روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه
۲۳ آذر
۱۳۹۹

Sun. 13 Dec 2020

۲۷ ربیع‌الثانی ۱۴۴۰ - سال هفتم
شماره ۱۶۸۳- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

صدور چک‌های جدید بانکی از ۲۰ دی ماه آغاز می‌شود

شرایط صدور و وصول چک

فرصت امروز: قانون جدید صدور چک در حالی از ابتدای این هفته اجرا شد که به دلیل تغییرات گسترده در شرایط صدور و وصول چک و همچنین آسیب‌های اقتصادی ناشی از کرونا برای کسب و کارها، قرار شده اجرای آن مرحله‌ای و به صورت تدریجی باشد. در گام نخست...

۴

نگاه

روحانی در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا:

شب یلدا را مجازی برگزار کنیم

رئیس جمهور، شرایط ۱۲ شهر را به لحاظ شیوع کرونا قرمز خواند و مابقی شهرها را نارنجی و یا زرد اعلام کرد. حسن روحانی در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا همچنین به برگزاری مراسم شب یلدا اشاره کرد و از همه خواست تا شب یلدا را مجازی برگزار کنند.

روحانی با اشاره به اینکه امروز شاهد این هستیم که در روند بیماری کرونا در کل کشور شرایط رو به بهبود است، گفت: فقط در ۱۲ شهرستان در کل کشور شرایط قرمز است و مابقی نارنجی یا زرد هستند. همه این موفقیت‌ها مرهون تلاش مردم و اعتماد آنان به تصمیم‌گیری‌های ستاد ملی کرونا و نیز تلاش مسئولان در کنترل و نظارت این بیماری بوده است. او با بیان اینکه در کنار مردم، اقدامات به موقع قرارگاه عملیاتی و نیروهای ناجا، هلال احمر، موسسات مردم نهاد و بسیج هم تاثیر فراوانی داشته است، یادآور شد: امیدواریم با تلاش مردم و مسئولان رقم فعلی مرگ و میر باز هم کاهشی باشد. رئیس جمهور با تاکید بر اینکه هر زمان...

۳

بورس هفته پایانی آذرماه را با چراغ سبز آغاز کرد

رشد دسته‌جمعی شاخص‌ها

۵

آیا مجلس یازدهم کلیات بودجه سال ۱۴۰۰ را رد می‌کند؟

بودجه در بزنگاه مجلس

فرصت امروز: در شرایطی که بیشتر از ۱۰ روز از ارائه لایحه بودجه ۱۴۰۰ از سوی دولت به مجلس می‌گذرد؛ انتقادهای نمایندگان مجلس به بودجه دولت هر روز بیشتر و تندتر می‌شود و در سوی مقابل، دولتمردان هم تلاش می‌کنند با دفاع از لایحه بودجه نشان دهند که سند دخل و خرج سال آینده با توجه به واقعیت‌های اقتصادی تدوین شده است. بودجه سال ۱۴۰۰ در طول ۱۰ روز گذشته به یک دوئل بین دولت و مجلس تبدیل شده و حالا سوال این است که راه خروج از این بن بست بودجه‌ای چیست و سرنوشت آخرین بودجه قرن...

۳

آیا آنطور که «بلومبرگ» می‌گوید، کالاهای «ساخت ایران» رونق گرفته‌اند؟

علیه «ساخت ایران»

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- چگونه وارد صنعت حمل و نقل شویم؟
- توصیه‌هایی برای بهبود روحیه در کمتر از ۱۰ دقیقه
- پخش موسیقی اقدام جدید اسپاتیفای
- چالش انتخاب هدیه‌های جذاب برای مشتریان
- ایده‌های بازاریابی ساده و ارزان برای کسب و کارها
- اشتباهات احتمالی بازاریابی در سال ۲۰۲۱

مایکروسافت و ۱۲ شرکت دیگر به پویش آمازون در حوزه تغییرات آب و هوایی ملحق شدند

۸ تا ۱۶

گزارش موسسه گالوپ از شاخص نظم و قانون در سال ۲۰۲۰

ایران در رتبه ۵۶ جهان ایستاد

فرصت امروز: گزارش جهانی شاخص نظم و قانون (Law and Order Index) موسسه گالوپ نشان می‌دهد که ایران در سال ۲۰۲۰، رتبه ۵۶ را از بین ۱۴۴ کشور جهان به دست آورده است. گزارش جهانی شاخص نظم و قانون گالوپ، حاصل پاسخ‌های جامعه آماری به ۴ پرسش کلیدی این موسسه است: «آیا به نفوذ و قدرت پلیس محلی و شهری که در آن زندگی می‌کنید، اعتماد دارید؟»، «آیا هنگام قدم زدن شبانه به تنهایی در شهر یا ناحیه‌ای که در آن زندگی می‌کنید، احساس امنیت می‌کنید؟»، «آیا طی ۱۲ ماه گذشته پول یا دارایی شما یا یکی از اعضای خانواده‌تان به سرقت رفته است؟» و «آیا طی ۱۲ ماه گذشته از سوی افراد دیگر مورد حمله و ضرب و شتم قرار گرفته‌اید؟»

رتبه‌بندی سالانه موسسه گالوپ، امن‌ترین و ناامن‌ترین کشورهای جهان را به لحاظ امنیت شهروندان ارزیابی می‌کند. در گزارش سال ۲۰۲۰ گالوپ از وضعیت میزان اطمینان به نظم و قانون در ۱۴۴ کشور دنیا، بیشترین اعتماد به پلیس در سنگاپور و کمترین اعتماد در افغانستان مشاهده می‌شود.

هرچند بیشتر از پنج ماه پس از مرگ جرج فلوید در ایالات متحده آمریکا می‌گذرد و تندخویی پلیس آمریکا در برخورد با سیاه پوستان در ینگه دنیا، باعث اعتراضات مردمی گسترده‌ای در ایالت‌های آمریکا شد، اما از آنجا که گزارش موسسه گالوپ براساس یافته‌های سال ۲۰۱۹ میلادی بنا نهاده شده، اثری از این حوادث در گزارش امسال گالوپ از شاخص نظم و قانون دیده نمی‌شود. در نتیجه ایالات متحده آمریکا در گزارش سال ۲۰۲۰ موسسه گالوپ توانسته امتیاز ۸۵ از ۱۰۰ را کسب کند که میزان اعتماد به پلیس در این کشور را بالاتر از میانگین جهانی و هم‌سطح با کشورهای ایرلند، فرانسه و سوئد نشان می‌دهد.

همانطور که اشاره شد، شاخص قانون و نظم موسسه گالوپ، از اعتماد به پلیس تا احساس امنیت شخصی و موارد سرقت و کلاهبرداری طی یک سال گذشته را دربر می‌گیرد. در این گزارش، سنگاپور و ترکمنستان با امتیاز ۹۷، بالاترین سطح اطمینان در قانون و نظم را از آن خود کرده‌اند و همچنین چین با کسب ۹۴ امتیاز از ۱۰۰، در میان سه کشور برتر جهان قرار گرفت. در سوی مقابل، کمترین سطح اعتماد در کشور افغانستان ثبت شد که با توجه به خشونت مداوم در این کشور آسیایی همسایه ایران تعجب‌آور نیست. همچنین گابن، لیبریا و ونزوئلا نیز جزو دیگر کشورهایی هستند که مردم آنها کمترین اعتماد را به نظم و قانون دارند. ایران نیز در سال ۲۰۲۰ در رتبه ۵۶ از بین ۱۴۴ کشور جهان قرار گرفته است.

براساس آنچه ایسپا از شاخص نظم و قانون موسسه گالوپ گزارش داده، در سطح جهانی گزارش‌ها و آمارهای مختلفی وجود دارد که تصویری از وضعیت امنیت در ایران و جهان را ارائه کرده‌اند. هر کدام از گزارش‌ها، تعاریف مختلفی از مفهوم امنیت دارند و براساس رویکرد و نظریات خاصی به تعریف مفهومی و عملیاتی امنیت پرداخته‌اند. یکی از گزارش‌های معتبری که وضعیت امنیت و قانون در کشورها را به تصویر می‌کشد، گزارش شاخص نظم و قانون (Law and Order Index) موسسه نظرسنجی گالوپ است. این موسسه در قالب چهار پرسش، احساس امنیت فردی و تجربه جرم و اجرای قانون را در سطح جهانی هر ساله مورد سنجش قرار می‌دهد.

چهار پرسش موسسه گالوپ عبارت است از اینکه آیا به نفوذ و قدرت پلیس محلی و شهری که در آن زندگی می‌کنید، اعتماد دارید؟ آیا هنگام قدم زدن در شب به تنهایی در شهر یا ناحیه‌ای که در آن زندگی می‌کنید، احساس امنیت می‌کنید؟ آیا در ۱۲ ماه گذشته پول یا دارایی شما یا یکی از اعضای خانواده‌تان به سرقت رفته است؟ و آیا در ۱۲ ماه گذشته از سوی افراد دیگر مورد حمله و ضرب و شتم قرار گرفته‌اید؟

پاسخ به این سوالات در قالب گزینه «بله» یا «خیر» طراحی شده و گزارش امسال شاخص نظم و قانون گالوپ، برآیند پاسخ‌های جامعه آماری به این پرسش‌هاست. این پاسخ‌ها از ۱۷۵ هزار نمونه از ۱۴۴ کشور جهان جمع‌آوری شده است. افراد بالای ۱۵ سال جمعیت آماری این نظرسنجی را تشکیل داده‌اند که به دو صورت تلفنی و چهره به چهره با آنها مصاحبه شده است. گالوپ پاسخ‌های مثبت یعنی گزینه «بله» به چهار پرسش را استاندارد کرده و در بازه صفر تا صد بین ۱۴۴ کشور رتبه‌بندی کرده است.

ایران در حالی در سال ۲۰۲۰ در رتبه ۵۶ جهان ایستاده که در گزارش سال ۲۰۱۷ موسسه گالوپ با نمره ۸۵ از بین ۱۳۵ کشور، رتبه ۲۸ جهان را به خود اختصاص داده بود. ایران در گزارش سال ۲۰۱۸ نیز با نمره ۸۲ از بین ۱۴۲ کشور جهان در رتبه ۵۳ و در گزارش سال ۲۰۱۹ هم با نمره ۸۰ از بین ۱۴۲ کشور در جایگاه ۶۱ دنیا جای گرفته بود. ایران در سال ۲۰۲۰ در بین کشورهای منطقه خاورمیانه نیز با امتیاز ۸۱ جایگاه پنجم را در شاخص نظم و قانون به خود اختصاص داده است. در بین کشورهای منطقه، کویت در رتبه ۵، امارات در رتبه ۹، مصر در رتبه ۱۸، عربستان در رتبه ۲۰، ایران در رتبه ۵۶، عراق در رتبه ۵۷، پاکستان در رتبه ۵۸، ترکیه در رتبه ۵۹، لبنان در رتبه ۷۵، فلسطین در رتبه ۸۷، یمن در رتبه ۱۱۲ و افغانستان در رتبه ۱۴۴ قرار گرفته‌اند.

گالوپ از معروف‌ترین موسسات نظرسنجی جهان است که جورج هاوس گالوپ در ۲۷ دسامبر ۱۹۳۵ آن را بنیان نهاد. نمونه‌گیری براساس اصل احتمالات، زیربنای نظرسنجی گالوپ را تشکیل می‌دهد. براساس این اصل، درصد اندکی از مردم یک جامعه که به شکل تصادفی انتخاب شده‌اند، می‌توانند دیدگاه‌ها، افکار و عملکرد آن جامعه را نشان دهند. در واقع، هرگاه همه افراد یک جامعه شانس یکسانی برای انتخاب شدن در یک نمونه‌گیری داشته باشند، نمونه‌های انتخاب شده، بیانگر افکار کل جامعه خواهند بود.

نظرسنجان موسسه گالوپ طی ۱۲ نظرسنجی که به انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۹۳۶ تا ۱۹۸۴ مربوط می‌شد، با استفاده از این روش توانستند نتایج انتخابات را بسیار دقیق حدس بزنند، به طوری که متوسط خطایی که در تخمین نهایی آنها به چشم می‌خورد کمتر از ۳درصد بود.

گزارش «اکونومیست» از وضعیت اقتصاد جهانی در پساکرونا

تورم باز می‌گردد؟

«اکونومیست» در شماره این هفته خود به خطر بازگشت تورم بالا پس از پاندمی کرونا در اقتصاد جهان اشاره کرده و این سوال را مطرح کرده است که آیا تورم در عصر پساکرونا بازخواهد گشت؟ به اعتقاد «اکونومیست»، غربی‌ها برای دهه‌ها به تورم پایین عادت کرده بودند و این باعث شده بود که بانک‌های مرکزی نرخ‌های بهره خود را به حدود صفر کاهش دهند و همین مسئله توضیح می‌دهد که چگونه دولت‌ها می‌توانستند هزینه‌های زیادی را شکل دهند و مقادیر هنگفتی استقراض کنند تا بتوانند در برابر خسارت ناشی از کرونا در امان بمانند، اما در عصر پساکرونا، جهان با خطر انفجار موقتی نرخ تورم مواجه می‌شود؛ چراکه شاهد هجوم خیل عظیم مصرف‌کنندگان ولخرجی خواهیم بود که در مدت قرنطینه بر پس‌اندازهای خود افزوده‌اند و این می‌تواند فراتر از توان طرف عرضه باشد. در همین حال شاهد فشارهای قیمتی دائمی‌تر در غرب و آسیا هستیم که ناشی از بحران کمبود نیروی کار است. سیاستمداران بیش از پیش به سوی کسری بودجه گام برمی‌دارند، اما از سوی دیگر، اگر بانک‌های مرکزی برای توقف روند خارج از کنترل افزایش قیمت‌ها، نرخ‌های بهره را افزایش دهند، در این صورت، شرکت‌های بدهکار دچار چالش خواهند شد.

در حالی که تورم پایین، سیاست اقتصادی امروز را زیربنای خود قرار داده، اما ماندگاری آن تضمین نشده است. اگرچه اقتصاددانان عاشق آن هستند که مرگ تورم را تکذیب کنند، اما تقریبا همه آنها باور دارند که این اتفاق در دنیای غرب رخ داده است. شالوده تورم پایین، با تار و پود سیاست‌های اقتصادی و بازارهای مالی جهان درهم‌تنیده است. به همین دلیل هم هست که بانک‌های مرکزی می‌توانند نرخ‌های بهره را به حدود صفر کاهش دهند و انبوهی از اوراق قرضه دولتی را بخرند. این موضوع همچنین توضیح می‌دهد که دولت‌ها چگونه قادر بوده‌اند هزینه‌هایی حماسی را شکل دهند و مقادیر زیادی استقراض کنند تا بتوانند اقتصاد خود را در برابر خسارات ناشی از پاندمی کووید-۱۹ در امان نگه دارند و اینکه چرا کسی از بدهی‌های دولتی جهان ثروتمند که به ۱۲۵درصد تولید ناخالص داخلی آن بالغ می‌شود، چندان شگفت‌زده نیست. ولع کسب بازده سهام موجب شده است که شاخص اس‌اندپی ۵۰۰ به رکوردهای جدیدی برسد و این در شرایطی است که تعداد آمریکایی‌هایی که به‌خاطر ویروس کووید-۱۹ در بیمارستان‌ها بستری هستند، از مرز ۱۰۰ هزار نفر گذشته است. تنها راه توجیه چنین بازار پررونق و داغ سهامی این است که انتظار داشته باشیم یک احیای اقتصادی قدرتمند اما بدون تورم در سال ۲۰۲۱ و پس از آن رخ دهد.

این روزها اما بر تعداد مخالفان شدید این پیش‌بینی افزوده می‌شود؛ افرادی که معتقدند جهان با بیرون آمدن از دوران پاندمی به عصر تورم بالاتر ورود خواهد کرد. گرچه استدلال‌های آنها چندان کوبنده نیست، اما پوشالی هم نیست. حتی وجود یک احتمال ضعیف مبنی بر مواجهه با موج بالای تورم هم نگران‌کننده است، چون حجم انبوه بدهی‌ها بسیار بالاست و ترازنامه بانک‌های مرکزی بسیار گسترده و طویل شده است. حالا دولت‌ها به جای آنکه این ریسک را نادیده انگارند باید وارد عمل شوند تا اطمینان حاصل کنند که خود را در برابر آن ایمن کرده‌اند.

طی دهه‌ها پس از آنکه مارگارت تاچر درباره دور باطل قیمت‌ها و دستمزدها هشدار داد و گفت که این دور باطل، جامعه را به ورطه «نابودی» می‌کشاند، جهان ثروتمند تورم پایین را امری مسلم فرض کرد. تا پیش از پاندمی حتی یک بازار مشاغل فوق کساد هم نمی‌توانست موجب افزایش قیمت‌ها شود و حالا شاهد لشگرهایی از افراد بیکار هستیم. بسیاری از اقتصاددانان معتقدند که غرب و به‌ویژه حوزه یورو مسیر ژاپن را در پیش گرفته است. ژاپن در دهه ۱۹۹۰ دچار تنزل قیمت‌ها شد و از آن زمان به بعد برای افزایش قیمت‌ها با نرخی خیلی بالاتر از صفر به چالش افتاده است. پیش‌بینی سرانجام این روند، نوعی بدعت‌گذاری خواهد بود.

پس از بحران مالی جهان، برخی از مخالفان خرید اوراق قرضه توسط بانک‌های مرکزی (موسوم به سیاست تسهیل مقداری) هشدار دادند که این اقدام موجب افزایش دوباره نرخ تورم خواهد شد، اما در نهایت معلوم شد که حرف‌شان احمقانه است. امروز اما بحث‌های کسانی که نسبت به تورم بالا هشدار می‌دهند، مستدل‌تر است. یک خطر، انفجار موقتی نرخ تورم در سال آینده میلادی است. در مقایسه با دوره پس از بحران مالی، بسیاری از راهکارهای تامین پولی جهان ثروتمند در سال ۲۰۲۰ رشد یافته است، چون بانک‌ها آزادانه وام داده‌اند. مردمی که در خانه‌های خود قرنطینه شده‌اند، قادر نبوده‌اند که همه پول خود را خرج کنند و تراز بانکی‌شان افزایش یافته است، اما به محض آنکه این افراد واکسن بزنند و از سلطه کار ویدئویی با اپلیکیشن زوم رهایی یابند، شاهد خیل عظیم مصرف‌کنندگان ولخرجی خواهیم بود که برای هزینه کردن به بیرون از خانه می‌شتابند و تقاضای آنها از توانایی شرکت‌ها در حفظ و افزایش ظرفیت عرضه سبقت خواهد گرفت. این وضعیت موجب افزایش قیمت‌ها خواهد شد. اقتصاد جهان هم‌اکنون هم نشانه‌هایی از این چالش را از تنگناهای موجود نشان داده است. به‌عنوان مثال، هم‌اکنون قیمت مس نسبت به ابتدای سال ۲۰۲۰ میلادی تا ۲۵درصد افزایش یافته است.

جهان باید قادر باشد یک انفجار موقتی تورم این‌چنینی را مدیریت کند، اما دومین بحث در مورد تورم این است که فشارهای قیمتی دائمی‌تری نیز مشاهده خواهد شد، چون نیروهای ساختاری ضدتورمی، مسیری معکوس را در پیش خواهند گرفت. در غرب و در آسیا، بسیاری از جوامع رو به سالخوردگی می‌گذارند و این موضوع موجب کمبود نیروی کار خواهد شد. برای سال‌ها جهانی شدن توانست با ایجاد یک بازار کارآمدتر برای کالاها و نیروی کار، از نرخ تورم بکاهد. حالا اما جهانی شدن در حال پسرفت است.

سومین استدلال افرادی که نسبت به وقوع تورم بالا هشدار می‌دهند، این است که سیاستمداران و دولتمردان به خود غره شده‌اند. فدرال رزرو می‌گوید که می‌خواهد نرخ تورم از هدف ۲درصدی‌اش تجاوز کند تا خسارات جبران شود. بانک مرکزی اروپا که در روز دهم ماه دسامبر افزایش محرک اقتصادی را اعلام کرد، ممکن است هنوز قصد داشته باشد یک بار دیگر چنین کاری را تکرار کند. سیاستمداران با وجود فشارهای وارده از سوی جمعیت رو به سالخوردگی و مسائل بهداشت و درمان، بیش از پیش به نفع کسری بودجه‌های بزرگ گام برمی‌دارند. اما آیا ممکن است این استدلال‌ها درست باشند؟ افزایش موقتی نرخ تورم در سال آینده کاملا محتمل است. در ابتدا شاید از آن استقبال هم بشود، چون نشانه‌ای است دال بر اینکه اقتصادها از پاندمی نجات یافته و احیا می‌شوند. شاید سیاست‌گذاران حتی نفس راحتی هم بکشند، به‌ویژه در ژاپن و حوزه یورو که شاهد افت قیمت‌ها هستند.

البته احتمال وقوع دوره طولانی‌تر تورمی کم است، اما اگر بانک‌های مرکزی مجبور شوند برای متوقف کردن روند خارج از کنترل افزایش قیمت‌ها نرخ‌های بهره را افزایش دهند، تبعات این اقدام آنها بسیار جدی خواهد بود. بازارها دچار افت می‌شوند و شرکت‌های بدهکار با چالش مواجه خواهند شد. مهمتر اینکه هزینه کامل گسترش زیاد ترازنامه حکومت (شامل بدهی دولت‌ها و تعهدات بانک‌های مرکزی) به طرز هشداردهنده‌ای آشکار خواهد شد. برای درک لزوم بازنگری در آنها کافی است یک لحظه به ساختارشان توجه کنید. این شانس وجود دارد که این هشداردهندگان نسبت به افزایش تورم در اشتباه باشند. حتی میلتون فریدمن که الهام‌بخش تاچر بود، در اواخر زندگی خود پذیرفته بود که رابطه کوتاه مدت بین عرضه پول و نرخ تورم از بین رفته است، اما پاندمی کووید-۱۹ ارزش آماده شدن برای رویدادهای نادر اما نابودکننده را به ما نشان داده است. بازگشت تورم هم از این قاعده مستثنا نیست.

دریچه

گوگل منتشر کرد

پرجست‌وجوترین کلیدواژه‌های سال ۲۰۲۰

گوگل با انتشـار گزارش سـالانه خود، پرجسـت‌وجوترین واژه‌ها در موتور جسـت‌وجوی این شرکت در سـال ۲۰۲۰ را اعلام کرد که ویروس کرونا در صدر آنها قرار داشت. فهرست پرجست‌وجوترین واژه‌ها در موتور جست و جوی گوگل نشان می‌دهد که جهان در طول یکی از تاریخی‌ترین سال‌های اخیر به دنبال چه اطلاعاتی بوده است. پرجست‌وجوترین واژه‌های سال ۲۰۲۰ در وب گوگل «ویروس کرونا» بوده که با توجه به تغییری که همه‌گیری ویروس کرونا در زندگی مردم به وجود آورده است، منطقی به نظر می‌رسد. پس از ویروس کرونا، نتایج انتخابات، کوبی براینت، زوم و IPL در فهرست پرجست‌وجوترین کلیدواژه‌هـا در گوگل قرار گرفتند. پرجسـت‌وجوترین واژه‌ها در گوگل نیوز شـامل ویـروس کرونا، نتایـج انتخابات، ایـران، بیروت و هانتا ویـروس بود. پرجست‌وجوترین افراد در گوگل جو بایدن، کیم جونگ اون، بوریس جانسون، کامالا هریس و تام هنکس بودند. در گزارش گوگل آمده اسـت ۲۰۲۰ سالی بود که در آن کاربران بیش از قبل برای یافتن پاسـخ انواع پرسش‌ها جست و جو کردند. جسـت و جوی کاربران برای «امروز چه روزی است» و همچنین جست و جو برای دستور پخت غذا رکورد زد. در بخش «چگونه درست کنیم» برترین جست و جوها شامل این موارد بودند: ۱- چگونه ضدعفونی‌کننده دست درست کنیم ۲- چگونه ماسک صورت با پارچه درست کنیم ۳- چگونه قهوه زده شـده درست کنیم ۴- چگونه با یک باند ماسک درست کنیم ۵- چگونه یک ماسک بدون دوخت درست کنیم.

گوگل بخش جدیدی به نام پرجست‌وجوترین‌ها برای واژه مجازی در سال ۲۰۲۰ معرفی کرد. از آنجا که بسـیاری از فعالیت‌ها در سـال میلادی جاری مجازی شـد، این بخش بیشترین جست و جوی کاربران در زمینه مجازی را نشـان داد که به این ترتیب بود: ۱-سـفرهای مزرعه مجازی ۲-تورهای موزه مجـازی ۳- دربی کنتاکی مجازی ۴- یادگیری مجازی ۵- طرفداران NBA مجازی.

براساس گزارش سـرچ انجین ژورنال، در بخش جست و جو با عبارت «در دوران ویروس کرونا» پرجست‌وجوترین‌ها از این قرار بودند: ۱-بهترین سهامی کـه در دوران ویـروس کرونا می‌توان خریـد ۲- آشـنایی در دوران ویروس کرونا۳- باز بودن مطب دندانپزشـک در دوران ویـروس کرونا ۴- بیکاری در دوران ویروس کرونا ۵- استخدام در دوران ویروس کرونا.

صندوق بین‌المللی پول پاسخ داد

ثروتمندان چطور ثروتمندتر می‌شوند؟

صنـدوق بین‌المللی پول به تازگی در گزارشـی بـا عنوان «چطور ثروتمند، ثروتمندتر می‌شود.» نوشت: «از قدیم گفته‌اند که پول، پول می‌آورد. اکنون این ضرب‌المثل سـاده را به نابرابری و نارضایتی رو به رشدی که تحت سایه کووید-۱۹ رخ داده هم اضافه کنید.

به نوشـته تحلیلگران صندوق بین‌المللی پول، افـراد ثروتمندتر از سرمایه‌گذاری‌شان بیشتر سود کسـب می‌کنند تا افراد غیرثروتمند. همچنین فرزندان افراد ثروتمند، در حالی که ثروت را به ارث می‌برند، لزوما همان بازگشـت سود را از سـرمایه‌گذاری‌ها به دست نمی‌آورند. داده‌هـای جزئی ثروت به ندرت وجـود دارد اما مالیات‌های ثبتی ۱۲ سـاله کشور نروژ (۲۰۱۵-۲۰۰۴) پنجره جدیدی را به سمت انباشت ثروت افراد و فرزندان‌شـان گشوده اسـت. قاعده کشور نروژ این گونه اسـت که آنها برای کاهش خطاهای خوداظهاری مالیات بر ثروت، به خوداظهاری‌هـا اتکا نمی‌کنند بلکه باید بانک‌هـا، کارفرمایان و دیگر اشخاص ثالث هم گزارش‌های خود را ارائه دهند. این داده‌ها که تحت شرایط خاصی، علنی می‌شوند، این امکان را فراهم می‌سازد که ثروت اولیا با فرزندان‌شان تطبیق پیدا کند. صندوق بین‌المللی پول ادامه داد: داده‌ها نشـان می‌دهند فردی کـه در رده هفتاد و پنجم دهک توزیع ثروت قرار دارد و در سـال ۲۰۰۴، یک دلار سـرمایه‌گذاری کرده در پایان سال ۲۰۱۵ حدود ۱٫۵۰ دلار نصیبش شده است- یعنی بازگشت سـرمایه‌اش ۵۰ درصد بوده اسـت، اما فردی کـه در رأس یک دهم درصدی دهک قرار دارد با همان سـرمایه‌گذاری ۲٫۴۰ دلار نصیبش شـده، یعنی یک بازگشـت ۱۴۰ درصدی سرمایه. این گزارش سپس با طرح این سـوال که چرا افراد ثروتمند بازگشت بالاتر سود را دارند؟ افزود: افراد غنی‌تر حتی در سرمایه‌گذاری‌های محافظه‌کارانه، بازگشت سـرمایه بالاتری را دارند. افراد ثروتمندتر از «بازده به مقیاس» محض ثروت‌شـان لذت می‌برند. مشخصا، افرادی که غنی‌تر هستند در قبال پرتفویی که تخصیص می‌دهند به احتمال خیلی زیاد بازگشـت‌های ریسک تعدیل شده بالاتری را دریافت می‌کنند چون آنها به فرصت‌های مطلوب و منحصر به فرد سرمایه‌گذاری یا مدیران بهتر ثروت دسترسی دارند. همچنیـن پیچیدگی‌های مالی، اطلاعـات مالی و مهارت‌های کارآفرینی هم مهم هستند. این ویژگی‌ها، بازگشت سرمایه را در طول زمان محکم‌تـر می‌کنند. این تحقیقات در وهلـه اول این مکانیزم را تعییـن می‌کند و در ضمن نشـان می‌دهد که ایـن مکانیزم از لحاظ تجربی هم مهم هسـتند. صندوق بین‌المللی پول در پایان در پاسـخ به این سـوال که آیا بازگشت سرمایه در طول نسل‌ها مقاوم می‌ماند؟ نوشـت: جواب به طور خاص مثبت است. ثروت یک همبستگی بالای بین نسلی دارد. فرزندان ثروتمندترین افراد به احتمال خیلی ثروتمند می‌شـوند، اما بعید است که از این ثروت همانند اولیای‌شان بازگشت سرمایه بالایی را به دست بیاورند. در حالی که پول یقینا موروثی است اما مهارت‌ها اصلا موروثی نیستند.

آنکتاد گزارش داد

تجارت جهانی امسال ۵٫۶درصد آب می‌رود

کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد (آنکتاد) در پیش‌بینی جدید خود اعلام کرد حجم تجارت جهانی امسـال با بدترین سقوط خـود پس از بحـران اقتصادی جهان تاکنون مواجه شـده اسـت و ۵٫۶درصد آب خواهد رفت. به گزارش راشاتودی، آنکتاد در پیش‌بینی جدید خود گفته حجم تجارت جهانی امسـال به دلیل بیماری کرونا ۵٫۶درصد آب می‌رود. این تخمین جدید نسبت به پیش‌بینی قبلی این سازمان که انتظار داشت تجارت جهانی امسال ۹درصد کوچک شود، بهبود یافته است. بزرگترین سقوط قبلی در بحران اقتصادی جهان در سال ۲۰۰۹ اتفاق افتاد که طی آن تجارت بین‌المللی ۲۲درصد سقوط کرد. آنکتاد پیش‌بینی خود در مورد بخش خدمات را بدتر کرد و گفت که این بخش از افت شـدید مسافرت، حمل‌ونقل و توریسم به شدت آسیب دیده و ۱۵٫۴درصد سقوط خواهد کرد و به سطحی باز می‌گردد که آخرین بار در سال ۱۹۹۰ دیده شده بود.

آیا آنطور که «بلومبرگ» می‌گوید، کالاهای «ساخت ایران» رونق گرفته‌اند؟

علیه «ساخت ایران»

فرصت امروز: یکی دو ماه پیش بود که «بلومبرگ» در گزارشی به رونق کالاهای «سـاخت ایران» پرداخت و از شکست سیاست فشار حداکثری دونالد ترامپ خبر داد. به نوشـته «بلومبرگ»، «کالاهای «ساخت ایران» در اقتصادی که دونالد ترامپ، رئیس‌جمهوری آمریکا کوشید آن را درهم بشکند، رونق گرفته است. شرکت‌های کوچک ایرانی خلأ کالاهای مصرفی را پر می‌کنند و در مقایسه با برخی از صنایع بزرگ تولیدی عملکرد بهتری دارند. «سـاخت ایران» روزنه امیدی است در بحبوحه مشکلات اقتصادی به وجود آمده از سـقوط بازار نفت و تحریم‌ها و شـیوع بیماری کرونا. در کشـوری که زندگی بسـیاری از مردم تحت تاثیـر تحریم‌های غربی قرار گرفته، برخی برندها خلأ کالاهای مصرفی را پر می‌کنند.»

اما آیا آنطور که «بلومبرگ» می‌گوید، کالاهای «ساخت ایران» در میانه تحریم‌ها و کرونا رونق گرفته‌اند؟ با اینکه بررسی‌ها نشان می‌دهد، بازارهای آنلاین و خرده‌فروشـی‌های ایرانی رونق گرفته است، اما به نظر نمی‌رسد حتی فناوری بتواند استمرار این روند را تقویت کند، چراکه رفتار دولت با اقتصاد نقش بسـزایی در فعالیت کسب وکارها و حتی انواع خرد آن دارد بنابراین در پاسخ به این سوال که آیا «ساخت ایران» رونق گرفته و آیا این رونق تداوم دارد، باید به گذشـته رجوع کرد و به تجربیات تولید ملی در سال‌ها و دهه‌های اخیر نگریست.

۳ تجربه ناامیدکننده تولید ملی در سال‌های گذشته

در پاسـخ به این سوال که آیا «سـاخت ایران» رونق گرفته است، یک کارشناس فضای کسـب وکار به سه تجربه ناامیدکننده تولید ملی اشاره می‌کند و «ساخت ایران» را شوخی می‌داند. مجتبی عندلیب آذر به تجربه سـاخت خودرو، تجربه سـرمایه‌گذاری نفت و تجربه فرهنگ‌سازی تولید داخلی در سـال‌های گذشته اشاره می‌کند و درباره ساخت خودروی ملی می‌گوید: «از پیش از سال ۱۳۵۷، خودروی آمریکایی از جمله شورولت و بیوک به عنوان برترین خودروهای جهان در ایران مونتاژ یا تولید می‌شد. مذاکره با بنز هم برای تولید در ایران آغاز شده بود. پس از انقلاب اما نگاه به صنعت خودروسازی تغییر کرد و متولیان امر گفتند ایران باید صنعت خود را ایجاد کند و خودروی ملی را بسازد. با وجود چنین رویکردی اما تا سه دهه پیکان در ایران تولید شـد. همکاری با تولیدکنندگان کره جنوبی به سمند رسید و در نهایت، در همکاری با فرانسوی‌ها به تولید خودروی ۲۰۶ رسیدیم که ابتکار ایران درباره آن، اضافه کردن صندوق عقب بود. پس از این، با سخت‌تر شدن تحریم‌ها و فاصله گرفتن شرکای خارجی از صنعت خودروسـازی ایران، ما به مونتاژکار خودروهایی تبدیل شدیم که در خود چین هم خریداری ندارد و بنابراین، ساخت ایران در صنعت خودروسازی به عنوان صنعتی پیشران در اقتصاد کشور به جایی نرسید.»

او با طرح این سـوال که چه بر سر تلاش‌های مردمی و خصوصی آمد، ادامه می‌دهد: «در آن سال‌ها دولت در قالب طرح‌هایی به بعضی از فعالان اقتصادی تسـهیلات و زمین داد تا قطعه‌سـازی در کشور رونق بگیرد، اما نتیجه ۴۱ سـال تلاش صنعت خودرو برای سـاخت خـودروی ایرانی و حمایـت بی‌چـون و چرا از این صنعت این بود که مجموعـه‌ای از افراد را وارد صنعت قطعه‌سـازی کرده و با سیاسـت‌های غلط، آنها را دچار زیان کردند. قطعه‌سـازان چند هزار میلیارد تومان از خودروسازان طلبکارند و رفتار خودروسازان با مصرف‌کنندگان هم با وجود چهار دهه حمایت بی‌قید و شرط، همانی اسـت که امروز می‌بینید. در صنعت خودروسازی کشور، ۱۰ تا ۱۵ هزار نفر نیروی سربار کار می‌کند. بدتر اینکه قطعه‌سازان ایرانی که با آموزش شرکت‌های خارجی تا سطحی پیشرفت کردند، به بازارهای جهانی وصل نشدند، درحالی که در ترکیه، صادرات قطعات خودرو به ۲۰ تا ۳۰ میلیارد دلار در سال می‌رسد. خودروسازی ایران از ارتباط با بازارهای جهانی باز ماند و حتی امروز رضایت مشتری داخلی را هم فراهم نمی‌کند. تقاضایی هم که امروز در بازار داخل می‌بینید، تلاش برای حفظ سـرمایه مردم در قالب کالای واسطه‌ای و سرمایه‌ای است.»

از سرمایه‌گذاری نفتی تا فرهنگ‌سازی تولید داخلی

عندلیب آذر سـپس به تجربه نفت اشـاره می‌کند و می‌گوید: «در یک دوره طی دهه ۷۰، دولت توانسـت بخشـی از شـرکت‌های خارجی را به همـکاری با صنعت نفت ایران و سـرمایه‌گذاری در آن متقاعد کند. برای مثال، شـرکت توتال فرانسـه برای کار در دو فاز از پارس جنوبی به ایران آمد یا شرکت‌های آی ای ساسول و هیوندای از کره جنوبی به ایران آمدند، اما پس از آن سـال‌ها با تغییر دولت و همچنین تغییر رویه دولت تازه در سیاسـت خارجی، بخشی از کار به شـرکت‌های چینی سپرده شد که با وجود گذشـت ۱۰ سال، طرف چینی به تعهدات خود عمل نکرد. پس از آن، با سـر دادن شعار خودکفایی و رونق «سـاخت ایران» بهره‌برداری از صنعت نفت و سـاخت پالایشـگاه‌ها را آغاز کردیم اما در نهایت می‌بینیم که صادرات محصولات پتروشـیمی با چه نابسـامانی روبه‌روسـت. زمانی که از عدم بازگشـت ارزهای صادراتی به کشـور می‌گوییم، آیا منظور ما صادرکننده چند کامیون گوجه فرنگی اسـت یا صادرکننده پتروشیمی و فرآورده‌های آن؟»

این کارشناس فضای کسب و کار در ادامه با اشاره به تجربه فرهنگ‌سازی در ایران می‌افزاید: «در سال‌های نخست دهه ۸۰، طرحی را به صداوسیما با محور «ساخت ایران» ارائه کردیم. طرحی برای یک برنامه ۱۰۰ قسمتی بـا موضوع معرفی کالا و خدمات ایرانـی. در آن مقطع با توجه به رویکرد دولـت اصلاحات، فضا برای صادرات خدمات فنی و مهندسـی باز شـده بود، اما واکنش رسـانه ملی به این طرح و معرفی صادرات خدمات فنی و مهندسـی ایران چه بود؟ رسانه ملی گفت اگر قرار است برای یک شرکت ایرانی که در قزاقسـتان خدمات فنی و مهندسی عرضه می‌کند برنامه‌ای بسـازید، این شرکت باید به رسـانه ملی پول بدهد. یعنی رسانه‌ای که با پول مردم می‌چرخد، باید برای معرفی توانمندی کشورش، فرهنگ‌سازی در ایـن زمینـه و رواج تولید پـول بگیرد تا کار کند. این در حالی اسـت که عدم فرهنگ‌سـازی و فرصت‌سـوزی در حوزه کسب وکار باعث شده شـرکت‌های صادرکننده خدمات فنی و مهندسـی ایرانی به صادرکننده نیروهای متخصص و نخبه تبدیل شـوند. بسیاری از نیروهای کارآزموده و تحصیلکرده ایرانی مهاجرت می‌کنند چراکه فرصت اشتغال پایدار با شرایط مناسب برای آنها فراهم نیست.»

بـه اعتقاد وی، «هرچند می‌توان امیدوار بـود که رواج فناوری در قالب پلتفرم‌های خرید و فروش آنلاین به رونق «ساخت داخل» کمک کند، اما نگاه نادرست دولت و اثرگذاری سیاست‌های غلط، حوزه فناوری را به زیان سـاخت ایران شکل می‌دهد و می‌تواند مسیر فناوری را هم منحرف کند. برای مثال، وزارت علوم که در سـاماندهی دانشگاه‌های کشور موفق عمل نمی‌کند، متولی پارک‌های علم و فناوری در ایران اسـت. در کره جنوبی و ژاپن به عنوان کشـورهای سـرآمد حوزه فناوری، تعداد این پارک‌ها به کمتر از انگشـتان یک دسـت می‌رسـد، اما در ایران بیش از ۱۰۰ پارک علم و فناوری داریم که به عنوان حامی اسـتارت‌آپ‌ها و کسـب وکارهای دانش‌بنیـان مطرح می‌شـوند. اخبار منتشـر شـده از پارک‌ها می‌گوید شرکت‌های مستقر محصولاتی را ساخته‌اند اما من به عنوان فعال این حوزه تا امروز هیچ گزارشـی از این میزان صادرات یا تجاری‌سـازی محصولات ساخته شده در این پارک‌ها ندیده‌ام.»

