین بحران ۲۰ سـال اخیر تلقی نمود که تمامی جهان را با خود درگیر کرده اسـت. تحت این شـرایط شـاهد نابودی بسـیاری از کسب و کارها هسـتیم. به همین خاطر صحبت در رابطه با این موضوع و راهکارهای مدیریت این بحران،کاملا ضروری خواهد بود که این کتاب، به خوبی این مسئله را مورد بررسـی قرار داده اسـت. درواقع با توجه به این امر که همه ما اکنون با این مشکل مواجه هستیم، مطالعه این کتاب باید جزو اولویت‌های اول ما باشد.

منبع: bookauthority.org

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| شنبه | ۸ آذر ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۷۲ | 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 بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM



۱۰ نکته درباره بهره‌وری که به شما کمک می‌کند به اهداف خود برسید

اگـر مانند بسـیاری از مردم دیگر باشـید، تنهـا چیزی که زندگی‌تان را از این رو به آن رو می‌کند و باعث می‌شود در حرفه خود، قله‌های موفقیت را یکی پس از دیگری فتح کنید، افزایش بهره‌وری است. برای همین هم در اینجا ۱۰ مورد از بهترین نکات مربـوط به بهره‌وری را به اشـتراک می‌گذارم، آن هم نکاتی که آنقدر ساده است که می‌توانید از همین امروز آنها را در زندگی خود به کار ببرید.

۱. از قانون «اتمام یک‌باره» استفاده کنید

در قانون «اتمام یک‌باره»، شما هنگامی که کار یا پروژه‌ای را شروع می‌کنید، حق ندارید تا اتمام آن کار، آن را نیمه تمام رها کنید یا به بعد موکول کنید. اگر شما بتوانید این قانون را اجرا کنید، فرصت‌های‌تان را به دلیل این دسـت و آن دست کردن، از دست نخواهید داد.

۲. کارهای‌تان را یادداشت کنید

یادداشـت کـردن کارها، روشـی عالی برای نظـم دادن به کارهای‌تان و همچنین راهی خوب برای افزایش بهره‌وری شما اسـت. حالا چه کارهای‌تان را در دفترچه‌ای یادداشـت کنید، چه در تقویم‌تان و چه در اپلیکیشـن گوشـی‌تان. یادداشـت کردن، باعث می‌شـود که فرد با انگیزه بیشتری کارهایش را به اتمام برسـاند و همواره تلاش کند آنها را تمام کند و از لیست کارهایش خط بزند. وقتی لیسـت کارهای‌تان را فقط در ذهن خود تصور کنید، استرس زیادی می‌گیرید، اما زمانی که لیست خود را کامل بنویسـید، لیست‌تان به یک برنامه عملی تبدیل می‌شود و می‌توانید از آن در زندگی خود، استفاده کنید.

۳. برای خود، اهداف کوچکی معین کنید

تعییـن اهداف، نه تنها یکی از قوی‌ترین روش‌های کمک به افراد در رسیدن به اهداف بلندمدت‌شان است، بلکه می‌تواند به شـما برای رسیدن به اهداف کوتاه‌مدت و افزایش بهره‌وری روز به روزتان نیز کمک کند. تقسـیم یک پروژه بزرگ به تکه‌های کوچک‌تر و همچنین تعیین «اهداف کوچک» برای تکمیل آن تکه‌های کوچک‌تر، انگیزه شما برای رسیدن به اهداف‌تان تقویت می‌شود و شـما می‌توانید از همین انگیزه، بهره‌وری خود را به میزان قابل توجهی افزایش دهید.

۴. از قبل برنامه‌ریزی کنید

قبل از پایان هر روز کاری، برنامه روز بعد خود را پیشـاپیش بنویسید. روش برنامه‌ریزی کارهای روز بعد، به شما این امکان را می‌دهد که ذهن خود را برای کارهای روز بعد خود آماده کنید و همچنین به محض شروع شدن روز کاری بعدی‌تان، می‌توانید سریع به لیست کارهای‌تان نگاهی بیندازید.

۵. از خودتان بیش از حد کار نکشید

هیچ چیز بهره‌وری شـما را به انـدازه کار بیش از حد، پایین نمی‌آورد. اگر بیشـتر از حد توان‌تان از خود کار بکشـید، فقط اسـترس و اضطراب خود را زیاد می‌کنید. این‌گونه، نمی‌توانید هیـچ کاری از پیش ببرید. همان‌طـور که نباید تنبلی کنید و کمتر از توان‌تان کار کنید، همان‌قدر هم نباید بیش از توان‌تان از خود بیگاری بکشید. اگر می‌خواهید میزان بهره‌وری خود را به حداکثر برسانید، حد تعادل را رعایت کنید.

۶. چند کار را با هم و در آنِ واحد انجام ندهید

در حالـی که انجام چند کار با هم، به نظر بهره‌وری شـما را افزایش می‌دهد، اگر نتوانید چند کار را با هم و به درستی انجام دهید، نه تنها به هدف‌تان نزدیک نمی‌شـوید، بلکه برعکس، از آن دور هم می‌شـوید. هرگاه سعی کنید در آن واحد به وظایف متعددی برسـید، بهره‌وری‌تان کم می‌شـود و کیفیت کارتان پایین می‌آید. به جای انجام چند کار، همه توجه خود را معطوف به اتمام رساندن یک کار کنید و آنگاه سراغ کار بعدی بروید.

۷. از سخت‌ترین کارتان شروع کنید

اگر بتوانید دشوارترین کار خود را همان اول به اتمام برسانید، کل روز خیال‌تان آسـوده اسـت که سـخت‌ترین کار را انجام داده‌اید و دیگر اسـترس هیچ چیـز را ندارید. با توجه به اینکه اسـترس و نگرانی، دشمنان بهره‌وری‌اند، انجام سخت‌ترین کار لیست‌تان، روشی موثر برای بهره‌وری هرچه بیشتر است.

۸. ببینید چه زمانی در اوج بهره‌وری خود هستید

اوج بهره‌وری بسـیاری از مردم، در ساعات اولیه صبح است. با این حال، ممکن است اوج بهره‌وری بسیاری دیگر در شب یا اواسـط بعدازظهر باشد. ببینید چه زمانی در اوج بهره‌وری خود هستید و از آن ساعات، کمال استفاده را ببرید.

۹. تا حد امکان، نگذارید وقفه ایجاد شود

امـروزه ما در دنیایی مدرن زندگی می‌کنیم که بسـیاری از چیزها، حواس‌مان را از کارمان پرت می‌کند. اگر می‌خواهید در اوج بهره‌وری خود باشید، باید تا جایی که ممکن است بسیاری از ایـن وقفه‌ها را از زندگی خود حذف کنید. خودتان را در یک اتـاق حبس کنید و اگر می‌توانید، گوشـی خود را در یک اتاق دیگر بگذارید. هر چقـدر می‌توانید خود را از دنیای بیرون دور کنید تا در نهایت، فقط شما بمانید و کارتان.

۱۰. محدودیت‌های زمانی بگذارید

هیچ چیز به اندازه معین کردن محدودیت زمانی، باعث افزایش انگیزه نمی‌شود و شما می‌توانید با تعیین محدودیت‌های زمانی واقع‌گرایانه و تحمیل آنها به خودتان، از این مزیت استفاده کنید. اگر بتوانید ایـن محدودیت‌ها را درسـت مثل محدودیت‌های زمانی واقعی در نظر بگیرید، قطعا به بهره‌وری بالایی می‌رسید.

منبع: Braintracy