آخرین اخبار اقتصادی

وقتی بازرگانی به صنعت تبدیل می‌شود

عندلیب آذر درباره رونق «سـاخت ایران» و سـاختارهای آن در کشور می‌گوید: «رونق «سـاخت ایران» به کسـانی در بدنه سیاست‌گذاری نیاز دارد که به آن باور داشته باشند. چنین باوری در سیاست‌گذاری کشورمان وجود ندارد و تمایل مسئولان به تسهیل واردات است تا حمایت از ساخت داخل. در سـالی که منابع ارزی کشـور محدود شده است، میزان واردات کشـور همچنان پایدار اسـت. اگر یک سـال بعد، منابع ارزی دولت قابل دسترس شود، مثل گذشـته واردات بی‌رویه است که راه می‌افتد. در این شـرایط امیدی به رونق «ساخت ایران» نیسـت. بارها تولیدکننده ایرانی از سیاسـت‌های متغیر دولت زیان دیده اسـت و خود ترجیح می‌دهد به جـای تولیدکننده به واردکننده تبدیل شـود. کیفیت جنـس ایرانی به شـدت کاهش پیدا می‌کند چراکه باوری به تولیـد ایرانی از صدر تا ذیل تصمیم‌گیرندگان وجود ندارد.»

او بـا بیـان اینکه «قوانین کشـور در زمینه اشـتغال و بیـکاری دچار نقصان‌هایی اسـت که تا پیش از رفع آن نمی‌توان به رونق خوداشـتغالی امید بسـت» به قوانین تامین اجتماعی اشاره می‌کند و می‌گوید: «قوانین تامین اجتماعی حتی در زمینه به رسـمیت شناختن دورکاری هم دچار چالش است و خبری از ابزارهای حمایتی بیمه‌ای هم نیست. متاسفانه به دلیل نقص قوانین، در سال‌هایی که شعار سال، حمایت از تولید و اقتصاد بوده اسـت، اقتصاد ایران پسـرفت کرده، چراکه سیاست‌های کشور برای حمایت از تولید شکل نگرفته است.»

بـه گفته این تحلیلگر کسـب و کار، «تجربه تلاش‌های گذشـته برای ساخت کالای ایرانی نشان می‌دهد صنعت در کشورمان به شوخی گرفته شـده و بازرگانی جدی‌تر اسـت. سـال‌ها صادرات مواد اولیه و دسترسی آسـان به ارز نفتی، دولت‌ها را از رونق صنعت و سـازندگی بازداشته است و در نهایـت، صادرات غیرنفتی ما، صـادرات میعانات گازی و محصولات پتروشـیمی را دربر می‌گیرد. به نظر من، کسـی که گزارش «بلومبرگ» را درباره «ساخت ایران» نوشـته، آگاهی کافی درباره شرایط ایران ندارد. می‌توان گفت با توجه به سیاست‌های دولت در سال‌های گذشته، «ساخت ایران» در سراشیبی است و چیزی از آن باقی نمانده است.»

حرکت اوپک روی مرز باریک حجم و قیمت

نفت ۵۰ دلاری دوام نیاورد

بن‌بسـت محرک مالی در واشـنگتن، احتمالا افزایـش قریب‌الوقوع تقاضا را کمرنگ کرده اسـت. به همین دلیل هم قیمت نفت آنطور که پیش‌بینی می‌شد، افزایش پیدا نکرده است.

به گـزارش «بلومبرگ»، بـا توقف مذاکرات دو حـزب در مورد دور دیگری از محرک‌هـای مالی ایالات متحده، معاملات آتی در نیویورک از بالاترین سطح ۹ ماهه کمی عقب نشست. قیمت نفت وست تگزاس اینترمدیت کمتر از یک درصد در این هفته افزایش داشت. این کاهش قیمت تا حد زیادی بعد از اینکه نفت برنت بالای ۵۰ دلار در هر بشکه رسید، قابل‌انتظار بود. به گفته کارشناسان، واکسن راه را برای آینده‌ای باز می‌کند که تقاضا به حالت عادی برگردد، این همان چیزی است که بازار به آن چشم دوخته است. البته در این مسیر مشکلاتی وجود دارد، اما واکسن راحت‌ترین راه‌حل است.

طبق شـاخص‌های بلومبرگ، با بهبود چشم‌انداز بازار، معاملات آتی نفت خام ایالات متحده از اواخر ماه اکتبر حدود ۳۰ درصد افزایش یافته است. مصرف جهانی بنزین و گازوئیل هفته گذشته به بالاترین سطح در دو ماه گذشته رسید. این وضعیت نشان می‌دهد که تأثیر تعطیلی‌های سراسری اخیر ویروس کرونا در حال کاهش است. از طرفی خرید توسط پالایشـگاه‌های چینی و هند نشـان می‌دهد که تقاضای فیزیکی آسیا احتمالاً تا یک ماه دیگر حفظ خواهد شد. اما دلایلی برای مکث وجود دارد. هفته جاری، دومین هفتـه رکورد تولید نفت خام ایالات متحده زده شـد. هم‌زمان افزایش قیمت نفت ممکن است در اوایل سال آینده محدود شـود، چراکه نگرانی‌ها درباره تعطیلی ناشی از ویروس کرونا و شـکاف ایجادشده میان کشـورهای اوپک وجود دارد. بااین‌حال برخی کارشناسـان هنوز معتقدند که بازار نفت در اواخر سال بهبودی خوبی داشته‌اند. اما ریسک‌ها هنوز بالاست و نفت خام هنوز از این وضعیت در امان نیست. وضعیت برای اوپک و متحدانش روزبه‌روز دشوارتر خواهد شد. آنها باید روی مرز باریکی میان حجم و قیمت حرکت کنند. در این میان گروه تولیدکنندگانی هم وجود دارند که به دنبال افزایش درآمد و جلوگیری از بازگشت قابل‌توجه ایالات متحده و سهم او از بازار هستند.

درباره سـمت و سـوی بازار جهانی نفت، محمد خطیبی کارشناس انرژی به ایسنا، گفت: عواملی که بر قیمت نفت اثر می‌گذارند دو دسته هسـتند؛ یک عوامل کوتـاه مدت و گذرا و دوم عوامـل پایدار و ثابت، عوامل کوتاه مدت همچون وقوع حادثه در یک محل اسـت که پس از کنترل و مهار تاثیر خود را از دسـت می‌دهند. او با بیان اینکه برخی از عوامل تاثیرگذار بر قیمت نفت پایدار و بلندمدت هستند، به طوری که می‌توانند بر عرضه و تقاضا تاثیر مسـتقیم و پایدار داشته باشند، افزود: در شرایط فعلی تاثیر آتش‌سوزی یک میدان نفتی در شمال عراق یک تاثیر کوتاه‌مدت است اما اگر واکسن کرونا بتواند موجب افزایش تقاضا شود تاثیر پایداری خواهد داشت.

وی بـا تاکید بر اینکه اگر مسـئله تقاضا تقویت و ویروس کرونا مهار شـود، به طوری که شاهد رشد تقاضا باشیم می‌توان انتظار قیمت‌های بالاتر را نیز داشـت، گفـت: عوامل کوتاه‌مدت تنها آثـار روانی برجای می‌گذارند اما اگر تقاضا تقویت شـود و مدیریت عرضه به خوبی پیش برود می‌تواند بر قیمت‌ها اثر بلندمدت‌تری داشته باشد.

به گفته خطیبی هنوز واکسن کرونا امتحان خود را پس نداده و معلوم نیسـت که این ویروس به طور کامل از دنیا حذف شود لذا تا مشخص شدن نتیجه قطعی نمی‌توان بازار را پیش‌بینی کرد اما در مجموع نگرش مثبتی نسبت به آینده بازار نفت وجود دارد.

آیا مجلس یازدهم کلیات بودجه سال ۱۴۰۰ را رد می‌کند؟

بودجه در بزنگاه مجلس

فرصت امروز: در شرایطی که بیشتر از ۱۰ روز از ارائه لایحه بودجه ۱۴۰۰ از سوی دولت به مجلس می‌گذرد؛ انتقادهای نمایندگان مجلس به بودجه دولت هر روز بیشتر و تندتر می‌شود و در سوی مقابل، دولتمردان هم تلاش می‌کنند با دفاع از لایحه بودجه نشان دهند که سند دخل و خرج سال آینده با توجه به واقعیت‌های اقتصادی تدوین شده است. بودجه سال ۱۴۰۰ در طول ۱۰ روز گذشته به یک دوئل بین دولت و مجلس تبدیل شده و حالا سوال این است که راه خروج از این بن بست بودجه‌ای چیست و سرنوشت آخرین بودجه قرن چه می‌شود؟ آیا مجلس کلیات لایحه بودجه را رد می‌کند؟ در این صورت، تبعات رد کلیات بودجه سال آینده چیست؟ بودجه‌ای که به دلیل تداوم تحریم‌ها، شیوع کرونا، برگزاری انتخابات ریاست جمهوری و تغییر دولت از حساسیت‌ها و پیچیدگی‌های بسیاری برخوردار است و به همین دلیل رد کلیات بودجه می‌تواند به بی‌ثباتی سیاسی و بلاتکلیفی اقتصادی بینجامد.

البته اختلاف پاستور و بهارستان بر سر بودجه ۱۴۰۰ از چند هفته پیش از ارائه لایحه بودجه به مجلس آغاز شد. زمانی که محمدباقر قالیباف، رئیس مجلس در اوایل آذرماه و در شروع به کار جلسه مجلس، کسری بودجه را ام‌المصایب دانست و پیشتر در حوالی مهرماه نیز در نامه ای به حسن روحانی، رئیس‌جمهوری نوشت: «لایحه بودجه ۱۴۰۰ متفاوت با لوایح بودجه گذشته تدوین و به مجلس تقدیم شود.»

توصیه مرکز پژوهش‌ها برای رد کلیات بودجه

جالب است که در این میان، مرکز پژوهش‌های مجلس به عنوان بازوی کارشناسی قوه مقننه در سلسله گزارش‌های بررسی بودجه سال ۱۴۰۰، به نمایندگان مردم پیشنهاد داده که کلیات بودجه سال آینده را رد کنند و از دولت بخواهد لایحه‌ای دیگر ارائه دهد، چراکه بودجه ۱۴۰۰ از ابعاد مختلفی دارای اشکالات اساسی است و منجر به تورم شدید در سال‌های آتی می‌شود؛ بنابراین مجلس باید کلیات آن را رد کند.

به اعتقاد مرکز پژوهش‌ها، از جمله اشکالات اساسی بودجه سال آینده شامل کسری بودجه ساختاری قابل توجه (حدود ۵۰ درصد)، بیش‌برآوردی صادرات نفت و افزایش وابستگی بودجه به نفت به ۳۰درصد (با در نظر گرفتن پیش‌فروش نفت)، کاهش سرمایه‌گذاری دولت (کاهش شدید سهم اعتبارات عمرانی از مصارف عمومی از ۱۵درصد در قانون سال ۱۳۹۹ به ۱۱ درصد در لایحه بودجه ۱۴۰۰)، افزایش قابل توجه هزینه‌های جاری (رشد ۶۰درصدی)، کاهش سهم درآمدهای مالیاتی از منابع عمومی بودجه (از ۳۶ درصد در قانون بودجه ۱۳۹۹ به ۲۷ درصد در لایحه بودجه ۱۴۰۰)، افزایش کسری تراز عملیاتی (برخلاف اهداف تعیین شده در قانون برنامه ششم)، پیش‌بینی منابع قابل توجه از محل پیش‌فروش نفت و ایجاد بدهی تعدیل شونده با نرخ ارز و حرکت برخلاف جهت اصلاح ساختاری بودجه (افزایش کسری بودجه) است.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت در لایحه تقدیمی، تمرکز بر افزایش هزینه‌های جاری و همچنین تکیه بر منابع غیرواقعی و غیرقابل تحقق بوده است. درنتیجه افزایش ۶۰ درصدی مصارف عمومی و رشد بسیار کم‌درآمدها، ۳۲۰ هزار میلیارد تومان از مخارج هزینه‌های دولت (شامل حقوق و مستمری) از محل فروش دارایی یا استقراض تأمین شده است که با هدف‌گذاری قانون برنامه ششم توسعه (۲ /۶ هزار میلیارد تومان) اختلاف فاحشی دارد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که به دلیل برآورد بیش از واقع منابع حاصل از صادرات نفت، حتی با فرض فروش کامل اوراق در نظر گرفته شده در بودجه، حدود ۳۲۰ هزار میلیارد تومان کسری تأمین نشده برای پوشش مخارج بودجه وجود خواهد داشت. حتی در صورت استفاده از ظرفیت خرید اوراق بیشتر توسط بانک‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری (به میزان ۱۴۵ هزار میلیارد تومان) همچنان حدود ۱۷۵ هزار میلیارد تومان کسری تأمین نشده باقی می‌ماند که می‌تواند مستقیم یا غیرمستقیم به افزایش پایه پولی و نقدینگی بینجامد و تورم‌های شدیدی در سال آتی و سال‌های بعد در پی داشته باشد.

۶ پیشنهاد برای اصلاح بودجه سال آینده

به گفته مرکز پژوهش‌ها، با توجه به اینکه کنترل هزینه‌های جاری در اثر افزایش کارایی و چابک‌سازی دولت جزو اهداف قوانین برنامه بوده، می‌بایست هزینه‌های مرتبط با حقوق و دستمزد در مصارف بودجه (براساس قانون برنامه ششم توسعه) کنترل شده و منابع موجود در جهت محرومیت‌زدایی، تضمین معیشت عمومی و سرمایه‌گذاری‌های زیرساختی صرف شود (در حال حاضر براساس اعلام سازمان برنامه و بودجه بیش از ۵۴۰ هزار میلیارد تومان از هزینه‌های دولت صرف حقوق و مزایای کارکنان دولت و کمک به صندوق‌های بازنشستگی برای پرداخت مستمری بازنشستگان می‌شود).

نهاد پژوهشی مجلس با تاکید بر لزوم رد کلیات لایحه بودجه سال ۱۴۰۰، به نمایندگان پیشنهاد کرده که برای پیشگیری از تورم‌های شدید در سال‌های آینده، دولت را موظف به اصلاح لایحه بودجه با رعایت موارد شش‌گانه نمایند. این موارد شامل «کاهش کسری تراز عملیاتی از محل ایجاد درآمدهای پایدار و قابل تحقق»، «کاهش رشد مخارج هزینه‌های دولت از طریق مدیریت هزینه»، «افزایش سهم مخارج سرمایه‌گذاری دولت از کل هزینه‌ها»، «اصلاح منابع غیرواقعی پیش‌بینی‌شده از محل صادرات نفت»، «حذف پیش‌فروش نفت از بودجه» و «در اولویت قرار گرفتن معیشت عمومی و اقشار کم‌درآمد در مصارف دولت» است.

طبیعتا در صورت عدم ارائه لایحه بودجه با اصلاحات موردنظر، مجلس می‌تواند تا زمان اعمال اصلاحات، طرح اجازه دریافت و پرداخت‌های دولت را (همانند برخی تجارب پیشین و با افزایش هزینه‌ها نسبت به قانون سال ۱۳۹۹ به میزان درصد افزایش حقوق و دستمزد) به تصویب برساند. البته تجربه سال‌های اخیر نشان می‌دهد احتمال موفقیت راهبرد تأیید کلیات بودجه و انجام اصلاحات در فرآیند بررسی در مجلس بسیار پایین است. همچنان که در بررسی لایحه بودجه سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ نیز علی رغم مطرح شدن این راهبرد، عملا اصلاح اساسی در مجلس محقق نگردید. دلیل این امر نیز به ابعاد بالای اصلاحات موردنیاز در بودجه و همچنین پیامدهای سیاسی احتمالی انجام این اصلاحات در مجلس برمی‌گردد.

دوئل دولت و مجلس در مسیر بودجه ۱۴۰۰

در حال حاضر، یکی از اختلافات اصلی دولت و مجلس در موضوع لایحه بودجه به مسئله فروش نفت باز می‌گردد؛ طبق لایحه بودجه، دولت میزان درآمدهای نفتی در سال آینده را ۱۹۹ هزار میلیارد تومان برآورد کرده است، اما نمایندگان مجلس معتقدند این عدد تحقق‌پذیر نیست و کشور سال آینده با کسری بودجه بیش از امسال روبه‌رو می‌شود.

بودجه دولت در سال آینده با کسری تراز ۳۱۹هزار میلیارد تومانی مواجه است و دولت می‌خواهد این شکاف بین درآمد و هزینه‌ها را با فروش نفت بیشتر (سقف فروش روزانه ۲,۳میلیون بشکه)، فروش سهام و اوراق بدهی و همچنین قرض گرفتن از صندوق توسعه ملی جبران کند. به اعتقاد کارشناسان، باتوجه به شرایط اقتصادی کشور و وضعیت مردم و کسب و کارها دولت به جز درآمدهای نفتی نمی‌تواند روی درآمدهای دیگری همچون افزایش فشارهای مالیاتی حساب باز کند و تنها راه جبران کسری بودجه در شرایط کنونی پیدا کردن راهی برای افزایش فروش نفت است. اگر مجلس کلیات بودجه سال آینده را رد کند عملا تنها چاره‌ای که برای دولت با در نظر گرفتن زمان اندک تا پایان سال باقی می‌ماند، ارائه لایحه بودجه به صورت چنددوازدهم خواهد بود؛ اتفاقی که کلاف اقتصادی کشور را در شرایط کنونی پیچیده‌تر از قبل خواهد کرد.

روحانی در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا:

شب یلدا را مجازی برگزار کنیم

رئیس جمهور، شرایط ۱۲ شهر را به لحاظ شیوع کرونا قرمز خواند و مابقی شهرها را نارنجی و یا زرد اعلام کرد. حسن روحانی در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا همچنین به برگزاری مراسم شب یلدا اشاره کرد و از همه خواست تا شب یلدا را مجازی برگزار کنند.

روحانی با اشاره به اینکه امروز شاهد این هستیم که در روند بیماری کرونا در کل کشور شرایط رو به بهبود است، گفت: فقط در ۱۲ شهرستان در کل کشور شرایط قرمز است و مابقی نارنجی یا زرد هستند. همه این موفقیت‌ها مرهون تلاش مردم و اعتماد آنان به تصمیم‌گیری‌های ستاد ملی کرونا و نیز تلاش مسئولان در کنترل و نظارت این بیماری بوده است.

او با بیان اینکه در کنار مردم، اقدامات به موقع قرارگاه عملیاتی و نیروهای ناجا، هلال احمر، موسسات مردم نهاد و بسیج هم تاثیر فراوانی داشته است، یادآور شد: امیدواریم با تلاش مردم و مسئولان رقم فعلی مرگ و میر باز هم کاهشی باشد.

رئیس جمهور با تاکید بر اینکه هر زمان ما حس کنیم که دیگر مسئله کرونا حل شده است و عادی‌انگاری شود مشکلات بیشتر می‌شود، گفت: این بیماری یک بیماری است که تنها بحث پزشکی درباره آن مطرح نیست. بحث اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را هم دربر می‌گیرد و در سطح جهان هم به همین شکل صدماتی را وارد کرده است. البته که سلامت اول است اما فقط این نیست، اقتصاد و زندگی مردم هم هست و باید همه این موارد را رعایت کنیم و در نظر داشته باشیم.

روحانی با بیان اینکه آزموده را آزمودن خطا است، گفت: در این مدت هم مشاهده کردیم هر موقع ازدحام زیاد شد و اجتماعات بدون رعایت پروتکل‌های بهداشتی افزایش یافت، بلافاصله با پیک بیماری در بخش‌های مختلف مواجه شدیم.

وی با اشاره به ابعاد مختلف کرونا گفت: این بیماری سبب شده رشد اقتصادی دنیا منفی ۳ شود و ضربه بسیار شدیدی نیز به اشتغال وارد شود. کرونا در بعضی از امور مانند گردشگری، ورزش، مسائل فرهنگی، آموزشی به شدت اثر گذاشته و حادثه عجیب و بی‌نظیر در یک قرن اخیر است.

رئیس جمهور با بیان اینکه ما از آغاز این بیماری یعنی روز آخر بهمن ۹۸ در این باره نه تعلل کردیم و نه در پذیرش حادثه دچار تردید شدیم، تصریح کرد: هرچند که برخی این موضوع را انکارکردند اما به محض اینکه چهارشنبه ۳۰ بهمن وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در دولت اعلام کرد که ما متوجه شدیم دو نفر کووید ۱۹ آنها مثبت اعلام شده است، بلافاصله همان موقع اعلام کردم که به مردم اطلاع بدهید. با اینکه شب انتخابات بود و تقریباً کار برای ما سخت بود و شرایط آسانی نبود، اعلام کردیم که مردم باید این مسئله را بدانند.

وی یادآور شد: ما حادثه را پذیرفتیم و این خیلی مهم است که اسم آن را بحران یا هر نامی که برای آن بگذارید را قبول کرده بودیم. برخی از کشورها منکر کرونا بودند و می‌گفتند خبری نیست برخی از کشورها مانند آمریکا و آقایی که رئیس جمهور بود و چند هفته دیگر هم رئیس جمهور هست، ادعا می‌کرد که اصلاً خبری نیست و فقط یک عطسه و سرماخوردگی است و نیاز به انجام کار خاصی نیست. یعنی انکار کردن بالاترین سنگ‌اندازی در روز اول و در مسیر حرکت است.

روحانی با بیان اینکه هیچ‌گاه از سوی ایران انکاری در مورد کرونا صورت نگرفت، تصریح کرد: رویکرد ما پذیرش مسئله بود و بلافاصله پاسخ بهنگام انجام شد. اگر مسئله را ما متوجه شدیم ولی در اجرای آن تاخیر روا بداریم و بگوییم فردا یا ۱۰ روز دیگر آن را انجام می‌دهیم که اینگونه نبوده است. البته در همان روزهای اولیه که برای مقابله کار را آغاز کردیم، در بعضی از استان‌ها و شهرها کمی به هم ریختگی ایجاد شد و هر استانی کاری انجام می‌داد که نگرانی عمومی ایجاد شده بود.

رئیس جمهور با یادآوری اینکه ما در ۶ اسفندماه ۹۸ به صراحت اعلام کردیم که باید به جز مواردی که ستاد ملی مقابله با کرونا اعلام می‌کند سایر کارها طبق روال معمول انجام شود، اظهار کرد: در آن زمان در یک تا دو استان همه چیز به هم ریخته بود و اعلام کردیم فقط یک جا است که می‌تواند اعلام تعطیلی کند یا مواردی اعلام کند و آن ستاد ملی مقابله با کرونا است. غیر از ستاد ملی مقابله با کرونا، فرد، مقام یا اشخاص دیگری حق مداخله نداشتند و این برمبنای مصوبه شورای عالی امنیت ملی بود که رهبری نیز آن را تایید کردند و همان هم مبنای کار ما بود.

وی تأکید کرد: استراتژی ما نیز از ابتدا مشخص بود. بعضی از کشورها دچار استراتژی سردرگمی شدند و نمی‌دانستند چه کاری باید انجام دهند ولی اقدامات ما از اول کاملا روشن بود و آمادگی بسیار بزرگی در روزهای اولیه، هم بهداشت و درمان و هم نیروهای مسلح داشت و همه به میدان آمدند.

روحانی با تاکید بر اینکه مبنای ما برای مقابله با کرونا از ابتدا مبتنی بر علم‌گرایی بود، گفت: هیچ زمان دنبال پندارگرایی و خرافات نبودیم. دولت و وزارت بهداشت همیشه برمبنای اصول علمی حرکت کرد و متخصصان ما به خوبی و روشنی اعلام کردند که حرف آنان با متخصصان دنیا و با آنچه که وزارت بهداشت جهانی می‌گفت، همسان بود بنابراین ما پندارگرایی نکردیم و با عمل‌گرایی حرکت کردیم.

وی با اشاره به توانمندی نیروی متخصص درمانی و امکانات و شرکت‌های دانش‌بنیان و تولیدی، گفت: ما در زمینه ماسک خیلی سریع توانستیم تهیه و تولید داشته باشیم و محصولات را به وفور و با قیمت مناسب در اختیار مردم قرار دهیم. در موارد شست و شو و بهداشتی، اکسیژن، ونتیلاتور، سی تی اسکن کار فوری شروع شد و همه امکانات تجهیز شد و امروز هم در شرایط نسبتا خوبی هستیم.

مسکن

تهران و خوزستان بیشترین قیمت مسکن را دارند

جغرافیای قیمت مسکن در ایران

فرصت امروز: قیمت مسکن تهران با مصر و ترکیه برابری می‌کند؛ متوسط قیمت خانه در کشور متری ۱۵,۲ میلیون تومان است؛ استان‌های تهران و خوزستان بیشترین قیمت مسکن را دارند و... اینها مهمترین صحبت‌های معاون وزیر راه و شهرسازی در نشست خبری روز گذشته بود. محمود محمودزاده در این نشست که در ساختمان دادمان وزارت راه و شهرسازی برگزار شد، قیمت مسکن تهران با مصر و ترکیه را برابر خواند و با اشاره به آماری که وزارتخانه راه و شهرسازی درخصوص قیمت مسکن در کل کشور استخراج کرده، گفت: متوسط قیمت مسکن در کل کشور متری ۱۵ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان است که استان‌های تهران و خوزستان بالاترین و کهگیلویه و بویراحمد کمترین قیمت‌ها را دارند.

وزارت راه و شهرسازی با این استدلال که اعلام قیمت مسکن صرفا در تهران می‌تواند در بازار دیگر شهرها التهاب ایجاد کند از تیرماه امسال انتشار آمار قیمت و معاملات تهران را متوقف و اعلام کرد که در آینده آمار کشوری را براساس جزییات شهرها و استان‌ها منتشر خواهد کرد، با این حال بانک مرکزی به ارائه گزارش‌های ماهیانه ادامه داد و در آبان ماه ۱۳۹۹ اعلام کرد که متوسط قیمت خانه در تهران به ۲۷میلیون و ۱۰۰ هزار تومان در هر متر مربع رسیده است. البته محمودزاده معتقد است که اگر آمار مناطق ۱ و ۳ را لحاظ نکنیم متوسط قیمت مسکن در تهران ۲۰ میلیون تومان است. او پیش از آن هم گفته بود که در ۲۵ استان متوسط قیمت مسکن کمتر از ۱۰ میلیون تومان در هر متر مربع است.

قیمت هر متر خانه در ۲۶ استان زیر ۱۰ میلیون تومان

به هر ترتیب محمودزاده در نشست خبری روز شنبه گفت که میانگین قیمت خرید و فروش هر متر مربع واحد مسکونی در کشور ۱۵ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان است. در این بین استان‌های تهران و خوزستان به ترتیب بالاترین قیمت را دارند که علت افزایش غیرمنطقی قیمت خانه در خوزستان، سرمایه‌گذاری خارجی است.

او ملاک تعیین متوسط قیمت مسکن توسط بانک مرکزی، وزارت راه و مرکز آمار ایران را ثبت کد رهگیری در دفاتر املاک دانست و گفت: در گذشته متوسط قیمت تهران در این گزارش‌ها استخراج می‌شد، اما بعد از مصوبه دولت در ستاد ملی کرونا مبنی بر لزوم همه معاملات مسکن در سامانه کد رهگیری این امکان به وجود آمد تا قیمت متوسط همه استان‌ها را داشته باشیم. مقایسه متوسط قیمت خانه در ایران و برخی شهرها در سایر کشورها، یکی دیگر از شقوق ساختار جدید است.

به گزارش ایسنا، معاون وزیر راه و شهرسازی با اعلام اینکه قصد داریم در انتشار آمار بازار مسکن به یک ادبیات مشترک برسیم، گفت: قیمت پایه شهر تهران که سابقا منتشر می‌شد اثر ذهنی تورمی را برای کل کشور ایجاد می‌کرد؛ در حالی که میانگین قیمت هر متر مربع مسکن در ۲۶ استان زیر ۱۰ میلیون تومان، ۹ استان زیر ۵ میلیون تومان، ۳ استان بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان و فقط تهران بالاتر از ۲۰ میلیون تومان است.

محمودزاده بالاترین رشد ارزش افزوده بخش مسکن را سال ۱۳۹۱ دانست و گفت: ارزش افزوده بخش مسکن در سال ۱۳۹۱ به عدد ۸ رسید که بالاترین میزان خود بود. در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ نیز شاهد رشد ارزش افزوده در بخش مسکن بوده‌ایم. بیشترین سرمایه‌گذاری در بخش مسکن ۴۲۰۰ میلیارد تومان بوده که سپس در سال‌های بعد این روند کند شد. البته در سال ۱۳۹۸ افزایش پیدا کرد. هم‌اکنون نیز با توجه به اقدامات انجام شده، شاهد افزایش سرمایه‌گذاری در بخش مسکن هستیم

معاون وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه بازدهی مسکن در سال ۱۳۹۶ بالغ بر ۱۵۹درصد بوده که بالاترین رقم را طی سال‌های اخیر داشته خاطرنشان کرد: در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ بخش مسکن به ترتیب از سود ۶۵ و ۶۰ درصد برخوردار بوده است.

وی سهم مسکن در هزینه خانوارهای شهری در سال ۱۳۹۸ را حدود ۳۶ درصد دانست که بالاترین میزان طی سال‌های گذشته بوده است.

محمودزاده خاطرنشان کرد: از حدود سال ۱۳۸۸ روند قیمت مسکن در شهر تهران از حدود ۱.۲ میلیون تومان به عدد ۲۷ میلیون تومان رسیده است. معاملات نیز در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ کاهش داشته که البته امسال خرید و فروش مسکن افزایش یافته است.

میانگین قیمت مسکن در تهران ۲۷.۸ میلیون تومان

وی متوسط قیمت مسکن شهر تهران در آبان ماه ۱۳۹۹ را بالغ بر ۲۷ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان دانست و گفت: در ماه گذشته قیمت مسکن در خوزستان ۲۳.۵ میلیون تومان، در استان فارس ۱۱.۴ میلیون، اصفهان ۱۱.۴ میلیون، زنجان ۱۰.۹ میلیون و استان مرکزی ۱۰.۲ میلیون تومان بوده است. همانطور که آمار توضیح می‌دهد بالاترین نرخ مسکن مربوط به استان‌های تهران و خوزستان است.

معاون وزیر راه و شهرسازی خبر داد: متوسط قیمت مسکن کشور در حال حاضر حدود ۱۵ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان است. در این رابطه فقط شهرهای تهران و اهواز عدد بالاتر از ۲۰ میلیون تومان داشته‌اند؛ از سوی دیگر در کهگیلویه و بویراحمد متوسط قیمت مسکن ۳.۲ میلیون تومان در هر متر مربع است که کمترین رقم در کشور محسوب می‌شود.

معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی از دلایل افزایش متوسط قیمت مسکن در خوزستان را ورود سرمایه‌های خارجی از کشورهای مختلف به این استان دانست و گفت: در منطقه یک و سه شهر تهران نیز میانگین قیمت بالاتر از ۵۰ میلیون تومان است که نشان می‌دهد قیمت در منطقه یک تقریبا ۵ برابر منطقه ۱۸ بوده است. اگر این مناطق را از آمار خارج کنیم، متوسط قیمت مسکن در پایتخت به حدود ۱۹ میلیون تومان می‌رسد.

وی با بیان اینکه بین قیمت مسکن در خوزستان با سایر استان‌های کشور فاصله جدی دیده می‌شود، تصریح کرد: باید بررسی کنیم که افزایش قیمت مسکن برای استان خوزستان چه پیامدهایی دارد و حوزه‌های سیاستی و پژوهشی چه اقداماتی باید در این خصوص انجام دهند.

محمودزاده درباره علت تفاوت جزئی آمار بانک مرکزی و وزارت راه و شهرسازی گفت: این موضوع به چگونگی ویرایش آمار و اطلاعات مربوط می‌شود. برآورد تحولات قیمت مسکن بر حسب دلار نشان می‌دهد بالاترین قیمت مسکن به دلار مربوط به سال ۱۳۸۷ با حدود ۲۲۴۴ دلار بوده است. در آبان ماه امسال قیمت دلاری مسکن ۱۰۲۴ دلار بوده که متاسفانه کاهش ارزش پول ملی باعث افزایش قیمت مسکن در کشور شده است.

محمودزاده اظهار کرد: قیمت مسکن در ایران تقریبا با ترکیه و مصر برابری می‌کند؛ در حالی که درآمد سرانه ایرانی‌ها بالاتر از مصر و لبنان و پایین‌تر از ترکیه است.

بانک نامه

معاون بانک مرکزی اعلام کرد

افزایش شاخص تولید در کارگاه‌های بزرگ صنعتی

براساس آخرین گزارش اداره آمارهای اقتصادی بانک مرکزی، شاخص تولید کارگاه‌های بزرگ صنعتی کشور در سه ماهه دوم نسبت به دوره مشابه سال قبل از رشد ۱۱.۹درصدی برخوردار شده است.

به گزارش بانک مرکزی، پیمان قربانی معاون اقتصادی این بانک با بیان اینکه نزدیک به ۷۰ درصد از ارزش افزوده بخش صنعت به کارگاه‌های بزرگ صنعتی (بالای ۱۰۰ نفر کارکن) اختصاص دارد، گفت: رشد ۱۱.۹درصدی تولید کارگاه‌های مزبور نویدبخش عملکرد مناسب رشد ارزش افزوده بخش صنعت در سه ماهه دوم امسال رقم می‌خورد که بر تقویت عملکرد رشد اقتصادی در تابستان امسال تاثیر خواهد داشت.

به گفته وی، رشد شاخص تولید کارگاه بزرگ صنعتی در سه ماهه دوم ۹۹ در کنار رشد سه ماهه نخست، موجب رشد ۶.۸ درصدی شاخص تولید در نیمه ابتدایی سال ۱۳۹۹ نسبت به تولید نیمه نخست سال ۱۳۹۸ شده است. علاوه بر این، بررسی عملکرد رشد شاخص مزبور بر حسب ۲۴ گروه اصلی (بر حسب کدهای ISIC دو رقمی) نسبت به مدت مشابه سال قبل، نشان می‌دهد که در سه ماهه دوم امسال از ۲۴ گروه، ۲۱ گروه از رشد مثبت برخوردار شدند و رشد سه گروه منفی بود.

معاون اقتصادی بانک مرکزی ضمن تاکید بر اینکه این در شرایطی است که در سه ماهه نخست امسال شاخص ۱۳ گروه و در سه ماهه دوم سال گذشته نیز شاخص تولید ۱۶ گروه با رشد منفی روبه‌رو بوده و تصریح کرد: این امر موید بهبود شرایط و وضعیت تولیدات صنعتی و روند روبه رشد انتشار آن در رشته‌های مختلف صنعتی در سه ماهه دوم امسال است.

وی افزود: با توجه به تداوم شیوع بیماری کرونا از ابتدای امسال، رشد قابل توجه شاخص تولید کارگاه‌های بزرگ صنعتی و همچنین گسترش آن در رشته فعالیت‌های مختلف صنعتی، حاکی از این است که تبعات اقتصادی منفی ناشی از شیوع این بیماری در حوزه فعالیت‌های صنعتی به نحو مناسبی کنترل شده و فعالیت‌های صنعتی از روند مطلوبی برخوردار شده است.

نماگرهای بانک مرکزی نشان می‌دهد از فصل پاییز ۹۷ تا فصل تابستان ۹۸ شاخص کارگاه‌های بزرگ صنعتی به ترتیب منفی ۱۱.۶ درصد، منفی ۱۷.۱ درصد، منفی ۴.۱ و منفی ۴.۲ درصد بود، اما در فصول پاییز و زمستان این شاخص به ترتیب به رشد مثبت ۶.۳ درصد و مثبت ۱۰.۵ درصد رسید.

قیمت دلار تغییری نکرد

افت ۱۰۰ هزار تومانی سکه

قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در روز شنبه با ۱۰۰ هزار تومان کاهش نسبت به پنجشنبه گذشته ۱۲ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان معامله شد. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز به قیمت ۱۱ میلیون و ۸۰۰ هزارتومان خریدوفروش شد. همچنین قیمت نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، ربع سکه به ۴ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی نیز به ۲ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان مبادله شد. در بازار طلا نیز هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۱۴۶ هزار تومان و هر مثقال طلا به بهای ۴میلیون و ۹۶۵ هزار تومان فروخته شد. انس جهانی طلا نیز با کاهش قیمت نسبت به آخرین ساعات کاری روز قبل به قیمت یک‌هزار و ۸۴۰ دلار رسید.

همچنین هر دلار در صرافی‌های بانکی ۲۶ هزار و ۷۰ تومان معامله شد که این رقم نسبت به پنجشنبه گذشته تغییری نداشت و ثابت ماند. نرخ فروش دلار در صرافی‌های بانکی ۲۶ هزار و ۷۰ تومان اعلام شد و قیمت فروش یورو نیز با افزایش ۵۰ تومانی نسبت به قیمت‌های پایانی روز پنجشنبه گذشته به ۳۱ هزار و ۶۰۰ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۵ هزار و ۷۰ تومان و قیمت خرید هر یورو نیز ۳۰ هزار و ۶۰۰ تومان اعلام شد.

چک‌های در دست اشخاص کارسازی می‌شود

اجرای تدریجی قانون جدید

بانک مرکزی تاکید کرد دسته‌چک‌های فعلی در دست مردم به روال سابق کارسازی شده و نیازمند ثبت در سامانه صیاد نیست و اجرای قانون جدید چک به صورت تدریجی خواهد بود.

به گزارش ایبنا، براساس اطلاعیه‌های بانک مرکزی مبنی بر اصلاح قانون صدور چک از روز شنبه مورخ بیست و دوم آذرماه ۱۳۹۹، تاکید می‌شود که صادرکنندگان و دریافت‌کنندگان چک‌های قبلی که با سازوکار قانونی گذشته چاپ شده، نگرانی بابت ارائه خدمات از سوی بانک‌های تحت نظارت بانک مرکزی نداشته باشند.

براساس پیگیری‌های صورت گرفته، اجرای قانون جدید چک به صورت گام به گام در حال اجراست و بر این اساس مردم بدون نگرانی، چک‌هایی را که در حال حاضر در دست دارند، استفاده نمایند و اطمینان داشته باشند که سیستم بانکی نیز به همان شکل و روال سابق آنها را کارسازی می‌کند و نیازمند ثبت در سامانه صیاد نیست.

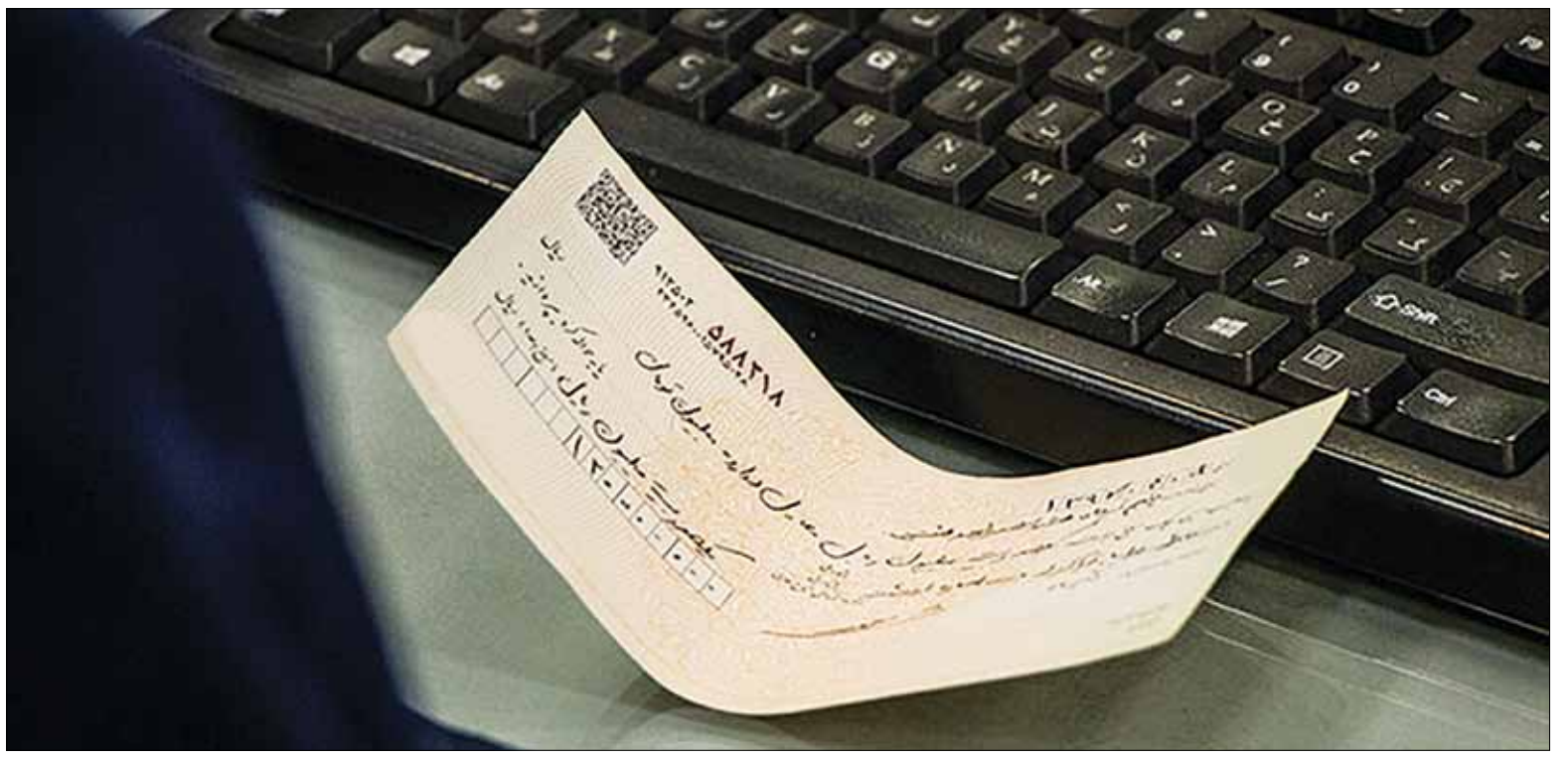
همچنین براساس این گزارش، یادآور می‌شود که از امروز (شنبه بیست و دوم آذرماه ۱۳۹۹)، صدور برگ چک‌های جدید در وجه حاملِ ممنوع بوده و لازم است تمام صادرکنندگان چک، چک‌های جدید را صرفاً در وجه گیرنده مشخص (شخص حقیقی/حقوقی) صادر کنند و گیرندگان چک نیز از پذیرش چک‌های مذکور در وجه حامل خودداری کنند.

از سویی، صادرکننده چک مجاز به صدور چک به تاریخ بعد از تاریخ اعتبار چک (تاریخ قیدشده در عبارت موصوف) نبوده و گیرندگان آن نیز ملزم به کنترل تاریخ‌های یادشده خواهند بود. بانک مرکزی و شبکه بانکی نیز به منظور اجرای قانون جدید صدور چک، دسته چک‌های جدید با مدت اعتبار حداکثر ۳ سال از زمان دریافت چک و با درج شناسه یکتا و با قابلیت ثبت در سامانه صیاد منتشر می‌کند.

تمام دارندگان دسته چک نیز موظفند پس از صدور چک، اطلاعات چک صادر شده را به همراه اطلاعات دریافت‌کننده آن (شامل شناسه‌ملی/کدملی ذی‌نفع، مبلغ و تاریخ سررسید) در «سامانه صیاد» ثبت کنند. بدین منظور صادرکننده چک می‌تواند از طریق درگاه‌های نوین بانک افتتاح‌کننده و نگهدارنده حساب جاری وی (شامل اینترنت بانک و همراه بانک) و یا برنامک‌های موبایلی فعال در حوزه پرداخت کشور به سامانه یادشده دسترسی داشته و نسبت به ثبت چک اقدام کند.

صدور چک‌های جدید بانکی از ۲۰ دی ماه آغاز می‌شود

شرایط صدور و وصول چک



فرصت امروز: قانون جدید صدور چک در حالی از ابتدای این هفته اجرا شد که به دلیل تغییرات گسترده در شرایط صدور و وصول چک و همچنین آسیب‌های اقتصادی ناشی از کرونا برای کسب و کارها، قرار شده اجرای آن مرحله‌ای و به صورت تدریجی باشد. در گام نخست، صدور چک در وجه حامل از روز شنبه ۲۲ آذرماه ممنوع شده و صادرکننده چک ملزم به ثبت اطلاعات چک در سامانه صیاد و دریافت‌کننده چک هم موظف به اخذ استعلام و تطبیق اطلاعات چک با اطلاعات درج شده در این سامانه است.

در ماده ۲۱ مکرر این قانون به عملیات صدور چک اشاره شده و صادرکننده چک را ملزم به تکمیل عملیات صدور چک با ثبت در سامانه صیاد می‌کند. زمانی که صادرکننده چک برگی را برای فردی صادر می‌کند ملزم هست همان اطلاعاتی را که روی برگه چک صادره نوشته است را در سامانه صیاد ثبت کند. برای دسترسی به سامانه صیاد دارنده دسته چک باید به بانک مربوطه مراجعه کند و بانک راه‌های دسترسی به سامانه صیاد را از طریق سامانه‌های نوین مانند بانکداری الکترونیک یا اپلیکیشن‌های پرداخت در اختیار مشتریان خود قرار می‌دهد.

تغییرات ده‌گانه قانون جدید صدور چک

با اجرای قانون جدید چک، ۱۰ تغییر بنیادی در صدور و وصول چک صورت می‌گیرد؛ نخستین تغییر، تبادل برگ کاغذی چک بین دو نفر است که این مرحله به معنای پایان عملیات نیست بلکه تا زمانی که اطلاعات برگ چک روی سامانه صیاد بانک مرکزی درج و ثبت نشود و بانک مرکزی گیرنده چک را تأیید نکند، برگ چک پاس نمی‌شود و حتی برگشت هم نمی‌خورد.

تغییر دوم در قانون جدید مربوط به زمان صدور چک است، در این مرحله علاوه بر اینکه در برگ چک اطلاعات گیرنده و اینکه چک بابت چه کار یا کالایی صادر شده است، باید نوشته شود، باید همین اطلاعات روی برگ چک از طریق اپلیکیشن تلفن همراه یا اینترنت بانک همان بانکی که در آن حساب جاری دارند و دسته چک را از آن گرفته‌اند، وارد شود تا مجوز صدور از طریق بانک مرکزی صادر شود.

سومین تغییر مربوط به سررسید چک‌ها است که زمان آن نباید بیش از سه سال باشد. تغییر بعدی این است که برای هر فرد یک سقف اعتباری در نظر گرفته می‌شود تا جمع چک‌هایی که صادر می‌شود از سقف اعتباری فرد صادرکننده چک بیشتر نشود. سقف اعتباری براساس مولفه‌هایی چون وضعیت معیشتی فرد صادرکننده چک، حقوق و مزایای دریافتی و اموال و دارایی‌های او تعیین خواهد شد. مثلا اگر سقف اعتباری فردی ۲ میلیارد تومان باشد و چکی به این مبلغ صادر کند دیگر اجازه صدور برگ چک جدید را تا زمان پاس شدن برگ نخست نخواهد داشت.

در قانون جدید چک همچنین اگر یک شخص دارای چک برگشتی باشد، در سامانه بانک عامل دیگر اجازه صدور برگ چک جدید به او داده نخواهد شد. از سوی دیگر اگر چک در سامانه بانک ثبت نشده باشد آن چک پاس نمی‌شود، به همین دلیل گیرنده چک باید وارد سامانه بانک موردنظر شود تا این سامانه تأیید کند که برگ چک رد و بدل شده است. تا قبل از اعمال قانون جدید، برای انتقال چک به فرد دیگری، با یک یا دو امضا، چک به فرد دیگری منتقل می‌شد اما در قانون جدید چنین امکانی وجود ندارد. در این مرحله اگر فرد بخواهد چک را به دیگری منتقل کند باید دوباره وارد سامانه بانک عامل شود و اطلاعات فرد گیرنده نهایی را در سامانه ثبت کند و در سامانه صیاد بانک مرکزی هم تایید شود تا چک پاس شود و برگشت نخورد. در آخرین تغییر قانون چک نیز برگ چکی که دارای مغایرت باشد در نظام بانکی هیچ اعتباری نخواهد داشت و چک تلقی نمی‌شود.

چک‌های قدیمی و فعلی نیاز به ثبت در صیاد ندارند

در همین حال، روز گذشته نشست خبری در بانک مرکزی برای تشریح قانون جدید چک و همچنین وضعیت چک‌های برگشتی برگزار شد. داود محمد بیگی، مدیر اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی در این نشست در مورد ویژگی‌های قانون جدید چک گفت: در قانون جدید سامانه و سیستم‌های جدیدی برای ثبت اطلاعات چک دیده شده است. همچنین روی تعاملات بین دستگاهی، از جمله تعاملات بین بانک مرکزی و قوه قضائیه برای رسیدگی به شکایات تاکید بیشتر شده است، از سوی دیگر محدودیت برای دارندگان چک برگشتی سخت‌گیرانه‌تر شده است.

او با اشاره به سامانه صیاد ادامه داد: در آینده ثبت اطلاعات چک در سامانه صیاد اجباری خواهد شد. برای این منظور صادرکننده چک باید با مراجعه به اپلیکیشن‌ها بارکد چک را اسکن کند و با وارد کردن اطلاعات بانکی، احراز هویت شود سپس مبلغ، تاریخ و اطلاعات گیرنده را وارد کند. دریافت‌کننده نیز باید بارکد را اسکن کند و با شماره کارت احراز هویت شود. سپس می‌تواند اطلاعات چک را مشاهده کند و حتی می‌تواند چک را به شخص دیگر انتقال دهد.

به گفته محمدبیگی، چک‌های قدیمی که در حال حاضر در گردش هستند، چه صادر شده باشند چه نشده باشند، مشمول این قانون نمی‌شوند. چک‌های جدید از ۲۰ دی ماه از سوی بانک‌ها با مردم ارائه می‌شود و حتی پس از آن هم الزامی در ثبت در سامانه صیاد نیست، زیرا این موضوع نیاز به فرهنگ‌سازی دارد.

وی در پاسخ به این سوال که آیا در سطح اطلاعات چک در سامانه صیاد برای افرادی که به اینترنت دسترسی ندارند راه‌حل دیگری دیده شده یا نه، گفت: دو کانال دیگر به غیر از اپلیکیشن برای افراد دیده شده است. کانال اول کانال شعبه بانک است که چندان بهینه نیست، زیرا ما ترجیح می‌دهیم فرد حضوری به بانک مراجعه نکند کانال دیگر که در حال فراهم آوردن زیرساخت‌های آن با سازمان فناوری هستیم پیامک است در واقع افراد می‌توانند با ارسال پیامک به یک سرشماره خاص اطلاعات چک را وارد یا دریافت کنند. از سوی دیگر از بانک‌ها درخواست کردیم تلفن بانک‌های خود را برای این منظور فعال کنند. البته مشتریان باید توجه کنند که ثبت در سامانه صیاد پشت‌نویسی چک را بی‌نیاز می‌کند. در پشت‌نویسی چک حتما باید شماره ملی و نام و نام خانوادگی ثبت شود اما در سامانه صیاد نیاز به چنین کاری نیست.

وضعیت چک‌های برگشتی در قانون جدید چک

در ادامه این نشست، محبوب صادقی مدیر اداره اطلاعات بانکی بانک مرکزی نیز در مورد وضعیت چک‌های برگشتی در قانون جدید گفت: چنانچه چک برگشت بخورد روی گواهینامه عدم پرداخت ثبت می‌شود. همچنین قضات می‌توانند کد رهگیری چک برگشتی را استعلام کنند، از سوی دیگر بانک مرکزی برای همه بانک‌ها دسترسی ایجاد کرده و اطلاعات افراد ورشکسته در سامانه‌ای ثبت می‌شود. بر این اساس هر فردی که چک برگشتی داشته باشد نمی‌تواند تسهیلات بگیرد البته این موضوع ممکن است برای برخی شرکت‌ها اخلال ایجاد کند که برای این منظور آیین‌نامه‌ای در هیأت وزیران مصوب شده و شرکت‌ها می‌توانند در شورای تامین مصوبه دریافت کرده و تسهیلات و ضمانت‌نامه دریافت کنند.

او با تاکید بر اینکه همه حساب‌ها و کارت‌های فردی که چک برگشتی داشته مسدود می‌شوند، گفت: همچنین این امکان فراهم شده زمانی که چک برگشت خورد از سایر حساب‌ها و کارت‌های فرد مبلغ موردنظر برداشت می‌شود. طبق آخرین آمار میزان چک‌های برگشتی در مهرماه سال جاری حدود ۷۰۰ تا ۸۰۰ هزار چک بوده که نسبت به چک‌های وصولی کاهش داشته است.

همچنین حسین معصومی، رئیس گروه بررسی و تطبیق مقررات اداره مطالعات و مقررات بانکی در این نشست با اشاره به رعایت سقف اعتبار چک گفت: دسته چک‌هایی که قرار است از بیستم دی‌ماه در اختیار مشتریان قرار بگیرند حداکثر تا سه سال اعتبار دارند و گیرنده چک باید اطمینان حاصل کند که این موضوع رعایت شده است. در واقع گیرنده چک می‌تواند از طریق استعلام پیامکی از وضعیت صادرکننده چک مطلع شود. او با بیان اینکه چک در وجه حامل نمی‌تواند صادر شود، اظهار کرد: همچنین چک باید کد رهگیری داشته باشد.

پیش‌بینی بانک مرکزی از تعدیل روند انتظارات تورمی

چشم‌انداز تورم کاهشی است

بانک مرکزی با توجه به کاهش نوسان در بازارهای ارز، خودرو و مسکن پیش‌بینی کرد که در ماه‌های آینده، روند انتظارات تورمی تعدیل شود.

بانک مرکزی در گزارش تحولات اقتصاد کلان یادآور شده است، در ادامه آثار و تبعات افت درآمدهای ارزی و انتظارات تورمی ایجادشده از محل نحوه تامین مالی کسری بودجه دولت، نرخ تورم ماهانه که از اردیبهشت‌ماه سال جاری روندی فزاینده در پیش گرفته بود، در آبان‌ماه نیز تداوم یافت؛ در این ماه گروه «خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها» نقش غالب را در تورم ماهانه داشته است.

همچنین در این گزارش آمده است، با این حال، باتوجه به عواملی نظیر توقف رشد فزاینده پول، کاهش نسبی التهابات در بازار ارز، افت قابل توجه قیمت خودرو، کاهش سرعت رشد قیمت مسکن در آبان ماه و همچنین بهبود رشد شاخص تولید صنعتی در آبان ماه نسبت به مهرماه، انتظار می‌رود روند انتظارات تورمی تعدیل یابد. امید است در صورت استمرار چنین شرایطی طی ماه‌های پیش رو، تورم ماهانه ارقام کمتری را تجربه کند.

تزریق نقدینگی در بازار بین‌بانکی در قالب عملیات بازار باز (توافق بازخرید و خرید قطعی اوراق) و همچنین استفاده بانک‌ها از اعتبارگیری قاعده‌مند باعث معکوس شدن روند نرخ سود در بازار بین‌بانکی شد؛ به گونه‌ای که این نرخ از بیش از ۲۳ درصد در پایان هفته اول آبان ماه، در اواخر این ماه به محدوده دالان نرخ سود بازگشت و در ادامه در آذرماه کاهش بیشتری را تجربه کرد.

امید است با افزایش سهم اوراق بدهی دولتی در ترازنامه بانک‌های دارای کمبود نقدینگی و گسترش استفاده از ابزارهای تمهید شده، انضباط بیشتری در رابطه شبکه بانکی با بانک مرکزی حاکم شود. در این چارچوب، بانک مرکزی به تمام بانک‌ها و موسسات اعتباری توصیه می‌کند، بخشی از سبد دارایی خود را به اوراق بدهی دولتی اختصاص دهند تا در شرایط کمبود نقدینگی از آن به عنوان وثیقه دریافت اعتبار از بانک مرکزی استفاده کنند.

نرخ بازدهی اوراق بدهی دولتی در کلیه سررسیدها در آبان‌ماه روند صعودی داشته است؛ به‌طوری‌که نرخ بازده اسناد خزانه اسلامی با سررسیدهای یک و دو ساله به ترتیب از ۱۸.۴ و ۱۹.۶ درصد در مهرماه به ۱۸.۹۵ و ۲۰.۸ درصد در آبان‌ماه افزایش یافت. لیکن متعاقب کاهش نرخ سود در بازار بین بانکی، نرخ بازدهی اسناد خزانه نیز در آذرماه کاهشی شد.

هم‌جهت با رشد متغیرهای عمده پولی در چند ماه گذشته، براساس ارقام مقدماتی، رشد نقدینگی و پایه پولی در هشت‌ماهه سال ۱۳۹۹ به ترتیب به ۲۲.۷ و ۱۲.۸ درصد رسید که نسبت به رشد این دو متغیر در دوره مشابه سال قبل (۱۷.۷و ۱۶.۵درصد) به ترتیب ۵.۰ واحد درصد افزایش و ۳.۷ واحد درصد کاهش نشان می‌دهد. همچنین رشد ۱۲ماهه نقدینگی، حجم پول و پایه پولی در پایان آبان‌ماه ۱۳۹۹ به ترتیب معادل ۳۷.۱، ۷۹.۳ و ۲۸.۶ درصد بوده است.

در ادامه این گزارش به ۴ اقدام بانک مرکزی اشاره شده و آمده است:

۱- با توجه به اینکه خروج نرخ سود بازار بین بانکی از دالان هدف‌گذاری شده در این ماه موقتی ارزیابی شده بود، اقدامی در جهت بازبینی در کف و سقف دالان مزبور صورت نپذیرفت. همچنین به منظور هدایت نرخ سود در دالان سیاستی تعیین شده، انجام عملیات بازار باز به ارزش ۷۴.۰ هزار میلیارد ریال در قالب توافق بازخرید با سررسید ۱۴ روزه و به ارزش ۱۱۱.۵ هزار میلیارد ریال به صورت خرید قطعی (خالص تزریق از طریق عملیات بازار باز در پایان آبانماه ۱۷۵.۷ هزار میلیارد ریال است.) و استفاده بانک‌ها از اعتبارگیری قاعده‌مند برای رفع کمبود نقدینگی اضطراری در ۱۰ نوبت به ارزش ۹۷.۲ هزار میلیارد ریال در قالب توافق بازخرید (مانده اعتبارگیری قاعده‌مند در پایان آبانماه ۱۲.۴ هزار میلیارد ریال است.) انجام شده است.

۲- تصویب و در دستور کار قرار گرفتن سیاست احتیاطی کنترل رشد ترازنامه شبکه بانکی با تاکید بر کنترل رشد سایر دارایی‌ها و دارایی‌های خارجی و مستثنی شدن اقلام وجه نقد، سپرده‌ها نزد بانک مرکزی، اوراق بدهی دولتی، تعهدات مشتریان بابت گواهی اعتبار مولد و اعتبارات پیشران زنجیره تولید از سیاست مذکور لازم به ذکر است این سیاست به عنوان سیاست مکمل مدیریت نرخ سود برای سالم‌سازی و جلوگیری از انباشت ریسک در ترازنامه بانک‌ها اتخاذ شده است.

۳- تامین ارز واردات موردنیاز اقتصاد به میزان ۲۲ میلیارد دلار در هشت‌ماهه نخست امسال که از این میزان ۶.۷ میلیارد دلار آن مربوط به کالاهای اساسی، دارو و تجهیزات پزشکی بوده است.

۴- تاکید بر اتخاذ تمهیدات لازم از سوی شبکه بانکی به‌منظور جلوگیری از سوءاستفاده از زیرساخت‌های بانکی برای اهداف پولشویی و معاملات مخرب در بازارها از طریق تعبیه سیستم‌ها و سازوکارهای موردنیاز با هدف جلوگیری از نوسانات و ثبات‌بخشی به بازار ارز.

بورس هفته پایانی آذرماه را با چراغ سبز آغاز کرد

رشد دسته‌جمعی شاخص‌ها

فرصت امروز: شاخص بورس تهران در نخستین روز هفته و برخلاف روزهای پایانی هفته گذشته صعودی بود و بیش از ۲۱ هزار واحد رشد کرد. در این روز بیش از ۱۵میلیارد و ۷۱۴ میلیون برگه سهم دست به دست شد و خودرویی‌ها در صدر معاملات قرار داشتند. شاخص کل بورس در بیست و دومین روز آذرماه ۲۱ هزار و ۲۳۴ واحد رشد کرد و در ارتفاع یک میلیون و ۵۲۷ هزار واحد ایستاد. شاخص قیمت هم وزن نیز با افزایش ۴۱۲۰ واحدی در سطح ۲۹۹ هزار و ۴۰۳ واحدی آرام گرفت. همچنین شاخص بازار اول با افزایش ۱۸ هزار و ۸۲۶ واحدی در کانال یک میلیون و ۱۳۱ هزار واحدی قرار گرفت و شاخص بازار دوم با افزایش ۳۱ هزار و ۳۲۶ واحدی، عدد ۳ میلیون و ۴ هزار واحدی را نمایش داد.

گروه خودرو با حدود ۲۵ هزار و ۶۶۰ میلیارد ریال بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن گروه فلزات اساسی و بانک‌ها به ترتیب رتبه دوم و سوم را در گروه‌های صنعت به خود اختصاص دادند. نمادهای معاملاتی شستا، خودرو، وتجارت، فملی، خساپا و شپنا نیز به عنوان پرتراکنش‌ترین نمادهای بازار معرفی شدند. در معاملات روز شنبه بیش از ۱۵ میلیارد و ۷۱۴ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۶۶ هزار و ۴۱۶ میلیارد ریال داد و ستد شد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس نزدیک به ۳۳۳ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۹ هزار و ۷۶۴ واحد ثابت ماند. در این بازار ۳ میلیارد و ۹۱۸ هزار برگه سهم به ارزش ۷۱ هزار و ۴۸ میلیارد ریال داد و ستد شد.

پیشروی معاملات بورس به سمت تعادل

هفته سوم آذرماه در بورس تهران با بازدهی بیش از ۲درصدی همراه بود و پس از آنکه شاخص بورس در سه روز پایانی هفته گذشته قرمزپوش بود در اولین روز هفته جاری به مدار مثبت رسید. بعد از توقف روند نزولی شاخص بورس در محدوده‌های کانال یک میلیون و ۳۰۰ هزار واحد و بازگشت دوباره شاخص بورس به مدار صعودی، اغلب کارشناسان کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد را مقاومتی جدی برای روند صعودی شاخص دانستند و گفتند که بازار ممکن است برای مدتی در این محدوده وارد فاز استراحت شود. در نخستین روزهای هفته گذشته بود که شاخص بورس بدون هیچ‌گونه مقاومتی کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد را شکست اما ساعاتی بعد از عبور از این کانال، رشد بازار از تب و تاب افتاد و شدت عرضه در این بازار افزایش پیدا کرد. در کنار نوسان شاخص بورس به دلیل مقاومت بر روی کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد، انتشار برخی از شایعات در فضای مجازی باعث شد تا سهامداران با تصمیم‌های هیجانی میزان عرضه در بازار را افزایش دهند و باعث کاهش شتاب در روند صعودی شاخص بورس شوند.

با وجود شایعه و افزایش عرضه در بازار برخی از سهامداران با خریدهای خود در بازار مانع از شتاب در روند نزولی شاخص بورس شدند و حالا قرار گرفتن ارزش معاملات در رقم‌های بین ۱۵ تا ۲۰ هزار میلیارد تومان می‌تواند نشانه مثبتی از معاملات بازار و بازگشت اعتماد دوباره سهامداران برای ورود نقدینگی آنها به این بازار باشد.

نکته قابل توجه در معاملات هفته گذشته، برتری شاخص هم وزن نسبت به شاخص کل بود که این موضوع نشان می‌دهد برخلاف چند ماه گذشته که سهام گروه‌های بزرگ به دلیل استقبال سهامداران در مدار صعودی قرار داشت، اکنون وارد مرحله استراحت شده‌اند و سهام گروه کوچک با خودنمایی در حال جبران عقب‌ماندگی خود در بازار هستند. با توجه به ثبات شاخص بورس بر روی کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد، اکنون گمانه‌زنی‌هایی بین سهامداران در زمینه عبور شاخص بورس از این کانال و امکان دستیابی کانال یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد در این هفته ایجاد شده است.

تاثیر مثبت بودجه سال ۱۴۰۰ بر بازار سرمایه

در این زمینه یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است: موضوع لایحه بودجه در سال ۱۴۰۰ از جمله بحث‌هایی است که این روزها تاثیر نسبی را بر بدنه بازار سرمایه داشته است زیرا در بودجه سال آینده بخشی از منابع قرار است از طریق بورس تامین شود.

امیرعلی امیرباقری به روند معاملات بورس در هفته گذشته اشاره کرد و به ایرنا گفت: در هفته‌ای که گذشت معاملات بازار سهام به سمت تعادل نسبی پیش رفت که به دلیل مطابقت تعادل ایجاد شده با واقعیات روز اقتصاد کشور به مرور شاهد خروج هیجان از کلیت بازار سرمایه خواهیم بود.

وی با بیان اینکه نکته‌ای که باید مورد توجه قرار گیرد روندهایی است که گاهی در بازار شکل می‌گیرد، گفت: این روندها کوتاه مدت هستند و نباید در انتظار روند قوی در میان‌مدت و بلندمدت برای بازار باشیم، بازار باید به یک کف کانالی دست یابد تا در آن زمان بتواند حرکت اصلی خود را آغاز کند.

او به انتشار اسناد خزانه و تامین مالی مستقیم از بدنه بازار سرمایه اشاره کرد و گفت: برای محقق شدن این امر باید نرخ بهره در مقایسه با نرخ تورم و نرخ بازدهی مورد انتظار در بازار سرمایه نرخی جذاب باشد تا بتواند نقدینگی را به سمت خود جذب کند.

وی با بیان اینکه بالا بودن این نرخ باعث ایجاد فشار بر بدنه بازار سرمایه می‌شود و کار دولت را برای تامین مالی از طریق فروش سهام بر بدنه بازار سرمایه سخت می‌کند، افزود: دولت باید یک نرخ میانگینی را برای خود در نظر بگیرد که این نرخ میانگین نباید باعث خروج سرمایه از بازار سهام و سرازیر شدن آن به سمت اوراق شود. از طرف دیگر این نرخ نباید آنقدر غیرجذاب باشد که اوراق روی میز باقی بماند و همه نقدینگی وارد شده در بازار به سمت سهام پیش برود، روند ایجادشده بین بازده اوراق اسناد خزانه، اوراق مشارکت و نرخ بازده بازار سهام می‌تواند مسیر بازار سرمایه را برای سال آینده مشخص کند.

به اعتقاد امیرباقری، اکنون انتظار تحلیلگران این است که دولت به نرخ میانگین و معقول از نرخ بازده بازار و نرخ اوراق بدون ریسک رضایت دهد تا از این طریق فشاری بر بدنه بازار سرمایه ایجاد نشود و بتواند تامین مالی مستقیم از طریق انتشار اوراق داشته باشد.

تحلیل در همه بازارها هر روز سخت‌تر می‌شود

او به موضوع بازار ارز و سخنان رئیس جمهور در مورد تقویت ارزش پول ملی اشاره کرد و گفت: ایران کشوری صادرات‌محور است و شرکت‌های بزرگ بورسی جزو شرکت‌های دلاری‌محور هستند بنابراین تا حدودی تضعیف ارزش دلار منجر به کاهش ارزش این شرکت‌ها و ایجاد فشار بر بدنه بازار سرمایه خواهد شد.

امیرباقری با بیان اینکه سرمایه‌گذاران باید این نکته را در نظر داشته باشند که دلار و بازار سرمایه رشدی را تجربه کردند که تا حدودی از این روند صعودی پرشتاب در بازار سرمایه و دلار جبران شده است، افزود: این احتمال وجود دارد که نرخ دلار در بازار ارز به دلیل ایجاد هیجان فروش به قیمت‌های کمتر سوق پیدا کند که به دنبال آن کاهش قیمت ایجادشده بر معاملات بازار سهام تاثیرگذار خواهد بود.

این کارشناس بازار سرمایه گفت: با توجه به انتشار گزارش‌های نسبی از بازار ارز باید این موضوع را مدنظر قرار داد که بانک مرکزی در بازار به عنوان وزنه تعادلی حاضر است و شنیده می‌شود تا حدودی مانع از کاهش قیمت‌های غیرمنطقی در بازار خواهد شد.

وی با اشاره به اینکه این ایستادگی به معنای وجود سدی در برابر کاهش قیمت و هدایت روند فرسایشی و نزولی با زاویه کم است، ادامه داد: این روند فرسایشی علاوه بر گرفتن فرصت نوسان‌گیری از افراد به مرور زمان موجب تقویت ارزش پول ملی و عدم ورود فشار سنگین بر بدنه بازار خواهد شد که وجود این فشار می‌توانست باعث خروج پول از بازار سرمایه شود. سودآوری و تحلیل در کلیه بازارها روز به روز سخت‌تر می‌شود و تا زمان وجود تورم در کشور خرید همه کالاها با افزایش قیمت مواجه می‌شوند.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اینکه این افزایش قیمت به معنای افزایش قدرت خرید نیست بلکه به معنای کاهش ارزش پول ملی است، گفت: به مرور با احیای قدرت پول ملی بازارها تحلیل محور می‌شوند، سرمایه‌گذاری در آن بازارها نیازمند تحلیلگران می‌شود و سرمایه‌گذاران در کلیه بازارها باید با دقت مضاعف اقدام به سرمایه‌گذاری کنند تا سرمایه‌های خود را به خطر نیندازند.

معاون بازار بورس اوراق بهادار تهران خبر داد

رصد بازار سرمایه کشور از ۲۸ مسیر نظارتی

معاون بازار شرکت بورس اوراق بهادار تهران با اشاره به اینکه ۲۸ ردیف نظارتی در بورس تهران تعبیه شده است، گفت تاکنون بیش از ۶۲۹ مورد رسیدگی داشته‌ایم همچنین ۹۳۰ مورد تذکر شفاهی به کارگزاران و سهامداران عمده داده شده است.

به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه ایران، «محمود گودرزی» با اشاره به اقدامات ناظر بازار سرمایه که برای ایجاد بازاری شفاف و سالم برگزار شد، گفت: همه ساز و کارها و رویه‌های نظارت بر بازار سرمایه و کشف تخلفات و دستکاری‌های احتمالی در دل این بازار تعبیه شده و باید اجازه داد سازمان بورس و ارکان کار خود را در این خصوص انجام دهند.

وی افزود: غیر از قانون بازار اوراق بهادار و اساسنامه بورس تهران، ده‌ها دستورالعمل نظارتی از جمله آیین‌نامه معاملاتی بورس تهران، دستورالعمل انضباطی کارگزاران، دستورالعمل مقابله با پولشویی، دستورالعمل بازارگردانی و افشای اطلاعات ناشرین برای بازار سرمایه پیش‌بینی شده است تا کنترل‌ها شکل دقیق‌تری به خود گیرد و نیاز به ورود نهادهای غیرمرتبط به موضوع نباشد. معاون بازار شرکت بورس اوراق بهادار تهران گفت: در این بازار فرض بر این است که رانت اطلاعاتی وجود ندارد و همه اطلاعات مالی و گزارش‌های منتشر شده در مورد یک سهم در بازار منعکس می‌شود و به سرعت نیز اثر خود را بر قیمت‌ها اعمال می‌کند.

وی با اشاره به اینکه در این بازار باید همه اطلاعات درخصوص ناشران در دسترس باشد، افزود: اکنون سامانه کدال این کارکرد را در بازار سرمایه کشور دارد، ضمن اینکه در بازار کارا و شفاف، اطلاعات باید صحیح و قابل اعتماد نیز باشد.

گودرزی در ادامه این گفت و گو در پاسخ به این سوال که چرا گاهی ناظر بازار با وجود اینکه به نظر می‌رسد عرضه و تقاضا به شکل عادی در جریان است بخشی از معاملات را ابطال می‌کند، گفت: گاهی آنچه دیده می‌شود تنها یک روکش است و طبیعی است که براساس آن نمی‌توان قضاوت کرد، چراکه ممکن است دستکاری‌هایی از سوی یکی دو نفر خاص صورت گرفته و لازم باشد ناظر بازار به مسئله ورود کند.

معاون بازار بورس اوراق بهادار تهران افزود: در صورتی که خبر محرمانه‌ای در بازار درز کرده باشد یا جمع معاملات غیرعادی باشد ناظر به آن رسیدگی خواهد کرد، البته گاهی نیاز است که امکان دسترسی به سامانه‌های خارج از بازار نیز فراهم باشد تا نظارت در شکل دقیق‌تر خود انجام شود.

میزان سپرده‌های بانکی و وام‌ها افزایش یافت

میزان سپرده‌ها و تسهیلات بانکی تا پایان شهریور امسال نسبت به سال گذشته معادل ۳۶ و ۳۵.۲ درصد افزایش یافته است.

به گزارش ایسنا، براساس گزارش بانک مرکزی از وضعیت کل مانده سپرده‌ها و تسهیلات ریالی و ارزی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری به تفکیک استان در پایان شهریور سال جاری، مانده کل سپرده‌ها به رقم ۳۱۹۵ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان رسیده است که نسبت به مقطع مشابه سال قبل و پایان سال گذشته معادل ۳۶ و ۱۷.۶ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

همچنین، بالاترین مبلغ سپرده‌ها مربوط به استان تهران با مانده ۱۷۲۷ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان و کمترین مبلغ مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد معادل ۷۸۰۰ میلیارد تومان است.

علاوه بر این، مانده کل تسهیلات در این زمان ۲۲۷۵ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان است که نسبت به مقطع مشابه سال قبل و پایان سال گذشته معادل ۳۵.۲ و ۱۷.۶درصد افزایش داشته است.

طبق این گزارش، بیشترین مبلغ تسهیلات نیز مربوط به استان تهران با مانده ۱۴۴۷ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان و کمترین مبلغ مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد معادل ۸۰۰۰ میلیارد تومان است.

نسبت تسهیلات به سپرده‌ها بعد از کسر سپرده قانونی ۷۸.۵ درصد است که نسبت به مقطع مشابه سال قبل و پایان سال قبل، به ترتیب ۱.۳ و ۰.۹ واحد درصد کاهش را نشان می‌دهد که نسبت مذکور در استان تهران ۹۱.۵ درصد و استان کهگیلویه و بویراحمد ۱۱۳.۶درصد است.

در این گزارش، یکی از علل مهم بالابودن رقم تسهیلات و سپرده‌ها در استان تهران استقرار دفاتر مرکزی بسیاری از شرکت‌ها و مؤسسات تولیدی سایر استان‌ها در استان تهران بیان شده و عمده فعالیت‌های بانکی آنها از طریق شعب بانک‌ها و مؤسسات اعتباری استان تهران انجام می‌شود.

نماگر بازار سهام

کسری بودجه چگونه به افزایش تورم دامن می‌زند؟

تکانه کسری بودجه بر تورم

کسری بودجه از معضلات اصلی اقتصاد ایران در شرایط تحریم است. کاهش درآمدهای دولت و افزایش سالانه هزینه‌ها عملا دست به راه‌هایی را برای جبران کسری بودجه عملی کرده که خود به افزایش نرخ تورم می‌شوند.

به گزارش خبرآنلاین، کسری بودجه همواره یکی از مباحث داغ میان اقتصاددانان و مسئولان دولتی است. کسری بودجه زمانی رخ می‌دهد که دولت منابع کافی برای هزینه‌های خود نداشته باشد، اما حاضر نشود از هزینه‌های خود بکاهد. درواقع منفی شدن تراز درآمدها و هزینه‌ها در طول اجرای یک سال قانون بودجه را کسری بودجه می‌گویند.

دولت در طول سال اجرای بودجه همواره تلاش می‌کند تا به اندازه‌ای که منابع وصول می‌شوند هزینه کند. طبعا هر قدر هم منابع وصول نشوند ممکن است از مصارف خود کم کند. مثلا سالانه به دلیل عدم تحقق منابع بخشی از بودجه عمرانی اختصاص نمی‌یابد، اما بخشی از هزینه‌ها که یا واقعا ضروری هستند یا دولت تمایل دارد که پرداخت عملا اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌شوند. این مواقع اگر منابع به اندازه کافی وصول نشود دولت از هیچ تلاشی برای تامین منابع برای این مخارج دریغ نمی‌کند. به بیان دیگر مسئله اصلی این است که در بودجه سال‌های اخیر هزینه‌های اجتناب‌ناپذیر در مقابل منابع غیرقابل تحقق قرار می‌گیرند.

یکی از راهکارهای دولت برای جبران کسری بودجه استقراض مستقیم از بانک مرکزی است و این کار را به اصطلاح چاپ پول می‌گویند. این روش به افزایش پایه پولی و نقدینگی می‌انجامد و در عمل تورم به همراه می‌آورد. روش دیگر استفاده از منابع صندوق توسعه ملی است. با این همه منابع صندوق توسعه ملی باید صرف توسعه زیرساخت اقتصادی برای کشور شود و نه مخارج جاری. از سوی دیگر و با توجه به تحریم اقتصاد ایران احتمالا ارزهای صندوق توسعه در حساب‌های بلوکه شده قرار دارند. به همین دلیل وقتی دولت آنها را به بانک مرکزی فروخته و معادل آن ریال دریافت می‌کند بانک مرکزی نمی‌تواند آن ارز را به مردم و واردکنندگان بفروشد و معادل ریالی که به دولت داده را از اقتصاد جمع کند. به این ترتیب عملا استقراض از صندوق توسعه ملی مشابه استقراض از بانک مرکزی عمل می‌کند و پایه پولی و نقدینگی را همراه با تورم افزایش می‌دهد.

از سوی دیگر گاهی دولت برای تامین مخارج خود به بانک‌های تحت نفوذ خود فشار می‌آورد که پول خرج‌های دولت را بدهند. مثلا به بانک کشاورزی فشار می‌آورد تا هزینه خرید گندم تضمینی را متقبل شود. در این روش نیز بانک‌ها برای پوشش کسری بودجه خود از بانک مرکزی استقراض می‌کنند. درواقع به جای استقراض مستقیم دولت از بانک مرکزی، دولت با واسطه بانک‌ها از بانک مرکزی استقراض می‌کند. اثر این کار رشد پایه پولی و نقدینگی و درنتیجه تورم خواهد بود. ضمن اینکه این امر سبب می‌شود که این بانک‌ها در تامین مالی بخش غیردولتی هم دچار مشکل شوند. به بیان دیگر در هر سه روش فوق عملا کسری بودجه دولت منجر به آثار تورمی خواهد شود.

به عبارت دیگر گرچه دولت یا مجلس با انگیزه خیر و در حالی که منابع کافی ندارند، هزینه‌هایی را در بودجه در نظر می‌گیرند اما در عمل تورم بیشتری را در سال‌های بعد به مردم تحمیل می‌کنند. نهایتا دولت با انگیزه‌های قابل دفاع عملی را انجام می‌دهد که به زیان اقشار مختلف جامعه به ویژه فرودستان و طبقه کارگر منجر می‌شود.

براساس بررسی‌های صورت گرفته می‌توان گفت به ازای هر ۱۰ هزار میلیارد تومان کسری بودجه ۲درصد نرخ تورم افزایش پیدا می‌کند. یعنی اگر براساس روندهای کلی اقتصاد بنا بر این بود که بدون کسری بودجه، تورم سال آینده ۲۰ درصد باشد با کسری بودجه ۴۰ هزار میلیارد تومانی نرخ تورم به حدود ۳۰ درصد می‌رسد.

در سال گذشته بنابر آمارها نرخ کسری بودجه حداقل ۱۳۱ هزار میلیارد تومان بوده است و این امر به معنای اثر ۲۶درصدی آن بر نرخ تورم سال جاری است. به همین دلیل هم بسیاری که انتظار کاهش نرخ تورم را برای امسال داشتند ناگهان با افزایش این نرخ در تابستان مواجه شدند.

از سوی دیگر باید توجه داشت که وقتی به میانگین در جامعه نرخ تورم ۲۳ درصد باشد اقشار فقیر تورم را بیش از ثروتمندان حس خواهند کرد و نرخ تورمی بالاتری را تجربه می‌کنند. درنتیجه نرخ تورم هرچه بالاتر رود در واقع فاصله طبقاتی در کشور را افزایش داده است. به همین دلیل است که آمارهای اخیر مرکز آمار از افزایش ضریب جینی در تهران خبر می‌دهد.

دولت در سال‌های اخیر پس از مصوب کردن لایحه موردنظر خود در مجلس بودجه را در شورای هماهنگی سران سه قوه با اصلاحات اساسی مواجه کرده به طوری که هم در سال گذشته و هم امسال مجوزهایی از سران قوا گرفته تا بتواند عدم تحقق منابع خود را پوشش دهد. این مجوزها شامل انتشار بیشتر اوراق، برداشت از صندوق توسعه ملی، برداشت از حساب ذخیره ارزی و... بوده است. این میان عملا تمام جلسات و مباحث مربوط به بررسی و تصویب لایحه در مجلس به گونه‌ای تشریفاتی شده که به معنای تصمیم‌گیری واقعی در مورد بودجه کشور نبوده است و مجلس نیز در عمل با تصویب این لوایح زمینه را برای حذف کردن خود از بازی تصویب بودجه سپردن آن به شورای سران قوا فراهم کرده است. در عمل نیز کسری بودجه از محل برداشت از صندوق توسعه ملی و استقراض مستقیم و غیرمستقیم دولت از بانک مرکزی پوشش داده شده است. این امر به گونه‌ای بوده که بخش مهمی از تورم دو سال گذشته ریشه در روش جبران کسری بودجه دولت داشته است.

اخبار

افت ۱۰ هزار تومانی نرخ گوشت در بازار

قاچاق دام کنترل شد

رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی از کاهش قیمت گوشت در بازار خبر داد و گفت هر کیلو شـقه گوسـفندی در بازار ۱۱۵ هزار تومان است.

علی اصغر ملکی، رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی در گفت‌وگو با باشـگاه خبرنگاران جوان، از کاهش ۱۰ هزار تومانی نرخ گوشت در بازار خبر داد و گفت: هم اکنون هر کیلو شقه گوسفندی بدون دنبه با نرخ ۱۰۰ تا ۱۰۳ هزار تومان به مغازه‌دار و ۱۱۰ تا ۱۱۵ هزار تومان به مصرف‌کننده عرضه می‌شود.

او از روند نزولی قیمت گوشت طی هفته‌های اخیر در بازار خبر داد و گفت: با توجه به کاهش تقاضا در اواسط ماه و کنترل نسبی قاچاق دام از مرزهای کشور، نوسان چندانی در بازار متصور نیستیم. هرچند وقوع بارش و اختلال در حمل و نقل دام به تهران بر نوسـان قیمت بازار دامن می‌زند.

ملکی با اشـاره به اینکه دام به اندازه کافی وجود دارد، بیان کرد: با توجه به شرایط عرضه دام، تا پایان ماه بعید است که اتفاق خاصی در بازار بیفتد و قیمت‌ها به همین شکل باقی خواهد ماند.

رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی ادامه داد: با توجه به کاهش قدرت خرید افراد و گسترش شیوع ویروس کرونا، کشش چندانی برای خرید گوشت در بازار وجود ندارد.

او قیمت کنونی هر کیلو دام زنده را ۴۷ تا ۴۸ هزار تومان اعلام کرد و گفت: با کنترل نسبی قاچاق، مشکلی در ارتباط با تامین دام نداریم.

این مقام مسئول در پایان درباره آخرین وضعیت قاچاق دام تصریح کرد: طی هفته‌های اخیر مقداری دام زنده از میاندوآب به کشورهای عربی قاچاق می‌شد که خوشبختانه با اطلاع‌رسانی به موقع، موضوع قاچاق تا حدی کنترل شده که این موضوع اثر خود را در بازار گذاشته است.

تشکیل صندوق حوادث آغاز رهایی دولت از بلایای طبیعی

دژپسند گفت تشکیل صندوق حوادث آغاز رهایی دولت از حوادث طبیعی اسـت و مجلس وظیفه دارد فعالیت این صندوق را پیگیری کند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، فرهاد دژپسند وزیر امور اقتصاد و دارایی اظهار کرد: وقتی صنعت بیمه در معرض توجه قرار می‌گیرد، متوجه می‌شویم که نگاه به صنعت بیمه نگاهی پویا و فراگیر نیست.

وی ادامه داد: صنعت بیمه، یک صنعت ایسـتا نیسـت و می‌تواند متناسب با تحولات بر ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، محیطی و انسانی در رشته‌های بیمه‌ای فعالیت کند.

این مقام مسـئول ادامـه داد: به صنعت بیمه اجـازه دادیم که از ۳درصد بودجه برای تأمین مالی مقابله با این ویروس اسـتفاده کند. اگر در همه جوامع واحدهای مسـکونی، اقتصادی و تجاری متناسب با خطرات و حوادث بیمه می‌شدند، این نگرانی‌های حال بی‌معنا بود.

دژپسند بیان کرد: صنعت بیمه به این موضوع بی‌توجه نبود، بلکه از دهـه ۸۰ موضوع صندوق بیمه حوادث مورد بحث قرار گرفت. این مسئله تاکنون در مجلس بوده و در آذر امسال به تصویب رسید. این مسـئله در سال ۹۸ مطرح شـد و اگر تاکنون به آن توجه می‌شد، با چنان مشکلاتی مواجه نبودیم.

وزیر امور اقتصاد و دارایی بیان کرد: تشـکیل صندوق حوادث آغاز رهایی دولت از این حوادث اسـت و مجلس وظیفه دارد فعالیت این صنـدوق را پیگیـری کند. او ادامـه داد: اگر این ویـروس به صورت گسترده و عمیق جامعه و اقتصاد دنیا را تحت تاثیر قرار داده بنابراین در ابتدای راه به واسطه تعریفی از رشته فعالیت‌های بیمه‌ای دولت‌ها به صنعت بیمه ورود پیدا کرده است.

این مقام مسـئول گفت: اگر صنعت بیمه آمادگی کامل را داشت، می‌توانست با اتخاذ تدابیر، حضور دولت‌ها را به حداقل برساند. مواجه شدن کشور با حوادث طبیعی، خسارت‌های بسیاری بر کشور برجای می‌گذارد. این اتفاق موجب آسـودگی خاطر فردی، محلی، قشری و طبقاتی می‌شود.

دژپسـند تصریح کرد: باید بدانیم ضریب نفوذ صنعت بیمه کشور، فقط با اقدامـات متولیان صنعت بیمه افزایـش پیدا نمی‌کند. بلکه متولیان باید رشـته فعالیت‌های جدیـد را تعریف کنند. از آن طرف ابزارها، ساختارها و محیط هم باید برای تعامل دوجانبه فراهم شود.

وزیـر امور اقتصـاد و دارایی گفت: اگر بـه صنعت بیمه نگاه کنیم متوجه می‌شویم که خدمات صنعت بیمه، نوع خدمت خصوصی است. به صورتی که تخصیص‌پذیر و هم رقابت‌پذیر است بنابراین این سوال پیـش می‌آید که چرا دولت باید در صنعت بیمه دخالت کند، اما اگر جلوتر برویم متوجه می‌شـویم که درست اسـت که این دو خدمت ویژگی خصوصی است، اما چون عمل آن مربوط به جامعه هدف است، این قانون اجباری می‌شود.

این مقام مسـئول اظهار کرد: نیاز اسـت که دولت صندوق بلایای طبیعی را برای مدتی حمایت کند تا در دوره کوتاه مدت برای مردم جا بیفتد. برخی از بنگاه‌های اقتصادی بزرگ برای راه افتادن در بین مردم از ابزار قیمتی استفاده می‌کنند. با کاهش هزینه و کارآمدسازی شـرکت‌های بیمه‌ای می‌توان اتکا به دولت را در صنعت بیمه کاهش داد. او ادامه داد: صنعت بیمه باید یک اراده آهنین در هوشمندسازی خود داشـته باشـد. صنعت بیمه اگر بتواند مراحل تکامل را از بیمه، دیجیتال، هوشـمند طی کند، می‌تواند از بسیاری هزینه‌هایی که در حال حاضر این صنعت را آزار می‌دهد، رهایی پیدا کند.

این مقام مسئول اظهار کرد: زمانی یک شرکت بیمه موفق می‌شود که بتواند با اسـتفاده از نوسـازی و هوشمندسازی تخصیص بهینه منابع حاصله به منابعی برسـد که بتواند مشتری را راضی کند. این مسـئله یک ضرورت درون صنعتی است. در ضرورت درون صنعتی منابع به سـویی می‌رود که بیشـترین سود به دسـت آید. وزیر امور اقتصاد و دارایی تصریح کرد: اگر بتوانیم تعریفی از رشد فعالیت‌های جدید بیمه‌ای در نظر بگیریم، با هوشمندسازی صنعت بیمه و توسعه خدمات کمک کرده‌ایم تا با ایفای نقش صنعت بیمه در تأمین اقتصاد گام‌های بزرگی در صنعت بیمه برداریم. دژپسند در پایان تصریح کرد: بنابرایـن باید الزامات افزایش ضریب نفوذ بیمـه در ایران به صورت علمـی در مقیاس مقالات علمـی دربیاوریم. در این بین باید ببینیم دولت و بخش خصوصی چه کارکردی می‌توانند داشته باشند.

رشد ۲۰درصدی صادرات طلای سرخ

بازار زعفران داخل تعریفی ندارد

نایب رئیس شورای ملی زعفران گفت بنابر آمار گمرک، صادرات زعفران نسبت به سال قبل ۲۰درصد رشد داشته است.

غلامرضا میری نایب رئیس شـورای ملی زعفران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشـاره به اینکه برداشـت زعفران رو به پایان اسـت، اظهار کرد: رصدها نشان می‌دهد که ۷ تا ۱۰ درصد برداشت زعفران باقی مانده است.

او از رشد صادرات طلای سرخ خبر داد و گفت: بنابر آمار ۸ ماهه گمرک، صادرات زعفران نسـبت به مدت مشـابه سال قبل ۲۰ درصد رشد داشته اسـت و پیش‌بینی می‌شـود که اگر اتفاق خاصی در بازار رخ ندهد، رشد صادرات تا پایان سال به ۳۵ تا ۴۰ درصد برسد.

حداکثر قیمت هر کیلو زعفران ۱۵ میلیون تومان

میری حداقل قیمت هر کیلو زعفران را ۸ میلیون تومان و حداکثر ۱۴ تا ۱۵ میلیون تومان اعلام کرد.

نایب رئیس شـورای ملی زعفران با اشاره به اینکه بازار داخلی تعریفی ندارد، بیان کرد: با توجه به شیوع ویروس کرونا، تعطیلی کسب و کار، رکود خرید و فروش و لوکس بودن زعفران در سبد مصرفی خانوار، بازار زعفران رونقی ندارد و تنها به سبب صادراتی بودن این کالا، بخشی از رکود بازار از طریق رونق صادرات جبران می‌شود.

او با اشـاره به تاثیر خرید توافقی زعفران بر بازار گفت: با استمرار خرید زعفران از سوی سازمان تعاون روستایی به شرط عدم عرضه در بازار داخل، وضعیت بازار بهتر می‌شود.

به گفته میری، با مشخص شدن میزان تولید و صادرات می‌توان برآورد دقیقی از شرایط بازار داشت.

نایب رئیس شورای ملی زعفران در پایان تصریح کرد: اگر زمانی ایجاب شود که زعفران در بازار عرضه نشود، سازمان تعاون روستایی باید زعفران در اختیـار صادرکنندگان قرار دهد تا آنها بتوانند به تعهدات‌شـان عمل کنند؛ چراکه این امر به نفع کشاورزان هم است.

کمبودی در عرضه هندوانه شب یلدا نداریم

نیازی به ذخیره‌سازی میوه شب عید نیست

دارایی‌نژاد از عرضه روزانه یک هزار و ۵۰۰ تن هندوانه خبر داد و گفت از ۲۵ آذر تا شب یلدا توزیع روزانه هندوانه به ۲ هزار تن می‌رسد.

مصطفی دارایی‌نژاد، رئیس اتحادیه بارفروشـان میدان مرکزی میوه و تره بار در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه کمبودی در عرضه میوه نداریم، اظهار کرد: با توجه به فراوانی پرتقال، انار و نارنگی کمبودی در توزیع نداریم.

کمبودی در عرضه میوه نداریم

او از فراوانی هندوانه در شب یلدا خبر داد و گفت: با توجه به برداشت هندوانه جاسـک و میناب کمبودی در عرضه هندوانه شـب یلدا نداریم و امسـال به خاطر شـیوع کرونا و کاهش دورهمی‌ها، مشـکلی در بازار نخواهیم داشـت چراکه کشت هندوانه جاسـک و میناب ۱.۵ برابر سال قبل است.

عرضه هندوانه به ۲ هزار تن در روز می‌رسد

دارایی‌نـژاد ادامه داد: روزانه یک هـزار تا یک هزار و ۵۰۰ تن هندوانه در میدان عرضه می‌شـود که از ۲۵ آذر تا شـب یلدا، توزیع روزانه این محصول به ۲ هزار تن می‌رسد که با وجود افزایش عرضه، هندوانه برای بعد از شب یلدا می‌ماند.

این مقام مسـئول از فراوانی عرضه انار خبر داد و گفت: هم‌اکنون انار ساوه، فردوس مشهد، شیراز، کازرون و یزد در سردخانه موجود است که برای شب یلدا وارد بازار می‌شود.

او با اشاره به اینکه پرتقال‌های برداشت شده نیازی به رنگ‌آوری ندارند، بیـان کرد: در حال حاضر پرتقال در میدان و سـردخانه به میزان کافی موجود اسـت، به طـوری که با صادرات محصول هـم کمبودی در بازار وجود ندارد.

رئیـس اتحادیه میدان مرکزی میوه و تره بار با اشـاره به اینکه نیازی به ذخیره سـازی میوه شب عید نداریم، بیان کرد: با توجه به فراوانی بار نیازی به ذخیره سـازی نیست چراکه ۱.۵ برابر سال قبل تولید داریم و سردخانه‌ها مملو از سیب و پرتقال است.

دارایی‌نژاد با اشاره به علل گرانی قیمت میوه در بازار بیان کرد: با توجه به افزایش ۱۰۰درصدی هزینه‌های کارگری، بسته‌بندی، سردخانه، حمل و نقل، سم، قیمت میوه نسبت به سال قبل دچار نوساناتی شده است، اما با این وجود باز هم نسبت به سایر اقلام مصرفی سبد خانوار ارزان‌تر است.

این مقام مسـئول با اشـاره به دلایل گرانی محصولات جالیزی گفت: بـا توجه بـه بارندگی‌های اخیر و تاخیر در برداشـت، قیمت محصولات صیفی در بازار دچار نوسـان می‌شود، اما در مجموع کمبودی در عرضه صیفی نداریم.

او قیمت کنونی هر کیلو هویج در میدان مرکزی را ۵ تا ۶ هزار تومان اعلام کرد و گفت: قیمت هر کیلو لیموترش سنگی ۱۲ تا ۱۴ هزار تومان، لوبیا سـبز ۸ تا ۱۲ هزار تومان، گوجه فرنگی انباری ۴ تا ۵ هزار تومان، گوجه فرنگی بوته‌ای ۸ تا ۱۲ هزار تومان، گل کلم ۴ تا ۵ هزار تومان، کلم سفید ۲ تا ۳ هزار تومان، کدومسمایی ۴ تا ۷ هزار تومان، کاهو رسمی ۳ تا ۴ هزار تومان و کاهو پیچ سالادی ۵ تا ۶ هزار تومان است.

قیمت مرغ به ۲۴ هزار تومان رسید

نایـب رئیس کانون انجمـن صنفی مرغداران گوشـتی گفت امروز قیمـت هر کیلو مرغ زنده ۱۷ تا ۱۸ هـزار تومان و مرغ گرم ۲۴ هزار تومان است.

حبیـب اسـداله‌نژاد در گفت و گو با باشـگاه خبرنـگاران جوان، از تسـهیل در توزیع نهاده‌های دامی خبر داد و گفت: با توجه به تسهیل در توزیع و تخصیص نهاده‌های دامی به نظر می‌رسـد که در ارتباط با نهاده دامی، مشـکلات تا حد زیادی مرتفع شـده است که با استمرار این روند قیمت ذرت و کنجاله سـویا در بـازار آزاد کاهش معناداری پیدا می‌کند.

وی میـزان تولید مرغ را مناسـب ارزیابی کرد و افـزود: با توجه به پیش‌بینی کارگروه تنظیم بـازار درخصوص میزان جوجه‌ریزی، تولید افزایش یافته اسـت که با افزایش میزان جوجه‌ریزی این نگرانی وجود دارد که روند فعلی توزیع نهاده دامی استمرار یابد.

اسـداله‌نژاد ادامه داد: با توجه به حجـم جوجه‌ریزی نگرانی بزرگی مبنـی بر عـدم تعهدات دولت در امر تولید وجـود دارد که امیدواریم این اتفاق نیفتد.

نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشـتی از روند کاهشی قیمـت مرغ در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون متوسـط نرخ هر کیلو مـرغ درب مرغـداری ۱۷ تا ۱۸ هزار تومان و مـرغ آماده به طبخ در خرده‌فروشی‌ها ۲۳ تا ۲۴ هزار تومان است.

وی افزود: علی رغم تاخیر در تخصیص نهاده‌های دامی، بخش اعظم مرغ مورد نیاز توسـط مرغداران با نرخ مصوب تامین و عرضه می‌شود که برنامه‌ریزی غلط از طریق برخی دسـتگاه‌ها، سوءاستفاده در بحث تامین و توزیع مرغ زنده و گرم در سطح کشور صورت بگیرد، به همین خاطر دولت باید مراقبت بیشـتری داشته باشد تا تولید و بازار مصرف آسیب نبیند.

این مقام مسـئول قیمت کنونی هر کیلو ذرت را ۳ هزار و ۵۰۰ تا ۳ هزار و ۶۰۰ تومان و کنجاله سـویا ۱۵ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد و گفت: با استمرار روند توزیع نهاده با نرخ مصوب، قیمت ذرت و کنجاله سویا در بازار آزاد کاهش معناداری خواهد داشت چراکه با تامین نهاده با نرخ مصوب، مرغدار دیگر نیازی به رجوع در بازار آزاد ندارد.

اسـداله‌نژاد با اشـاره به اینکه توزیع ۴ کیلو نهاده به ازای هر قطعه مرغ جوابگوی دوره پرورش نیسـت، بیان کـرد: دولت باید به گونه‌ای برنامه‌ریـزی کند که باقی مانده ۶۰۰ تـا ۷۰۰ گرم نهاده دامی تامین شود تا مرغداران نیاز به بازار سیاه نداشته باشند.

نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی درباره انحصار در واردات نهاده‌های دامی بیان کرد: زمانی که از انحصار سـخن به میان می‌آید، تمامی نگاه‌ها به سـمت یک نفر متمرکز می‌شود، درحالی که انحصار پدیده‌ای نیسـت که ظرف یک تا دو سـال ایجاد شده باشد و طی سالیان متمادی به واسـطه ضعف عملکرد دستگاه‌های دولتی به وجود آمده است.

به گفته اسداله‌نژاد، گرچه بزرگترین واردکننده نهاده دامی امتیازات ویـژه‌ای از بخش دولتی می‌گیرد، اما عمده انحصـار در واردات نهاده دامی به ضعف عملکرد دستگاه‌های ناظر برمی‌گردد که درنهایت رشد مجموعه‌ای را به دنبال داشته است.

وی ادامـه داد: کشـورهایی که بخش اعظم نهاده‌هـای موردنیاز را تامین می‌کنند، تنها یک نفر خاص را می‌شناسـند و با شخص دیگری وارد معامله نمی‌شـوند و به عبارت دیگر این تاجر اعتباری هم معامله می‌کند.

نایـب رئیس کانـون انجمن صنفی مرغداران گوشـت با بیان اینکه امـکان حذف انحصار در واردات نهاده وجود ندارد، گفت: در شـرایط فعلی تحریم که امکان جابه‌جایی و انتقال ارز با مشکلاتی روبه‌روست، امـکان حـذف افرادی که انحصـار در واردات نهاده‌هـای دامی ایجاد کردند، وجود ندارد و در شرایط عادی مسئولان برای کاهش یا از بین بردن انحصار باید اقدام کنند.

وی تامیـن نهاده‌های دامی موردنیاز مرغدار را امری مهم در کاهش قیمـت تمام شـده تولید و ثبات نرخ مرغ در بـازار اعلام کرد و گفت: تامیـن و توزیع به موقع نهاده‌های دامـی در جلوگیری از بحران بازار مرغ نقش اساسی دارد.

اسـداله‌نژاد با بیان اینکه سـامانه بازارگاه تنها مرجـع توزیع نهاده دامی در سـطح کشور اسـت، تصریح کرد: سـامانه بازارگاه از فساد و سوءاستفاده در قبال توزیع نهاده دامی جلوگیری می‌کند و در شرایطی که ورودی نهاده به سـامانه بازارگاه کم است، وزارت جهاد کشاورزی تقصیری ندارد چراکه تامین نهاده و تحویل به سامانه بازارگاه برعهده وزارت صمت و توزیع با وزارت جهاد کشاورزی است که با عدم تامین به موقع، سامانه بازارگاه دچار ایراد شود.

روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی مازندران در راستای اطلاع رسانی و ارتقاء سطح آگاهی مردم دیار همیشه سبز مازندران نسبت به میزان سلامتی خود و حفظ این گوهر ارزشمند دست به امری مهم زده وبا ترویج فرهنگ خود مراقبتی سعی بر بالابردن سطح سلامت مردم مازندران دارد و در راستای توجه مردم به رعایت دستورالعمل های بهداشتی مقابله با کرونا همزمان با فرارسیدن شب یلدا اقدام به برگزاری کمپین رسانه ای با عنوان " # چلـه_شو_ بدون_شونیشت نموده است.

در گزارشی که می خوانید احتمال خطر اوج گیری دوباره کرونا درصورت عدم رعایت نکات بهداشتی در طولانی ترین شب سال (شب چله) و زمستان پیش رو مورد بررسی قرار گرفته است.

یلدای امسال را مجـازی برگزار کنیم :

چلــه شو بدون شونیشت!

یلدای ۹۹ با سال های گذشته یک تفاوت بزرگ دارد. امسال در حالی به استقبال از طولانی ترین شب سال می رویم که حضور یک دشمن نامرئی همه را در وضعیت بغرنجی قرار داده است. حدودا یکسال از آمدن کرونا می گذرد و علی رغم تمام تلاش های صورت گرفته ، انگار این ویروس سمج خیال رفتن ندارد. در این مدت بارها تا آستانه توفیق و غلبه بر کرونا جلو رفتیم اما هر بار از کوچکترین سهل انگاری و غفلت ما بهره برد و بر سلامت مان تاخت. دو دوره خطرناک از مواجهه با کوید ۱۹ را پشت سر گذاشتیم. دورانی که برای سپری شدن هر ثانیه اش هزاران نفر جانشان را با خطر روبرو دیدند و گام به پس نگذاشتند. دورانی که برای رسیدن به مرز امن این بحران ،جان های بسیاری تباه و خانواده های زیادی داغدار جگرگوشه هاشان شدند.

حالا در روزهای پایانی پائیز هزار رنگ، خطر گرفتار شدن به سومین موج این ویروس و قرارگرفتن در روزهای مخاطره آمیز دیگری ما را تهدید می کند. وقتی دولت محدودیت تردد را اعلام کرد، کرونا روزانه بیش از ۵۰۰ هموطن را به کام مرگ می کشاند. حالا این رقم به حدود نصف کاهش پیدا کرده است. اما ترس از شدت گرفتن اپیدمی کرونا در روزهای پیش رو ، کاملا در کلام و گفتار متولیان مقابله با کرونا مشاهده می شود. مسوولان نگران از این هستند که در یلدای پیش روی ، بار دیگر دور هم نشینی ها بحران بیافریند. بحرانی که این بار با فرا رسیدن فصل سرد زمستان و بروز سرماخوردگی ها و آنفلوانزا ، شاید باعث رخداد یک فاجعه شود.

خطر جدی است:

باور داشته باشیم که خطر مرگ بر اثر کرونا این روزها بیشتر از همیشه زندگی مان را تهدید می کند. آمارهای ارائه شده از مبتلایان و قربانیان این دشمن نامرئی حکایت از فرار رسیدن روزهای سختی دارد. روزهایی که فاصله گیری از هم و بسنده کردن به احوالپرسی های مجازی ضرورتی انکار ناپذیر می نماید. اعضای کادر درمانی در بیمارستان ها اکنون خسته تر از همیشه ، توانشان کاهش یافته است.

محدودیت های زمستانی در دنیا:

ترس از بروز این فاجعه تنها مختص کشور ما نیست. اغلب مناطق دنیا که در آستانه جشن های کریسمس هستند نیز بر رعایت فاصله گذاری های اجتماعی تاکید کرده اند.

در فرانسه؛ حداکثر شش بزرگسال باهم می توانند دورهمی داشته باشند.در بریتانیا اما پس از چهار هفته قرنطینه، سه خانواده مختلف می‌توانند در یک مکان برای مدت حداکثر پنج روز از تاریخ ۲۳ تا ۲۷ دسامبر جمع شوند. اما درآلمان نیز همین موضوع صدق می‌کند، جاییکه تعداد شرکت کنندگان در جشن‌های کریسمس و سال نو به ۱۰ نفر از چند خانواده محدود می‌شود. درایتالیا؛ محدودیت‌ها سخت گیرانه‌تر می‌شود.افراد مذهبی نمی‌توانند در مراسم دسته جمعی عشای ربانی نیمه شب کریسمس شرکت کنند. جشن‌ها باید به گونه‌ای برگزار شوند که خللی در قانون منع تردد شبانه وارد نشود. دولت و مقام‌های محلی در اسپانیا نیزتعداد افراد مجاز برای دیدارهای خانوادگی را ۱۰ نفر تعیین کرده‌اند. نخست وزیر بلژیک نیز به شهروندان این کشور توصیه کرده است که با افراد خارج از هسته خانوادگی خود در ایام تعطیلات معاشرت نکنند. برای افراد تنها و مجرد او تعداد مجاز برای جمع شدن دو نفر اعلام کرد. اداره بهداشت عمومی در سوئیس نیز گفته است در حال کار روی فهرستی از توصیه‌های برای مردم در تعطیلات کریسمس است. از جمله این توصیه‌ها می‌توان به قرنطینه ۱۰ روزه قبل از شام کریسمس و دورهمی‌های محدود به دو خانواده اشاره کرد.

ترس از دورهمی ها در مازندران:

مازندران استانی با جمعیت ۳ و نیم میلیون نفری است که مراودات فامیلی در بالاترین سطح خود قرار دارد.شاید به همین دلیل است که مسئولان مقابله کننده با ویروس کرونا خطر را حس کرده و تاکید دارند که«از شب یلدا و دورهمی های آن می ترسیم، چرا که می‌تواند آتش کرونا را در استان دوباره شعله‌ور کند.»آنان تاکید دارند که این دورهمی ها عمدتا در منزل بزرگان فامیل و افراد مسن و سالخورده برگزار می شود که می تواند به تهدید جان خیلی از مازندرانی ها منجر شود.

تقاضای آنان از مردم این است که «بخاطر حفظ سلامتی خودمان و عزیزانمان یلدای امسال را همانند دیگر مراسمات به‌صورت مجازی برگزار کنیم.با نزدیک شدن این شب دوباره احساس خطر می‌کنیم، خطر اوج گرفتن ابتلا به ویروس کرونا طی دورهمی‌هایی که در این شب برگزار خواهد شد، دوباره تبدیل به دغدغه شده است.»

یکی از دلایل کاهش مرگ و میرهای ناشی از ابتلا به کرونا تعامل خوب مردم مازندران بوده است .در کنار همکاری مردم، اطلاع رسانی خوب رسانه‌ها در آگاهی دادن به مردم بوده که نیاز است این روند و تعامل ادامه داشته باشد.باید پروتکل‌های بهداشتی همچنان جدی گرفته شود.

دورهمی‌های خانوادگی خطر مهم در ابتلا و انتشار ویروس کرونا در مازندران :

دکتر سید عباس موسوی رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در جلسه ستاد پیشگیری و مقابله با کرونا مازندران با بیان این که رعایت پروتکل های بهداشتی در حمل و نقل عمومی درون شهری استان نسبت به سایر بخش ها بسیار پائین و نگران کننده است ، افزود : طبق بررسی هایی که در هفته نخست اجرای محدودیت های جامع کرونایی در استان انجام شد ، میزان رعایت پروتکل های بهداشتی در حمل و نقل درون شهری تنها در حد ۳۲ درصد است.

رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران همچنین از تداوم برگزاری دورهمی های خانوادگی در استان انتقاد کرد و گفت : طبق بررسی های صورت گرفته روند مراجعه و یا بستری بیماری کووید ۱۹ طی یک هفته اخیر در مازندران هنوز کاهشی نشده است و با توجه اطلاعات دریافتی از افراد مراجعه کننده مشخص شده است که ابتلای آنها به خاطر شرکت در دورهمی های خانوادگی و دوستانه بوده است.

مسئول ارشد حوزه سلامت استان هشدار داد : حمل و نقل عمومی درون شهری و دورهمی‌های خانوادگی و دوستانه از عوامل خطر مهم در ابتلا و انتشار ویروس کرونا در استان مازندران می باشند و ادامه بی توجهی به پروتکل های بهداشتی مربوطه تاثیرات منفی بر نتایج اجرای برنامه‌های کوتاه مدت و بلند مدت مقابله با کرونا در استان مازندران دارند به طوری که می توانند اثرات تمامی برنامه ها و محدودیت های اجرا شده را خنثی کنند.

به گفته وی ، متاسفانه ویروس کرونا این روزها مهمان ناخوانده تمامی مراسم، مهمانی و دورهمی‌ها شده و بیشتر نیز بزرگترهای فامیل که سن و سالی نیز از آن‌ها گذشته را نشانه گرفته، بنابراین مهمترین مساله‌ای که امسال باید مورد توجه همه باشد، حفظ سلامتی تک تک افراد خانواده و فامیل است. بیم آن می‌رود تا کرونا تحت تاثیر برخی عادی انگاری‌ها، پیک زمستانه هم داشته باشد، بنابراین همچنان باید در برابر کووید ۱۹ هوشیار بود.

وی همچنین گفت که دورهمی های خانوادگی و حضور در فضای سربسته و کوچک بکب از عوامل اصلی انتشار سریع ویروس بین افراد است. باز گذاشتن پنجره ها و جابجایی هوای داخل خانه ها می تواند تا حدی برای جلوگیری از این اتفاق مفید باشد.

دکتر موسوی تاکید کرد: برگزاری دورهمی یلدای امسال زنگ خطر یلدای کرونایی است. امسال باید یلدایی کرونایی راً بگذارانیم، که بتوان خاطره‌اش را سال ها بعد به شادی نقل کرد و نه در غم فراغ .یکی از مهمترین مواردی که مردم باید امسال به جد آن را رعایت کنند خودداری از برگزاری و یا حضور در دورهمی‌های فامیلی شب یلدا است چرا که اگر حتی ۱۰ درصد مردم هم این موضوع را رعایت نکنند، مجددا شاهد افزایش بیماران و گسترش زنجیره انتقال ویروس خواهیم بود.

رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران افزود: بخاطر حفظ سلامتی خودمان و عزیزانمان یلدای امسال را همانند دیگر مراسمات به صورت مجازی برگزار کنیم . با کمترین بی توجهی به پروتکل‌های بهداشتی اوضاع وخیم‌تر می‌شود و همه زحمات کادر بهداشت و درمان زیر سوال خواهد رفت زیرا هیچ تلاشی به صورت یک طرفه اثر بخش نخواهد بود.

تهدید خطر پیک جدید:

اگر رعایت دستورالعمل های بهداشتی دوباره نادیده گرفته شود بر اساس پیش بینی ها دوباره در نیمه دوم دی ماه یک پیک جدید بیماری را شاهد خواهیم بود.

طبیعتاً افراد در شب یلدا نزد پدر و مادر و بزرگترها می روند که اگر افراد مسن مبتلا شوند، خطر مرگ و میر آنها زیاد است و این مراسم را برای خود و خانواده هایمان تلخ نکنیم. اگر ۲ الی سه ماه زمستان را با آرامش بگذرانیم ممکن است با آمدن واکسن در سال جدید با وضعیت بهتری مواجه شویم.

خانواده ها باید بدانند در صورت بی اعتنایی به تاکید و هشدارهای دلسوزانه کادر بهداشت و درمان و برپایی میهمانی در شب یلدا تنها به خاطر یک شب دورهمی، زمینه ساز بیماری اعضای خانواده، انتقال بیماری کرونا و مرگ و داغدار شدن عزیزانشان خواهند بود.

الزام به رعایت فاصله ها:

وضعیت فعلی کاملا شکننده است و متناسب با افزایش مواجهه مردم با هم و عدم رعایت پروتکل‌ها این توفیقات تحت تاثیر قرار می‌گیرد و آمار مجددا افزایشی می‌شود.

با افزایش ضریب همکاری مردم در رعایت نکات بهداشتی، ورود به بیمارستان و بیماری‌زایی کاهش می‌یابد. با افزایش مشارکت مردم در رعایت نکات بهداشتی حتی در صورت حضورشان کنار یکدیگر این آمار می‌تواند کمتر شود. تنها گزینه موثر فعلی اجبارهایی است که به واسطه محدودیت‌ها عملی شده است.

ساده بگیریم، غافلگیر خواهیم شد:

با وجود همه محدودیت‌های اعمال شده در مازندران، کرونا همچنان روزانه بسیاری از هم استانی های ما را از بین می‌برد، هنوز برخی از شهرها در وضعیت قرمز هستند و روند صعودی دارند. هنوز شرایط در بسیاری از شهرها شکننده و آسیب‌پذیر است و کوچکترین بی‌توجهی می‌تواند به بهای گزاف از دست دادن جان تمام شود.بیم آن می‌رود تا کرونا تحت تاثیر برخی عادی انگاریها، پیک زمستانه هم داشته باشد. بنا بر آمارهای اعلام شده، دورهمی‌ها می توانند تا ۵۱ درصد عامل انتشار بیماری کووید-۱۹ باشند. مردم می‌توانند در شب یلدا به صورت آنلاین از طریق شبکه‌های اجتماعی با یکدیگر تماس برقرار کنند. چراکه برگزاری دورهمی در این شرایط ممنوع است.بدانید که اگر ساده بگیریم، کرونا ما را غافلگیر خواهد کرد.

اهمیت عملکرد مردم در شب یلدا:

بنابراین عملکرد مردم بعد از این بسیار مهم است. این تجربه‌ای است که در اردیبهشت ماه هم داشتیم. عملکرد مردم می‌تواند نشان دهد که آیا می‌خواهند کووید-۱۹ کنترل شده باشد و یا می‌خواهند بیماری مجددا اوج بگیرد. اگر می‌خواهند بیماری کنترل شود، باید پروتکل‌های بهداشتی را رعایت کرده و اقداماتی را که بارها و بارها تاکید کرده‌ایم انجام دهند؛ یعنی ماسک بزنند، فاصله فیزیکی را رعایت کنند، تجمع نکنند، دست‌شان را مرتب بشویند و تا حد امکان از خانه بیرون نیایند.

اگر مردم رعایت نکنند ممکن است در زمستان یک پیک مجدد از بیماری داشته باشیم. در عین حال ثابت شده که بیشتر دورهمی‌ها باعث افزایش کرونا در خانواده شده است. با توجه به اینکه قدرت سرایت ویروس در جهشی که داشت، بیشتر شده بود، کافی است یک نفر در خانواده مبتلا شود تا سایر افراد هم مبتلا شوند. بنابراین دورهمی‌ها نباید برگزار شود. اگر ۹۷ درصد مردم در یک جامعه درست ماسک بزنند، تجمعات و دورهمی‌ها هم کنترل شود و برگزار نشود، می‌توان بیماری را کنترل کرد و دیگر هم نیازی به تعطیلی مشاغل و ... نخواهد بود.

یلدا را مثل عید باشیم:

در عید نوروز هم مردم به دیدن بزرگترها نرفتند و هر کس در خانه خودش ماند. در شب یلدا هم همین روند را پیش بگیرند تا سلامت بمانند. ثابت شده که بدترین موضوع برای کرونا، دورهمی است. گرفتاری با همین دروهمی ها شروع می‌شود و بیماری به سرعت شیوع و توسعه پیدا می‌کند. فعلا مهمانی‌های خانوادگی، عروسی و عزا و... را کنار بگذاریم. در حال حاضر رعایت‌ها بیشتر شده و بیماری کمتر شده است، اما اگر مراقبت نکنیم دوباره روز از نو و روزی از نو.

هشدار به خانواده ها:

از هرگونه دورهمی خانوادگی جدا پرهیز کنید. چرا که بیشتر افراد مسن در خطر ابتلا به این ویروس هستند و برای اینکه پدر و مادر آنها گرفتار این ویروس نشوند از حضور در منازل‌شان خودداری و از طرق دیگر با آنها ارتباط برقرار کنند.

نکات بهداشتی را رعایت کنید واز مراجعه به اماکن شلوغ و مهمانی‌ها پرهیز کنید تا سلامت خود و خانواده تان به خطرنیافتد.

تقاضا می شود رفت‌وآمدهای خانوادگی را در ایام یلدای امسال کم‌تر کنید. دورهم جمع شدن شب یلدا امسال، ممکن است زمستان سخت و بدی را به جای بگذارد.

مانند سیزده به در امسال که مردم یک روز به یاد ماندنی را برجای گذاشتند، شب یلدا را نیز همانند سیزده به در با شرایط کرونایی این ایام فعلی، سپری کرده و از دورهمی در این شب پرهیز کنند.

انتقال کرونا بیشتر از طریق سرفه و دست است . همه تا آنجایی که می‌توانند باید دست‌های خود را با صابون بشویند و با همدیگر تماس دستی نداشته باشند، ماسک بزنند و پیش همدیگر سرفه نکنند. اما کرونا در واقع می بایست در یک جایی که به صورت طولانی مدت در آن حضور داشته باشند و جمع زیادی باشد منتقل می‌شود.

بدانید که عطسه و سرفه فرد مبتلا از فاصله یک و نیم متری می تواند ویروس را منتقل کند. پس دور هم نشینی زمینه انتقال ویروس را افزایش می دهد.

افراد باید در ابتدا بهداشت شخصی خود را مراعات کنند. ماسک بزنند و در جایی که ازدحام جمعیت وجود دارد از جمله اتوبوس و . . . حاضر نشوند.

اگر چه افراد بالای ۵۰ سال گروه‌های در معرض خطر ابتلا به کرونا ویروس هستند اما این به معنی مصونیت سایر گروه ها از ابتلا به این ویروس نیست. بنابراین افراد دارای بیماری‌های زمینه‌ای مثل دیابت های کنترل نشده، چاق، بیماران قلبی، کلیوی، پیوندی، شیمی درمانی و غیره باید بیش از اندازه مراقبت کنند.

هرچقدر قدرت دفاعی بدن را بالا ببریم آسیب ویروس کمتر خواهد بود. سیستم دفاعی بدن با خوردن مواد پروتئینی و سبزیجات و میوه های تازه و هر آنچه که ویتامین دارد بالا می رود. موادی که زینک و روی دارند دفاع بدن را بالا می برند. خوردن مایعات دفاع بدن را بالا می برد

بهترین کارها در پیشگیری و مدیریت این بیماری

۱عدم دست دادن و روبوسی و تماس غیر ضرور خصوصا در جامعه

۲به حداقل رساندن رفت و آمدها و مسافرت خصوصا در مکان های شلوغ و کم تهویه

۳ دست نزدن به صورت و بینی خود

۴شستن مکرر دست ها با آب و صابون حداقل ۲۰ ثانیه و یا با محلول های شوینده

۵-سرفه و عطسه با پوشاندن دهان و بینی با دستمال کاغذی و اگر نبود داخل قسمت آرنج کت یا پیراهن

۶- گوشی همراه و وسایل دیگر خود را ضدعفونی و پاک کنید

۷- در برگشتن به منزل لباس های خود را جدا از سایرین بگذارید و اگر با فرد یا افراد مشکوک یا محتمل و یا قطعی کرونا تماس داشته اید مانند کادر درمان آنها را شستشو دهید.

۸- اگر علایم سرفه، تنگی نفس، تب یا بدون خلط داشتید ماسک کاغذی استفاده کنید.

تدوین استاندارد گیاهان دارویی شتاب می‌گیرد

با توجه به اهمیت تدوین اســتانداردها در گیاهان دارویی و فرآورده‌های با منشأ گیاهی کمیته‌های مختلف تدوین استاندارد تشکیل شد.

با توجه به راهبردهای سند ملی گیاهان دارویی و طب سنتی، تهیه و تدوین اســتانداردهای ملی برای محصولات حوزه گیاهان دارویی به نهادهای مرتبط واگذار شده است. در این راستا در ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی کارگروه تدوین استانداردها در گیاهان دارویی و فرآورده‌های با منشأ گیاهی تشکیل شده است.

این کارگروه با هدف بهبود صادرات، ارتقای کیفیت مصرف داخلی و ســایر موارد ضروری فعالیت می‌کند. اعضای این کارگروه از میان اساتید و خبرگان برجسته این حوزه در سطح ملی انتخاب شده‌اند.

دریچــه

تجربه توسعه‌یافتگی با زیست‌فناوری

حمیدرضا ذوالفقاری
رئیس گروه تولید، تجاری‌سازی و بازار ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

زیست‌فناوری از جمله حوزه‌های علمی پرکاربرد در دنیا است که تاثیر مســتقیمی در میزان توسعه‌یافتگی کشورها دارد. شاید امروز یکی از عوامل توســعه‌یافتگی را میزان پیشــرفت جوامع در حوزه زیســت‌فناوری بدانند. عرصه علمی که بــه افزایش تولید ناخالص ملی می‌انجامد. در ایران هم چند سالی است که به مدد زیست‌بوم فنــاوری و نــوآوری، این علم کاربردی در حوزه پزشــکی، دارویی، غذایی، کشاورزی و ... رشد و توسعه مقبولی را تجربه کرده است.

ســتاد توســعه زیســت‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به دنبال کسب ۱۰ درصد تولید ناخالص ملی است. البته راه برای رســیدن به این هدف طولانی است و باید برای تحقق آن، همه دســتگاه‌ها و نهادهای موثر به میدان بیایند و از همه ظرفیت خود برای توسعه این حوزه علمی استفاده کنند.

برای تحقق این موضوع در تلاشــیم که حوزه‌های فراموش‌شده و مغفــول زنجیره علم تا ثروت حوزه زیســت‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاســت جمهوری را احیا کنیم. حلقه‌های به ظاهر ساده و کوچکی که نقش تاثیرگذاری در توسعه این علم کاربردی دارند. این کار هم با کمک دانش‌بنیان‌ها و متخصصان داخلی انجام می‌شــود. تنها تولید ایده کافی نیســت. حمایت از این ایده‌ها برای به نتیجه رســیدن و تبدیل شــدن به محصولی کاربــردی در جامعه اهمیت بیشــتری دارد. ایــن همان تکمیل زنجیره تجاری‌ســازی محصول اســت؛ زنجیره‌ای که هم توانمندان را به توسعه زیست‌فناوری وارد و هــم این حوزه فناورانــه را با کمک ظرفیت‌هــای داخلی تقویت می‌کند.

بــرای این کار هم بایــد تربیت نیروی انســانی را جدی بگیریم. نیروی انســانی آموزش دیده کــه از دوران آغاز تحصیل خود بنا به علاقه و توانمندی‌شان به این حوزه ورود کنند و مسیر را بشناسند؛ توانمندی‌هایــی که می‌توانــد آینده این حوزه علمــی را پربارتر و ارزشمندتر کند.

ســتاد توســعه زیســت‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از نهادهای پیشرو در حوزه زیستی است که با تمام تــوان و ظرفیت خود به میدان آمده اســت تا در کنار حمایت‌های جدی از ایده‌های خلاق و بکر جوانان ایرانی در این حوزه، تلاشــی مضاعف بــرای هم‌افزایی همه داشــته‌های علمــی و تخصصی آن داشته باشــد تا توسعه زیست‌فناوری در کشــور به شکلی کامل و درست اتفاق بیفتد؛ کاری که نفع آن عائد جامعه و مردم می‌شود.

مراکز فناورانه و خلاق در اراک افتتاح می‌شود

بــا حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهــوری مراکز فناورانه و خلاق اراک رونمایی می‌شــود تا این شهر از دســتاوردهای نوآورانه و خلاق فناوران بهره بیشتری ببرد.

ســورنا ســتاری، معاون علمی و فناوری رئیــس جمهوری صبح روز گذشــته با استقبال استاندار و مسئولان اســتان مرکزی به اراک سفر کرد تا از نزدیک شــاهد روند توســعه زیســت‌بوم فناوری و نوآوری و آخرین دســتاوردهای فناورانه این شــهر باشد؛ سفری که با حضور در شهرک صنعتی خیرآباد و بازدید از شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در آن آغاز می‌شود.

ستاری پس از بازدید از دستاوردهای فناورانه ۴ شرکت دانش‌بنیان مســتقر در این شــهرک صنعتی، برای رونمایی از شیرآلات دروازه‌ای شرکت صنایع گداختار به شهرک صنعتی حاجی‌آباد می‌رود. شیرآلاتی کاربردی در صنعت نفت، گاز و پتروشــیمی که با تلاش یک شــرکت داخلی بومی‌سازی شده است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در ادامه این ســفر یک روزه از شــرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در شــهرک صنعتی شماره ۱ اراک هم بازدید می‌کند. سپس به شرکت ماشین‌سازی اراک می‌رود تا خط تولید شــیرهای توپی و دروازه‌ای این شرکت را افتتاح و از چکش‌های هیدرولیکی که محصول دیگر این شرکت است رونمایی کند.

شــیرهای دروازه‌ای در طرح راهبردی و ملــی خط انتقال نفت خام گوره به جاســک با مشــارکت شــرکت ماشین‌ســازی اراک و شرکت گداختار اجرایی شــده است. نخستین چکش هیدرولیک ایران‌ساخت، با ۱۰۱ قطعه فولادی و پلیمری هم توســط شرکت ماشین‌سازی اراک و هوپاد به تولید رســیده است و توسط معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری رونمایی می‌شود.

بازدید از نمایشــگاه محصولات شرکت‌ها و هسته‌های فناور کارخانه نوآوری آفتاب و میزان پیشرفت عمرانی کارخانه نوآوری آفتاب از دیگر برنامه‌های این سفر استانی است.

ســتاری در بخش دیگری از ســفر یک روزه خود به دانشــگاه اراک مــی‌رود تا از مرکز نوآوری مبیــن آن رونمایی کند. مرکزی ۵۰۰ متر مربعی که با هدف حمایت از ایده‌ها، شرکت‌ها و شتاب‌دهنده‌ها فعالیت می‌کند. این مرکز نوآوری قرار است سطح اثرگذاری پژوهش‌ها در این دانشگاه و شهر را افزایش دهد.

دانشــگاه آزاد اســلامی اراک مقصد بعدی ســفر یک روزه ســتاری اســت. در این دانشــگاه «مجموعه بازار فناوری و نوآوری شهید قاسم ســلیمانی» در ۸/۳ هکتار ایجاد شده است که در دل این مجموعه، ۶ سرای نوآوری در حوزه‌های نساجی، محصولات باغی و زراعی، سلامت کار، بازیافت مواد، صنایع خلاق و فرهنگی و هنری و مواد شیمیایی و فلزی شکل گرفته است.

ایــن مجموعه میزبان مراکزی چون مرکز رشــد فناوری اطلاعات و ارتباطات، ۴۰ هســته فناور، مرکز پرستاری درمان در منزل هم هست که معــاون علمی و فناوری رئیس جمهوری از این مراکز هم بازدید و ســتاد مرکزی بازار فناوری و نوآوری شــهید قاسم سلیمانی را افتتاح می‌کند.

مایکروسافت و ۱۲ شرکت دیگر به پویش آمازو

مایکروسافت و ۱۲ شرکت دیگر به پویش «سوگند آب و هوایی» آمازون که سال گذشته راه‌اندازی شد، ملحق شدند. این پویش در تلاش برای مقابله با تغییرات آب و هوایی است.

به گزارش زومیت، مایکروسافت و ۱۲ شرکتِ دیگر به صورت رسمی اعلام کردند که به پویش جدید آمازون با نام «سوگند آب و هوایی» که برای مقابله با تغییرات آب و هوایی راه‌اندازی شده است، ملحق شده‌اند. تمامی شرکت‌هایی که در این پویش حضور دارند موظف هستند تا سال ۲۰۴۰ میزان تولید کربن خود را به صفر برسانند. پروژه آمازون و شرکت‌های دیگر در تلاش است یک دهه زودتر، اهداف اعلام‌شده در توافق‌نامه‌ای که ســازمان ملل متحد در پاریس منعقد کرد را دست‌یافتنی کند. امضاکنندگان پویش آمازون، موافقت کرده‌اند که به‌طور منظم در بازه‌های زمانی مشخص میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای را بر اثر فعالیت‌های‌شان، گزارش کنند.

پیش‌تر در ماه ژانویه ۲۰۲۰ (دی و بهمن ۱۳۹۸) مایکروســافت متعهد شــد که تا سال ۲۰۳۰ تبدیل به یک شرکت کربن منفی شود. همچنین مایکروسافت می‌گوید که برنامه دارد تا ۳۰ سال آینده، حجم درخورتوجهی از کربن اتمسفر را حذف کند؛ حتی بیشتر از میزان کربن تولیدشده توسط این شرکت از ســال ۱۹۷۵ (زمان بنیان‌گذاری) تاکنون. مایکروسافت از سال ۲۰۱۲ تاکنون، یک شرکت کربن خنثی محسوب می‌شود.

لوکاس جاپا، مدیر ارشــد بخش محیط زیســت در
نمی‌تواند به‌تنهایی به‌شکلی معنادار به بحران آب‌وهوا
تهاجمی، فناوری‌های خلاقانه جدید و تعهد قوی به هم
ما با عضویت در پویش سوگند آب و هوایی آمازون و ه
مقابله با این چالش برخیزیم و جلوی انتشار گازهای گ
که در آن هیچ گاز مضری به اتمسفر وارد نمی‌شود ق
به پویش جدید آمازون پیوســته‌اند می‌توانیم به ever
کوکاکولا (Coca-Cola European Partners) ا
بست بای و Siemens و ورایزن در این پویش عضو ش
دو شرکت آمازون و Global Optimism سال گ
هوایی را به‌صورت مشترک راه‌اندازی کردند. آمازون از آ
به اهداف خود در این زمینه انجام داده است که از بیر
الکتریکی شرکت Rivian برای تحویل محصولات اش
جف بزوس، مدیرعامل آمازون و ثروتمندترین فرد د

معیارهای دانش‌بنیان شدن محصولات کشاورزی چیست

با توجه به اهمیت بالای حوزه کشاورزی، دامپروری، غذایی و صنایع وابسته معیارهای تفصیلی پذیرش محصولات دانش‌بنیان این حوزه تدوین شد.

در حــال حاضر هــر روز از حوزه‌های مختلفی محصــولات و خدمات برای کســب عنوان دانش‌بنیان بــه معاونت علمی و فناوری ریاســت‌جمهوری عرضه می‌شوند. مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری دو شرط سطح فناوری و طراحــی مبتنی بر تحقیق و توســعه را برای پذیرش این محصولات ارائه داده است.

با توجه به تفاوت‌های فنی بســیار گســترده رشــته‌های مختلــف، این مرکــز از خبرگان هر رشــته دعوت کرده اســت تا معیارهای پذیرش یک محصول به عنوان محصــول دانش‌بنیان را تدوین کنند.

در ایــن بین، یک کارگروه ویژه که از خبرگان و اساتید حوزه کشــاورزی، دامپروری، غذایی و صنایع وابســته تشکیل شده اســت و معیارهای تفصیلی این رشته را تدوین کردند.

انتشار این معیارها از اهمیت بالایی برخوردار است و باعث می‌شود تا مدیران شرکت‌های فناور و فعالان دانش‌بنیان با اطلاع از این معیارها تحقیقات خود را برای بومی‌سازی محصولات مختلف به شکل هدفمندتری دنبال کنند.

اگرچــه وجود تمامی ایــن معیارها برای تاییــد محصولات ضروری نیســت، ولی محصولاتی کــه واجد تعداد بیشتری از این معیارها باشند، به احتمال بیشــتری به عنوان محصــول دانش‌بنیان تایید می‌شوند.

برای مثال در زمینه بذر، تراریخت و کشــت بافــت و اصلاح نــژاد دامی، «انجــام فرآیند به نژادی و رســیدن به رقم معرفی شده با اثبات ویژگی عملکــردی»، یکی از معیارهای تعیین شده برای شناخت محصول به عنوان محصول دانش‌بنیان است.

وجود دفاتر تحقیق و توســعه، محاســبات، شبیه‌ســازی‌ها و مدل‌ســازی صــورت گرفته، پایان‌نامه‌هــا و پروپوزال‌هــای تحقیقاتــی، قراردادهای انتقال فناوری و قراردادهای احرازکننده نحوه اکتساب و دانش فنی نیز از دیگر معیارهای تعیین شده است که نشان می‌دهد این محصول براساس تحقیق و توسعه طراحی شده است.

بومی‌سازی یک محصول تحریمی؛ شیرهای دروازه‌ای «ایران‌ساخت» خط انتقال نفت تولید شد

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در آیین رونمایی از خط انتقال نفت خام در اراک، گفت تولید محصولات تحریمی از اهداف مهم معاونت علمی و فناوری است. صبح دیروز خط تولید بومی شیرهای دروازه‌ای «ایران‌ساخت» کــه در خــط انتقال نفت خام گوره به جاســک کاربــرد دارد بــا حضور ســورنا ســتاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری رونمایی شــد. خط تولیدی که با مشــارکت دو شــرکت بزرگ و قدیمی ماشین‌ســازی و شرکت گداختار اراک ایجاد شده است. پروژه انتقال نفت خام از منطقه گوره به بندر جاســک به طول تقریبی یک هزار و ۱۰۰ کیلومتر یکی از مهم‌ترین پروژه‌های ملی است که برای انتقال روزانه ۲ میلیون بشکه نفت خام استفاده می‌شود. رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصــاد دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق در این آیین با اشاره به اینکه در سفر امروز، بیشتر زمان حضورمان به بازدید از دستاوردهای دانش‌بنیانی گذشــت، گفت: استان مرکزی جزو اســتان‌های فعال در زیست‌بوم فناوری و نوآوری است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: مثلا برای تولید شیرهای کاربردی در صنعت نفت، یک همکاری خوب میان یکی از شرکت‌های قدیمی به نام ماشین‌سازی اراک با یک شرکت خصوصی به نام گداختار شکل گرفته است. کاری که به ساخت یک محصول تحریمی منجر شد.

ســتاری همچنین بیان کرد: خوشــبختانه شــاهد شــکل‌گیری یک همکاری و هم‌افزایی میان دانش‌بنیان‌های نوپا با شرکت‌های بزرگ هســتیم که باعث شــده نوآوری و خلاقیت به شرکت‌های بزرگ قدیمی رخنه کند.

رئیس بنیاد ملی نخبــگان همچنین گفت: حمایت از شــرکت‌های دانش‌بنیــان در زمان تحریم‌ها بســیار مهم اســت. تــلاش دولت و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم در این راستا است که با حمایت از بومی‌سازی محصولات، تحمل شرایط تحریمی را راحت‌تر و زیســت‌بوم جدیدی در صنعت کشور ایجاد کنیم. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشــاره به اینکه حمایت از جوانان بااستعداد و دانشجویان در کشور ضروری اســت، تاکید کــرد: باید با کمک این نیروی انســانی تلاش کنیم محصولات تحریمی را تولید و به صنایع مختلف تزریق کنیم.

ن در حوزه تغییرات آب و هوایی ملحق شدند

مایکروسافت، می‌گوید: «هیچ شرکت یا سازمانی رسیدگی کند. انجام این کار نیازمند رویکردهایی کاری در سراسر صنایع و بخش‌های اقتصادی است. مکاری با یکدیگر، همگی خواهیم توانست به‌منظور لخانه‌ای خود را بگیریم تا بتوانیم به‌سمت آینده‌ای دم برداریم.» از بین دیگر شرکت‌هایی که به‌تازگی Unile و شبکه بریتانیایی ITV و شرکای اروپایی شاره کنیم. پیشتر شرکت‌های دیگری شامل اوبر و شده بودند.

گذشته در همکاری با یکدیگر پویش سوگند آب و ن زمان تاکنون اقداماتی جدی در راستای دستیابی آنها می‌توانیم به سفارش ۱۰۰ هزار وسیله نقلیه اره کنیم.

نیا، اعلام کرده است که شرکت تحت مدیریتش قصد دارد تا سال ۲۰۳۰ صرفا از منابع تجدیدپذیر انرژی استفاده کند. بزوس در این زمینه گفت: «اکنون ۳۱ کشور در سراسر دنیا عضو پویش سوگند آب و هوایی هستند و همه ما با هم در حال فرستادن سیگنال مهمی به بازار هستیم و به شرکت‌های دیگر می‌گوییم که میزان تقاضا برای فناوری‌هایی که به ما برای روی کار آوردن اقتصادِ مبتنی‌بر کربن صفر کمک می‌کنند، بسیار زیاد است و این تقاضا به‌مرور زمان افزایش پیدا می‌کند.»

منتقدان آمازون گفته‌اند پروژه جدید این شرکت شفافیت چندانی ندارد. آنطور که رسانه واشینگتن پست می‌نویسد، پویش سوگند آب و هوایی به این موضوع اشاره نمی‌کند که شرکت‌های حاضر در پویش باید کدام گازهای گلخانه‌ای را اندازه بگیرند. جف بزوس به‌دنبال اینکه کارمندان آمازون از این شرکت درخواست کردند اقدامات بیشتری برای مقابله با تغییرات آب‌وهوا انجام دهد، پویش جدید را راه‌اندازی کرد. در سال جاری میلادی بیش از ۸ هزار شرکت گزارش عملکرد خود را در زمینه تولید گازهای گلخانه‌ای برای شرکت CDP ارسال کردند. این شرکت غیرانتفاعی به شرکت‌های مایکروسافت و آلفابت و اپل رتبه A را اعطا کرد و یکی از دلایل اعطای این رتبه، شفافیت شرکت‌های یادشده در زمینه انتشار گازهای گلخانه‌ای بود. آمازون و فیس‌بوک و توییتر که هیچ‌یک از آنها امسال در طرح CDP شرکت نکرده‌اند، امتیاز F را دریافت کردند.

راهکارهای فناورانه مدیریت بحران به شهرداری می‌رسد تا خسارت‌ها کاهش یابد

پنجمین رویداد «ارائه نیازهای فناورانه و نوآورانه شهرداری تهران» توسط فن‌بازار تخصصی شهر هوشمند برگزار می‌شود. این رویداد موسوم به InnoTehran است و با موضوع ایمنی و مدیریت بحران در بازار تهران به دریافت و حمایت از طرح‌های برتر در زمینه ارتقای ایمنی شهری در هنگام بحران اختصاص یافته است. شرکت‌های فناور، فعالان زیست‌بوم نوآوری شهری و صاحبان ایده‌های اجرایی می‌توانند با ارسال طرح‌های خود به دبیرخانه این همایش در رقابت نهایی برای عقد قرارداد با سازمان‌های حامی طرح شرکت کنند. نهادهای مختلفی مانند شهرداری تهران حامی این رویداد هستند. ارائه راهکارهای مبتنی بر فناوری برای مدیریت بحران در بازار تهران و کاهش خسارت با استفاده از راهکارهای نوآورانه، از جمله محورهای این رویداد سالانه است.

یادداشت

۷ مرحله ایجاد یک وب‌سایت مناسب برای کسب‌وکار

ایجاد وب‌سایتی مناسب با کسب و کار یکی از چالش‌های مهم بسیاری از شرکت‌هاست. اگر استراتژی برای سایت خود ترسیم نکنید، ممکن است هزینه زیادی صرف کنید و نتیجه مطلوبی که از سرمایه‌گذاری‌تان انتظار داشتید را به دست نیاورید.

«بروکس» به عنوان مشاور بازاریابی یکی از شرکت‌های موفق می‌گوید: «بزرگترین قدم‌های اشتباه زمانی برداشته می‌شوند که مردم تجربه و دانش کاربر را نادیده می‌گیرند. شما باید در مورد آنچه مشتریان می‌خواهند و اینکه چگونه می‌خواهند اطلاعات مربوط به آنچه شما انجام می‌دهید را دریافت کنند، فکر کنید.»

با کمی آمادگی و تلاش می‌توانید سایتی داشته باشید که مانند یک فروشنده خستگی‌ناپذیر برای شرکت شما در ۲۴ ساعت شبانه روز و ۳۶۵ روز سال کار کند.

بروکس این فهرست هفت مرحله‌ای را که به شما کمک می‌کند یک سایت موفق برای کسب و کارتان ایجاد کنید، پیشنهاد می‌دهد:

۱- از واژه‌های پرسشی چه کسی، چه چیزی و چگونه استفاده کنید:

با پرسیدن سه سوال از خود شروع کنید. چه کسی را در سایت خود موردنظر قرار می‌دهید؟ زمانی که بازدیدکنندگان وارد سایت می‌شوند به دنبال چه اطلاعاتی هستند؟ آنها چگونه انتظار دارند در سایت شما راهنمایی شوند؟

برای کمک به خود به این سه پرسش پاسخ دهید و مجموعه‌ای از ویژگی‌های مشتری هدف را به عنوان بخشی از برنامه بازاریابی خود تهیه کنید.

۲- کاربران را با نحوه استفاده از سایت خود آشنا کنید:

مشخص کنید که سایت شما چه کاری می‌خواهد انجام دهد. آیا می‌خواهید از طریق سایت فروش آنلاین داشته باشید؟ آگهی‌های جدید فروش را به دست بگیرید؟ یا اطلاعاتی درباره شرکت و محصولات خود ارائه دهید؟ شاید هم یک ترکیبی از همه موارد بالا باشد.

۳- برای زیرساخت‌ها تصمیم‌گیری کنید:

برای ایجاد وب‌سایت خود دو روش وجود دارد. شما می‌توانید با تهیه زیرساخت‌ها، خودتان یک سایت ایجاد کنید یا یک توسعه‌دهنده وب را برای انجام کار استخدام کنید. ایجاد وب‌سایت مجانی از طریق WordPress حداقل در ابتدای کار می‌تواند هزینه کمتری داشته باشد و با داشتن حداقل تخصص، می‌توانید یک نسخه ابتدایی از سایت ایجاد کنید.

اما بهینه‌سازی قسمت‌های مهم وب‌سایت شما، از جمله تجربه کاربر و نیازهای فنی پیشرفته، می‌تواند بسیار چالش‌برانگیز باشد. شاید بهره‌گیری از خدمات توسعه‌دهندگان وب‌سایت کمی گران‌تر باشد، اما بهتر است برای اطمینان از کارکرد وب‌سایت خود به روشی که می‌خواهید از خدمات آنها بهره‌مند شوید.

۴- بودجه موردنیاز را مشخص کنید:

بودجه‌ای واقعی برای پروژه تعیین کنید. با صحبت با کسب‌وکارهای دیگر، انجمن‌های صنفی و متخصصانی که با آنها کار می‌کنید می‌توانید هزینه‌ای را در نظر بگیرید. اگر پول کافی در دست ندارید، شاید باید از نظر مالی نیز به آن فکر کنید. برای یادگیری نحوه تهیه بودجه برای وب‌سایت خود، به سایت‌هایی در این زمینه مراجعه کنید. به یاد داشته باشید یک وب‌سایت قوی یک سرمایه‌گذاری برای کسب وکار شما است.

۵- پیشنهاد متخصصان توسعه‌دهنده سایت را دریافت کنید:

اگر تصمیم دارید برای ایجاد سایت خود یک متخصص را استخدام کنید، چند پیشنهاد متفاوت دریافت کنید. منابع آنها را بپرسید و کارهای قبلی‌شان را بررسی کنید. اطمینان حاصل کنید که پیشنهاد شامل استراتژی همسو با دیدگاه شما در مورد چگونگی کار وب‌سایت است. همچنین ممکن است بخواهید آموزش‌هایی را برای تیم خود در نظر بگیرید تا بتوانید سایت خود را به روز کنید. یا مطمئن شوید که خودتان دسترسی به دارایی‌های دیجیتال را حفظ و کنترل می‌کنید.

۶- روی توسعه محتوا تمرکز کنید:

چه خودتان بخواهید سایت‌تان را درست کنید و چه شخصی را برای این کار استخدام کنید، در هر صورت باید محتوایی برای سایت خود داشته باشید. محتوا باید جالب و آموزنده باشد، چون ابزاری است برای برگرداندن بازدیدکنندگان معمولی سایت به مشتریان دائمی. به کارهایی چون گذاشتن عکس‌ها با کیفیت بالا، رضایت مشتری، نحوه فیلمبرداری، وبلاگ و ارتباط رسانه‌های اجتماعی فکر کنید. مطالب را مختصر و مفید بیان کنید، با صفحاتی پر از حاشیه‌نویسی و عناوین گیج‌کننده بازدیدکنندگان را خسته نکنید. باز هم به این فکر کنید که مخاطبان ایده آل شما چه چیزی را می‌خواهند در وب‌سایت شما ببینند.

۷- به طور مرتب سایت را به روز و بهینه کنید:

بازاریابی آنلاین یک روند مداوم است. در هر تلاشی برای بازاریابی، شما باید داده‌های خود را برای پیشرفت مداوم کنترل کنید. برای این کار می‌توانید از ابزارهای دیجیتال مانند Google Analytics استفاده کنید. مرتبا تعداد بازدیدکنندگان از سایت و نحوه تعامل آنها را بررسی کنید. سپس می‌توانید از داده‌ها برای آزمایش انواع محتوا و ویژگی‌های طراحی استفاده کنید تا ببینید چه چیزی بهترین نتیجه را در پی خواهد داشت.

منبع: www.bdc.ca/modirinfo

دانش‌آموزان به میدان آمدند و حمایت‌ها به برترین ایده‌های علوم اعصاب شناختی رسید

مراسم اختتامیه هفتمین دوره مسابقات کشوری علوم اعصاب شناختی ویژه دانش‌آموزان به صورت مجازی در تهران برگزار شد.

در این مسابقات، تیم‌های دانش‌آموزی از مدارس فرزانگان مبین خمینی شهر استان اصفهان، شیخ انصاری دوره دوم دزفول استان خوزستان و تیزهوشان حضرت محمد (ص) زاهدان استان سیستان و بلوچستان رده اول تا سوم را به خود اختصاص دادند.

مسابقات ملی دانش‌آموزی علوم اعصاب شناختی برای آشنایی دانش‌آموزان مقاطع دبیرستانی با حوزه‌های علوم شناختی و ترویج و ارتقای این دانش در سطح فضاهای آموزشی با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و با همکاری مرکز ملی پرورش استعدادهای درخشان وزارت آموزش و پرورش هر سال در سطح کشور برگزار می‌شود.

در این دوره از مسابقات، شمار زیادی از دانش‌آموزان از استان‌های مختلف کشور برای ارائه ایده‌های علمی و پژوهشی در حوزه دانش علوم اعصاب شناختی با یکدیگر به رقابت پرداختند.

هدف از برگزاری مسابقات علمی در ارتباط با رشته‌های علوم اعصاب شناختی انجام تحقیقات است تا اتصال فعالیت‌های تحقیقاتی از دوره‌های دبیرستان به مراکز دانشگاهی و نیز سیاست تقویت فرهنگ و روحیه همکاری در مراکز آموزشی در امر انجام مسابقات علوم اعصاب شناختی پیگیری و دنبال شود.

این مسابقات برای جذب علاقه‌مندان به مطالعه مغز با حمایت ستاد توسعه علوم شناختی و جمعی از فارغ‌التحصیلان مدارس دبیرستان علامه حلی انجام شد تا نخبگان و استعدادهای درخشان دانش‌آموزی بتوانند قبل از ورود به مراکز و موسسات آموزش عالی با مباحث و دانش علوم شناختی آشنا شوند.

در هفتمین مرحله از مسابقات علوم اعصاب شناختی، پس از بررسی و ارزیابی فعالیت و عملکرد تیم‌ها در کمیته داوری، همچنین شش تیم شایسته تقدیر و سه تیم نیز موفق به کسب رتبه برجسته شدند.

خطا در محتوای تبلیغات و نشر دیجیتال کاهش یافت و بستر برای کاربران مناسب شد

بروز خطا در فضای پیچیده تبلیغات دیجیتال یکی از مشکلات مجموعه‌های فعال است. کاهش این خطاهای محتوایی در اولویت کاری یک دانش‌بنیان قرار گرفت. شرکت صباسل یکی از مجموعه‌های پیشرو در حوزه تبلیغات و نشر دیجیتال در ایران است که با بهره‌گیری از تعاملات راهبردی، در تلاش است تا محتوای مناسب را در زمان و مکان صحیح به کاربران ارائه کند. یکی از واحدهای زیرمجموعه این شرکت به نام آژانس تبلیغات دیجیتال دیما متخصص اجرای کمپین‌های تبلیغات دیجیتال معطوف به نتیجه است. به گفته احمدعلی فرهودی، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، برنامه‌ریزی، خرید رسانه، اجرا و بهینه‌سازی کمپین‌های تبلیغاتی دیجیتال مهم‌ترین اولویت کاری دیما است تا شرکت‌ها نیازی به سعی و خطا در فضای پیچیده تبلیغات دیجیتال نداشته باشند و فقط در جهت اهداف از پیش‌تعیین‌شده خود حرکت کنند. وی افزود: این خدمات از طریق نرم‌افزارهای اختصاصی دیما در حوزه تبلیغات نمایشی، بازاریابی و تلویزیون‌های اینترنتی ارائه می‌شود. این فعال فناور ادامه داد: مجموعه ما همچنین با هدف پاسخگویی به نیاز روزافزون کاربران به محتوای ویدئویی باکیفیت و در دسترس، مجموعه‌ای از برترین عناوین فیلم و سریال را بر بستر نرم‌افزار کاناپه ارائه می‌کند. فرهودی افزود: ما می‌کوشیم تا در کنار سرگرم کردن مخاطبان، جریان درآمدی خوبی برای فیلم‌سازان ایجاد کنیم. به همین دلیل صباسل در این زمینه هم خدمات تجمیع محتوای ویدئویی و ارائه زیرساخت ارائه می‌کند. مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان همچنین گفت: «نشر دیجیتال بازی» یکی دیگر از خدمات ما است و در این راستا تیم بازیلی در گروه صباسل در بازی‌های موبایل سرمایه‌گذاری می‌کند. فرهودی با اشاره به ورود این مجموعه به حوزه سرمایه‌گذاری در زمینه هوش مصنوعی با عنوان ویژن ایکس گفت: ما هم‌اکنون امکان ارائه خدماتی متنوع در زمینه بینایی ماشین، جست‌وجوی تصویری و مشابه‌یابی و برچسب‌زنی داده به کسب‌وکارها را هم فراهم کرده‌ایم. وی در ادامه گفت: در خدمات جست‌وجوی تصویری و مشابه‌یابی، کاربران با کمک روش‌های نوین مبتنی بر هوش مصنوعی، می‌توانند تصویر آن محصول را براساس ویژگی‌های ظاهری جست‌وجو و کالاهای مشابه را پیدا کنند.

کارگاه برندینگ

پخش موسیقی اقدام جدید اسپاتیفای

به قلم: تیم نویسندگان سایت mspoweruser
مترجم: امیر آل‌علی

اسپاتیفای به عنوان بزرگ‌ترین بستر دانلود موسیقی و پادکست، در اقدامی جدید در تلاش برای تبدیل شدن به یک پخش‌کننده موسیقی است. درواقع در حال حاضر افراد نمی‌توانند فایل‌های صوتی موجود در گوشی‌های خود را از این برنامه، پخش نمایند. بدون شک چنین تغییری می‌تواند منجر به افزایش تعداد کاربران شود، با این حال این قابلیت تنها برای کاربران تلفن‌های همراه نبوده و افرادی که از نرم‌افزار آن در رایانه‌ها نیز استفاده می‌کنند، چنین امکانی را خواهد داشت. در این راستا با توجه به واکنش کاربران در این چند روز، به نظر می‌رسد که این طرح، با استقبال بسیار خوبی همراه باشد. با این حال هنوز مشخص نیست که چه زمانی شاهد در دسترس قرار گرفتن آن خواهیم بود. در این راستا جزییات بیشتری ذکر نشده ولی احتمال می‌رود که این اقدام، با قابلیت‌های نوآورانه‌ای همراه باشد تا به خوبی بتواند همگان را به استفاده از آن به عنوان پلیر اصلی خود، ترغیب نماید.

منبع: mspoweruser.com

جمع‌آوری میکروپلاستیک تایر خودرو طرح منتخب سال

به قلم: متئو کاریسارا خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

با نزدیک شدن به روزهای پایانی سال، معرفی برترین‌ها در حوزه‌های مختلف، به جدیت دنبال می‌شود. در این راستا یکی از موارد مهم، بهترین ایده‌ها در حوزه‌های مختلف است. در صنعت خودروسازی نیز امسال شاهد طرحی نوآورانه هستیم. درواقع یک استارت‌آپ نوپا، اقدام به طراحی دستگاهی کرده است که قادر به جذب میکروپلاستیک‌ها خواهد بود. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که میکروپلاستیک‌ها برای محیط زیست آسیب‌های بسیار زیادی را به همراه داشته و متاسفانه تمامی تایرها، بر اثر اصطکاک با زمین مقدار قابل توجهی از آن را تولید می‌کنند. میزان آن به حدی زیاد است که دومین منبع اصلی میکروپلاستیک‌ها محسوب می‌شود. طرح این تیم، جذب این مواد قبل از وارد شدن به محیط است. برطبق این طرح، دستگاهی در کنار لاستیک نصب خواهد شد که می‌تواند با هر بار چرخش، میکروپلاستیک‌ها را درست به مانند یک جاروبرقی، جذب نماید. این استارت‌آپ که The Tyre Collective نام دارد، مورد توجه بسیاری از سازمان‌ها قرار گرفته و پیش‌بینی می‌شود که حتی شاهد همکاری آنها با برندهای مطرح خودروسازی باشیم. درواقع توجه بیشتر به محیط زیست، به ترندی جدی در تمامی حوزه‌های کسب و کار تبدیل شده و وجود چنین طرح‌هایی، نویدبخش روزهای به مراتب بهتر خواهد بود. نکته جالب دیگر این است که دستگاه مذکور، به انرژی زیادی نیاز نداشته و به راحتی می‌توان آن را با دینام خودرو شارژ نمود. همچنین میکروپلاستیک‌های جذب شده، درون محفظه‌ای قرار خواهد گرفت که می‌توانید به سادگی آن را تخلیه نمایید.

منبع: com.motor۱

خداحافظی با کاتالوگ‌های IKEA

به قلم: کارولین جانسن کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

برند IKEA یکی از کسب و کارهای شناخته شده در زمینه تولید انواع لوازم خانه است. بسیاری از مشتریان در بازارهای جهانی از محصولات متنوع این برند استفاده می‌کنند. این برند سوئدی از زمان تاسیس اقدام به انتشار کاتالوگ‌های رنگی برای فراهم‌سازی فرصت انتخاب بهتر کرده است. نکته جالب اینکه برخی از کلکسیونداران شماره‌های مختلف کاتالوگ‌های این برند را جمع‌آوری کرده‌اند. اکنون براساس اعلام رسمی تیم مدیریت ارشد IKEA دیگر خبری از انتشار کاتالوگ‌های این برند نخواهد بود.

توقف انتشار کاتالوگ‌های IKEA پس از شیوع بحران کرونا مدنظر کارشناس‌های این برند قرار گرفت. این مسئله از مدت‌ها پیش یکی از اعتراض‌های اساسی نسبت به فعالیت این برند را شامل می‌شد. مسائل زیست محیطی در کنار تلاش برای معرفی کسب و کار به عنوان پیشرو در زمینه استفاده از فناوری‌های مدرن همیشه برای IKEA جزو اهداف اصلی بوده است. این امر با انتشار کاتالوگ‌های کاغذی هماهنگی نداشت بنابراین مواجهه با تصمیم جدید مدیران ارشد IKEA امر عجیبی نیست.

براساس گزارش رسمی IKEA با توقف روند چاپ کاتالوگ‌های این برند سالانه نزدیک به ۲۰۰ میلیون نسخه چاپی صرفه‌جویی خواهد شد. این امر خبر خوشی برای طرفداران محیط زیست محسوب می‌شود. رویکرد جایگزین IKEA تلاش برای انتشار نسخه‌های دیجیتال کاتالوگ‌هایش است. این امر از مدتی قبل در بازارهای مختلف مورد آزمایش قرار گرفته است بنابراین به احتمال زیاد در آینده نزدیک برندهای هرچه بیشتری در این زمینه مشارکت خواهند کرد.

برند IKEA در طول سال‌های اخیر به طور مداوم دغدغه‌های زیست محیطی داشته است. این امر اعتبار برند سوئدی در میان مشتریان را به شدت ارتقا داده است. توقف چاپ کاتالوگ‌ها یکی از اقدامات مهم بازاریابی این برند در طول چند سال اخیر محسوب می‌شود.

منبع: marketingdive.com

بررسی ۱۳ ایده کاربردی

چالش انتخاب هدیه‌های جذاب برای مشتریان

به قلم: انجمن کارآفرینان جوان (YEC)
ترجمه: علی آل‌علی

فرا رسیدن مناسبت‌های مختلف به معنای فعالیت هرچه بیشتر برندها برای جلب نظر مخاطب هدف است. بسیاری از مشتریان بازه‌های زمانی مانند کریسمس را به دلیل اعطای هدیه و تخفیف‌های متعدد از سوی کسب و کارها دوست دارند. این امر در طول سال‌های اخیر با سرمایه‌گذاری برندها در حوزه بازاریابی و انتخاب هدیه‌های جذاب حال و هوای متفاوتی به خود گرفته است. یکی از دغدغه‌های همیشگی برندها برای تعامل با مخاطب هدف مربوط به نحوه انتخاب یک هدیه مناسب است.

بسیاری از برندها در این زمینه با مشکلات عمده‌ای مواجه هستند. شناخت سلیقه مخاطب هدف و همچنین سرمایه‌گذاری مناسب و هماهنگ با بودجه در دسترس کسب و کار هرگز کار ساده‌ای نیست. برهمین اساس در ادامه به بررسی برخی از نکات اساسی از نظر کارشناس‌های موفق و جوان خواهیم رفت. استفاده از ایده‌های ذیل برای بهبود وضعیت بازاریابی و اعطای هدیه برند در سال جدید میلادی و همچنین دیگر مناسبت‌ها اهمیت بالایی خواهد داشت.

۱. ایجاد هماهنگی میان پیام و هویت برند
رایان مگدیز: موسسه بازاریابی تستیک

اعطای هدیه به مشتریان همیشه بار مالی قابل ملاحظه‌ای برای کسب و کارها دارد. بسیاری از برندها در مسیر جلب نظر مخاطب هدف در عمل امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان را ندارند. دلیل این امر انتخاب‌های اشتباه در این حوزه است. اگر یک برند در تلاش برای اعطای هدیه به مشتریانش است، باید نسبت به ارتباط میان محصول موردنظر و هویت کسب و کار اطمینان حاصل نماید. در غیر این صورت هدیه موردنظر تاثیرگذاری مناسب را به همراه نخواهد داشت.

اگر کسب و کارها توانایی انتخاب برخی از محصولات یا حتی لوازم جانبی محصولات پرطرفدارشان به عنوان هدیه را داشته باشند، انگیزه مشتریان برای استفاده از هدیه‌ها و تعامل با برند به شدت افزایش خواهد یافت. یکی از اشتباهات برندها انتخاب شعارها و پیام‌های نامناسب برای هدیه‌های‌شان است. این فرآیند باید در نهایت احترام و توجه به سلیقه مخاطب هدف صورت گیرد. اگر بازاریاب‌ها از سر اجبار و همراه با برخوردهای نامناسب این امر را پیگیری نمایند، نتیجه کار جز شکست نخواهد بود.

۲. انتخاب هدیه‌های کاربردی
شو سایترو: موسسه All Filters

برخی از هدیه‌ها به دلیل هماهنگی با نیازهای روز یا شرایط زندگی مشتریان دارای کاربرد بیشتری هستند. بسیاری از برندها برای انتخاب هدیه کمتر به دنبال کاربردشان و بیشتر به سراغ قیمتش می‌روند. انتخاب هدیه‌های گران همیشه به معنای کاربرد مناسب‌شان نیست. برخی از مشتریان حتی با هدیه‌های ارزان هم احساس خوبی نسبت به یک برند پیدا می‌کنند. امروزه مهمترین چالش پیش روی کسب و کارها انتخاب محصولاتی جذاب برای مشتریان است. این امر در زمینه فروش همراه با مزیت‌های بسیار زیادی خواهد بود.

برخی از برندها برای انتخاب هدیه‌ای کاربردی فرآیند بسیار طولانی‌ای را طی می‌کنند. این امر شامل تحلیل وضعیت بازار و همچنین سلیقه مشتریان است. بدون تردید در هفته‌های منتهی به کریسمس امکان چنین تحلیل‌هایی وجود ندارد بنابراین باید تا حدودی براساس تجربه خودمان عمل کنیم. مردم در کریسمس به لوازم زیادی نیاز ندارند. به عنوان مثال، اگر ظرف‌های یکبار مصرف، انواع خودکار یا کیف‌های دوشی به عنوان هدیه در نظر گرفته شود، به احتمال زیاد موفقیت قابل ملاحظه‌ای به همراه خواهد داشت. امروزه بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف هزینه‌های بسیار زیادی صرف می‌کنند، اما رمز موفقیت در اختصاص بودجه به محصولات کاربردی است. این امر شاید هزینه بسیار زیادی نیز به همراه نداشته باشد بنابراین بهترین گزینه در دسترس بازاریاب‌ها خواهد بود.

۳. همکاری با شرکت‌های غیررقیب
کریستین کیمبرلی: موسسه رسانه‌ای مارکوئت

همکاری با دیگر برندها برای برگزاری هرچه بهتر مراسم‌های مناسبتی دارای اهمیت زیادی است. برخی از کسب و کارها به دلیل کمبود بودجه توانایی انتخاب هدیه‌های مناسب و همچنین بررسی تعداد موردنیازشان را ندارند بنابراین در عمل به طور مداوم در مراسم‌های مناسبتی غیبت دارند. بدون تردید این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. این مشکل بسیاری از برندها را تحت تاثیر قرار داده است. راهکار مناسب در این میان همکاری با یک برند دیگر برای تهیه هدیه‌ها به طور مشترک است.

مزیت اصلی همکاری با یک برند دیگر برای خرید هدیه امکان اختصاص بودجه‌های کمتر است. این امر شانس کسب و کارها برای شرکت در مراسم‌ها را به شدت افزایش می‌دهد. شاید تنها نقطه ضعف این راهکار ناتوانی کسب و کارها برای همکاری با رقبای‌شان باشد. بسیاری از برندها در بازار به عنوان رقبای سرسخت شناخته می‌شوند بنابراین باید به دنبال راهکاری برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان بدون درگیری در بحث‌های رقابت بود. این امر از طریق همکاری با برندهای غیررقیب صورت می‌گیرد. کسب و کارها نیازی به همکاری با رقبای‌شان ندارند. در عوض امکان یافتن برخی از کسب و کارها در بازارهای دیگر وجود دارد. این امر موجب همکاری میان کسب و کارها برای جلب نظر مخاطب هدف بدون کاهش میزان مشتریان یکدیگر می‌شود.

۴. اطمینان از کیفیت هدیه‌ها
بیل مالهولاد: موسسه مشاوره‌ای ARC

انتخاب هدیه‌های جذاب و کاربردی بخش پایانی کار نیست. بسیاری از برندها برای صرف هزینه‌های کمتر اقدام به خرید هدیه‌ها در کیفیت‌های پایین می‌کنند. شاید این امر در نگاه نخست موجب صرفه‌جویی در هزینه‌های کسب و کار شود، اما در تحلیل کلی دردسرهای بسیار زیادی به همراه دارد. بسیاری از برندها در مسیر جلب تعامل مخاطب هدف در عمل با مشکلات عمیقی مواجه می‌شوند. این امر ناشی از عدم توجه مشتریان به هدیه برندها نیست، بلکه در عوض بر اثر کیفیت پایین هدیه‌ها و تجربه بد مشتریان از آنها روی می‌دهد.

اگر هدیه یک برند دارای کیفیت نامطلوب باشد، مشتریان نسبت به کیفیت از تردیدهای بسیار زیادی خواهند کرد. نکته جالب اینکه اغلب مشتریان کیفیت هدیه موردنظر را به تمام محصولات برند توسعه می‌دهند بنابراین در عمل یک برند با مشکلات زیادی از نظر فروش محصولاتش مواجه خواهد شد.

۵. دست مشتریان در انتخاب هدیه را باز بگذارید
اندرو شراژ: موسسه خدمات مالی مانی کرشرز

انتخاب یک هدیه برای تمام مشتریان همیشه ایده جذابی نیست. بسیاری از مشتریان برای تعامل با مخاطب هدف مسیر بسیار دشواری پیش روی دارند. این امر ناشی از نیاز به تحلیل سلیقه‌های مختلف مشتریان و انتخاب هدیه‌های گوناگون دارد. بسیاری از بازاریاب‌ها در عمل چنین فرآیندی را مدنظر قرار نمی‌دهند بنابراین مشاهده علاقه اندک مشتریان برای تعامل با برند امری طبیعی خواهد بود. بسیاری از برندها در فرآیند جلب تعامل مشتریان در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست می‌دهند. این امر به صورت تدریجی رخ خواهد داد.

بهترین راهکار برای حفظ توجه مشتریان به برند مربوط به استفاده از هدیه‌های متنوع است. این امر تنوع قابل ملاحظه‌ای در وضعیت کسب و کار ایجاد می‌کند بنابراین گروه‌های مشتریان امکان انتخاب هدیه‌های مورد علاقه‌شان را خواهند داشت. بدون شک همه افراد تمایل به انتخاب هدیه‌های‌شان دارند. این امر احساس بسیار خوشایندی در میان مردم ایجاد می‌کند بنابراین برندها باید به طور قابل ملاحظه‌ای در این حوزه سرمایه‌گذاری نمایند. چنین امری بدون نیاز به سرمایه‌گذاری قابل توجه و تنها با ایجاد تنوع در مدل هدیه‌ها امکان‌پذیر خواهد بود. نکته مهم اینکه در نهایت باید امکان انتخاب از میان هدیه‌ها برای مشتریان فراهم شود.

۶. افزودن ارزش به هدیه‌ها
بریت فرو: برند &PB

بسیاری از برندها پس از انتخاب یک هدیه دیگر به دنبال بهبود وضعیت کسب و کارشان و ارزش‌آفرینی با استفاد از هدیه‌های موردنظر نیستند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. برخی از برندها در مسیر انتخاب هدیه در عمل ارزش اضافی به آن اعطا می‌کنند. این امر از طریق ایجاد ارتباط میان هدیه موردنظر و برخی از محصولات یا حتی داستان‌سرایی برای هدیه‌های موردنظر صورت می‌گیرد. بدون شک همه برندها در بازه‌های زمانی مهم هدیه‌های جذابی برای مشتریان در نظر می‌گیرند، اما نکته مهم افزودن ارزش به هدیه‌ها از طریق فعالیت جانبی است. شاید این امر در ابتدا بسیار عجیب به نظر برسد، اما تاثیرگذاری قابل ملاحظه‌ای بر روی فعالیت کسب و کارها دارد.

برخی از کسب و کارها در مسیر جلب توجه مخاطب هدف حتی اقدام به همکاری با آنها برای انتخاب هدیه‌ها نیز می‌کنند. این امر نقش مهمی در بهبود تعامل میان برندها و مشتریان دارد. هرچه رابطه نزدیک‌تری میان یک برند و مشتریانش وجود داشته باشد، چنین فعالیت‌هایی راحت‌تر اجرایی می‌شود.

۷. استفاده از محتوای تولیدی کاربران (UGC)
ویکاس آگراوال: موسسه اینفو برندز

استفاده از محتوای تولیدی کاربران همیشه ایده‌ای جذاب و ارزان برای بازاریاب‌ها محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها برای جبران کمبود محتوا اقدام به استفاده از چنین محتواهایی می‌کنند. این امر نقش مهمی در بهبود وضعیت برندها از نظر بازاریابی دارد. اگر چنین ایده‌ای در وضعیت عادی تاثیرگذاری مناسبی بر روی فعالیت برندها دارد، پس چرا نباید از آن در مسیر بازاریابی مناسبتی استفاده کرد؟ این ایده شاید در ابتدا بسیار ابتدایی به نظر برسد، اما امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت افزایش می‌دهد. برخی از کسب و کارها به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از محتوای تولیدی کاربران می‌کنند. یکی از بهترین نمونه‌ها در این میان برند کوکاکولا است. شعار مشهور «یک کوک به اشتراک بذار» ابتدا از سوی برخی از کاربران و مشتریان این برند رسانه‌ای شد. نکته جالب اینکه شعار موردنظر اکنون اصلی‌ترین پیام تبلیغاتی کوکاکولا را تشکیل می‌دهد.

۸. افزودن المان‌های تعاملی
جان ترنر: موسسه سیر پراد

استفاده از المان‌های تعاملی در مسیر اعطای هدیه به مشتریان همیشه هیجان قابل ملاحظه‌ای ایجاد می‌کند. بسیاری از برندها در مسیر تعامل با مخاطب هدف اقدام به برگزاری رقابت‌های حضوری یا آنلاین می‌کنند. بدون تردید اکنون با توجه به وضعیت کرونا امکان برگزاری رویدادهای حضوری فراهم نیست بنابراین باید تمرکز اصلی کسب و کارها بر روی حوزه آنلاین باشد. برگزاری رقابت‌های آنلاین امکان تعامل هرچه بهتر مشتریان با هم و همچنین برندها را فراهم می‌سازد.

مهمترین مسئله در زمینه طراحی مسابقه توجه به سهولت شرکت در آن است. در نهایت اغلب مشتریان باید شانس برنده شدن جایزه‌های ما را داشته باشند. بنابراین بی‌توجهی به این امر مشکلات بسیار زیادی به همراه خواهد داشت. برخی از مسابقه‌های آنلاین دارای شرایط بسیار دشواری برای شرکت افراد هستند. این امر انگیزه کاربران برای همکاری با برندها را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. اکنون برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از مسابقات تیمی می‌کنند. این امر نیز نقش مهمی در جلب نظر کاربران در گروه‌های مختلف خواهد داشت.

۹. استفاده از پیام‌های چند رسانه‌ای
آلاستیر سندرسنون: موسسه DFW

فروش برخی از محصولات سخت‌تر از دیگر نمونه‌هاست. به عنوان مثال، فروش خودرو از عرضه تنقلات ارزان‌قیمت سخت‌تر است بنابراین باید ایده‌های بازاریابی و هدیه‌های جذابی مدنظر برندها قرار گیرد. یکی از شیوه‌های مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان در حوزه‌های لوکس و پرهزینه مربوط به استفاده از پیام‌های چند رسانه‌ای است. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از شیوه‌های متنوع استفاده می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی به همراه دارد. یکی از چالش‌های مهم عدم تخصص برخی از برندها در زمینه تولید محتوای چند رسانه‌ای است. این امر در نهایت موجب ناتوانی کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود.

امروزه همکاری با آژانس‌های بازاریابی و رسانه‌ای یکی از بهترین اقدامات ممکن برای هر برندی محسوب می‌شود بنابراین کسب و کارها باید شیوه‌های متنوعی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف انتخاب نمایند. این امر همیشه نیازمند تحمل سختی‌های متعدد نیست. اگر کسب و کارتان بودجه مناسبی در اختیار دارد، همکاری با آژانس‌های بازاریابی گزینه مناسبی خواهد بود.

۱۰. قرعه‌کشی محصولات هدیه
جویی برتشلر: موسسه Content Marketing

بازاریابی باید همیشه همراه با المان‌های هیجان‌انگیز باشد. برخی از برندها در این زمینه عملکرد مناسبی ندارند. قرعه‌کشی از میان محصولات مختلف یا حتی انتخاب بعضی از مشتریان برای اعطای هدیه‌های ارزشمند ایده جالبی است.

بدون شک با بودجه محدود امکان خرید هدیه‌های ارزان‌قیمت برای تمام مشتریان فراهم است. نکته مهم در این میان انتخاب میان کیفیت یا کمیت هدیه‌هاست. برخی از برندها در بازه‌های زمانی مهم اقدام به قرعه‌کشی از میان مشتریان‌شان برای اعطای یک یا چند هدیه بسیار ارزشمند می‌کنند. به عنوان مثال، اگر یک شرکت خودروسازی در پایان سال قرعه‌کشی میان مشتریانش به منظور بهره‌مندی از یک دستگاه خودرو انجام دهد، هیجان کمپینش بسیار بیشتر از اعطای یک جاکلیدی به عنوان هدیه به تمام مشتریانش خواهد بود. ایجاد هیجان در میان مشتریان باید همیشه در دستور کار برندها قرار داشته باشد. در غیر این صورت آنها شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌شان نخواهند داشت.

۱۱. انتخاب میزبان مناسب
دیزی جینگ: موسسه بانیش

برگزاری مراسم‌های آنلاین یا حضوری و سپس اعطای هدیه به مشتریان ایده رایجی است. بسیاری از برندها برای برگزاری مراسم‌های‌شان به سراغ مجری یا میزبان‌های حرفه‌ای می‌روند. نکته مهم در این میان تلاش برندها برای استفاده و همکاری با مجریان مرتبط با حوزه کاری‌شان است. در غیر این صورت فقدان ارتباط میان حوزه‌های کاری آنها مشکلساز خواهد شد.

۱۲. توجه به لحن و صدای تبلیغ اصلی
بلیر ویلیامز: موسسه ممبر پرس

تعامل با مشتریان باید همیشه براساس ایده‌های جذاب و تازه صورت گیرد. اگر یک برند شیوه تعامل با مخاطب هدف را شخصی‌سازی نماید، نتیجه بسیار بهتری در بلندمدت دریافت خواهد کرد. امروزه بسیاری از برندها نظیر Dollar Shave Club از ایده‌های شخصی‌سازی شده برای تعامل با مخاطب هدف استفاده می‌کنند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اگر یک برند در این زمینه عملکرد ضعیفی داشته باشد، تمام حوزه بازاریابی‌اش تحت تاثیر قرار می‌گیرد بنابراین باید پیش از فرا رسیدن مناسبت‌ها نسبت به فعالیت در این حوزه اقدام کرد.

الگوبرداری از برندهای بزرگ و موفق همیشه گزینه‌ای در دسترس برای کسب و کارهای کوچک خواهد بود. بسیاری از برندها در این مسیر توجهی به وضعیت کسب و کارشان ندارند. این امر موجب آزمون و خطاهای خطرناک از سوی کسب و کارهای کوچک می‌شود. اگر یکی از آزمون‌های موردنظر همراه با شکست شود، به احتمال زیاد تمام سرمایه برند موردنظر بر باد خواهد رفت. با این حساب تقلید و الگوبرداری از کمپین‌های موفق برندهای بزرگ ایده مناسب‌تری خواهد بود.

۱۳. هدف‌گذاری بر روی مخاطب مناسب
ساموئل تیموتی: موسسه OneIms

فروش به مشتریان نیازمند به یک محصول خاص یا حتی دارای علاقه به حوزه فعالیت‌مان بسیار ساده‌تر از گونه‌های دیگر است. این امر اغلب اوقات مورد بی‌توجهی برندها قرار می‌گیرد. درست به همین خاطر بسیاری از برندها با مشکلات اساسی در زمینه تعامل با مشتریان مواجه هستند. هدف‌گذاری بر روی مشتریان علاقه‌مند به برند کار ساده‌ای به نظر می‌رسد، اما در عمل نیازمند شناسایی دامنه وسیعی از مشتریان است. این امر باید مدت‌ها پیش از شروع مناسبت موردنظر صورت گیرد. در غیر این صورت وضعیت بازاریابی برند با مشکلات بسیار عمیقی مواجه خواهد شد.

امروزه تعامل با مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. انتخاب هدیه‌های مناسب همشه جزئی از برنامه بازاریابی برندها بوده است. در این راستا همیشه باید از هدیه‌های مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان استفاده کرد. ایده‌های مورد بحث در این مقاله برخی از مهمترین تکنیک‌ها در این راستا را مورد بحث قرار دادند بنابراین شما به عنوان بازاریاب یا کارآفرین امکان تعامل بهتر با مشتریان‌تان را خواهید داشت.

منبع: noobpreneur.com

بازاریابی با کمترین هزینه

ایده‌های بازاریابی ساده و ارزان برای کسب و کارها

به‌قلم: کریستین مک کُرمیک کارشناس بازاریابی و ویراستار در موسسه WordStream
ترجمه: علی آل‌علی

کسب و کارهای کوچک به طور معمول دارای بودجه‌های محدودی برای بازاریابی هستند. این امر فشارهای برای طراحی کمپین و محتوای جذاب با هزینه اندک را دوچندان می‌کند. شاید برخی از کارشناس‌ها بازاریابی بدون در اختیار داشتن بودجه مناسب را غیرممکن تلقی کنند، اما خبر خوش طراحی برخی از ایده‌ها و شیوه‌های بازاریابی ارزان برای کسب وکارهای مختلف است. امروزه بسیاری از برندها با بودجه‌های اندک در تلاش برای تولید محتوای بازاریابی و تبلیغاتی هستند.

امروزه کارآفرینان و مدیران کسب و کار زمان کافی برای مطالعه و پژوهش در مورد بازارها را دارند. بسیاری از برندها در این شرایط با بودجه‌های اندک وارد عرصه کسب و کار می‌شوند. نمونه‌های موفق در این زمینه مثال مناسبی از وضعیت برندها را نشان می‌دهد بنابراین به دلیل فقدان بودجه کافی نباید از فعالیت بازاریابی صرف نظر کرد. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی شیوه‌های بازاریابی ارزان‌قیمت برای کسب و کارهای مختلف است. شاید در نگاه نخست ایده‌های ارزان‌قیمت بازاریابی فقط برای کسب و کارهای کوچک مفید باشد، اما در تحلیلی عمیق‌تر تمام برندها امکان بهره‌گیری از چنین ایده‌هایی را دارند. امروزه هیچ برندی دست رد به صرفه‌جویی در هزینه‌ها نمی‌زند بنابراین استفاده از ایده‌های مورد بحث در این مقاله برای تمام برندها در هر اندازه و موقعیتی مفید خواهد بود.

ایجاد حساب رایگان در گوگل بیزینس

سرویس گوگل بیزینس برای کسب و کارها به مثابه ایجاد اعتبار در فضای آنلاین است. امروزه بسیاری از مشتریان پیش از خرید اقدام به جست‌وجوی آنلاین برندها می‌کنند. اگر یک برند دارای مشخصات دقیق در گوگل بیزینس باشد، در کنار صفحه جست‌وجو اطلاعات دقیق‌اش به نمایش درخواهد آمد. این امر اغلب اوقات مورد توجه برندها قرار ندارد، بنابراین مشاهده فقدان اطلاعات دقیق پیرامون برندها تجربه‌ای مشترک در میان اغلب مشتریان محسوب می‌شود.

برخی از برندها به دلیل نگرانی نسبت به هزینه‌های ایجاد حساب در گوگل بیزینس از این اقدام صرف نظر می‌کنند. اگر وضعیت کسب و کار شما نیز اینگونه است، باید تغییر اساسی در نگرش‌تان ایجاد نمایید. امروزه بسیاری از سرویس‌های گوگل به صورت رایگان در اختیار کاربران و حتی برندها قرار دارد.

مراجعه کاربران به سایت رسمی یک برند برای اطلاع از وضعیت کلی‌اش بیش از اندازه ایده‌آل است. با این حساب برندها باید اقدام به ثبت نام در گوگل بیزینس برای نمایش رایگان و سریع اطلاعات‌شان به مخاطب هدف نمایند.

بارگذاری محتوا و تعامل با مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی

بهبود وضعیت برند در شبکه‌های اجتماعی همیشه مهم است. بسیاری از برندها برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی نیاز به راهنمایی ندارند. نکته مهم ایجاد یک اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی است. برخی از کارآفرینان برای انتخاب یک پلتفرم درگیر گزینه‌های متعددی هستند. بدون شک با بودجه محدود امکان حضور در تمام شبکه‌های اجتماعی فراهم نیست بنابراین باید دست به انتخابی مهم از میان شبکه‌های اجتماعی بزنیم. این امر به معنای ضرورت آگاهی از محبوبیت یک شبکه اجتماعی برای انتخاب و اقدام بازاریابی در آن است.

برخی از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، اینستاگرام، توییتر و لینکدین دارای شهرت بالایی هستند. انتخاب در زمینه فعالیت در یکی از آنها باید با توجه به میزان محبوبیت برند ما در هر کدام صورت گیرد. این امر با طراحی پرسشنامه از مشتریان به سادگی قابل مطالعه خواهد بود. امروزه اغلب برندها در شبکه‌های اجتماعی مورد علاقه مشتریان‌شان عضویت دارند. دلیل این امر امکان تعامل نزدیک‌تر با مشتریان در چنین موقعیت‌هایی است.

تگ کردن کاربران و برندها در شبکه‌های اجتماعی

تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی ایده اساسی بسیاری از کسب و کارهاست. نکته مهم در این میان استفاده از رابطه مناسب برند با دیگر کسب و کارها برای بهبود تاثیرگذاری بر روی کاربران است. ایده اساسی در این زمینه شامل استفاده از قابلیت تگ کردن در پست‌های مختلف است. اگر یک پست دارای محوری مشترک میان برند شما و یک کسب و کار مرتبط است، تگ کردن آن برند ایده جذابی خواهد بود. همچنین درج کامنت در ذیل پست‌های مرتبط با کاربران و همچنین برندهای دارای همکاری ضروری خواهد بود.

امروزه کاربران انتظارات بسیار زیادی از برندها دارند. این امر شامل تعامل با برندها در شبکه‌های اجتماعی و همچنین علاقه به دریافت پاسخ از سوی برندهاست. اگر کاربران در زمینه تولید محتوا پیرامون برندتان فعال هستند، بازنشر محتوای موردنظر یا دست‌کم درج کامنت در ذیل آنها ایده جذابی خواهد بود. اگر این امر مدنظر برندها قرار نگیرد، بخش قابل ملاحظه‌ای از فرآیند بازاریابی با مشکل مواجه خواهد شد.

استفاده از هشتگ‌ها

بسیاری از برندها هنوز هم کاربردهای اصلی هشتگ را به خوبی درک نکرده‌اند. درست به همین خاطر استفاده از آن در بازاریابی چندان رونقی نداشته است. هشتگ‌ها راهکار ساده‌ای برای دسترسی به دامنه مشابهی از محتوا در شبکه‌های اجتماعی است. به عنوان مثال، اگر یک کاربر تمایل به مشاهده محتوای مرتبط با برند نایک داشته باشد، جست‌وجوی عبارت نایک در بخش هشتگ به سادگی این فرصت را فراهم خواهد کرد.

استفاده از هشتگ‌های نامناسب همیشه برندها را اذیت می‌کند. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از هشتگ‌های مرتبط با حوزه کسب و کار است. برخی از برندها در طول زمان هشتگ‌های خاص کسب و کارشان را ایجاد می‌کنند. همچنین باید نسبت به استفاده از هشتگ‌های ترند نیز توجه نشان دهیم. این امر شاید در ابتدا بسیار سخت به نظر برسد، اما در مقیاسی وسیع ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد بود. تنها نکته مهم در این میان ارزیابی ترندهای موجود در بازار به صورت مداوم است. این امر به خوبی فرصت بازاریابی و تاثیرگذاری مطلوب بر روی مخاطب هدف را فراهم خواهد کرد.

لینکدین را فراموش نکنید

لینکدین به عنوان یک پلتفرم مخصوص کسب و کارها و کارآفرینی محبوبیت بسیار زیادی دارد. متاسفانه بسیاری از برندها در این شبکه اجتماعی فعالیت قابل ملاحظه‌ای ندارند. درست به همین خاطر شمار بالایی از اکانت‌های تجاری غیرفعال در لینکدین قابل مشاهده است. ایده مناسب در این رابطه تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس تولید محتوا در این پلتفرم محبوب است. برندها در این مسیر مثال‌های بسیار زیادی پیش روی ندارند. نکته مهم ایجاد تمایز میان تولید محتوا برای کاربران عادی و کارآفرینان است.

اهداف بازاریابی در تعامل با کارآفرینان به طور کامل متفاوت از ایده‌های بازاریابی رایج است. بر این اساس برندها باید به دنبال نیازهای‌شان مانند نیروی کار ماهر یا همکاری با برخی شرکت‌های دیگر باشند. تولید محتوای بازاریابی تخصصی در این رابطه اهمیت بسیار زیادی دارد بنابراین حتی سرمایه‌گذاری بیشتر در این حوزه به نسبت بازاریابی عادی نیز منطقی خواهد بود.

توجه به سئو محلی

سئو در ابعاد بسیار متفاوتی قابل بررسی است. یکی از شاخه‌های مهم این تکنیک مربوط به بعد محلی است. بسیاری از برندها در زمینه استفاده از سئو به دنبال تاثیرگذاری بر روی کاربران جهانی هستند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. برخی از برندها به هیچ وجه در مقیاس جهانی فعالیت ندارند بنابراین تلاش برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف در این مقیاس ایده مناسبی نخواهد بود. در عوض سرمایه‌گذاری بر روی کاربران محلی ایده بسیار بهتری محسوب می‌شود. این امر برای بسیاری از برندها به معنای توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان بالقوه است.

یکی از ایده‌های ساده در زمینه مدیریت سئو محلی مربوط به استفاده از کلیدواژه‌های جغرافیایی است. به عنوان مثال، اگر کسب و کار شما در شهر سیاتل فعالیت دارد، استفاده از کلیدواژه‌های مرتبط با سیاتل در محتوای بازاریابی اهمیت خواهد داشت. این امر امکان بازاریابی و تاثیرگذاری بهتر بر روی کاربران حاضر در این بازار را فراهم می‌آورد.

طراحی برنامه بازاریابی ایمیلی

بازاریابی ایمیلی در طول سال‌های اخیر یکی از راهکارهای تاثیرگذار برای تعامل با مخاطب هدف بوده است. نکته جالب اینکه این شیوه بازاریابی از همان زمان ظهور فناوری اینترنت در دسترس بازاریاب‌ها قرار داشته است. با این حساب سابقه موفق در زمینه بازاریابی برای بسیاری از برندها جذابیت دارد. طراحی الگوی بازاریابی ایمیلی باید با توجه به نحوه فعالیت هر برند صورت گیرد. اشتباه برخی از برندها خرید لیست‌های ایمیلی از سوی دلال‌هاست. این امر به معنای پرداخت هزینه در قبال دسترسی به آدرس ایمیل کاربران است. نکته مهم اینکه بسیاری از برندها در این مسیر بر روی شیوه‌های ارگانیک تمرکز ندارند.

شاید بازاریابی ارگانیک نیازمند اختصاص زمان بیشتری باشد، اما در نهایت موفقیت قابل ملاحظه‌ای برای برندها به همراه خواهد داشت. امروزه اغلب برندهای موفق در زمینه بازاریابی ایمیلی در طول دست‌کم یک دهه موفق به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شده‌اند. این امر باید مدنظر تمام برندهای فعال در این حوزه باشد. در غیر این صورت به طور مداوم با احساس نیاز برای موفقیت کوتاه مدت مواجه خواهند شد. بسیاری از برندها در عمل برای دستیابی به موفقیت‌های کوتاه مدت بسیاری از هزینه‌های اضافی را متحمل می‌شوند. در نهایت نیز هیچ‌گونه موفقیت کوتاه‌مدتی حاصل نمی‌شود.

فرآیند بازاریابی همیشه الگویی طولانی مدت بوده است بنابراین تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس شیوه‌هایی کوتاه‌مدت به هیچ وجه گزینه جذابی نخواهد بود.

طراحی اینفوگرافی‌های دارای داده‌های غنی

طراحی اینفوگرافی به دلیل جلوه‌های بصری جذابیت‌های بسیار زیادی دارد. امروزه بسیاری از برندها برای بیان نکات اساسی در زمینه کسب و کارشان از اینفوگرافی‌های دارای طرح‌های مختلف استفاده می‌کنند. یکی از نکات مهم در این میان توجه به داده‌های مورد استفاده در طراحی نمودارهای مختلف است. برخی از برندها بیش از اندازه به جذابیت‌های بصری این الگوها تمرکز می‌کنند. این امر همیشه مشکلات عمیقی به همراه خواهد داشت. اگر یک برند توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس داده‌های مناسب را نداشته باشد، جلوه‌های بصری جذاب کمک اندکی به آنها خواهد کرد.

امروزه سایت‌های متنوعی در زمینه دسترسی به عکس‌های رایگان فعالیت دارند. یکی از نمونه‌های جذاب در این میان کانواست. این سایت مجموعه وسیعی از عکس‌های رایگان را در اختیار کاربران قرار می‌دهد. نکته جالب اینکه استفاده از اغلب آنها برای کسب و کارها رایگان است بنابراین از نظر دسترسی به محتوای بصری مشکلی پیش روی کسب و کارها نیست.

بدون تردید طراحی اینفلوگرافی براساس داده‌های معتبر نیاز به صرف مقدار مشخصی هزینه است. نکته مهم در این میان ارزش صرف چنین هزینه‌ای برای بازاریابی تاثیرگذار است. اگر این نکته مدنظر برندها قرار نداشته باشد، در نهایت نمودارهای‌شان فاقد تاثیرگذاری محتوایی خواهد بود.

استفاده از گزینه‌های تبلیغات پولی

امروزه شبکه‌های اجتماعی بخش اصلی درآمدشان ناشی از نمایش تبلیغات پولی است. این امر به معنای امکان همکاری با چنین برندهایی در مقیاسی وسیع است. اگر کسب و کار شما در زمینه تعامل با مخاطب هدف و جلب توجه به محتوا با مشکلات زیادی مواجه است، تلاش برای استفاده از گزینه‌های تبلیغاتی منطقی خواهد بود.

شاید نقطه ضعف اصلی تبلیغات پولی نیاز به پرداخت هزینه باشد. برخی از کسب و کارها به دلیل محدودیت‌های مالی در این زمینه با احتیاط فراوان عمل می‌کنند. اگر شما نیز جزو چنین کسب و کارهایی هستید، باید نحوه نگاه‌تان به حوزه کسب و کار تغییر نماید. بسیاری از برندها به طور مداوم برای صرفه‌جویی تلاش می‌کنند. نکته مهم دستیابی به موفقیت و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. در غیر این صورت صرفه‌جویی هیچ فایده‌ای برای برندها به همراه نخواهد داشت.

ثبت نام برای جوایز کسب و کار

سالانه در صنایع مختلف مراسم‌های مهمی برای انتخاب بهترین‌ها برگزار می‌شود. اگر کسب و کار شما در طول یک سال اخیر فعالیت مناسبی در زمینه بازاریابی یا دیگر حوزه‌ها داشته است، ثبت نام در چنین مراسم‌هایی ضروری خواهد بود. برخی از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف به طور تفریحی در چنین مراسم‌هایی شرکت می‌کنند. نکته مهم در این میان کاهش اعتبار کسب و کار در صورت ناکامی برای دریافت جایزه به طور مداوم است بنابراین برندها باید به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مراسم‌های مختلف براساس عملکردشان باشند.

اگر کسب و کار شما در مقیاس محلی فعالیت دارد، شاید تاسیس یک مراسم بازاریابی محلی ایده جذابی باشد. استفاده از داورهای مناسب برای انتخاب بهترین‌ها در بازاریابی منطقه موردنظر توجه زیادی جلب خواهد کرد. امروزه بسیاری از برندها به دلیل برگزاری مراسم‌های جذاب دارای شهرت هستند. بنابراین باید نسبت به ارزیابی دقیق شرایط برای فعالیت در این حوزه اقدام کرد.

بازاریابی به عنوان رهبر بازار

اگر کسب و کار شما نسبت به وضعیت مناسبش در بازار محلی اطمینان دارد، باید اقدام به بازاریابی محلی به عنوان رهبر کسب و کار در منطقه موردنظر اقدام نماید. این امر شامل انتخاب شعارهای مختلف برای بازنمایی این امر است. امروزه بسیاری از برندها در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با کمبود اعتماد به نفس مواجه هستند. این امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود.

یکی از ایرادات کسب و کار ورود به عرصه بازاریابی به عنوان رهبر بازار پیش از دستیابی به پیش‌نیازهای اساسی است. اگر یک کسب و کار هنوز در مرحله کسب موفقیت ابتدایی به سر می‌برد، به هیچ وجه به عنوان رهبر یک بازار شناخته نخواهد شد. اگر کسب و کار شما در این وضعیت اقدام به رهبری بازار نماید، مورد تمسخر مشتریان قرار خواهد گرفت. این شیوه بازاریابی فقط برای برندهای بزرگ و دارای آمادگی لازم مناسب خواهد بود.

تولید محتوای جذاب

تولید محتوای جذاب در ظاهر شیوه بسیار ساده‌ای دارد. شناسایی سلیقه مخاطب هدف و سپس تولید محتوا به اندازه کافی سرراست است. نکته مهم در این میان طبقه‌بندی مشتریان در گروه‌های مختلف است. امروزه مشتریان دارای ایده‌های متفاوت و سلیقه‌های گوناگون هستند بنابراین تولید محتوای یکسان برای همه آنها ایده جذابی نخواهد بود. هرچه کسب و کارها تمایل بیشتری برای بازاریابی براساس توجه به تفاوت میان مشتریان داشته باشند، شانس بالاتری برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان خواهند داشت.

امروزه سایت‌ها و آژانس‌های مشاوره‌ای متعددی در زمینه کمک به برندها برای تولید محتوای جذاب فعالیت دارند. اگر شما تمایل به صرفه‌جویی در هزینه‌ها دارید، توجه به داده‌های موجود در گوگل ترندز ایده جذابی خواهد بود. این سرویس یکی دیگر از خدمات قابل ملاحظه گوگل برای برندها محسوب می‌شود. مزیت اصلی این سرویس امکان دسترسی رایگان برندها به داده‌های دقیق است. البته اغلب اوقات باید پردازش نهایی داده‌ها به منظور استفاده مناسب در حوزه عمل صورت گیرد. در غیر این صورت وضعیت برندها به هیچ وجه تغییری نخواهد کرد. امروزه اگر شخصی‌سازی محتوای بازاریابی در دستور کار قرار نگیرد، بسیاری از فرآیندهای بازاریابی با مشکل مواجه خواهد شد. این امر در مورد داده‌های اولیه نیز صحت دارد بنابراین پیش از استفاده از داده‌های موردنظر باید آنها را شخصی‌سازی کرد.

راه‌اندازی وبلاگ

راه‌اندازی وبلاگ یکی از ایده‌های اساسی برای تعامل با مخاطب هدف محسوب می‌شود. این امر باید از سوی برندهای مختلف مدنظر قرار گیرد. امروزه وبلاگ‌های بسیار زیادی در زمینه ارائه خدمات مربوط به بازاریابی فعالیت دارد. نکته مهم در این میان راه‌اندازی وبلاگ منحصر به فرد برند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر موجب ایجاد مزیت‌های بسیار زیادی خواهد شد. وقتی یک برند دارای وبلاگ رسمی است، معنای ضمنی‌اش تلاش برای دستیابی به جایگاه مشاور مشتریان است.

امروزه بسیاری از برندها دیگر فروشنده صرف محصولات نیستند، بلکه به دلیل اعتماد بالای مشتریان به عنوان مشاورهای مورد اعتماد آنها نیز فعالیت دارد. این امر موجب ساماندهی فرآیند فروش محصولات به صورت ساده‌تر و همچنین تاثیرگذاری بسیار سریع بر روی مشتریان می‌شود.

راه‌اندازی وبلاگ تفاوت اساسی با وضعیت سایت دارد. تولید محتوای تخصصی‌تر باید در دستور کار برای بازاریابی در وبلاگ قرار گیرد. در غیر این صورت هیچ تفاوتی میان فرآیند بازاریابی در وبلاگ و سایت رسمی نخواهد بود. برخی از برندها درست به همین خاطر مورد بی‌توجهی مخاطب هدف قرار می‌گیرند. بنابراین باید همیشه نسبت به تولید محتوای مناسب در وبلاگ اقدام کرد.

ساماندهی همکاری با دیگر برندها

همکاری با کسب و کارهای مرتبط با حوزه فعالیت برند (نه رقیب‌های مستقیم) دارای اهمیت بالایی است. یکی از اشتباهات اساسی برندها در زمینه ساماندهی همکاری تلاش برای جلب توجه رقبای اصلی است. چنین همکاری‌هایی هرگز ایده مناسبی محسوب نمی‌شود بنابراین باید به دنبال همکاری به شیوه‌های دیگر باشیم. بسیاری از برندها در عمل توانایی جلب نظر مخاطب هدف را ندارند. این امر ناشی از همکاری‌های نامناسب در زمینه بازاریابی است. اگر یک برند به اندازه کافی شناخت در مورد رقبایش داشته باشد، هرگز اقدام به همکاری با آنها نخواهد کرد. در عوض باید به دنبال حوزه‌های مکمل کسب و کارمان باشیم. به عنوان مثال، اگر شما در زمینه تولید قطعات یدکی خودرو فعال هستید، همکاری با یک برند تولید خودرو ایده مناسبی خواهد بود. این همکاری به دلیل تکمیل فرآیند فروش از سوی هر دو برند موفقیت‌آمیز خواهد بود.

بارگذاری ویدئوهای آموزشی

امروزه کاربران نیازهای بسیار زیادی در زمینه‌های مختلف دارند. یکی از ایده‌های مناسب برای تاثیرگذاری بر روی آنها تولید محتوای آموزشی است. وقتی صحبت از محتوای آموزشی می‌شود، فرمت ویدئو دارای اهمیت و تاثیرگذاری بسیار بیشتری است بنابراین باید از دیگر نمونه‌ها صرف نظر کرد. بارگذاری ویدئوی آموزشی نیاز به رعایت اختصار در معنای گسترده ندارد. تهیه ویدئو در قالب ۵ تا ۷ دقیقه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کافی خواهد بود. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس تحلیل نیازهاشان است. اگر این نکته مدنظر برندها قرار نداشته باشد، فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلات عمیقی مواجه خواهد شد.

منبع: wordstream.com

ایستگاه بازاریابی

اشتباهات احتمالی بازاریابی در سال ۲۰۲۱

به قلم: جولیان لیم کارآفرین و پژوهشگر موسسه Startup Fortune
ترجمه: علی آل‌علی

اغلب بازاریاب‌ها نسبت به تفاوت میان شیوه‌های سنتی و مدرن بازاریابی و تبلیغات آگاهی کامل دارند. نکته مهم اینکه اغلب اوقات الگوهای مدرن و سنتی در کنار هم کاربرد پیدا می‌کنند بنابراین باید از تمام آنها در کنار هم برای تاثیرگذاری مناسب استفاده نماییم. بروز اشتباهات در عرصه بازاریابی امر خوشایندی نیست. بسیاری از بازاریاب‌ها به دلیل ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف موقعیت شغلی‌شان را از دست داده‌اند. با نزدیک شدن به سال جدید میلادی آگاهی از وضعیت بازاریابی و تلاش برای پرهیز اشتباهات اساسی در این حوزه ضروری به نظر می‌رسد. اغلب بازاریاب‌های حرفه‌ای در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی بازار، اقدام به ارزیابی اشتباهات احتمالی پیش از شروع سال جدید می‌کنند. در ادامه برخی از نکات اساسی در این زمینه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

عدم شناخت درست از مخاطب هدف

سرمایه‌گذاری بر روی بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف امر پیچیده‌ای است. بسیاری از برندها با بودجه‌های محدود اقدام به حضور در این عرصه می‌کنند. همین امر مشکلات بسیار زیادی برای چنین کسب و کارهایی پدید می‌آورد. اگر شناخت درست از مشتریان وجود نداشته باشد، اندک سرمایه در دسترس برندها نیز از بین می‌رود. سال ۲۰۲۱ به دلیل تجربه کرونا در مناطق مختلف از نظر ترندهای بازاریابی وضعیت ویژه‌ای دارد. بسیاری از برندها توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس ایده‌های قدیمی و متداول را ندارند. برهمین اساس باید به دنبال راهکاری تازه برای جلب نظر مخاطب هدف باشند.

بدون شک برندها و بازاریاب‌ها در طول یک سال اخیر شیوه متفاوتی از فعالیت را در پیش گرفته‌اند، با این حساب اگر تجربه‌شان در عرصه کسب و کار با ایده‌های بازاریابی ترکیب شود، امکان جلب نظر مخاطب هدف به صورت تاثیرگذارتر فراهم خواهد شد.

شناخت مخاطب هدف کار دشواری نیست. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای استفاده از ایده‌های مرتبط با نیازهای روز و همچنین ترندهای برتر است. اغلب برندهای بزرگ با همین شیوه تاثیرگذار اقدام به تعامل با مشتریان در بازارهای مختلف می‌کنند.

عدم تعامل با محتوای تولیدی کاربران

استفاده از محتوای تولیدی کاربران فقط به معنای صرفه‌جویی در هزینه تولید محتوا نیست. امروزه اغلب مشتریان تمایل به بازنشر محتوای تولیدی‌شان پیرامون برندها از سوی اکانت رسمی آنها دارند. اگر این امر مورد توجه برندها قرار نگیرد، بسیاری از مسائل‌شان در زمینه تعامل با مشتریان همراه با چالش خواهد شد.

برخی از برندها بسیار دیر اقدام به بارگذاری محتوای مربوط به مشتریان می‌کنند. این امر در عمل جذابیت‌های محتوای موردنظر را از بین می‌برد. اگر برند شما از چنین استراتژی در پیش گرفته است، در آینده نزدیک با ریزش شدید مشتریان مواجه خواهد شد. همکاری با برخی از ادمین‌های حرفه‌ای برای بررسی وضعیت برند و همچنین بازنشر محتوای تولیدی کاربران ایده جذابی خواهد بود.

سختی‌های یافتن فروشگاه آنلاین برند

فروشگاه آنلاین برند باید همیشه در دسترس باشد. اگر مشتریان مشکلاتی در زمینه دسترسی به فروشگاه موردنظر را داشته باشند، تمایل‌شان برای خرید به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت. امروزه بسیاری از برندها در عمل کمپین‌های بازاریابی بسیار جذابی در اختیار مشتریان قرار می‌دهند، اما در زمینه فروش با مشکل مواجه هستند. این امر ناشی از ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان از طریق در دسترس قرار دادن فروشگاه آنلاین است. با توجه به حجم بالای رقبا در عرصه کسب و کار اگر یک برند توانایی فراهم‌سازی نیازهای مدنظر مشتریان را نداشته باشد، به سرعت با دیگر کسب و کارها جایگزین خواهد شد.

منبع: entrepreneur.com

رهبری

توصیه‌هایی برای بهبود روحیه در کمتر از ۱۰ دقیقه

به قلم: انجمن کارآفرین‌های جوان / مترجم: امیر آل‌علی

امروزه انواع فشـارها و استرس، به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی افراد تبدیل شده اسـت. تحت این شرایط سوال مهم این است کـه چگونه می‌توان در مدت زمانی کم، روحیه خود را دگرگون کرد. درواقع بسـیاری از افراد تصـور می‌کنند که یک اتفاق بد، تـا پایان روز بر روی آنها تاثیر منفی را خواهد داشـت. این امر در حالی اسـت که شـما باید در کمترین زمان ممکن، وضعیت خود را بهبود بخشـید تا از وقوع اتفاقات بدتر جلوگیری شـود. در این راسـتا چند اقدام بسیار ساده را بررسی خواهیم کرد که در کمتر از چند دقیقه، وضعیت شـما را کاملا دگرگون می‌کند. نکته‌ای که باید به آن توجه داشـته باشـید این اسـت که برای کسـب بالاترین حد نتایج، بهتر است که تمامی این توصیه‌ها را بـا هم انجام دهید که زمان تقریبی انجـام تمامی آنها، بیش از ۱۰ دقیقه، نخواهد بود.

۱-تنفس عمیق

در هنگام مواجهه با اسـترس و فشارهای مختلف که ناراحتی شـما را به همراه دارد برای یک دقیقه چشمان خود را ببندید. در حین انجام این اقدام لازم است تا تنفس عمیق داشته باشید. درواقع اکسیژن بیشتر، تاثیر معجزه‌آسایی داشته و باعث خواهد شد تا در کنار کسب آرامش بیشتر، احساس خستگی به مراتب کمتری را نیز داشته باشید.

۲-نوشتن

بـرای این امر که ذهن خـود را از فکر کردن به موارد بیهوده دور نماییـد، یکی از راهکارهای مناسـب این اسـت که خود را مشغول نوشتن کنید. برای مثال می‌توانید داستان امروز خود را یادداشـت نمایید. در این راستا مشکل را بررسی کرده و دلایل موضوع آن را بررسی نمایید. این امر باید طی مدت زمانی کمتر از ۲ دقیقـه رخ دهد. درواقع هـدف پیدا کردن راه حل نبوده و تنها قرار است تا ذهن خود را منحرف نمایید. پس از طی کردن این مورد متوجه خواهید شد که اتفاقات تا چه حد ساده بوده و دلیلی برای ناراحت شدن بیش از حد وجود ندارد. در این رابطه برخی از افراد به صـورت جالب‌تری اقدام می‌کنند. درواقع آنها اتفاقات را یادداشـت کرده و تحلیل آن را به زمانی دیگر موکول می‌کننـد. این امر باعث خواهد شـد تا دیگـر دلیلی برای فکر کردن به آن وجود نداشته باشد. در این راستا برخی از افراد خود را سـرگرم مطالعه کرده و با این اقدام اجازه فکر کردن به اتفاق منفی را نمی‌دهند. در این راسـتا شـما باید سبک مورد علاقه خود را برای منحرف کردن ذهن، پیدا کنید.

۳-توجه به نیمه پر لیوان

بدون شـک هیچ اتفاقی سـیاه مطلق نخواهد بود. برای مثال ممکن اسـت یکی از عزیزان شما تصادف کرده باشد. تحت این شـرایط می‌توانید این جمله را تکرار نمایید که خداروشکر زنده مانده اسـت. درواقع ایـن اقدام، نوعی نگـرش مثبت به جهان پیرامون بوده که باعث خواهد شد تا امکان بهبود روحیه، وجود داشته باشـد. درواقع تا زمانی که در وضعیت منفی قرار دارید، انتظـار نتیجه مثبت از سـایر اقدامات را نمی‌توان داشـت. در این راسـتا یادآوری نکات مثبت زندگـی نیز از دیگر تکنیک‌ها محسوب می‌شـود. برای مثال می‌توانید طی چند ثانیه، تمامی دلایلی که بابت آنها در زندگی احسـاس خوشبختی می‌کنید را یادآوری نمایید.

۴-تماشای طنز

هیچ چیز به اندازه احسـاس شـادی، نمی‌تواند روحیه شما را تقویت نماید. در این راسـتا می‌توانید چندین شـبکه فعال در زمینه اشـتراک‌گذاری محتواهای طنـز را دنبال کرده و در هر زمـان که احسـاس بدی را دارید، اقدام به مشـاهده آنها کنید. در این راسـتا نکته بسـیار مهم این اسـت که هر فردی سلیقه متفاوتی دارد. برای مثال ممکن اسـت برای فردی، اسـتندآپ کمدی‌ها جذابیت فوق‌العاده بالایی را داشـته باشـد. به همین خاطر خود را صرفا به یک حوزه خاص کمدی، محدود نکنید.

۵-از محل خارج شوید

ترک محیط نیز از دیگر راهکارهای بسـیار کاربردی محسوب می‌شـود. برای مثال می‌توانید ادامه کار خود را حتی در محیط باز انجـام دهید. درواقع ماندن در فضایی که زمینه ایجاد حس بد را به همراه داشـته اسـت، اقدامی هوشـمندانه نخواهد بود. در این راسـتا می‌توانید با یکی از اعضای خانواده و یا دوسـتان خود تماس گرفته و اجازه دهید که صحبت با آنها، ذهن شـما را منحرف نماید.

۶-مدیتیشن

در نهایت توصیه می‌شـود که هر فردی در طول زندگی خود اصـول مدیتیشـن را یاد بگیـرد. با این اقدام می‌توانید سـریعا آرامـش را برای خـود ایجاد نموده و اسـترس‌ها را دور نمایید. خوشبختانه این اقدام نیز به امکانات و شرایط خاصی، نیاز ندارد.

منبع: success.com

بررسی حوزه پرطرفدار کسب و کار

چگونه وارد صنعت حمل و نقل شویم؟

به قلم: ایوان ویدجایا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com

ترجمه: علی آل‌علی

بدون شـک بسیاری از کسب و کارها به دلیل شـرایط ناشی از بحران کرونا متحمل ضررهای بسیار زیادی شده‌اند. در این میان برخی از کسب و کارها به طور کامل برای مدت زمانی طولانی تعطیل شده‌اند، با این حال آینده دنیای کسب و کار هنوز هم روشن است. یکی از حوزه‌های مناسب و امیدوارکننده صنعت حمل و نقل اسـت. براساس گزارش یاهو در سال ۲۰۲۱ حجـم تقاضا برای حمل و نقل محصولات به شـدت افزایش پیدا خواهـد کرد. این امر در مورد حمل و نقل عمومی مسـافران نیز مصداق دارد، با این حساب شروع فعالیت در صنعت حمل و نقل برای بسیاری از کارآفرینان دارای جذابیت‌های خاصی خواهد بود.

اگر شما تجربه شروع یک کسب و کار را داشته باشید، فرآیند مدیریت کسب و کارهای نوپا بسیار سخت‌تر از آنچه به نظر می‌رسد، است. بسیاری از کارآفرینـان بدون توجه به این نکته وارد عرصه کارآفرینی می‌شـوند. نتیجـه چنین بی‌توجهی‌هایی ناتوانی بـرای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در مقیاسی گسترده خواهد بود. امروزه بسیاری از کارآفرینان تمایل به ورود به صنعت حمل و نقل دارند، اما شـیوه ورود به این صنعت را به خوبی نمی‌شناسـند. هدف اصلی مقاله کنونی کمک به این دسته از افراد برای ورودی بهتر و موفقیت‌آمیز به عرصه کسب و کار حمل و نقل است.

انتخاب نوع کسب و کار حمل و نقل

پیش از اشاره به هر نکته پیشرفته و حرفه‌ای باید نسبت به یک مسئله اساسـی واکنش نشـان دهیم. ورود بـه صنعت حمل و نقـل به معنای گسـتره‌ای از انتخاب‌های پیش روی است. امروزه گونه‌های بسیار زیادی از کسب وکارهای مرتبط با حمل و نقل در سراسر دنیا مشغول به فعالیت هستند. برخی از کارآفرینان عرصه خدمات حمل و نقل را به مثابه صنعتی یکپارچـه تلقی می‌کنند. برخی از گونه‌های متفاوت خدمات در این حوزه شامل حمل و نقل کالا یا مسافر است. اگر شما پیش از ورود به این عرصه دست به انتخاب دقیق درباره این موضوع نزنید، با مشکلات بسیار دشواری مواجه خواهید شد. امروزه اغلب کارآفرینان پیش از شروع فعالیت‌شان به دنبال گردآوری داده‌های دقیق نیستند. همین امر موجب مواجهه با تفاوت میان ایده‌ای ذهنی از عرصه کسب و کار و واقعیت جاری می‌شود.

بدون تردید آشـنایی به گونه‌های کسـب و کار در صنعت حمل و نقل دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از مهمترین نمونه‌ها به شرح ذیل است:

• حمل و نقل خصوصی: این شیوه براساس تعامل با هر کدام از مشتریان یا به عبارت بهتر مسـافران صورت می‌گیرد. مزیت اصلی این شیوه امکان شروع کار با حداقل سرمایه است. گاهی اوقات شرکت‌های بزرگ خدمات حمل و نقل خصوصی در ابتدا با یک خودرو کارشـان را شـروع کرده‌اند. این امر مزیت بسیار زیادی برای کارآفرینان با بودجه اندک خواهد داشت.

• حمل و نقل در مقیاس ملی: گاهی اوقات شیوه حمل و نقل خصوصی در مقیاسی بزرگتر مورد توجه قرار می‌گیرد. امروزه برخی از برندها به طور متمرکز بر روی جا به جایی مسافران و کالا در مناطق مختلف فعالیت دارد. این امر گونه تازه‌ای از فعالیت کاری را بنا نهاده اسـت. یکی از مثال‌های مناسب در این زمینه شرکت‌های راه آهن بزرگ دارای چند صد قطار باری و مسـافربری است. کاربرد اغلب این قطارها جا به جایی مسافر و کالا در درون مرزهای یک کشور است.

• حمل و نقل بین‌المللی: حمل و نقل بین‌المللی نیازمند سـرمایه اولیه بسـیار بیشتری در مقایسه با الگوهای پیشـین است. بسیاری از کسب و کارها برای حضور در این عرصه سـال‌ها پس‌انداز و سرمایه‌گذاری جانبی انجام می‌دهند. با این حسـاب شاید ورود به این حوزه از همان ابتدا ایده جذابی نباشد.

انتخاب از میان گزینه‌های فوق باید براسـاس تجربه و همچنین بودجه در دسـترس کارآفرینان صورت گیرد در غیر این صورت تاثیرگذاری لازم را نخواهد داشـت. بی‌تردید راه‌اندازی یک شرکت بین‌المللی در ابتدا ایده جذابی اسـت، با این حال اغلب کارآفرینان بودجه موردنیاز برای پیگیری این امور را ندارند. اگر کسب و کارها توانایی برآورده‌سازی سرمایه موردنیاز را نداشته باشند، اغلب به سراغ وام گرفتن می‌روند. نکته مهم اینکه مواجهه با وام‌های سـنگین در همان ابتدای شروع کسب و کار هرگز ایده جذابی نخواهد بود. امروزه اغلب کارآفرینان به دنبال شـروع کسب و کارشان در مقیاسی کوچک برای آشنایی با صنعت موردنظر هستند بنابراین شما نیز در عرصه حمل و نقل باید از همین شیوه پیروی نمایید.

انتخاب شیوه مدیریت کسب و کار و برنامه‌ریزی

بدون تردید باید پیش از شـروع کسـب و کار الگوی مدیریتش را نیز مشـخص کرد. بسـیاری از برندها در بلندمدت توانایی مدیریت کسب و کارشان را ندارند. این امر ناشی از برنامه‌ریزی نادرست یا حتی بی‌توجهی به امر برنامه‌ریزی در حوزه کسب و کار است.

وقتی از الگوی مدیریت کسب و کار صحبت می‌کنیم، شیوه‌های مختلفی به ذهن می‌رسـد. نکته مهم انتخاب الگوی مدیریت کسب و کار براساس معیارهایی فراتر از سرمایه در دسترس است. گاهی اوقات کارآفرینان دانش لازم بـرای ورود به یک عرصه را ندارند. در این شـرایط همکاری با دیگر کارآفرینان یا برندها ایده‌ای مناسب خواهد بود. برخی از شیوه‌های مدیریت کسب و کار به شرح ذیل است:

• مدیریـت خصوصـی: این الگـو از مدیریت به معنای سـرمایه‌گذاری یک فرد یا گروه از کارآفرینان بدون همکاری دیگران اسـت. اغلب اوقات کارآفرینـان دارای تجربـه در زمینه حمل و نقل اقدام به اسـتفاده از این گزینه می‌کنند. بنابراین باید انتخاب این حوزه را با دقت بسیار بالایی انجام داد در غیر این صورت شاید در انتها نسبت به انتخاب‌مان پشیمان شویم.

• مشـارکت: مشارکت با دیگر برندها در مسـئله راه‌اندازی کسب و کار همیشه بهترین گزینه نیسـت، با این حال اغلب کسب و کارهای نوپا در عمل نیـاز به حمایت و راهنمایی‌های کاربردی دارند. امروزه بسـیاری از برندهای بزرگ برای مدیریت شـعبه‌های محلی‌شـان بـه برندهای تازه تاسیس اعتماد می‌کنند. مزیت این امر امکان شراکت با برندهای بزرگ و کسب تجربه است. همچنین امکان مشارکت با برخی از کارآفرینان دیگر نیـز وجود دارد. این امر امکان سـرمایه‌گذاری بر روی جلب نظر مخاطب هدف به صورت تاثیرگذار را فراهم می‌سازد. وقتی چند کارآفرین در کنار هم فعالیت می‌کنند، امکان بهره‌مندی از راهنمایی‌های یکدیگر و به طور دقیق‌تر تجربه‌شان را دارند.

پس از تعیین شیوه مدیریت کسب و کار باید به دنبال تدوین نخستین برنامه‌ها بود. بسیاری از برندها در عمل برنامه مشخصی برای کسب و کار ندارند. این امر به دلیل سـاده‌انگاری در حوزه کسـب و کار روی می‌دهد. برنامه‌ریزی همیشـه امکان صرف دقیق بودجه و همچنین تاثیرگذاری بر روی بازار را به همراه دارد. برخی از برندها در عمل برای برنامه‌ریزی مدت بسـیار زیادی را اختصاص می‌دهند. نکته مهـم در این میان برنامه‌ریزی در مدت زمان منطقی اسـت. اگر چند سـال برای برنامه‌ریزی اختصاص دهیم، در نهایت برنامه موردنظر انطباقی با شـرایط جاری کسـب و کار نخواهد داشت.

مزیت اصلی یک برنامه منسـجم امکان تعیین کارها و پروژه‌های پیش روی برای ۳ تا ۵ سال آینده است بنابراین اگر برنامه برند شما به غیر از این شیوه را شامل می‌شود، باید به دنبال راهکار دیگری باشید.

دریافت پروانه کسب و ساماندهی امور مالیاتی

فعالیت در حوزه‌های مختلف کسـب و کار نیازمند اخذ گواهینامه‌های لازم اسـت. یکی از مهمترین مدارک موردنیاز برای هر کسب و کار شامل پروانه کسـب است. بسیاری از کسب و کارها برای کسب این مدرک باید دوره‌های آموزشـی کوتاهی را طی کننـد بنابراین باید به موقع برای اخذ مدارک موردنظر اقدام کرد. در غیر این صورت شروع به کار کسب و کارتان با تاخیر قابل ملاحظه‌ای همراه خواهد شد. امروزه بسیاری از کسب و کارها پیش از شـروع به کار رسمی اقدام به اخذ مدارک موردنیاز می‌کنند. این امر در بلندمدت موجب کاهش درگیری‌ها با سازمان‌های مختلف می‌شود.

بحث مالیات برای هر کشـوری مهم است. سالانه شمار بسیار زیادی از کسـب و کارها به دلیل مشکلات مالیاتی با بحران مواجه می‌شوند. نکته مهم اینکه برخی از چنین برندهایی دیگر توانایی بازگشت به کسب و کار را ندارند. اعتبار یک برند در مواجهه با چنین اتهام‌هایی به شدت آسیب‌پذیر است بنابراین باید تا جای ممکن از چنین بحران‌هایی دوری کرد.

خرید خودروهای موردنیاز

شروع کسب و کار در عرصه حمل و نقل بدون خودرو امکان‌پذیر نیست. اگر شما تمایل به شروع کسب و کارتان در کوتاه‌ترین زمان ممکن دارید، باید ابتدا نسبت به خرید خودروهای موردنیازتان اقدام نمایید. یکی از نکات مهم در زمینه خرید خودرو توجه به اندازه بازار است. بدون تردید برای یک بازار محلی نیازی به خرید شمار بالایی از خودروهای لوکس نیست. خرید خودروهای لوکس فقط برای حمل و نقل خصوصی، آن هم در سطح بسیار حرفه‌ای و سازمان‌یافته، ضروری خواهد بود.

خرید خودرو فقط محدود به گزینه‌های حمل و نقل مسـافران نیست. گاهی اوقات برخـی از برندها در زمینه ترانزیت محصولات فعالیت دارند. این امر نیازمند تهیه کامیون‌های مختلف اسـت. خوشبختانه شرکت‌های بسـیار زیادی در زمینه فروش کامیون فعالیـت دارند. نکته جالب اینکه اغلب آنها در صورت تقاضای شرکت‌ها برای خرید شرایط اقساطی نیز در نظر می‌گیرند بنابراین نیاز به سرمایه اولیه به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد.

مهمترین مسئله در زمینه خرید خودرو یا کامیون‌های موردنیاز کسب و کار توجه به سطح فعالیت برند است. اگر شما در مقیاسی بسیار محدود شروع به فعالیت کرده‌اید، شاید ۵ خودرو نیز برای شما کافی باشد. بسیاری از اوقات کسـب و کارها با خرید بیش از اندازه خودرو در عمل مشـکلات بسـیار زیادی برای مدیریت‌شـان ایجاد می‌کنند. توسعه خرد و به موقع کسب و کار همیشه امکان بهبود فعالیت را به همراه خواهد داشت. در غیر این صورت شاید سرمایه‌گذاری اولیه‌مان بیش از اندازه کمرشکن باشد. در این صورت بسـیاری از کسـب و کارها پس از مدت زمانی اندک از حوزه کسب و کار خارج می‌شوند. این امر در قالب شکست یا بدهی‌های سنگین روی می‌دهد.

اسـتفاده از خدمات بیمه برای خودروهای برند اهمیت بالایی دارد. اگر یکی از خودروها با نقص فنی یا تصادف‌های شـدید مواجه شـود، جبران خسـارت به طور معمول از عهده برندها خارج اسـت. این نکته در ابتدای شـروع فرآیند کسـب و کار اهمیت بسیار بیشـتری پیدا می‌کند. با این حسـاب باید نسـبت به اسـتفاده از خدمات بیمه اقدام کرد. در غیر این صورت وضعیت برند در زمینه مواجهه با رویدادهای غیرمنتظره به شدت آسیب‌پذیر خواهد بود.

استخدام کارکنان مناسب

پس از فراهم‌سازی خودروهای موردنیاز برای کسب و کار باید گام پایانی را نیز به خوبی برداشـت. این امر شـامل استخدام کارکنان موردنیاز برند است. برخی از کسب و کارها برای انجام این امر گزینش‌های بسیار سفت و سـختی را مطرح می‌کنند. نقطه ضعف اصلی این شـیوه کاهش انگیزه افـراد برای همکاری با برند خواهد بود. شـیوه همـکاری با کارکنان برند باید براساس معیارهای استاندارد و ساده صورت گیرد. تجربه رانندگان در زمینه همکاری با برندهای دیگر یکی از نکات اساسـی برای انتخاب‌شان است.

امروزه امکان مشاهده سوابق رانندگی افراد برای شرکت‌های حوزه حمل و نقل به سادگی فراهم است. این امر باید مدنظر بسیاری از کارآفرینان این حوزه قرار گیرد. اگر این امر مورد توجه برندها قرار نداشته باشد، در عمل مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. سابقه مناسب رانندگی افراد به معنای امکان همکاری با خیال راحت خواهد بود.

برخـی از کسـب و کارها پس از اطمینان از تجربه و سـابقه مناسـب رانندگان دیگر توجهی به مسـئله بیمه نشـان نمی‌دهند. این امر، علاوه بر بیمه خودرو، باید شـامل بیمه رانندگان نیز شـود. امروزه قوانین بسیار سختی در زمینه بیمه کارکنان در کشورهای مختلف وجود دارد بنابراین تخلف از چنین مقرراتی در عمل ضرر قابل ملاحظه‌ای برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت.

جمع‌بندی

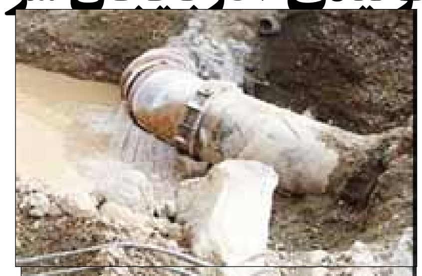
امـروزه ورود بـه عرصـه کسـب و کار حمـل و نقل عمومـی دارای پیچیدگی‌های مختلفی است. بسیاری از کارآفرینان بدون توجه به مسائل مختلف اقدام به حضور در این عرصه می‌کنند. به این ترتیب بسـیاری از برندها حتی سال نخست شروع کارشان را نیز به پایان نمی‌رسانند. استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای در زمینه شـروع کسب و کار دارای اهمیت بالایی است. نکات مورد بحث در این مقاله برای شروع فرآیند کسب و کار مناسب خواهـد بود، با این حال به موازات تغییر و تحول صنعت حمل و نقل باید نسبت به به‌روز رسانی کسب و کار نیز اقدام کرد. در غیر این صورت شاید کسب و کارمان توان رقابت با دیگر برندها را نداشته باشد.

منبع: noobpreneur.com

به علت فرسودگی شبکه آب؛

۱۸.۵ درصد از آب تولیدی آذربایجان شرقی به هدر می‌رود

آذربایجان شـــرقی - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی گفت: مصرف آب در سطح استان به علت شیوع ویروس کرونا و مصرف بی‌رویه مردم حدود ۳۴ درصد افزایش یافت. ایمانلو با بیان اینکه افزایش میزان مصرف موجب بهم خوردن موازنه تامین و مصرف آب شرب در این استان شد، افزود: هر سال به علت رشد جمعیت و افزایش انشعابات پیش بینی افزایش ۳ تا ۴ درصدی مصرف می شد و بر اساس آن نیز میزان تولید نیز ۳ تا ۴ درصد افزایش می یافت ولی شیوع کرونا موجب بهم خوردن این پیش بینی شد. وی اظهار داشت: در بهمن ماه سال گذشته روزانه ۸۵۰ هزار مترمکعب در سطح استان آب شرب مصرف می شد که این میزان در اسفند همان سال به روزانه یک میلیون و ۱۰۰ هزار مترمکعب رسید. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی میزان تولید سالانه آب شرب شهری و روستایی در استان را حدود ۳۳۰ میلیون مترمکعب اعلام کرد و گفت: ۷۵ درصد تامین آب شرب استان از طریق آب منطقه ای و ۲۵ درصد نیز از طریق چاه های شرکت آب و فاضلاب تامین می شود. وی، ادامه داد: میانگین مصرف استاندارد کشور برای هر فرد ۱۵۰ لیتر در روز بوده که این میزان در زمان شیوع کرونا در این استان به حدود ۲۱۰ لیتر در روز رسید. وی یادآوری کرد: هم اکنون بیش از ۳ میلیون نفر از جمعیت شهری و ۸۵۰ هزار نفر جمعیت روستایی استان تحت پوشش شرکت آب و فاضلاب بوده و این شرکت به آنان خدمات ارایه می دهد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی با اشاره به اینکه تامین آب برخلاف برق و گاز محدود به یک اقلیم و منطقه می شود، گفت: با کاهش بارش و افزایش بی رویه مصرف، این شرکت در تامین و انتقال آب شرب به مشترکان با مشکل مواجه می شود. وی، افزود: برای جبران بخشی از کمبود تامین آب در تبریز ۳۰ حلقه چاه حفر می شود



که هم اکنون حفر ۱۵ حلقه چاه انجام شـده و تلاش می شود تا پایان خرداد نیز بقیه چاه ها حفر شود. وی با اشاره به اینکه با حفر این چاه ها ۳۰۰ لیتر در ثانیه بر میزان آب تولیدی اسـتان اضافه می شود، اظهار داشت: تا سال آینده باید حدود ۹۰۰ لیتر در ثانیه بر تولید آب تبریز اضافه شـود تا این شهر در آینده با مشکل کم آبی مواجه نشود. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی گفت: انتقال آب از ارس به تبریز کسری آب این شهر را جبران می کند و برای این منظور این طرح باید تا ۳ سال آینده به بهره برداری برسد. وی، ادامه داد: قیمت تمام شده هر لیتر آب تولیدی در استان یک هزار و ۶۰۰ تومان است ولی به قیمت ۶۰۰ تا ۷۰۰ تومان در بین مشـترکان توزیع می شود. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی با بیان اینکه به علت فرسودگی شبکه آب حدود ۱۸.۵ درصد از آب تولیدی اسـتان به هدر می رود، گفت: برای جلوگیری از هدرروی آب باید سالانه ۵۰۰ کیلومتر از شبکه آب بهسازی شود. ابوی، افزود: به علت کمبود اعتبارات و منابع این شـرکت، هر سال حدود ۱۵۰ تا ۱۶۰ کیلومتر از شبکه آب استان بهسازی و اصلاح می شود و با هوشمندسازی شبکه نیز می توان جلوی هدررفت آب را گرفت.

پیام تسلیت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم در پی رحلت آیت‌الله محمد یزدی

قم - خبرنگار فرصت امروز: روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم در پی رحلت آیت‌الله محمد یزدی نماینده مردم قم در مجلس خبرگان رهبری و رئیس جامعه مدرسین حوزه علمیه قم پیام تسلیتی صادر کرد. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، متن کامل این پیام به شرح زیر است:

انا لله و انا الیه راجعون

رسول‌اللّه صلی الله علیه و آله: مَوتُ العالِمِ ثُلمَةٌ فِی الإسلامِ لا تُسَدُّ ما اختَلَفَ اللَّیلُ وَالنَّهارُ

ارتحال عالم متدین، مجاهد وارسته، متفکر ارزشمند جهان اسلام حضرت آیت‌الله محمد یزدی ضایعه‌ای جبران‌ناپذیر برای حوزه‌های علمیه، پایگاه‌های اندیشه فقهی و مجموعه دلبستگان به مسیر و حرکت عظیم انقلاب اسلامی بوده و موجب تالم و تاثر

جامعه اسلامی ایران و متفکران، اندیشمندان و دانشمندان مبانی الهی در سراسر جهان خواهد بود. ایشان از موثرترین شخصیت‌های نظام اسلامی از ابتدای شکل‌گیری نهضت دینی مردم ایران بوده و همواره در کنار حضرت امام خمینی (رحمت‌الله علیه) و مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، از ارکان و آرمان‌های انقلاب اسلامی ایران دفاع کرده و ذره‌ای از کوشش و تلاش در این مسیر دریغ نکردند و یادگار ارزشمند ایشان، بی‌شک تربیت شاگردان متعهدی ست که در مکتب این عالم برجسته تلمذ کرده و سربازان حقیقی ولایت و اسلام خواهند بود. روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم ضایعه ارتحال این فقیه وارسته را به محضر امام زمان (عجل‌الله تعالی فرجه)، مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، جامعه تشیع، مردم عزیز ایران، حوزه‌های علمیه، شاگردان، ارادتمندان و بیت معظم ایشان تسلیت عرض نموده و از درگاه خداوند سبحان برای آن عالم عالیقدر علو درجات و غفران واسعه الهی و برای بازماندگان جلیل‌القدرشان صبر و شکیبایی مسئلت دارد.

شهردار رشت در جلسه ستاد مدیریت بحران عنوان کرده:

منافع شهر را با منافع هیچ کسی معاوضه نمی‌کنیم

رشت - خبرنگار فرصت امروز: شهردار رشت با تاکید بر اینکه وی در بحث مدیریت و کار برای مردم با هیچ احدی عقد اخوت ندارد گفت: هیچ وقت منافع شهر را با منافع شخصی خود و هیچ شخص دیگری معاوضه نکرده و نمی کنیم. به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت، سید محمد احمدی شهردار رشت امروز در جلسه ستاد مدیریت بحران شهرداری اظهار داشت: پاسخ به مطالبات مردم برایم در اولویت قرار دارد بنابراین هیچ وقت منافع شهر و مردم را با منافع شخصی خود و هیچ شخص دیگری معاوضه نکرده و نمی کنیم. شهردار رشت فرصت محدود مدیرانی که اخیرا احکام سرپرستی آنان از سوی شهرداری صادر شده است را مورد اشاره قرار داد و عنوان کرد: انجام هر چه بهتر کارها و مسئولیت ها موضوعی است که ما از این مدیران انتظار داریم و بدون شک اگر فردی در جایگاه خود نتوانند در حد انتظارات عمل کند نسبت به تغییر آن اقدام می کنیم. احمدی این مطلب را که به هیچ عنوان یک جایگاه مدیریتی در مجموعه شهرداری فدای یک

شخص نمی‌شود متذکر شد و تصریح کرد: شاخص‌های عملکردی و استانداردها برای بنده بسیار ارزشمند است بنابراین لحظه به لحظه زمان‌هایی که سرپرست‌های جدید مشغول انجام وظایف خود هستند برای سنجش عملکرد آنان مدنظر قرار می گیرد. وی با تاکید بر اینکه این مدیریت‌ها هیچ‌وقت دائمی نیستند خاطرنشان کرد: اگر کسی در زمان قبول مسئولیت نتواند در جهت کسب رضایت مردم تلاش کند طبیعا باید جای خود را به شخص دیگری بدهد تا بتوانیم حداکثر مطلوبیت را در ارائه خدمت به مردم داشته باشیم. احمدی همکاری مدیران مناطق شهرداری رشت و برخورداری از یک جو روانی خوب که به روند هر چه بهتر کارها آسیب وارد می‌کند را مهم تذکر شد و اذعان کرد: مدیران تا زمانی که در چهارچوب و اصولی که برای ایشان تعریف شده کار کنند کاملا مورد حمایت من قرار می‌گیرند. شهردار رشت در ادامه مدیریت بحران را مدیریتی بسیار شاخص و مهم قلمداد کرد و با بیان اینکه باید یک صدای واحد در شهرداری شنیده شود عنوان کرد: در زمان وقوع بحران صدای واحد شهرداری صدای شهردار است و تمامی مدیران موظف به تبعیت تام و کمال از شهردار هستند. احمدی با تاکید بر اینکه در مواقع وقوع بحران مسئول و فرمانده عملیات در شهرداری شهردار است و هر کدام از مدیران هم مسئولیت خاصی در منطقه تحت مدیریت خود دارند تصریح کرد: انتظار دارم برای رضایتمندی هر چه بیشتر شهروندان ضمن انسجام و حفظ اتحاد برای بهتر شدن انجام امور در روزهای کاری هم تعاملی ایجاد شود.

مرتضی سورانه، رئیس شورای اسلامی شهر اراک خبر داد:

اعضای شورای شهر به صورت پخش زنده در اینستاگرام پاسخگوی شهروندان خواهند بود

اراک - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش اداره ارتباطات و امور بین الملل شهرداری، مرتضی سورانه، رئیس شورای اسلامی شهر اراک با تجلیل از یاد و نام شهید بزرگوار دکتر بهشتی با ذکر جمله منتسب به ایشان که فرمود، دانشجو موذن جامعه است اگر دانشجو خواب بماند نماز امت قضا می شود. بیان کرد: در این روز آرزو می کنیم تا همیشه راه آزادی خواهی و ظلم ستیزی تمامی فعالین دانشجویی و اجتماعی باز و هموار باشد. سورانه ادامه داد: شاید سال ها پیش مرگ سه تن از شهدای دانشجو برای ایران غم بزرگی بود اما متاسفانه در حال حاضر روزانه در کشور به اندازه مسافران دو پرواز هواپیمایی بر اثر ابتلا به بیماری کرونا جان خود را از دست می دهند و گویا آمار مرگ و میر عزیزان هم وطن برای جامعه عادی شده است. و بدترین آسیب اجتماعی قرن حاضر بی تفاوتی انسان‌ها به زندگی سالم و تسلیم در برابر مرگ است. وی افزود: خوشبختانه طی دو هفته گذشته به دلیل سیاست های اعمال محدودیت های

کرونایی و انجام قرنطینه، آمار مبتلایان و فوتی های بیماری کرونا روز به روز در حال کاهش می باشد. این امر نشان می دهد که اگر مردم برای مقابله با کرونا دست در دست هم دهند، می توان در برابر این ویروس مرگبار ایستادگی نمود. رئیس شورای اسلامی شهر اراک در ادامه صحبت های خود به بیان مصوبات آخرین جلسه هیات رئیسه این شورا پرداخت و اظهار کرد: در جلسه هیات رئیسه نامه مدیر کل امور شوراهای استانداری مرکزی در خصوص حق الجلسه اعضای پارلمان های شهری مراکز استان ها قرائت شد که پیرو این نامه شورا استعلامی از معاون امور عمرانی وزارت کشور انجام داد که ایشان نیز نامه را به مدیرکل امور شهری وزارتخانه ارجاع دادند اما به جای پاسخگویی به استعلام شورا، وی درخواست ارسال مدارک کلان شهر بودن اراک را داشت و این امر در صورتی است که اساسا درخواست شورا براساس مرکز استان بودن شهر اراک بوده و ربطی به کلانشهری آن ندارد. به هر حال شورای شهر مجددا از مدیرکل دفتر امور شوراهای استانداری مرکزی خواست تا پیگیری های لازم را در این خصوص داشته باشد. وی ادامه داد: هیات رئیسه مصوب کرده تا هر یک از اعضای شورای شهر اراک به صورت زنده در شبکه مجازی اینستاگرام، پاسخگوی سوالات مردم باشند و برای انجام این کار روابط عمومی این شورا موظف است، سوالات شهروندان را دریافت نماید تا در وقتی مشخص، اعضا پاسخگوی این سوالات باشند.

یک هزار و ۴۲۴ روستای استان تحت پوشش آبفا؛

موازنه منفی تولید و مصرف آب شرب در کلانشهر تبریز

آذربایجان شرقی - کاظمی: معاون بهره‌برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی گفت: از ابتدای سال ۹۸ مبلغ ۱۱۵ میلیارد تومان از سوی دولت و از محل منابع عمومی برای تامین آب شرب این استان اختصاص یافت.

خانی با بیان اینکه از این میزان اعتبار ۶۵ میلیارد تومان در سال ۹۸ جذب شده است، افزود: برای سال جاری نیز ۵۰ میلیارد تومان اعتبار دولتی پیش بینی شده است که از این میزان ۲۶ میلیارد تومان در قالب پروژه های ملی آبرسانی روستایی هزینه می شود. وی با اشاره به اینکه علاوه بر اعتبارات دولتی از منابع داخلی شرکت آب و فاضلاب نیز برای آبرسانی به روستاها هزینه می شود، اظهار داشت: پس از یکپارچه سازی شرکت آب و فاضلاب شهری با روستایی، مشکل آب ۳۰ روستای استان با صرف حدود هشت میلیارد تومان از منابع داخلی این شرکت حل شد. معاون بهره‌برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی گفت: هم اکنون این شرکت به ۶۵ شهر و یک هزار و ۴۲۴ روستای استان خدمات آب شرب بهداشتی ارایه می دهد و بیش از ۹۰ درصد از مشکلات آب روستاهای تحت پوشش حل شده است. وی، ادامه داد: مشکل آب شرب روستاهایی

که تحت پوشش این شرکت نیستند نیز به صورت مشارکتی و با خودیاری مردم حل می شود و این روستاها به علت استفاده از منابع آبی خود مانند چشمه و قنات داوطلب تحت پوشش قرار گرفتن در شرکت آب و فاضلاب استان نیستند. معاون بهره‌برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی گفت: هم اکنون ۱۴ شهر از ۶۵ شهر استان در تولید و مصرف آب در وضعیت سربه‌سر قرار دارند و در صورت عدم رعایت الگوی مصرف در این ها، در خصوص قطعی آب آسیب پذیر هستند. وی، افزود: این شهرها شامل میانه، ترک، ترکمنچای، بخشـایش، زرنق، بستان آباد، بناب، عجبشیر، آذرشهر، گوگان، ممقان، تسوج، مرند و شهر جدید سهند هستند. وی با بیان اینکه تولید و مصرف آب شرب در کلانشهر تبریز از سال ۹۵ موازنه منفی دارد، اظهار داشت: متوسط سرانه مصرف آب در این شهر ۱۹۵ لیتر به ازای هر نفر در روز است و مصرف استاندارد کشور ۱۵۰ لیتر به ازای هر فرد در روز است.

معـاون بهره‌بـرداری و توسـعه آب شـرکت آب و فاضـلاب آذربایجان شـرقی میزان کسری تولید آب در سال ۹۹ در تبریز را حدود ۱۵ میلیون مترمکعب اعلام کرد و گفت: براساس پیش بینی این شـرکت این میزان کسری در سال ۱۴۱۵ حدود ۶۸ میلیون مترمکعب خواهد شد. وی، ادامه داد: آب شرب کلانشهر تبریز از چهار منطقه شامل تصفیه خانه نهند، چاه های دامنه شمالی سهند، زرینه رود و مسیر آبرسانی ارس تامین می شود و تنها راه نجات کسری آب این کلانشهر و شـهرهای اطراف انتقال آب از ارس است. وی تعداد انشعابات آب شهری تبریز را ۷۲۲ هزار و ۵۱۴ فقره اشتراک با بیش از یک میلیون و ۶۰۸ هزار نفر جمعیت، تعداد چاه های آب را ۹۸ حلقه، طول شبکه آب را سه هزار و ۷۸۲ کیلومتر و تعداد روستاهای تحت پوشش را ۵۳ روستا با بیش از ۲۰۰ هزار نفر جمعیت اعلام کرد.

اخبار

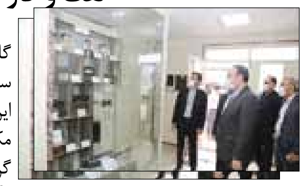
شهردار گرگان:

توسعه گردشگری واحیای بافت تاریخی دو هدف مهم فرهنگی شهرداری گرگان است

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: عبدالرضا دادبود شهردار گرگان دو اولویت «توسعه گردشگری» و «احیای بافت تاریخی» را به عنوان اهداف مهم فرهنگی شهر گرگان عنوان کرد. دکتر دادبود در نشست با مدیران میراث فرهنگی کشور و استان گلستان به میزبانی اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اظهار کرد: یکی از اهدافی که در این دوره از مدیریت شهری برای خود متصور شدیم نگاه بیشتر و دقیق تر فرهنگی در حوزه بافت تاریخی و میراث فرهنگی شهر گرگان بوده است. وی افزود: خوشبختانه اقداماتی که در مدت دو سال و نیم گذشته در سطح شهر گرگان انجام شد نتایج خوبی داشت و مدیریت شهری را برای ادامه مسیر امیدوارتر و با انگیزه تر کرد. شهردار گرگان در خصوص راهبرد مهم توسعه گردشگری گفت: با تمام اتفاقاتی که در بافت تاریخی گرگان رقم می خورد امیدواریم علاوه بر حفظ و حراست از این مجموعه بزرگ و ارزشمند تاریخی، بتوانیم از دستاوردهای آن در حوزه های مختلف به ویژه گردشگری بهره مند شویم زیرا یکی از راهبردهای اصلی توسعه شهر گرگان توسعه گردشگری تعیین شده است. دادبود با تقدیر از مدیر کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گلستان بیان کرد: از دکتر تجری مدیر کل میراث فرهنگی استان تشکر می کنیم که از زمان ورود ایشان تعاملات بین میراث فرهنگی و مدیریت شهری افزایش یافته است. وی تصریح کرد: امیدواریم با تعاملات شکل گرفته بین اداره کل میراث فرهنگی و مدیریت شهری، بافت تاریخی گرگان جایگاه واقعی خود را در سال های آینده پیدا کند. لازم به ذکر است در این نشست، دکتر محمدحسن طالبیان معاون میراث فرهنگی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، مصطفی پورعلی مدیرکل دفتر ثبت آثار وزارت میراث فرهنگی، احمد تجری مدیر کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی گلستان، سید محمد مرتضوی رییس، ناصر گرزین نایب رییس و حسین ربیعی رییس کمیسیون گردشگری و احیای بافت تاریخی شورای اسلامی شهر گرگان حضور داشتند.

اقدام خلاقانه کارکنان اداره مخابرات شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان

غرفه آشنایی ابتدایی با سیر تحول ارتباطات الکترونیک در اداره مخابرات نفت و گاز مسجدسلیمان راه اندازی شد



اهواز - شبنم قجاوند: کارکنان اداره مخابرات شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در یک اقدام خلاقانه، غرفه و ایستگاه آشنایی با تاریخچه و سیر تحول ارتباطات الکترونیک در این شرکت و صنعت را راه اندازی کردند. در این غرفه انواع تجهیزات سخت افزاری قدیمی که در صنعت نفت برای برقراری مکالمه تلفنی از مبداء تا مقصد استفاده می شد در معرض دید علاقمندان قرار گرفته است. همچنین انواع دستگاه های تلفن رومیزی از نسل های ابتدایی تا پیشرفته امروزی با معرفی مشخصات فنی آنها در این غرفه قرار گرفته است. مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در بازدیدی که از اداره مخابرات داشت ضمن مشاهده این غرفه از اقدام خلاقانه پرسنل این اداره که در جهت پاسداشت منابع، تکریم و افزایش سطح دانش علمی مراجعه کنندگان صورت گرفته تقدیر کرد. مهندس قباد ناصری با اشاره به اهمیت انتقال تاریخ درخشان صنعت نفت به نسل های بعدی اظهار داشت: در کنار موزه گنجینه نفت، می توان با راه اندازی چنین غرفه هایی کوچک ولی تخصصی به افزایش سطح آگاهی و دانش علمی و معلومات عمومی شهروندان و همکاران اقدام کرد. وی در ادامه بازدید که با همراهی رییس فناوری اطلاعات و ارتباطات، رییس روابط عمومی و رییس دفتر مدیریت همراهی می‌شد، از بخش های مختلف این اداره بازدید کرد و ضمن دیدار با پرسنل این بخش از زحمات و خدمات این اداره در تثبیت فعالیت‌های اداری و عملیاتی تقدیر و تشکر نمود.

مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان:

یکی از اصلی ترین کارهای شرکت گاز پاسخگویی به مردم است

رشت - خبرنگار فرصت امروز: در هفته جاری جلسه کمیته رسیدگی به درخواست‌ها و شکایات شرکت گاز استان گیلان به ریاست مدیرعامل شرکت و با حضور اعضا برگزار شد. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان، حسین اکبر، مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در جلسه رسیدگی به درخواست‌ها و شکایات با تاکید بر برگزاری مستمر این جلسات در راستای اطلاع رسانی و بهبود پاسخگویی اظهار داشت: باید با برنامه ریزی مناسب و همچنین رفع ضعف ها، مشکلات مشترکین محترم را به پایین ترین حد ممکن برسانیم. وی با ضروری برشمردن اطلاع رسانی در رسانه ها و سایر ابزارهای ارتباطی شرکت گاز در سراسر استان بیان کرد: رؤسای ادارات گاز شهرستان ها باید نسبت به اطلاع رسانی ارتباطی شرکت با رسانه ها و سایر ادارات شهرستان همکاری نمایند تا بدین وسیله مراجعات حضوری به ادارات گاز کاهش یابد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان ضمن ابراز خرسندی از روند پاسخگویی به مشترکین گفت: یکی از امتیازات این شرکت، سیستم مکانیزه پاسخگویی به شکایات است که به صورت پیوسته در حال پاسخگویی به شکایات مشترکین می باشد. حسین اکبر همچنین افزود: یکی از اصلی ترین کارهای شرکت گاز پاسخگویی به مردم است و افتخار می کنیم که در دوران شیوع کرونا در حال خدمت رسانی مستمر به مردم عزیز استان هستیم. وی در پایان با پرهیز از بوروکراسی اداری برای پاسخگویی به شکایات تاکید کرد و گفت: باید با کوتاه کردن روند اداری رسیدگی به درخواست ها و ارسال مستقیم پیام آن به مسئول مربوطه زمینه کاهش مدت زمان پاسخگویی فراهم گردد. همچنین در ابتدای این جلسه گزارشی از وضعیت رسیدگی به درخواست ها و شکایات در آبان ماه امسال ارائه شد که طی آن ۱۲۲۲ پیام ورودی شامل درخواست، شکایت، پیشنهاد و اطلاع رسانی وارد سامانه شده و متوسط مدت زمان پاسخگویی به آنها کمتر از ۲۲ روز کاری بوده است.

سرپرست شرکت گاز مازندران خبر داد:

نصب علمک گاز در ۱۲ روستای منطقه چهاردانگه کیاسر

ساری - دهقان: سرپرست شرکت گاز مازندران از نصب علمک های گاز در ۱۲ روستای چهاردانگه کیاسر تا دهه فجر خبر داد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، "حمزه امیرتیموری" سرپرست شرکت گاز مازندران در گفتگو با واحد خبری صدا و سیمای مرکز مازندران گفت: حدود سه سالی است که خط لوله اصلی گاز به مردم روستاهای حاجی کلا، کندس بن، اجارستاق، آخورد، سادات محله، روشن کوه، کارنام، کلاکرده، ششک و مزده و روستاهای منطقه سردسیر و کوهستانی چهاردانگه کیاسر رسیده است، اما هنوز علمک ها نصب نشده است. وی با اشاره به تعیین پیمانکار برای علمک گذاری گاز در ۱۲ روستای چهاردانگه کیاسر، افزود: علمک های گاز تا دهه فجر در این روستاها نصب می شود. سرپرست شرکت گاز مازندران گفت: برای اجرای طرح گازرسانی در دو بخش خط تغذیه و خطوط داخلی این مناطق تاکنون ۱۰ میلیارد تومان هزینه شده است. وی تصریح کرد: ۱۰۰ درصد جمعیت شهری و ۹۹,۳ درصد جمعیت روستایی شهرستان ساری از نعمت گاز طبیعی بهره مند هستند.

نیروگاه خورشیدی ۲ مگاواتی دشت پلنگ به بهره برداری رسید

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: نیروگاه خورشیدی ۲ مگاواتی دشت پلنگ در شهرستان دشتی با حضور استاندار بوشهر، فرماندار شهرستان دشتی و برخی دیگر از مقامات استانی و محلی افتتاح شد. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر، صادق زنده‌بودی در مراسم افتتاحیه این نیروگاه گفت: ظرفیت نیروگاه بهره‌برداری شده ۲ هزار و ۳۲ کیلووات و با تولید سالانه سه هزار و ۷۰۰ مگاوات ساعت است که در زمینی به مساحت ۳.۶ هکتار احداث شده است. وی اظهار داشت: عملیات اجرایی این نیروگاه از بهمن ماه سال ۱۳۹۷ آغاز شد و با سرمایه‌گذاری ۱۶۸ میلیارد ریال اعتبار، در مهرماه سال جاری وارد مدار و در آذر ماه به طور رسمی افتتاح شد. زنده‌بودی ضمن اشاره به اینکه این نیروگاه قادر به تامین برق پاک مورد نیاز برای ۱۲۳۵ خانوار است یادآور شد: با احداث نیروگاه خورشیدی دشت پلنگ تولید سالانه گاز گلخانه‌ای دی‌اکسید کربن به میزان قابل توجهی کاهش می یابد و سالانه از مصرف مقادیر زیادی سوخت مایع جلوگیری می‌شود. وی ادامه داد: شهرستان دشتی در چند سال اخیر با احداث چندین نیروگاه خورشیدی به قطب انرژی پاک استان بوشهر تبدیل شده است. زنده‌بودی سیاست‌های حمایتی وزارت نیرو از بخش خصوصی برای احداث نیروگاه‌های خورشیدی را عامل مهمی برای ترغیب و ورود سرمایه‌گذاران استان به این بخش دانست و گفت: ارائه تسهیلات با نرخ بهره مناسب توسط بانک‌ها و همچنین تعدیل نرخ تضمینی خرید برق نیروگاه می‌تواند به توسعه این نیروگاه‌ها شتاب بیشتری بخشد. سرپرست شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر تصریح کرد: استان بوشهر با توجه به موقعیت خاص جغرافیایی خود از جمله استان‌های مستعد و با ظرفیت بالا برای احداث نیروگاه‌های خورشیدی است و بهره‌گیری مطلوب از این شرایط در دستور کار این شرکت قرار دارد.

۴ نوع عادتی که استرس زندگی‌تان را کم می‌کند

آیا می‌دانید برای موفقیت و باقی ماندن در دنیایی که پر از فناوری‌های جدید و استرس‌های روزانه است، چه کاری باید انجام داد؟ دنیای امروز پر از ارتباطات سریع و آسودگی فوق‌العاده است پس چرا جنجال به پا می‌کنید و همیشه ناراضی هستید؟ پس تمام سرعت‌ها و آسایش‌های فراوان برای‌مان دردسرسازند. شاید در دنیای مدرن راحت‌تر شده‌ایم اما هیچ ارتباطی با مغز و بدن‌مان نداریم و روزانه با استرس زیادی دست و پنجه نرم می‌کنیم، اما با چه عادت‌هایی می‌توانیم با استرس دنیای مدرن خداحافظی کنیم؟

عادت‌های روزانه‌ای را در خود ایجاد کنید که باعث خوشحالی‌تان می‌شود

در ادامه عادت‌های روزانه‌ای را معرفی کرده‌ایم که زندگی را برای‌تان بهتر و کامل‌تر می‌کند و برای رسیدن به کامیابی بسیار کمک‌کننده خواهد بود. شاید همین حالا خیلی از این مهارت‌ها را داشته باشید پس می‌توانید با آگاهی بیشتری پیش بروید. تنها باید ببینید چگونه با ارتباط با گذشته خودتان شادتر و موفق‌تر می‌شوید؟ چطور مغز و بدن‌تان سالم‌تر می‌شود و از زندگی راضی‌تر خواهید شد؟

۱. سرعت‌تان را پایین بیاورید و کمی به خودتان تکان دهید

•هر روز ورزش کنید و حرکات کششی انجام دهید. خیلی خوب است این کار را برای ۵ دقیقه در روز انجام دهید.

• از پله‌ها استفاده کنید. آیا وسیله‌تان را در طبقه سوم جا گذاشته‌اید؟ از اینکه بروید و وسیله‌تان را بردارید لذت ببرید.

هر زمان برای‌تان مقدور بود به پیاده‌روی یا دوچرخه‌سواری بروید.

• برای اینکه از رفت و آمدهای طولانی در امان باشید شغلی نزدیک منزل‌تان پیدا کنید.

از خانه بیرون بروید و بیشتر در طبیعت بمانید.

هر روز برای مدت زمانی آهسته قدم بزنید. برخی مسیرها را پیاده بروید، گل موردعلاقه‌تان را ببویید و حیوانی را نوازش کنید.

در بین کارهای‌تان زمانی را به استراحت اختصاص دهید مطمئن باشید با این کار آنقدر احساس راحتی خواهید کرد که اصلا متوجه گذر زمان نمی‌شوید.

۲. ارتباطات رو در رو داشته باشید

• به جای ارتباطات مجازی به دنبال ارتباطات واقعی باشید و تماس رو در رو برقرار کنید تا به آرامش برسید.

بدانید ارتباط با خانواده و زندگی کردن با آنها، مزایای اجتماعی و عاطفی زیادی دارد.

تعطیلات را با کسانی سپری کنید که عاشق‌شان هستید، به مسافرت بروید و به آنها سر بزنید. این کار باعث می‌شود ارتباطات اجتماعی‌تان بیشتر شود و خاطرات خوشی برای خود بسازید.

• با افرادی در ارتباط باشید که دلسوز و مهربانند و از رابطه با شما لذت می‌برند.

هر جا که می‌توانید درخت و گل بکارید. با این کار می‌توانید در محل زندگی‌تان، در مساجد، محل کار و ... به ایجاد و نگهداری فضای سبز کمک کنید.

همیشه برای دور هم بودن برنامه بریزید. مثلا جمعه‌ها را به کوهنوردی، شنبه‌ها را به بازی بولینگ و چهارشنبه‌ها را به گردش اختصاص دهید.

با یک حیوان خانگی سرگرم شوید که برای سلامت جسم و روح‌تان مفید است.

۳. از انجام کارهای سخت لذت ببرید و خوراکی‌های پرانرژی‌ای که خودتان درست کرده‌اید بخورید

• روز خود را با ریتمی آرام شروع کنید مثلا تنفسی عمیق یا یک صبحانه سالم.

نیم‌ساعت بعد از بیدار شدن خوراکی بخورید و هر سه چهار ساعت در طول روز انرژی و میزان قند خون‌تان را ثابت نگه دارید.

غذاهایی بخورید که به شما انرژی می‌دهند و برای بدن‌تان مفیدند.

باغچه‌ای در منزل‌تان درست کنید. این کار فواید زیادی برای سلامتی، مغز، میزان استرس، تمرکز و تغذیه‌تان دارد. با باغبانی و پرورش گل و گیاه خطر ابتلا به فراموشی و زوال عقل را کاهش می‌دهید. علاوه بر آن، پرورش گل و گیاه نیازتان به خرید از فروشگاه را کم کرده و باعث احساس شادی و رضایتمندی در شما می‌شود.

• مواد غذایی مقوی و سالم بخورید که گرمازدگی را رفع، قند خون را تثبیت، سیستم ایمنی بدن را تقویت و هورمون‌های‌تان را متعادل می‌کند و به عملکرد درست دستگاه گوارش‌تان کمک می‌کند.

غذاهای‌تان را خودتان آماده کنید. آشپزی از کارهای باارزشی است که می‌توانید هر روز برای خودتان و کسانی که دوست‌شان دارید انجام دهید. پس هنر آشپزی را یاد بگیرید.

غذای‌تان را آرام بخورید و برای هر لقمه کمی صبر کنید؛ شما برای این وعده خوراکی زحمت کشیده‌اید و باید از آن لذت ببرید. خوب نگاهش کنید بویش کنید احساسش کنید صدایش را بشنوید و از طعم لذیذش لذت ببرید. اگر یک خوراکی خوشمزه را در کنار دوستان‌تان بخورید تعامل اجتماعی‌تان افزایش می‌یابد و از دور هم بودن لذت خواهید برد.

همیشه ابزارهای مکانیکی و وسایل شست‌وشو داشته باشید. از ماهیچه‌های‌تان استفاده کنید و منزل‌تان را خود تمیز و مرتب کنید این کار باعث می‌شود گوش، مغز، ریه و اعصاب‌تان سالم بمانند.

از چندشغله بودن که به سلامتی و بهره‌وری‌تان آسیب می‌زند اجتناب کنید. به جای اینکه چند شغل داشته باشید به خودتان رسیدگی کنید، منزل‌تان را تمیز کنید و از مرتب بودن اطراف‌تان لذت ببرید. لباس‌های‌تان را تا کنید و از تار و پودها و رنگ‌ها لذت ببرید.

انجام فعالیت‌های مفیدی چون پیاده‌روی، خانه‌داری و باغبانی باعث می‌شود بدن‌تان تحرک بیشتری داشته باشد.

۴. از منابع انرژی درست استفاده کنید و قدر این منابع باارزش را بدانید

با قدرشناسی و استفاده آگاهانه از منابع از زندگی لذت خواهید برد.

• در فصل زمستان ترموستات را روی درجه پایین و در تابستان روی درجه بالاتر تنظیم کنید. در هر فصل لباس متناسب با آن فصل را بپوشید. پوشیدن لباس مناسب باعث می‌شود دمای بدن‌تان را با دمای بیرون تنظیم کنید. همچنین به تقویت سیستم ایمنی و سلامت بدن‌تان نیز کمک می‌کنید. چرا گاهی اصرار داریم در زمستان تیشرت تابستانی بپوشیم و دمای اتاق را بالا ببریم یا در تابستان آنقدر هوای اتاق را خنک می‌کنیم که مجبور می‌شویم ژاکت بپوشیم؟

برای آب ارزش قائل شوید و آن را آگاهانه مصرف کنید. استفاده از آب و صابون کمتر باعث حفظ میکروبیوم پوست‌تان می‌شود. پس درست‌تر استفاده کنید نه به این خاطر که تغییری در این سیاره ایجاد کنید بلکه به دلیل اینکه از منبع باارزش انرژی استفاده می‌کنید و باید قدرش را بدانید.

در حیاط منزل‌تان گیاهان بومی پرورش دهید. گیاهان بومی نیاز به آب و کود کمتری دارند و نیاز به هرس کردن هم ندارند. همچنین این گیاهان هزینه کمتری دارند و آلودگی زیادی هم تولید نمی‌کنند.

کمتر پای صفحه نمایش کامپیوتر و موبایل بنشینید. ساعت تماشای تلویزیون را کم کنید یا کنار بگذارید. قبل از خواب تمام لامپ و صفحه نمایش‌ها را خاموش کنید.

• به زمان و کیفیت خواب‌تان اهمیت دهید. در حقیقت محرومیت از خواب بدترین چیز برای از دست رفتن رفاه و آسایش‌تان است. خواب خوب و کافی باعث تقویت تمرکز و حافظه، حفظ سلامت عاطفی، تقویت سیستم ایمنی بدن و تولید هورمون‌هایی می‌شود که به تنظیم اشتها کمک می‌کند.

سعی کنید این عادات را در خود ایجاد کنید. همین عادت‌های خوب کیفیت زندگی‌تان را تغییر می‌دهند و شادی را برای‌تان به ارمغان می‌آورند. مطمئن باشید مغز، جسم و روح و روان‌تان هم به خاطر این عادت‌ها و رفتارهای سالم و زندگی شاد سپاسگزار شما خواهند بود.

منبع: psychologytoday/ucan

سازمان آگهی ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای مهدی طاهری بعنوان مالک با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده طی شناسه یکتا به شماره ۱۳۹۹۰۲۱۵۴۹۱۴۰۰۰۸۸۲ و ۱۳۹۹۰۲۱۵۴۹۱۴۰۰۰۸۸۳ و رمز تصدیق به شماره ۶۷۵۰۸۰ و ۲۰۴۸۹۸ مورخ ۹۹/۹/۲ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۳۸۱ حوزه ثبتی تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۱۰۷۸۰۲۷۹۰۷ مورخ ۹۹/۹/۲ مدعی فقدان سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان مسکونی واقع در طبقه ۱ ورودی چهار بلوک ۲ بمساحت ۹۶/۳۵ متر مربع قطعه ۲ تفکیکی بانضمام ششدانگ یک واحد پارکینگ مسکونی قطعه ۳۳ تفکیکی به مساحت ۱۲/۵ متر مربع واقع در طبقه زیرزمین بانضمام ششدانگ یک باب انباری مسکونی قطعه ۳۳ تفکیکی به مساحت ۱/۹۰ متر مربع واقع در طبقه زیرزمین به پلاک ثبتی ۲۱۶۱۷ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۹۰۴۸ 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 خانم خیرالنساء عیوضی بیگلری ذیل ثبت ۱۴۹۸۱ دفتر ۱۱۴ صفحه ۱۵۴ چاپی ۵۰۴۸۰۵ ثبت و صادر و تسلیم گردیده و برابر سند قطعی شماره شماره ۱۲۰۲۳۴ مورخ ۹۰/۳/۲ به آقای مهدی طاهری انتقال یافته و نامبرده با اعلام مفقودی به علت جابجائی 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.

۱۵۹۳۴ م الف — کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تفکیک وضعیت اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

براساس موجب رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۱۲۲۹ مورخ ۹۹/۵/۲۶ صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک جنوب شرق تصرفات مفروزی و مالکانه فیروز طاهری سرور فرزند نوروزعلی متقاضی پرونده کلاسه ۱۳۹۹۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۰۱۱ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۹۴ متر مربع قسمتی از پلاک ثبتی ۴۴۱۸ با حدود اربعه: شمالا ۹/۴۵ متر دیوار به خیابان ذوالفقاری شرقا بطول ۱۰/۰۵ متر درب و دیوار به بن بست رحیم جنوبا ۹/۳۵ متر دیوار بدیوار باقیمانده پلاک ۴۴۱۸ غربا ۹/۹ متر دیوار بدیوار باقیمانده پلاک ۴۴۱۸ مورد ذیل ثقبت صفحه ۵۰۹ دفتر ۷۰۰ واقع در بخش ۷ تهران به ثبت گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵ رور در روزنامه آگهی می گردد. طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی متقاضی فوق اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضائی تسلیم نماید بدیهی است پس از انقضاع مهلت قانونی عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام فیروز طاهری سرور اقدام خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۹/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۱۰/۸

۱۵۹۳۵ م الف — غضنفری - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تهران

شناسه آگهی ۱۰۵۸۴۶۵

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ششدانگ یکدستگاه آپارتمان مسکونی قطعه ۵ تفکیکی واقع در سمت غربی طبقه سه به پلاک ثبتی ۴۱۳۱۹۹ فرعی از ۲۳۹۵ اصلی مفروز و مجزی شده از ۲۲۰۷۷ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۰ تهران به مساحت ۱۱۲/۸۲ متر مربع که ۳/۳۳ متر مربع آن بالکن و بالکن پیشرفته ۲/۵۱ متر مربع آن پیشرفتگی است بانضمام انباری مسکونی شماره هشت به مساحت ۱/۲۷ متر مربع واقع در طبقه زیرزمین یک و بانضمام پارکینگ مسکونی قطعه ۱۲ به مساحت ۱۰/۸ متر مربع واقع در طبقه زیرزمین با قدرالسهم از عرصه و سایر مشترکات ذیل شماره ۲۱۵۳۵ صفحه ۲۹۹ دفتر ۳۷۳ به شماره چاپی ۱۵۸۱۷۰ بنام انیسه نیکوگفتار ناطق ثبت و صادر و تسلیم شده است حال آقای محمد رحیم خواف فتیده بموجب وکالتنامه ۱۳۴۱۷ - ۹۹/۰۶/۳۰ دفترخانه ۱۴۴۳ تهران با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۱۷۰۲۳ مورخ ۹۹/۸/۱۷ توسط دفترخانه ۴۲۲ تهران گواهی امضاء گردید مدعی هستند که سند مذکور به علت جابجایی مفقود گردیده است و تقاضای صدور المثنی اسناد مالکیت ملک مورد نظر را دارند لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به آن و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد ضمنا بازداشت ندارد.

۱۵۹۳۶ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرارا- منوچهر کاظم اصلانی

شناسه آگهی ۱۰۵۸۴۶۹

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای محمود کسایی فرزند احمد مالک ششدانگ اپارتمان به پلاک ۱۰۱۵۷۵ فرعی از ۲۳۹۵ اصلی قطعه اول تفکیکی مفروز از ۳۱۱۴۹ فرعی از اصلی مذکور بمساحت ۱۳۷/۸۷ متر مربع بانضمام انباریهای شماره ۵ و ۶ بمساحت ۶/۲۸ و ۳/۶۳ متر مربع و پارکینگ شماره اول بمساحت ۱۰/۵۰ متر مربع ذیل دفتر ۳۷۶- ۲۴۰۵- صفحه ۲۶۲- ۳۶۴ و ۳۶۷ – ۲۶۵ ثبت ۵۱۹۵۶ و ۵۱۹۵۵ (۴۵۰۶۰۷- ۴۵۰۶۰۸) بنام محمد کسایی و فاطمه کسایی نجفی ثبت و سند به چاپی ۷۹۷۸۴۸ و ۷۹۷۸۴۷ صادر گردید سپس ششدانگ بموجب سند ۱۲۳۲۳ مورخ ۱۳۹۱/۰۷/۲۷ دفترخانه ۷۰۶ تهران به آقای محمود کسایی انتقال یافته است و بموجب سند رهنی ۱۳۳۳ مورخ ۱۳۹۱/۱۰/۱۰ دفترخانه ۱۵۹۳ تهران در رهن بانک ملت شعبه وزارت کار میباشد اکنون اعلام نموده اند که سند مالکیت پلاک مورد تقاضا بعلت اثاث کشی مفقود گردیده است و مراتب به موجب شماره ۱۱۰۴۲ مورخ ۱۳۹۹/۰۸/۱۰ – دفترخانه ۱۵۹۳ تهران به شهادت شهود رسیده است. لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به پلاک فوق میباشد و یا سند مالکیت نزد وی میباشد از تاریخ انتشار آگهی بمدت ۱۰ روز اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این منطقه تسلیم و رسید اخذ نماید در صورت عدم ارائه اعتراض یا اصل سند مالکیت یا سند خریداری اقدام جهت صدور سند المثنی وفق مقررات انجام خواهد شد.

۱۵۹۴۰ م الف — رییس ثبت اسناد و املاک شهرارا- منوچهر کاظم اصلانی

شناسه آگهی ۱۰۵۸۴۷۲

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه خانم علویه مرجانی به شماره ملی ۱۶۳۹۰۱۱۳۱۵ طی درخواست وارده شماره ۱۳۹۹۲۱۷۳۰۰۲۰۰۷۲۴۶ مورخه ۱۳۹۹/۰۹/۲۲ با ارائه ۲ برگ استشهادیه و سایر مدارک لازم اعلام نموده که سند ششدانگ پلاک ثبتی ۱۶۵ فرعی از ۱۳۱۰ اصلی عرصه و اعیان یک باب ساختمان واقع در هروآباد بخش ۷ خلخال در دفتر جلد ۶۷ صفحه ۴۱۳ ذیل ثبت ۱۰۹۸۹ به نام خانم علویه مرجانی ثبت، سند مالکیت به شماره چاپی ۰۲۱۳۴۶ الف/ ۷۷- ۷۵ صادر و تسلیم شده است، به علت جابجایی مفقود شده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا هر کس نسبت به پلاک مزبور معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز بعد از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود بعد از طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی به نام مالک صادر و تسلیم خواهد شد.

تاریخ انتشار: روز یکشنبه ۱۳۹۹/۰۹/۲۳

عیسی بدیهی جلودارلو- رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان خلخال

۸۵۱

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 چایار علی بشماره شناسنامه ۳۶۷ 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

۱۵۷۴۸ م الف — رئیس ثبت اسناد و املاک - امیر تفرقی

شناسه آگهی ۱۰۵۰۹۸۳

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 پوررایینی

۸۰۵

ابزارهای موردنیاز برای دورکاری تیم‌های کسب و کار

به قلم: سارا اوانز کارشناس کسب و کار / ترجمه: علی آل‌علی

فرآیند دورکاری در طول دهه‌های گذشـــته کمتر مورد توجه کســـب و کارها قرار داشـــته اســـت. پیش از شـــیوع ویروس کرونا کمتر برندی به دنبال دورکاری مداوم تیم‌هایش بود. این امر در طول یک ســـال گذشـــته با توجه به شـــرایط ویروس کرونا مدنظر بســـیاری از کســـب و کارها قرار گرفته است. مدیریت کســـب و کار به شـــیوه دورکاری امر ساده‌ای نیست. بسیاری از کارآفرینان در مسیر مدیریت این حوزه با مشـــکلات اساسی مواجه هستند. یکی از اشتباهات اساسی در این میان تلاش برای مدیریت کسب و کار به شیوه‌های سنتی است. دورکاری نیازمند شیوه‌های منحصر به فردی برای تاثیرگذاری بر روی کارمندان و تقویت مداوم انگیزه‌شان است.

بـــدون تردیـــد دورکاری نیز مانند هر نـــوع فعالیت دیگری دارای برخی مزیت‌هاســـت. در این زمینه به آمارهای موسسه Merchant Savvy توجه نمایید:

• ۷۷ درصد از کارمندان فرآیند دورکاری را مفید و موثر بر روی وضعیت کاری و سلامت‌شـــان ارزیابی کرده‌اند.

• ۸۵ درصد از کســـب و کارهای جهانی ســـهولت در همکاری با تیم‌های مختلف فارغ از بعد جغرافیایی را مدنظر قرار داده‌اند.

• ۸۰ درصد از مردم در مواجهه با پیشـــنهادهای کاری مشـــابه اقدام به رد گزینه فاقد ساعت‌های کاری انعطاف‌پذیر می‌کنند. دورکاری یکی از گزینه‌های جذاب برای کاهش ســـاعت‌های کاری غیرانعطاف‌پذیر است.

اکنـــون بـــا آگاهی از مزیت‌های دورکاری باید نســـبت به شناســـایی برخی از ابزارهای مـــورد نیاز برای فعالیـــت بهینه در این حوزه نیز اقدام نماییم. در ادامه برخی از موارد مهم در این زمینه را مورد بررســـی قرار خواهیم داد.

سخت‌افزارها

نخســـتین نکته در راه‌اندازی فرآیند دورکاری فراهم ســـاختن امکانات ســـخت‌افزاری است. بسیاری از برندها پس از شـــیوع ویروس کرونا سیاســـت‌های دورکاری را در دستور کار قرار دادند. نکته مهم در این میان ناتوانی برندها برای فراهم‌سازی امکانات سخت‌افزاری، آن هم برای تمام کارمندان در خانه‌های‌شان، است. با این حساب کیفیت کاری تیم‌های مختلف به شدت کاهش پیدا می‌کند.

اطمینان از دسترســـی تمام کارمندان و اعضای تیم‌های کاری به امکانات ســـخت‌افزاری نظیر اســـکنر، پرینتر و اینترنت با ســـرعت قابل قبول ضروری اســـت. در غیر این صورت شاید اتفاقات ناگواری در زمینه مدیریت دورکاری روی دهد. در این میان باید انتظارات مشخص کارمندان را نیز مدنظر قرار دهیم. هیچ کارمندی علاقه‌مند به فعالیت در یک برند بی‌برنامه برای دورکاری نیست.

ابزارهای موبایلی

وقتی صحبت از امکانات دورکاری می‌شـــود، کارمندان به طور گسترده‌ای بر روی گوشی‌های هوشمند اتکا دارند. اگر کســـب و کارها برنامه‌های‌شـــان را در قالب اپ‌های موبایلی طراحی کنند، امکان دسترسی ســـاده‌تر کارمندان به آنها فراهم خواهد شـــد. این امر در مقیاسی بزرگ موجب بهبود فرآیند دورکاری در کســـب و کارهای متکی به تعامل حضوری با مشتریان نیز می‌شود. بسیاری از رستوران‌ها در طول دوران کرونا از طریق اپ‌های رسمی‌شان اقدام به ثبت سفارش کرده‌اند.

مایکروسافت آفیس

ابزار مایکروســـافت برای اســـتفاده بهینه از هر سیســـتم رایانه‌ای ضروری اســـت. امروزه استفاده از ابزار آفیس ۳۶۵ امکان دسترســـی آنلاین برای کاربران پروژه‌های مختلف را فراهم می‌ســـازد. امروزه بسیاری از کارآفرینان نیاز به دسترســـی به کارهای دیگر تیم‌های شـــرکت به صورت در لحظه دارند. اگر این امر امکان‌پذیر نباشد، مدیریت پروژه‌ها برای مدت زمانی طولانی به تعویق خواهد افتاد.

ابزار فضای ابری

اســـتفاده از فضای ابری برای به اشـــتراک‌گذاری فایل‌های مهم ضروری است. بسیاری از برندها در این مسیر با مشکلات زیادی مواجه نیستند. استفاده از اکانت رایگان گوگل تا ۱۵ گیگ فضای ابری رایگان در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد. سپس در صورت نیاز به فضای ابری بیشتر امکان خرید حجم‌های گسترده وجود خواهد داشت.

یکی از نکات مهم در زمینه خرید فضای ابری مربوط به تعامل ســـریع میان بخش‌های مختلف شـــرکت اســـت. وقتی وضعیت کســـب و کار حضوری باشد، امکان مدیریت بهینه کســـب و کار با تعامل نزدیک و حضوری تیم‌های مختلف وجود دارد و مشکل اصلی از زمان کاهش دسترسی تیم‌های شرکت به یکدیگر از طریق حضوری شـــروع می‌شـــود. با این حســـاب ابزار فضای ابری اهمیت بالایی برای مدیریت بهینه و زمان‌بندی پروژه‌ها خواهد داشت.

ابزارهای مدیریت پروژه

مدیریت پروژه در الگوی دورکاری امر ســـاده‌ای نیســـت. اســـتفاده از ابزارهای مناســـب در این زمینه به کارآفرینان برای مدیریت بهینه شـــرایط کمک شـــایانی خواهد کرد. امروزه بســـیاری از کارآفرینان و مدیران ارشـــد ســـازمان‌ها نیاز به ارتباط مستقیم با کارهای یکدیگر دارند. خوشـــبختانه امروزه ابزارهای مدیریت پروژه به طور گسترده‌ای در بازار وجود دارد. مهمترین مسئله در این میان انتخاب ابزار مناسب و هماهنگ با نیازهای شـــرکت اســـت. در غیر این صورت به طور مداوم نیاز به استفاده از ابزارهای متنوع خواهید یافت.

منبع: smallbusinessbonfire.com

کسب و کارهایی بدون نیاز به حتی یک کارمند

به قلم: شان پیک نویسنده حوزه کسب و کار
مترجم: امیر آل‌علی

تصور اولیه بسیاری از افراد در رابطه با ایجاد یک کسب و کار، مدیریت تعدادی کارمند اســـت. این امر در حالی است که برخی از کســـب و کارها بـــه هیچ فردی غیر از خودتان نیاز نداشـــته و در حال حاضر بســـیار پولساز نیز محسوب می‌شوند. در این راستا نگاهی به آنها خواهیم داشت.

۱-فریلنسر

این دسته از افراد به صورت قراردادی با برندهای مختلف همکاری می‌کنند. این امر باعث می‌شود تا انتخاب گزینه‌ها و زمان انجام کارها کاملا به خودشـــان وابســـته باشد. این حوزه دارای زیرشاخه‌های متنوعی بوده و به کارمندی هم نیـــاز ندارد. به همین خاطر نیز محبوبیت بالایی را در چند سال اخیر پیدا کرده است.

۲-ادمین شبکه‌های اجتماعی

بـــا توجـــه به این امر کـــه در حال حاضر بســـتر اینترنت بهترین فضا برای اقدامات تبلیغاتی محســـوب می‌شود، هر برندی به فعالیت نیاز دارد، با این حال این مسئله می‌تواند بیش از حد زمانبر باشـــد. تحت این شـــرایط استخدام یک ادمین، اقدامی هوشـــمندانه خواهد بود. در این راستا شما می‌توانید بـــه صورت همزمان ادمین چندین پیج باشـــید، بـــا این حال فراموش نکنید که شـــما بایـــد در کنار تولید محتوای حرفه‌ای، از اصول پیشـــرفت و جذب مخاطب نیز آگاهی داشته باشید.

۳-عکاسی

اگرچه در گذشـــته عکاس‌ها بـــه کار در آتلیه‌ها محدود بوده‌انـــد، با این حال امروزه می‌توانید در حوزه‌های مختلف این حرفه، تنها با در اختیار داشتن صفحه‌ای در یک شبکه اجتماعی، ســـفارش‌های گوناگونی را داشته باشید. در کنار این موضوع نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این اســـت که آموزش نیز در این حوزه می‌تواند برای شما درآمدزا باشـــد. برای مثال از یادگیری اصول کار با دوربین تـــا انواع نرم‌افزارهـــای ادیت از جمه موارد رایج محســـوب می‌شود.

۴-تولید محتوا

در این راستا شما می‌توانید با توجه به مهارت‌های خود، انواع محتواها را تولید نمایید. برای مثال اگر صدای رسایی را دارید و با نرم‌افزارهای مرتبط، آشـــنا هســـتید. می‌توانید پادکســـت‌های موردنظر خود و یا برندهای مختلف را ایجاد نمایید. در این رابطه گرفتن تبلیغ، از جمله منابع درآمدی شما خواهد بود. در زمینه تولید محتوا شما حتی می‌توانید به یک واینر (کمدین اینترنتی) و یا اینفلوئنســـر نیز تبدیل شوید.

در آخـــر نکته‌ای که باید به آن توجه داشـــته باشـــید این اســـت که اگرچه حوزه‌های به مراتب بیشتری برای فعالیت شما وجود دارد، با این حال این ۴ مورد از جمله پولســـازترین‌های حال حاضر محســـوب شـــده و باید در اولویت شـــما باشد. در این راســـتا از توجه به علاقه خود غافل نشـــده و سعی کنید تا شیوه‌ای متفاوت از سایرین را داشته باشـــید. تحت این شرایط شانس موفقیت شما بسیار بالا خواهد بود. در کنار تمامی این مسائل، آگاهی از قوانیـــن حـــوزه کســـب و کار، با توجه بـــه این امر که شـــما در معرض انواع قراردادها به صورت مداوم هستید. شما را از بسیاری مشکلات احتمالی در امان نگه خواهد داشت.

منبع: businessnewsdaily.com

فرصت امروز
روزنامـــه مدیریتـــی-اقتصـــادی
| یکشنبه | ۲۳ آذر ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۸۳ | 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.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR