روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۱۳ دی ۱۳۹۹

Sat. 2 Jan 2021

۱۸ جمادی‌الاول ۱۴۴۲ - سال هفتم

شماره ۱۶۹۷ - ۱۶ صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

بازارهای مالی هفته خوبی را پشت سر نگذاشتند

بازدهی منفی بازارهای مالی در هفته دوم زمستان

فرصت امروز: دومین هفته زمستان هفته خوبی برای بازارهای مالی نبود و بازارهای چهارگانه ارز، طلا، سکه و بورس همگی حال و هوای زمستانی...

۵

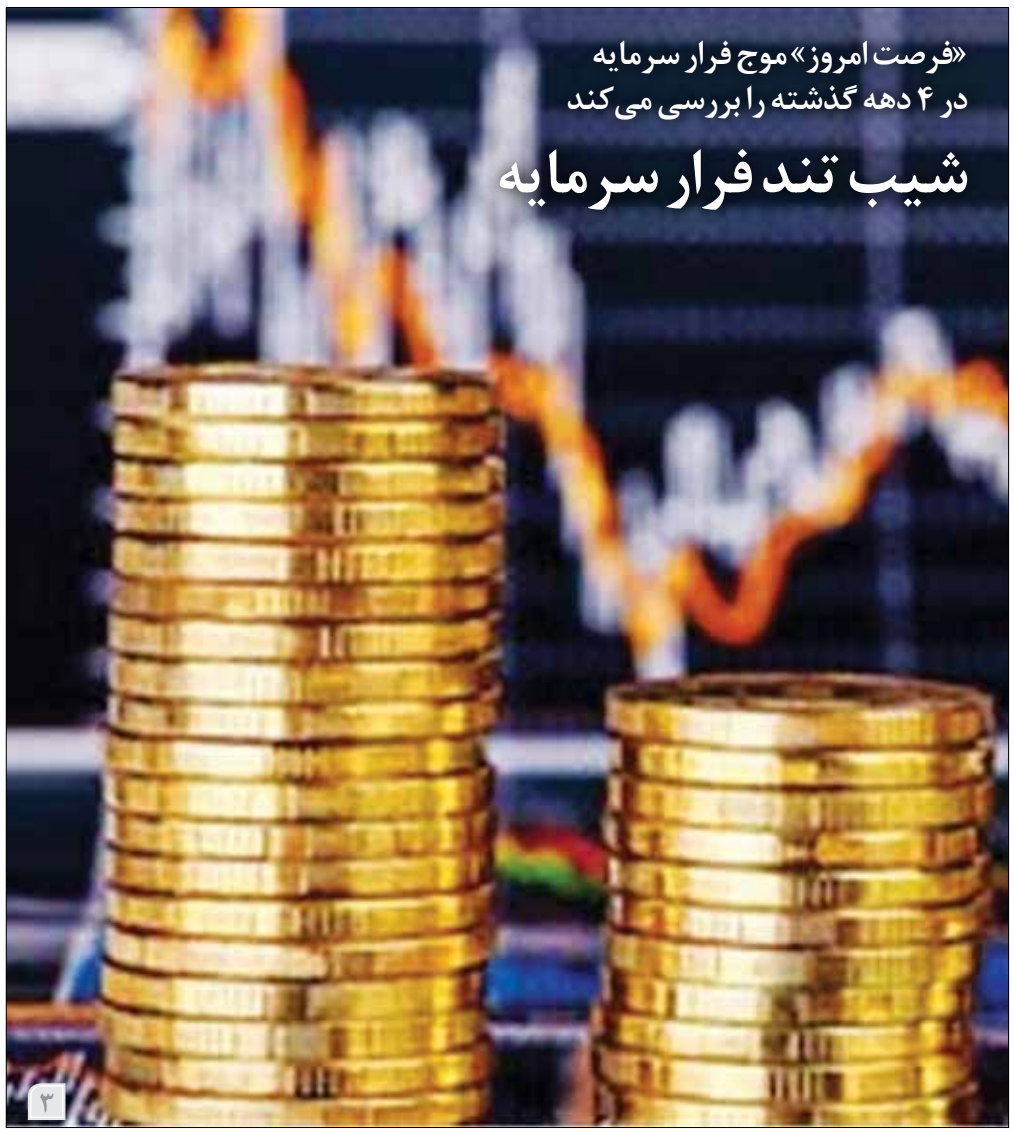
سرمقاله

مشتریان بانک‌ها در پناه قانون

علی نظافتیان
دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

بانک‌ها و موسسات اعتباری چه خصوصی باشند و چه دولتی با پول و اموال مردم سر و کار دارند بنابراین پاسداشت و حفاظت از پول و اموال مردم نزد بانک‌ها جزو ضروریات بانکداری است. براساس مبانی قانون عملیات بانکی بدون ربا، بانک‌ها در بخش تجهیز منابع و سپرده‌پذیری، هم وکیل و هم شریک سپرده‌گذاران محسوب می‌شوند. در بخش تخصیص منابع نیز بانک‌ها هم به عنوان وکیل و هم به عنوان شریک سپرده‌گذاران به مردم وام قرض‌الحسنه و انواع تسهیلات و اعتبارات بانکی ارائه می‌دهند. لازمه این حجم عظیم فعالیت بانکی، اعتماد و امانتداری کامل بین وکیل و موکل و شرکای عملیات بانکی یعنی مشتریان و بانک‌ها است. مشتریان و همچنین سهامداران بانک‌ها باید اطمینان داشته باشند منابعی که در اختیار مدیران و کارکنان شبکه بانکی کشور قرار دارد، از گزند پدیده‌های نامطلوب نظیر به کارگیری سپرده‌های مردم در امور غیربانکی و یا تصرف غیرقانونی، اختلاس و... مصون و ایمن باقی خواهد ماند.

ادامه در همین صفحه



«فرصت امروز» موج فرار سرمایه در ۴ دهه گذشته را بررسی می‌کند

شیب تند فرار سرمایه

۳

سعید لیلاز: نپذیرفتن FATF بازی در زمین حریف است

مانع FATF پس از تحریم

فرصت امروز: ایران حدود ۱۱ سال پیش در لیست سیاه FATF قرار گرفت و با اینکه پس از برجام و به واسطه لوایح چهارگانه دولت موقتا از فهرست سیاه خارج شد، اما با به سرانجام نرسیدن دو لایحه از چهار لایحه بار دیگر به فهرست سیاه گروه ویژه اقدام مالی وارد شد. کشورها در چارچوب گروه ویژه اقدام مالی در چهار فهرست سبز (کشورهای بی‌مشکل)، خاکستری (همکار ولی دارای مشکل)، قرمز (غیرهمکار) و سیاه (غیرهمکار و در معرض...

۴

سال «شوم و ترسناک» اقتصاد جهانی به پایان رسید

سال ۲۰۲۰ از نگاه «اکونومیست»

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- نکات مهم در تاسیس کسب و کار در دوران کرونا
- خلاصه‌سازی کتاب‌ها ایده‌ای جدید و پولساز
- ۳ تبلیغ اشتباه و درس‌هایی که از آنها می‌توان آموخت
- ۲۰۲۰ سال طلایی صنعت بازی‌سازی
- درس‌های بازاریابی رهبران تجاری از سال ۲۰۲۰
- تاثیر اولیه در محتواهای ویدئویی

۸ تا ۱۶

اولین تلویزیون آمازون با نمایشگر LED و رزولوشن ۴K از راه رسید

مشتریان بانک‌ها در پناه قانون

ادامه از همین صفحه

افزون بر آن، بانک بایستی به نحو احسن از اسناد و اموال مشتریان که ممکن است برای انجام امور بانکی موقتا در اختیار بانک و کارکنان آن قرار گیرد، حفاظت نماید. این حداقل انتظار مردم از مدیران و کارکنان شبکه بانکی کشور است. پس ضروری است علاوه بر اعتماد کامل مشتریان به بانک‌ها، حقوق آنان نیز همواره در پناه و تحت حمایت قانون باشد.

قانونگذار از سالیان قبل به این انتظار مردمی پاسخ مثبت داده و با تصویب قوانین مختلف، مشتریان بانک‌ها و اموال و اسناد آنان را تحت حمایت و پناه قانون قرار داده است. در این قاعده منطقی، تفاوتی بین بانک‌های دولتی و غیردولتی و موسسات اعتباری نیست، جز آنکه در بعضی از جرائم مالی و امور کیفری، اطلاق عنوان «اختلاس» یا «ارتشا» به اقدامات و اعمال مدیران و کارکنان بانک‌های خصوصی به لحاظ عدم وابستگی سازمانی آنان به بخش دولتی و نهادهای عمومی، صحیح نیست. به هر حال، مسئولیت بانک‌ها و مدیران و کارکنان در دو بعد مسئولیت‌های حقوقی و مسئولیت‌های کیفری مترتب بر این اعمال قابل بحث است. همچنین مبانی قانونی این دو نوع مسئولیت از جمله موضوعات مهم حقوقی است که بحث تفصیلی این مباحث حقوقی در این مقاله مختصر نمی‌گنجد، اما به طور خلاصه از نظر قانونگذار در صورت ورود خسارت به مشتریان در مواردی خود بانک و موسسه اعتباری بایستی پاسخگوی مشتری زیان‌دیده و زیان‌های واردشده به وی باشد و در مواردی نیز قانونگذار علاوه بر مسئولیت حقوقی و مسئولیت انتظامی بانک و موسسه اعتباری ذی‌ربط، مسئولیت جزایی را متوجه مدیر و کارمند ذی‌ربط بانک می‌داند و آنان را تحت پیگرد جزایی و تحمل مجازات قانونی جرم یا جرائم ارتکابی قرار خواهد داد. بدین ترتیب، قانونگذار افراد زیر را پاسخگوی ضرر و زیان وارده به مشتریان بانک‌ها در قبال اعمال و اقدامات کارکنان بانک‌های دولتی و خصوصی و همچنین موسسات اعتباری قرار داده است:

الف: بانک و موسسه اعتباری ذی‌ربط چه دولتی باشند و چه خصوصی

ب: مدیر و کارمند متخلف بانک و موسسه اعتباری ذی‌ربط

پ: هم بانک و موسسه اعتباری ذی‌ربط و هم مدیر و کارمند متخلف.

در اینجا به مواردی از حمایت قانونگذار از مشتریان بانک‌ها و موسسات اعتباری و سهامداران آنها اشاره می‌شود:

یکم؛ قانون پولی و بانکی کشور مصوب تیرماه ۱۳۵۱

این قانون به عنوان یکی از مستندات راهبردی نظام بانکی کشور، قاعده خوبی در این زمینه پایه‌گذاری کرده است. بند ج ماده ۳۵ قانون مورد اشاره تصریح دارد: «...هر بانک در مقابل خساراتی که در اثر عملیات آن متوجه مشتریان می‌شود، مسئول و متعهد جبران خواهد بود. مدیرعامل، رئیس هیأت مدیره، اعضای هیأت عامل و اعضای هیأت مدیره هر بانک نیز در مقابل صاحبان سهام و مشتریان مسئول خساراتی هستند که به علت تخلف هر یک از آنها از مقررات و قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به این قانون یا اساسنامه آن بانک به صاحبان سهام یا مشتریان وارد می‌شود.» بدین ترتیب، اگر کارمند شعبه بانک دولتی و یا خصوصی از اموال و سپرده‌های بانک و مشتریان به نفع خود یا دیگری برداشت، اختلاس، سوءاستفاده و تصرف غیرقانونی نماید، در درجه اول خود بانک مسئول جبران خسارات وارده به مشتری خواهد بود و نمی‌تواند با این توجیه که کارمند یا مدیر بانک سوءاستفاده و اختلاس کرده، گناه را به گردن کارمندان متخلف بیندازد، مگر آنکه مرجع قضایی پس از رسیدگی و تحقیق به این نتیجه برسد که مسئولیت فقط متوجه کارمند و مدیر متخلف بانک است و برمبنای این تشخیص رأی قطعی محکمه قضایی صادر شود. افزون بر آن، توجه بدین نکته ضروری است که مسئولیت حفاظت از وجوه نقدی و اسناد همراه مشتریان تا زمانی که به کارمند مسئول در شعبه تحویل نشده باشد، همچنان برعهده خود مشتری است. پس اگر سارقی در محل شعبه از غفلت مشتری سوءاستفاده کرده و در یک لحظه اموال همراه او را قاپ بزند و به سرقت ببرد، بانک و کارمندان آن شعبه هیچ‌گونه مسئولیتی در قبال این رویداد خسارتبار در مقابل مشتری زیان‌دیده نخواهند داشت.

دوم؛ مجازات کارمندان و کارکنان بانک‌های دولتی در جرائم اختلاس و تصرف غیرقانونی

لایحه قانونی تشدید مجازات مرتکبین اختلاس و ارتشا و اصلاحیه آن مصوب مجمع تشخیص مصلحت نظام، مجازات‌هایی سخت برای اختلاسگران و کلاهبرداران پیش‌بینی کرده است، اما برخلاف تصور عامه، برداشت‌های غیرقانونی و ناروای کارکنان بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی از اموال و وجوه متعلق به مشتریان و بانک عنوان «اختلاس» ندارد و از نظر حقوقی نمی‌توان به کارمندان بانک‌های خصوصی عنوان «اختلاسگر» داد. همچنین به دریافت‌های غیرقانونی آنان از مشتریان از نظر مقررات جزایی نمی‌توان «رشوه‌خواری» گفت، زیرا این‌گونه اقدامات کارکنان بانک‌های خصوصی گرچه مجرمانه است، ولی عناوین دیگری دارد.

سوم؛ ماده ۵۹۸ قانون مجازات اسلامی

ماده ۵۹۸ قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵ مجازات سختی برای تخلفات مالی کارمندان دولت و شرکت‌های دولتی از جمله کارمندان بانک‌های دولتی پیش‌بینی کرده است. در این قانون آمده است: «هر یک از کارمندان و کارکنان ادارات و سازمان‌ها یا شوراها و یا شهرداری‌ها و موسسات و شرکت‌های دولتی و یا وابسته به دولت و یا نهادهای انقلابی و بنیادها و موسساتی که زیر نظر ولی فقیه اداره می‌شوند و دیوان محاسبات و موسساتی که به کمک مستمر دولت اداره می‌شوند و یا دارندگان پایه قضائی و به طور کلی، اعضا و کارکنان قوای سه‌گانه و همچنین نیروهای مسلح و مامورین به خدمات عمومی اعم از رسمی و غیررسمی وجوه نقدی یا مطالبات یا حوالجات یا سهام و سایر اسناد و اوراق بهادار یا سایر اموال متعلق به هر یک از سازمان‌ها و موسسات فوق‌الذکر یا اشخاصی که بر حسب وظیفه به آنها سپرده شده است را مورد استفاده غیرمجاز قرار دهد بدون آنکه قصد تملک آنها را به نفع خود یا دیگری داشته باشد، متصرف غیرقانونی محسوب و علاوه بر جبران خسارات وارده و پرداخت اجرت‌المثل به شلاق تا (۷۴) ضربه محکوم می‌شود و در صورتی که منتفع شده باشد علاوه بر مجازات مذکور به جزای نقدی معادل مبلغ انتفاعی محکوم خواهد شد و همچنین است در صورتی که به علت اهمال یا تفریط موجب تضییع اموال و وجوه دولتی گردد و یا آن را به مصارفی برساند که در قانون اعتباری برای آن منظور نشده یا در غیر مورد معین یا زائد بر اعتبار مصرف نموده باشد.»

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، قانونگذار در مورد تصرفات در اموال دولتی و عمومی همه کارمندان بخش دولتی از جمله کارمندان بانک‌های دولتی را مشمول این قانون قرار داده است، اما از زمان تصویب قانون مورد اشاره، این بحث در محافل حقوقی مطرح بود که آیا فعالیت بانک‌ها نوعی ارائه خدمات عمومی است که به تبع آن، کارکنان بانک‌های خصوصی نیز مشمول ماده ۵۹۸ قانون مجازات اسلامی قرار گیرند. رأی وحدت رویه شماره ۷۹۸ مورخ ۱۵ مهرماه ۱۳۹۹ دیوانعالی کشور سرانجام به این اختلاف نظرها خاتمه و چنین حکم داد: «مطابق ماده ۵۹۸ قانون مجازات اسلامی بخش تعزیرات مصوب ۱۳۷۵، مأمورین به خدمات عمومی اعم از رسمی و غیررسمی همانند کارکنان دولت، سازمان‌ها و مؤسسات وابسته به دولت مشمول حکم مقرر در خصوص تصرف غیرقانونی نسبت به وجوه یا سایر اموال سپرده شده به آنها برحسب وظیفه هستند و با توجه به تعریف خدمات عمومی در بند ب ماده ۱ قانون ارتقای سلامت اداری و مبارزه با فساد و نظر به مقررات پولی و بانکی بانک‌های غیردولتی از مؤسسات انتفاعی تحت نظارت بانک مرکزی و دولت هستند. بنا به مراتب کارکنان بانک‌های خصوصی با لحاظ ارائه خدمات گسترده پولی و بانکی به مردم از مصادیق بارز مأمورین به خدمات عمومی محسوب می‌شوند...» بدین ترتیب، در حال حاضر کارمندان بانک‌های خصوصی از حیث تصرف در وجوه اموال دولتی و عمومی همانند کارمندان نهادهای عمومی جزو «مامورین به خدمات عمومی» محسوب می‌شوند. بنابراین براساس رأی دیوانعالی کشور، مشمول مقررات ماده ۵۹۸ قانون مجازات اسلامی و تبعات و آثار جزایی آن خواهند بود.

چهارم؛ تبصره ۳ ماده ۶ قانون اصلاح قانون صدور چک مصوب ۱۳۹۷

قانونگذار در آخرین اصلاحیه قانون چک، ارائه دسته چک بدون رعایت مقررات و خارج از ضوابط را جرم‌انگاری کرده و به طور ضمنی در کنار سایر مرتکبین، کارمندان بانک‌ها را هم در این زمینه مسئول دانسته است. در قانون مورد اشاره می‌خوانیم: «هر شخصی که با توسل به شیوه‌های متقلبانه مبادرت به دریافت دسته چکی غیرمتناسب با اوضاع مالی و اعتباری خود کرده یا دریافت آن توسط دیگری را تسهیل نماید، به مدت سه سال از دریافت دسته چک، صدور چک جدید و استفاده از چک موردی محروم و به جزای نقدی درجه ۵ قانون مجازات اسلامی محکوم می‌شود و در صورتی که عمل ارتکابی منطبق با عنوان مجرمانه دیگری یا مجازات شدیدتر باشد، مرتکب به مجازات آن جرم محکوم می‌شود...» از نظر حقوقی به نظر نگارنده در این قانون عبارت «...یا دریافت آن توسط دیگری را تسهیل کند...» می‌تواند ناظر به اقدامات کارمندان بانک‌ها در اعطای دسته چک به افراد فاقد صلاحیت باشد. هرچند تعدادی از همکاران محترم حقوقی در این زمینه بنا به قاعده حقوقی «لزوم تفسیر مضیق قوانین جزایی» با این نظر موافق نیستند، اما به هر حال، تبصره مورد اشاره حاکی از توجه قانونگذار به حفظ و حمایت حقوق قانونی مشتریان بانک‌هاست.

پنجم؛ خط مشی و سیاست‌های بانک مرکزی در جهت حمایت قانونی از مشتریان بانک‌ها

بانک مرکزی در سال‌های اخیر سیاست‌های مناسبی برای حفظ و حمایت از حقوق قانونی مشتریان بانک‌ها و موسسات اعتباری، صندوق‌های قرض‌الحسنه، لیزینگ‌ها و صرافی‌ها در پیش گرفته است. از جمله این سیاست‌ها، «دستورالعمل نحوه رسیدگی به شکایات مشتریان موسسات اعتباری» مصوب سال ۱۳۹۳ شورای پول و اعتبار است که براساس آن، کلیه موسسات اعتباری مشمول این آیین‌نامه بایستی به شکایات مشتریان خود در چارچوبی مشخص و تعریف شده رسیدگی و به شاکی پاسخ کتبی دهند. در ماده ۲ آیین‌نامه مورد اشاره بانک مرکزی چنین تعیین تکلیف کرده است: «مؤسسه اعتباری موظف است در صورت دریافت شکوائیه، ظرف مدت حداکثر ۳۰ روز کاری از تاریخ وصول نامه نسبت به رسیدگی به موضوع و ارائه پاسخ مکتوب به مشتری اقدام نماید...» علاوه بر آیین‌نامه مورد بحث، بانک مرکزی در آبان ماه امسال نیز سامانه ارتباط مردمی بانک مرکزی را افتتاح کرد. رئیس کل محترم بانک مرکزی، هدف از راه‌اندازی سامانه مورد بحث را چنین برشمرده‌اند: «سامانه ارتباطات مردمی گامی مهم در گره‌گشایی از مشکلات مردم است. مردم عزیز می‌توانند با مراجعه به پایگاه اطلاع‌رسانی بانک مرکزی یا از طریق شماره تماس ۲۷۰۶ درخواست خود را در حوزه مسائل شبکه بانکی و پولی و ارزی کشور مطرح کنند. این سامانه می‌تواند در رسیدگی سریع‌تر نسبت به مشکلات مردم موثر باشد.»

ششم؛ واحدهای نظارت و بازرسی بانک‌ها و موسسات اعتباری

در حال حاضر، کلیه بانک‌ها و موسسات اعتباری دارای واحد نظارت و بازرسی هستند و به طور مداوم عملکرد واحدهای مختلف و شعب بانک‌ها را تحت رصد و پایش دارند تا از سوءاستفاده‌های احتمالی و یا انحراف شعب از دستورالعمل‌های بانک جلوگیری کرده و با متخلفین برخورد قانونی نمایند. آنها بایستی در چارچوب مقررات «دستورالعمل نحوه رسیدگی به شکایات مشتریان موسسات اعتباری» رسیدگی و پاسخ مشتری را حداکثر ظرف ۳۰ روز کتبا به وی ارائه دهند.

در هر حال، بانک‌ها، موسساتی مالی هستند که با وجوه نقدی و اموال مردم بسیار سر و کار دارند و نظارت دائمی بر عملکرد بانک‌ها و موسسات اعتباری، ضرورت اساسی است. قوانین و مقررات اشاره شده، نمونه‌هایی از حمایت قانونگذار و سیستم بانکی کشور از مشتریان و حفظ و حمایت از حقوق قانونی و لزوم پاسخگویی بانک‌ها به شکایات مشتریان است. به مشتریان بانک‌ها ولو بدهکاران بانکی همیشه بایستی احترام گذاشت و حقوق قانونی آنان را پاس داشت. باید پذیرفت که در هر بانک که سوءاستفاده مالی و یا اختلاس صورت می‌گیرد، نشان ناکارآمدی سیستم نظارت و بازرسی آن مجموعه است. بنابراین توصیه صمیمانه به همکاران محترم نظارت و بازرسی بانک‌ها در این زمینه آن است که به جای تمرکز عمده فعالیت‌های اصلی خود بر موضوعات سطحی و پیش پا افتاده‌ای نظیر «تاخیر در حضور و تعجیل در خروج» و «میل کردن شیشلیک به جای کباب کوبیده در ماموریت‌های سازمانی»، پایش مستمر عملیات شعب و تخلفات و سوءاستفاده‌های مالی را خط مشی اصلی خود قرار دهند و تلاش کنند با پایش مستمر و سیستمی شعب و سایر واحدهای بانک از تخلفات و سوءاستفاده میلیاردی و حیف و میل اموال مردم در بانک‌ها به موقع جلوگیری نمایند و در کنار آن پاسخگوی باحوصله شکایات و گلایه‌های مردم نیز باشند.

خبرخوان

نظرسنجی «رویترز» از قیمت نفت در سال نو

طلای سیاه از ۵۰ دلار بالاتر نمی‌رود

نظرسنجی «رویترز» نشان داد قیمت نفت تحت تاثیر شیوع نوع جهش یافته ویروس کرونا و محدودیت‌های سفر که تقاضا برای سوخت را ضعیف‌تر خواهد کرد، بعید است در سال ۲۰۲۱ بهبود قابل توجهی پیدا کند. در نظرسنجی «رویترز» از ۳۹ اقتصاددان و تحلیلگر که در نیمه دوم دسامبر انجام گرفت، پیش‌بینی شد میانگین قیمت هر بشکه نفت برنت در سال ۲۰۲۱ به ۵۰ دلار و ۶۷ سنت می‌رسد. این قیمت بالاتر از قیمت ۴۹ دلار و ۳۵ سنت است که در نظرسنجی نوامبر برای سال ۲۰۲۱ پیش‌بینی شده بود، اما تغییر چندانی نسبت به بهای معاملات نفت برنت در آخرین روز سال ۲۰۲۰ که حدود ۵۱ دلار بود، نشان نمی‌دهد. در این نظرسنجی قیمت هر بشکه وست تگزاس اینترمدیت آمریکا در سال میلادی جدید ۴۷ دلار و ۴۵ سنت پیش‌بینی شد که در مقایسه با قیمت ۴۶ دلار و ۴۰ سنت در نظرسنجی نوامبر بالاتر بود اما در مقایسه با قیمت حدود ۴۸ دلار شاخص نفت آمریکا در معاملات روز پنجشنبه تفاوت چندانی نداشت.

نوع جدید ویروس کرونا که ماه دسامبر در انگلیس شناسایی شد، ریسک تجدید محدودیت‌های رفت و آمد و قرنطینه را تشدید کرده و از سوی دیگر، عرضه تدریجی واکسن‌های کووید-۱۹ ممکن است رشد بیشتر قیمت‌های نفت را محدود کند. تحلیلگران می‌گویند روند احیای تقاضا برای نفت به روند توزیع واکسن‌های ساخته شده برای مقابله با ویروس کرونا بستگی دارد و برخی از آنها پیش‌بینی می‌کنند اوضاع در اواخر سال ۲۰۲۲ یا سال ۲۰۲۳ به سطح عادی برمی‌گردد. به گفته ادوارد مویا، تحلیلگر ارشد بازار در شرکت «اوآندا»، «نوع جدید ویروس کرونا ممکن است چشم‌انداز را پیچیده کند و به قرنطینه شدیدتری منجر شود که دورنمای تقاضا برای نفت در سه ماهه اول سال ۲۰۲۰ را فلج خواهد کرد. تدابیر بیشتر قرنطینه و موضع محتاطانه اوپک پلاس، مسائل اصلی مورد توجه بازار در نیمه اول سال ۲۰۲۱ خواهند بود.»

تولیدکنندگان اوپک و متحدان‌شان شامل روسیه با افزایش تولید به میزان ۵۰۰ هزار بشکه در روز در ژانویه موافقت کرده‌اند و قرار است چهارم ژانویه برای تصمیم‌گیری درباره گام بعدی سیاست تولیدشان و بررسی افزایش تولید به میزان ۵۰۰ هزار بشکه در روز دیگر در فوریه، دیدار کنند. همچنین به اعتقاد کارستن فریتچ، تحلیلگر بازار، «اگر اوپک پلاس کاهش تولید را زیادی از حد سریع تسهیل کند، خطر ریزش قیمت نفت وجود دارد، اما اگر خیلی محتاط باشد، ممکن است تولید نفت شیل آمریکا دوباره افزایش پیدا کند.»

براساس گزارش «رویترز»، بهای معاملات نفت برنت و وست تگزاس اینترمدیت در سال ۲۰۲۰ بیش از ۲۰ درصد سقوط کرد، با این حال قیمت نفت برنت پس از اینکه در آوریل به رکورد ۱۵ دلار و ۹۸ سنت سقوط کرد، بیش از سه برابر رشد داشته است.

دلار سال را صعودی تمام کرد

صعود دلار در آخرین روز ۲۰۲۰

ارزش دلار مقابل بسیاری از ارزهای جهانی افزایش یافت. به گزارش «رویترز»، شرایط کنونی مالی آمریکایی باعث شده است تا معامله‌گران نسبت به احیای سریع دلار پس از عملکرد بد آن در سال ۲۰۲۰ چندان خوشبین نباشند. تحلیلگران به دلیل آنچه آن را کسری دوقلو عنوان می‌کنند، معتقدند فشار روی دلار کماکان بالا خواهد بود. این کسری دوقلو مربوط به کسری بودجه دولت و همچنین کسری تراز حساب تجاری است. تاکنون ۲ میلیون دوز از واکسن کرونا در آمریکا توزیع شده است که ایالت کالیفرنیا با تحویل گرفتن ۳۰۰ هزار دوز واکسن در صدر قرار دارد و پس از این ایالت نیز ایالت‌های تگزاس و نیویورک به ترتیب با تحویل گرفتن ۱۴۶ هزار و ۹۸۸ دوز و ۱۴۰ هزار دوز در رده‌های بعدی قرار دارند، با این حال آنتونی فاوچی، مقام ارشد قرارگاه مقابله با کرونا در آمریکا با ابراز نارضایتی از روند کنونی گفت که با تداوم این رویه، آمریکا نخواهد توانست به برنامه قبلی برای توزیع ۲۰ میلیون دوز واکسن تا پایان ماه ژانویه دست پیدا کند.

از سوی دیگر، کشورهای عضو اتحادیه اروپا به صورت رسمی با توافق برگزیت موافقت کردند و طبق اعلام سباستین فیشر، سخنگوی دولت آلمان که کشورش ریاست دوره‌ای اتحادیه اروپا را برعهده دارد، با این کار راه برای اجرایی شدن توافق از ابتدای سال ۲۰۲۱ میلادی هموار می‌شود. با توافق صورت گرفته بین لندن و بروکسل، بن بست در مذاکرات برگزیت پس از حدود چهار سال به پایان خواهد رسید.

سال ۲۰۲۰ برای دلار در شرایطی به پایان می‌رسد که آسیب گسترده کرونا و وادار شدن بانک مرکزی به چاپ گسترده پول، دلار را زیر فشار شدیدی قرار داد. ارزش دلار مقابل ارزهای معتبر جهانی در سال ۲۰۲۰ به طور متوسط ۶درصد کاهش را تجربه کرد تا بدین ترتیب یکی از بدترین سال‌های دلار در طول یک دهه اخیر به ثبت برسد. بسیاری از کارشناسان ارزی معتقدند استقراض سنگین کسب و کارهای آمریکایی و کاهش توان مالی مصرف‌کنندگان این کشور باعث خواهد شد دلار در ماه‌های نخست سال ۲۰۲۱ نیز کماکان تحت فشار باقی بماند. یک سال از مواجهه جهان با ویروس کرونا می‌گذرد و با توجه به روند فعلی در سال ۲۰۲۱ نیز شاهد باقی ماندن این ویروس در صدر کانون توجهات معامله‌گران خواهیم بود. کیت جوکیس، استراتژیست ارزی بانک سوسیت ژنرال گفت: «به زبان ساده از نظر معامله‌گران ارزش فعلی دلار بیش از حدی است که باید باشد و برای همین فکر می‌کنم روزهای بد دلار ادامه دارد. بازارها به آنچه در حوزه سیاست‌گذاری پولی رخ می‌دهد واکنش نشان می‌دهند و با وضعیت فعلی فشار زیادی روی دلار است. در مقایسه با ماه‌های ابتدایی سال جذابیت دلار برای بسیاری از معامله‌گران کاهش پیدا کرده است.»

شاخص دلار که نرخ برابری آن در مقابل سبدی از ارزهای جهانی را اندازه می‌گیرد، در معاملات روز گذشته (جمعه) با ۰.۳۱ درصد افزایش نسبت به روز قبل در سطح ۸۹.۹۲۷ واحد بسته شد. نرخ برابری هر فرانک سوئیس نیز معادل ۱.۱۲۹ دلار اعلام شد. در تازه‌ترین دور از معاملات ارزهای اروپایی نیز پوند با ۰.۳۷ درصد افزایش نسبت به روز قبل خود و به ازای ۱.۳۶۶ دلار مبادله شد. یورو ۰.۵۳ درصد پایین رفت و با ماندن در کانال ۱.۲۲ به ۱.۲۲۲ دلار رسید. همچنین در معاملات بازارهای ارزی آسیایی، هر دلار با ۰.۳۵ درصد افزایش به ۱۰۳.۲۶۱ ین رسید. در برابر همتای استرالیایی، هر دلار آمریکا به ازای ۱.۲۹۸ دلار مبادله شد. همچنین نرخ برابری دلار معادل ۶.۵۲۷ یوان چین اعلام شد.

سال «شوم و ترسناک» اقتصاد جهانی به پایان رسید

سال ۲۰۲۰ از نگاه «اکونومیست»

فرصت امروز: ابتدای سال ۲۰۲۰ میلادی بود که نشریه «اکونومیست» از عبارت «شوم و تاریک» در توصیف وضعیت اقتصادی جهان در این سال استفاده کرد و نوشت که جهان وارد دوره رکودی خطرناکی شده و این وضعیت محنت‌بار تمام کشورهای جهان را درگیر کرده است. «اکونومیست» حالا در پایان این سال «شوم و تاریک» به بررسی سال ۲۰۲۰ پرداخته و «رکود» را کلیدواژه اقتصاد جهانی در این سال می‌داند. به اعتقاد نویسندگان «اکونومیست»، تلاش کشورها برای مهار شیوع کرونا از طریق وضع محدودیت‌های مختلف باعث شده که آنها عمیق‌ترین رکود دهه‌های گذشته را تجربه کنند، اما این بار خبری از وحشت مالی و هجوم مردم به بانک‌ها نبود. البته دولت‌ها به دلیل ارائه بسته‌های اقتصادی مختلف برای مقابله با بحران کرونا، به‌شدت بدهکار شده‌اند و فشار شدیدی را تحمل می‌کنند.

به گزارش «اکونومیست»، در اوایل بهار سال ۲۰۲۰ وقتی ویروس کرونا در اقصی نقاط جهان شیوع پیدا کرده و بسیاری از کشورها برای مقابله با آن حالت فوق‌العاده اعلام کردند، خطر سقوط اقتصاد جهانی به ورطه یک بحران دیگر کاملا احساس شد. با وخیم‌تر شدن اوضاع، شرکت‌های آمریکایی به‌سرعت برای نقد کردن دارایی‌های خود وارد عمل شدند و حتی دارایی‌هایی را که قبلا امن تلقی می‌شدند، نقد کردند که این شرایط باعث سقوط بازارهای مالی شد. شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران در کشورهای دیگر نیز برای نقد کردن دارایی‌های خود به بازارها هجوم آوردند. تقاضای جهانی نفت نیز سقوط کرد و در ماه آوریل (اول اردیبهشت) قیمت هر بشکه نفت خام سبک تگزاس در بازار معاملات آتی به رقم حیرت‌آور منفی ۳۷ دلار رسید!

تلاش کشورها برای مهار شیوع کرونا از طریق وضع محدودیت‌های مختلف باعث شد که آنها عمیق‌ترین رکود دهه‌های اخیر خود را تجربه کنند، اما این بار خبری از وحشت مالی و هجوم مردم به بانک‌ها نبود. بانک‌ها به‌طور قابل‌توجهی در برابر بحران جدید مقاوم و مستحکم باقی ماندند که بخشی از این استحکام ناشی از مقرراتی بوده است که پس از بحران مالی جهانی وضع شد. اگر بانک‌ها به همان شیوه سال ۲۰۰۸ اداره می‌شدند، احتمال آب شدن دارایی‌های آنها در جریان بحران کرونا وجود داشت.

البته محرک‌های مالی و ارائه ضمانت‌های اعتباری از سوی دولت‌ها و بانک‌های مرکزی نیز بخش مهمی از زیان‌های احتمالی به نظام مالی را خنثی کرد. فدرال رزرو (بانک مرکزی آمریکا) مستقیما وارد بازارهای اوراق قرضه دولتی و شرکتی شد که با این کار نشان داد که اهمیت بازارهای سرمایه به عنوان یک منبع تأمین اعتبار در حال افزایش است.

محرک‌های مالی و پولی باعث احیای وال‌استریت شدند و در اواخر ماه آگوست (اوایل شهریورماه) شاخص ۵۰۰ شرکت برتر بورس نیویورک موسوم به S&P ۵۰۰ به سقف تاریخی خود رسید. سرمایه‌گذاران خُرد برای خرید سهام به بازارها هجوم آوردند. در ابتدا شرکت‌هایی که در حوزه‌های فناوری و سلامت فعالیت می‌کردند و در بحبوحه بحران کرونا عملکرد خوبی از خود نشان داده بودند، بیشتر مورد استقبال قرار گرفتند، اما پس از اعلام تولید یک واکسن مؤثر برای مهار همه‌گیری کرونا (توسط شرکت فایزر) در اوایل ماه نوامبر (اواسط آبان‌ماه) شرکت‌های دیگر و همچنین بازارهای نوظهور هم مورد توجه واقع شدند.

البته روند بهبود اقتصادی کشورهای مختلف جهان یکسان نبوده است. مثلا چین در بین اقتصادهای بزرگ جهان تنها موردی است که احتمالا سال ۲۰۲۰ را با نرخ رشد مثبت پشت سر خواهد گذاشت. آمریکا نیز به لطف محرک‌های پولی و مالی و همچنین بازار کار انعطاف‌پذیرش، عملکردی فراتر از پیش‌بینی‌ها داشته و به نظر می‌رسد که برخلاف رکودهای قبلی، اثرات زخم‌های این رکود برای مدت طولانی در اقتصاد آمریکا باقی نخواهد ماند. در سوی مقابل، بسیاری از اقتصادهای نوظهور جهان فضای مالی کمی برای ارائه محرک‌های اقتصادی لازم در اختیار داشتند و به همین دلیل، خسارات وارد شده به اقتصاد آنها ممکن است برای مدت طولانی‌تری دوام داشته باشد.

اما شما در هر کشوری که باشید، همه‌گیری کرونا چشم‌انداز سال‌های آتی اقتصاد شما را شکل خواهد داد. دولت‌ها به‌شدت بدهکار شده‌اند و از ناحیه این بدهی‌ها فشار شدیدی را تحمیل می‌کنند. نرخ تورم همچون یک دهه اخیر تحت کنترل بوده است، اما برخی از اقتصاددانان نگرانند که مبادا محرک‌های پولی و مالی و روندهای جمعیتی در نهایت به بازگشت تورم منجر شود.

شرکت‌های زامبی (شرکت‌هایی که منابع را می‌بلعند و در عین حال، بازدهی مناسبی ندارند) ممکن است بخش زیادی از فضای اقتصاد جهانی را اشغال کنند، اما باید اذعان کرد که همه‌گیری کرونا صرفا حامل خبرهای بد برای اقتصاد جهانی نبوده است؛ چراکه کسب‌وکارها در این بحران از فناوری‌ها و فرآیندهای جدید بهره گرفته‌اند که این روند می‌تواند در بلندمدت به رشد بهره‌وری منجر شود.

در بخش مالی، بحران کووید۱۹- روند دیجیتالی شدن را تسریع کرد و پرداخت‌ها و سایر فعالیت‌های بانکی را به سمت مجازی شدن پیش برد. بسیاری از بانک‌های مرکزی بالاخره تصمیم گرفتند که جدی‌تر به راه‌اندازی ارزهای مجازی تحت نظر خود فکر کنند و در این میان، یک ارز مجازی رسمی در چین به‌صورت آزمایشی راه‌اندازی شد. بازتر شدن نظام مالی چین، شرکت‌های فعال در وال‌استریت را تحت تأثیر قرار داد و سیگنال‌هایی مبنی بر اینکه چین قصد دارد در حوزه مالی با آمریکا رقابت کند و احتمالا در بلندمدت سلطه دلار را به چالش بکشد، صادر کرد.

در ماه نوامبر، جو بایدن رئیس‌جمهور منتخب آمریکا جانت یلن، رئیس سابق فدرال رزرو را به عنوان وزیر خزانه‌داری کابینه خود معرفی کرد. جانت یلن به عنوان وزیر خزانه‌داری آینده آمریکا علاوه بر چالش مقابله با قدرت نوظهوری به نام چین، وظیفه فراهم کردن بستری برای بهبود اقتصاد آمریکا به‌گونه‌ای روان و مطمئن را برعهده دارد. البته تصویب یک بسته محرک اقتصادی جدید از سوی کنگره و امضای آن توسط دونالد ترامپ پس از کش‌وقوس‌های فراوان، کمکی برای آسان‌تر شدن کار جانت یلن در وزارت خزانه‌داری آمریکا خواهد بود.

بحران کووید۱۹- همچنین شوک بزرگی را به دولت‌ها و سرمایه‌گذاران وارد کرد، اما باعث شد که تغییرات نامطلوب آب‌وهوایی بیش از هر زمان دیگری بزرگ جلوه کند. دولت‌ها و شرکت‌ها برای کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای هدف‌گذاری تازه‌ای انجام دادند و اوراق قرضه سبز بیشتری در مقایسه با گذشته منتشر کردند؛ بانک‌ها نیز برای کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای هدف‌گذاری کردند و آن را در دستور کار خود قرار دادند، با این حال نظام فراگیر قیمت‌گذاری فرآورده‌های کربنی همچنان مغفول مانده است.

سال ۲۰۲۱ فرا رسید؛ با همه تهدیدها و فرصت‌هایش

بهترین‌ها و بدترین‌های سال جدید

بی‌دلیل نیست که ۲۰۲۰، «سال جهنمی» نامیده شده است. پاندمی‌ای که پیش‌بینی می‌شد، اما هرگز زمان دقیق آن مشخص نبود، در نهایت در این سال رخ داد و با اختلافات سیاسی و ملی عمیق‌تر شد. نهادهای بین‌المللی تکه‌تکه شدند و ایالات متحده درست در میانه این بلا از سازمان بهداشت جهانی خارج شد و در دیگر سازمان‌های چندجانبه، رفتار کارشکنانه نشان داد.

«ماتئو جی. باروز» و «رابرت ای. مانینگ» در مطلبی برای «شورای آتلانتیک» با مرور کوتاه بر تحولات ۲۰۲۰ به پیش‌بینی وقایعی پرداختند که احتمالا در سال جدید میلادی به وقوع می‌پیوندند و از دیدگاه خود به عنوان دو آمریکایی به بیان تهدیدها و فرصت‌هایی پرداختند که جهان در سال ۲۰۲۱ با آنها روبه‌روست.

به نوشته آنها، وسوسه‌انگیز است که بگوییم در ۲۰۲۱ دیگر جایی برای بدتر شدن وجود ندارد، اما شوک‌های پیش‌بینی نشده دیگری، مملو از خطرات در پیش خواهد بود. ما با استفاده از سال‌ها تجربه آینده‌نگری در شورای اطلاعات ملی آمریکا، برای ارزیابی ۱۰ خطر اصلی در سال جدید به‌ویژه برای ایالات متحده اما با پیامدهای جهانی، اطلاعات شناخت‌پذیر را مورد ارزیابی قرار داده و بهترین تشخیص خودمان را مطرح می‌کنیم. ما یک احتمال به هر سناریوی بالقوه پیوست کرده‌ایم که در آن «متوسط» نشان‌دهنده احتمال وقوع ۵۰-۵۰ آن در سال آینده است. ترتیب نگارش خطرات با توجه به اهمیت آن برای ایالات متحده و مابقی جهان است. امسال بخش دیگری را با نگاه خوش‌بینانه به دهه آتی افزوده‌ایم؛ ۱۰ فرصت در سال آتی برای دولت جدید (آمریکا) را ذکر می‌کنیم و با مهمترین مسئله آغاز کرده و از همان شاخص احتمال برای هر کدام از سناریوهای بالقوه بهره می‌بریم.

اولین مورد از تهدیدات ده‌گانه نویسندگان «شورای آتلانتیک» به کرونا اختصاص دارد و این دو پژوهشگر با اشاره به اینکه «بحران کووید-۱۹ با عرضه آهسته واکسن، عمیق‌تر می‌شود»، احتمال وقوع آن را «نسبتا زیاد» تخمین زده‌اند. به اعتقاد آنها، کووید-۱۹ در ایالات متحده، اتحادیه اروپا و روسیه ادامه خواهد یافت و عواقب سفر در تعطیلات، دورهمی خانوادگی و دوستانه و خستگی گسترده از پاندمی تا سال ۲۰۲۱ گسترش می‌یابد. بسیاری هم ممکن است بیش از این جلو رفته و در انتظار دریافت واکسن، تجهیزات حفاظتی خود را کنار بگذارند. توزیع واکسن می‌تواند با مشکلات غیرمنتظره در تولید و مشکلات لجستیکی روبه‌رو شود و جدول زمانی واکسیناسیون عمومی را عقب بیندازد. به‌ویژه در ایالات متحده، نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که ۴۲ درصد از آمریکایی‌ها هیچ واکسنی دریافت نخواهند کرد که این می‌تواند احتمال توقف سرایت تا نیمه دوم سال ۲۰۲۱ را کاهش دهد. از آنجا که توزیع واکسن در خارج از ایالات متحده، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، پراکنده خواهد بود، محدودیت‌های سفر بین‌المللی در بیشتر سال ۲۰۲۱ پای بر جا خواهد بود. این ویروس همچنین به گسترش و جهش خود ادامه می‌دهد و به طور بالقوه، اثرگذاری واکسن را محدود می‌کند.

«ریاست جمهوری بایدن خفه می‌شود»؛ این عنوان دومین تهدید سال ۲۰۲۱ است و احتمال آن «نسبتا زیاد» است: توانایی حکمرانی جو بایدن محدود خواهد شد، به خصوص اگر جمهوری‌خواهان رهبری سنا را حفظ کنند. دونالد ترامپ، رئیس جمهوری آمریکا در آخرین روزهایش کار را برای جانشین خود سخت‌تر می‌کند. نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد حدود ۷۰درصد جمهوری‌خواهان معتقدند انتخابات از ترامپ دزدیده شده و ریاست جمهوری بایدن نامشروع است. ترامپ می‌تواند در چهار سال آینده خار چشم بایدن باشد، خصوصا اگر او دوباره برای ریاست جمهوری نامزد شود. در همین حال، ترقی‌خواهان بایدن را از سمت چپ تحت فشار قرار خواهند داد و پشتیبانی از دولت او را در میان میانه‌روها کاهش می‌دهند.

مخاطره سوم این است که «یک بحران مالی جهانی دیگر ناشی از بدهی آغاز می‌شود» و احتمال وقوع آن «متوسط» است. مخاطره چهارم این است که «کشورهای غربی با بهبود اقتصادی کند دست و پنجه نرم می‌کنند» و احتمال آن «زیاد» است. پنجمین تهدید این است که «کره‌شمالی بحران ایجاد می‌کند» و احتمال وقوع آن «نسبتا زیاد» است. مخاطره ششم، این است که «رویارویی میان آمریکا و ایران شدت می‌گیرد» و احتمالش «کمتر از حد متوسط» است. تهدید هفتم آن است که «آمریکا و چین بر سر تایوان درگیر می‌شوند» و احتمال وقوع آن «متوسط» است. تهدید هشتم نیز این است که «بدترین بحران غذایی در چندین دهه جهان را به تباهی می‌کشاند» و در مورد احتمال وقوع آن عبارت «در این وضعیت هستیم» به کار رفته است. تهدید نهم این است که «گسترش طبقه متوسط جهانی به پایان می‌رسد» و احتمال وقوع آن «زیاد» است. تهدید دهم هم این است که «ترکیه نئو-عثمانی سرکش‌تر می‌شود» و احتمال وقوعش «زیاد» است.

«ماتئو جی. باروز» و «رابرت ای. مانینگ» سپس به ۱۰ فرصت سال ۲۰۲۱ پرداخته و آنها را به ترتیب اینچنین برشمرده‌اند:

* ۱: سازمان تجارت جهانی تجدید حیات را تجربه می‌کند. احتمال وقوع: زیاد
* ۲: چندجانبه‌گرایی برای قرن ۲۱ به‌روز می‌شود. احتمال وقوع: زیاد
* ۳: آمریکا و روسیه رابطه‌ای برمبنای منافع مشترک را دنبال می‌کنند. احتمال وقوع: نسبتا زیاد
* ۴: همسویی جدید اعراب-اسرائیل گسترش یافته و تعمیق می‌شود. احتمال وقوع: زیاد
* ۵: آمریکا یک شراکت ترانس-پاسیفیک گسترش‌یافته را رهبری می‌کند. احتمال وقوع: کمتر از حد متوسط
* ۶: آمریکا و متحدانش ساختارهای جدید بین‌المللی برای حاکمیت دیجیتال ایجاد می‌کنند. احتمال وقوع: کمتر از حد متوسط
* ۷: هوش مصنوعی اشکال جدیدی از همکاری و نه فقط رقابت ایجاد می‌کند. احتمال وقوع: کم
* ۸: «پروژه منهتن» برای پیشرفت‌ها در ذخیره باتری ظهور می‌کند. احتمال وقوع: نسبتا زیاد
* ۹: یک واکسن جهانی کرونا تولید شده است. احتمال وقوع: کمتر از حد متوسط
* ۱۰: روابط ترانس-آتلانتیک برای همکاری در زمینه فناوری و مقابله با چین تجدید شده است. احتمال وقوع: نسبتا زیاد.

«فرصت امروز» موج فرار سرمایه در ۴ دهه گذشته را بررسی می‌کند

شیب تند فرار سرمایه

فرصت امروز: فرار سرمایه، پدیده شایع اقتصاد ایران در تمام سال‌های گذشته بوده است. اینکه شهروندان ایرانی از جمله خریداران عمده ملک در کشور ترکیه هستند، نشان می‌دهد که به واسطه نوسان ارزی و کاهش ارزش پول ملی در چند سال اخیر، بسیاری از سرمایه‌ها رهسپار خارج از مرزهای کشور شده است. البته باید گفت که فرار سرمایه شکل دیگری از فرار دانش و مهاجرت نخبگان است که به موازات فرار مغزها در دهه‌های گذشته به فراخور رخدادهای سیاسی و اقتصادی شدت و ضعف داشته و بسته به تحولات جامعه ایران کم و زیاد شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در سال‌های اولیه انقلاب و جنگ، فرار سرمایه رقم قابل توجهی داشته است و این امر نشان‌دهنده اثرگذاری مستقیم بی‌ثباتی سیاسی بر اقتصاد و فرار سرمایه است. همچنین بین فرار سرمایه و نوسان ارزی رابطه مستقیمی وجود دارد و در چند سال گذشته که نوسانات ارزی به دلیل تحریم و جنگ اقتصادی تشدید شده، روند فرار سرمایه نیز سیر صعودی داشته است. از سوی دیگر، میان فرار سرمایه و افزایش کسری بودجه و تورم نیز رابطه مثبتی برقرار است و افزایش ذخایر ارزی خارجی، کاهش فرار سرمایه را به دنبال دارد.

برای جلوگیری از فرار سرمایه چه باید کرد؟

در میانه‌های قرن بیستم و پس از جنگ جهانی دوم بود که اروپا نسبت به فرار سرمایه به ایالات‌متحده آمریکا احساس خطر کرد. این موضوع جنجال‌برانگیز حتی در کنفرانس برتون وودز نیز مطرح شد که برای تعیین نظم و ساختار اقتصادی جهان پس از جنگ جهانی دوم برگزار شده بود. حتی امروزه هم فرار سرمایه یکی از دغدغه‌های مهم کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) است. جالب است که چین از جمله کشورهایی است که فرار سرمایه را به میزان چشمگیری تجربه کرده و در بین ۱۵ کشور توسعه‌یافته جهان دارای بیشترین میزان فرار سرمایه است. اما فرار سرمایه چیست؟ آیا می‌توان آن را به خروج قانونی یا غیرقانونی منابع اقتصادی کشور محدود کرد؟ می‌توان گفت این تعریفی نسبتا ساده از فرار سرمایه است. فرار سرمایه از پیامدهای بد اقتصادی است و عوامل زیادی زمینه آن را فراهم می‌کند. با این حال، خاستگاه اصلی این پدیده را نااطمینانی از محیط پیرامونی و شرایط حاکم بر اقتصاد می‌دانند. در واقع، سرمایه‌گذاران عقلایی، سود بیشتر و ریسک کمتر در بازدهی سرمایه خود را دنبال می‌کنند. در نتیجه چشم‌انداز اقتصادی نامطمئن برای سرمایه‌گذاران، باعث می‌شود آنها محیط‌های اقتصادی امن‌تر را ترجیح دهند.

با وجود رقابت همه کشورها در جلوگیری از فرار سرمایه و جذب سرمایه بیشتر، فرار سرمایه به‌طور خاص دغدغه کشورهای درحال‌توسعه است. این کشورها برای تکمیل فرآیند توسعه به سرمایه بیشتری نیاز دارند و با این حال در سه دهه اخیر از قرن بیست و یکم، با پدیده فرار سرمایه بیش از دیگران دست‌وپنجه نرم کرده‌اند. این در حالی است که انباشت بدهی، از دیگر چالش‌های جدی اقتصادهای درحال‌توسعه است. از آنجایی که ثبات سیاسی، ارتباط تنگاتنگی با امنیت اقتصادی و فعالیت عاملان اقتصادی دارد، بی‌ثباتی سیاسی از دلایل عمده فرار سرمایه در کشورهای درحال‌توسعه است. در واقع، بی‌ثباتی سیاسی علاوه بر توقف جذب سرمایه خارجی، زمینه فرار سرمایه‌های داخلی و کوچ آن به محیط‌های امن‌تر اقتصادی را فراهم می‌کند.

در این بین، وضعیت فرار سرمایه در ایران چطور است و این پدیده در گذر زمان چه فراز و نشیبی داشته است؟ عوامل اثرگذار بر فرار سرمایه در کشورمان کدام است و بیشترین رقم فرار سرمایه در چه سالی رخ داده است؟ برای پاسخ این سوالات به یافته‌های یک پژوهش علمی استناد می‌کنیم که در شماره سوم فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی با عنوان «برآورد فرار سرمایه و عوامل مؤثر بر آن در ایران» منتشر شده و به بررسی میزان فرار سرمایه از سال ۱۳۵۵ تا ۱۳۹۷ پرداخته است.

روند صعودی فرار سرمایه در ۴ دهه گذشته

بررسی‌ها نشان می‌دهد بیشترین رقم فرار سرمایه در دهه ۵۰ خورشیدی مربوط به سال‌های ۱۳۵۵، ۱۳۵۸ و ۱۳۵۹ بوده است. در این سال‌ها فرار سرمایه در کشور به بیش از ۱۰ میلیون دلار رسید، به‌طوری‌که در سال ۱۳۵۸ حدود ۱۴٫۱ میلیارد دلار سرمایه از کشور خارج شد که بی‌سابقه‌ترین رقم فرار سرمایه بوده است. با توجه به بروز انقلاب در سال ۱۳۵۷، این رقم بالای فرار سرمایه در سال ۱۳۵۸ نشان‌دهنده اثرگذاری مستقیم بی‌ثباتی سیاسی بر فرار سرمایه است.

طی دو سال پس از انقلاب، فرار سرمایه به اوج می‌رسد که به‌طور عمده به شرایط سیاسی کشور مربوط است، چنانچه در سال ۱۳۵۸، ایجاد محدودیت‌های ارزی برای کنترل خروج ارز از کشور آغاز می‌شود. در سال ۱۳۵۹، بازپرداخت وام‌ها، بحران گروگان‌گیری و شرایط تحریم اقتصادی آمریکا خروج ارز از کشور را متأثر می‌کند و همین باعث می‌شود که روند خروج ارز از کشور و فرار سرمایه کاهش پیدا کند.

سپس در سال ۱۳۶۰، خروج رسمی ارز به علت واریز قسمتی از وام‌ها قبل از سررسید، حدود ۳۱ درصد کاهش یافت و بهره وام‌های پرداختی هم تنزل قابل‌توجهی داشت. همچنین در این سال، شکاف قیمت ارز رسمی و آزاد، انگیزه بخش خصوصی را برای خروج ارز بیشتر کرد، اما کنترل‌های دولتی و کاهش خروج رسمی ارز، تا حدی باعث کاهش فرار سرمایه شد. هرچند در سال ۱۳۶۱، خروج خصوصی ارز کاهش یافت، اما به‌واسطه افزایش بازپرداخت‌های سرمایه‌ای، فرار سرمایه تا سال ۱۳۶۳ رشد کرد. در سال‌های ۱۳۶۴ تا ۱۳۶۷ یعنی سال‌های پایانی جنگ نیز با کاهش بهره‌ها، کاهش خروج خصوصی ارز، کنترل‌های ارزی، قطع فروش ارز مسافرتی که منبع بخشی از فرار سرمایه بود، فرار سرمایه تا اندازه‌ای کنترل شد. از سال ۱۳۶۴ تا ۱۳۶۹ رقم فرار سرمایه منفی بود و کمترین رقم فرار سرمایه هم مربوط به سال ۱۳۶۹ است. البته در این سال با توجه به بروز جنگ خلیج‌فارس و ایجاد شرایط عدم اطمینان، خروج خصوصی ارز هم کاهش یافت.

سپس در سال ۱۳۷۱، با یکسان‌سازی نرخ ارز و تسهیل ورود و خروج ارز به کشور، فرار سرمایه افزایش یافت، به‌طوری‌که در سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۲، این رقم به ۴٫۵ میلیون دلار رسید. در سال‌های بعد دهه ۷۰ نیز رقم فرار سرمایه در نوسان بود، اما ارقام منفی در این سال‌ها قابل‌توجه نیست. به طور کلی، در طول این دوره زمانی، بیشترین میزان فرار سرمایه مربوط به سال ۱۳۹۰ و کمترین میزان فرار سرمایه مربوط به سال ۱۳۷۶ است بنابراین می‌توان ادعا کرد که با گذشت زمان، میزان فرار سرمایه در اقتصاد ایران، روندی صعودی داشته است. در بعضی سال‌ها، رقم فرار سرمایه منفی شده که می‌توان آن را ناشی از سیاست‌های دولت برای کنترل این پدیده در نظر گرفت، اما مقدار فرار سرمایه در این سال‌ها افزایش یافته است که صرفا دلایل اقتصادی ندارد.

سرمایه‌ها چطور به جای فرار، قرار می‌یابند؟

همانطور که در پژوهش مذکور اشاره شده است، در بعضی از سال‌ها کنترل فساد مانع صعود بیشتر فرار سرمایه شده، اما با بی‌توجهی دولت‌ها به سطح فساد در اقتصاد، فرار سرمایه روند رشد خود را از سر گرفته است. همچنین بی‌ثباتی نرخ ارز تا سال ۱۳۹۳، افزایش دامنه تغییرات و انحراف نرخ ارز از نرخ متوسط، افزایش سرمایه را تا پایان سال ۱۳۹۷ رقم زده است؛ به‌گونه‌ای که در سال ۱۳۹۷، میزان فرار سرمایه پس از سال ۱۳۹۰ دوباره به اوج رسیده است. در واقع، وابستگی زیاد به درآمدهای نفتی و سهم ناچیز بخش خصوصی از اقتصاد، زمینه نوسان‌ها در اقتصاد و فرار سرمایه را فراهم کرده است. می‌توان نتیجه گرفت در هر سالی که نوسانات اقتصادی کاهش یافته، مقدار فرار سرمایه کاهشی بوده است، اما هر نوع تشنجی در فضای اقتصاد ایران، مقدار فرار سرمایه را بالا برده است. همچنین با افزایش نرخ تورم که آن‌هم ناشی از کسری بودجه دائمی دولت و وابستگی به درآمدهای نفتی است، فرار سرمایه شدت گرفته است. حتی زمانی که دولت کسری بودجه‌اش را از محل فروش اوراق قرضه یا استقراض خارجی تأمین می‌کند، شهروندان انتظار دارند که دولت بدهی خود را در آینده به پول تبدیل کند و همین امر به معنای افزایش مالیات و مالیات تورمی است. این انتظارات باعث می‌شود که شهروندان برای حفظ ارزش سرمایه خود، آن را به خرید دارایی خارجی اختصاص دهند.

حال پس از بررسی میزان افت و خیزهای فرار سرمایه در ۴ دهه گذشته، سوال این است که چگونه می‌توان جلوی فرار سرمایه را گرفت؟ به نظر می‌رسد پاسخ این سوال به نقش مهم و حیاتی دولت در اقتصاد ایران برمی‌گردد. از آنجایی که علاوه بر مسائل اقتصادی، عوامل سیاسی هم در فرار سرمایه از کشور اثرگذار است بنابراین این دولت است که باید با کاهش نوسان‌های ارزی و مالی، کنترل بدهی‌ها و ایجاد فضای باثبات سیاسی و اطمینان‌دهی به فعالان اقتصادی و شهروندان مانع از فرار سرمایه شود.

بورس بالاتر از سکه، ارز و مسکن ایستاد

بازدهی ۱۰ ساله بازارها

بازار سرمایه در سال ۹۹ بیشترین بازدهی را نسبت به بازارهای موازی داشته و هرچند در حال حاضر شاخص بورس از رکورد ۲ میلیون واحدی خود در میانه تابستان فاصله گرفته اما همچنان گزینه نخست سرمایه‌گذاری نسبت به دیگر بازارهاست. البته این بازدهی بالای بورس نسبت به سایر بازارها محدود به سال ۹۹ نبوده و بررسی‌ها نشان می‌دهد که در یک دهه گذشته یعنی بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۸ در بین چهار بازار بورس، مسکن، سکه و ارز، بالاترین بازدهی سالیانه به میزان ۵۱ درصد به بازار سرمایه تعلق داشته است.

به گزارش ایسنا، مقایسه نرخ رشد سالانه قیمتی بازارهای موازی بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۸ حاکی از آن است که بازار بورس با رشد سالیانه ۵۱ درصد بالاترین نرخ رشد را در بین چهار بازار رقیب به خود اختصاص داده است. رتبه دوم با رشد میانگین ۴۲ درصد سالیانه به بازار سکه تعلق داشته است. بازار ارز با میزان رشد ۳۶ درصد سالیانه در رتبه سوم قرار دارد. بازار مسکن نیز که متوسط رشد قیمت سالیانه آن بین سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۸ بالغ بر ۲۶ درصد بوده از کمترین میزان رشد در بین چهار بازار مذکور برخوردار بوده است.

از طرف دیگر، هم حرکتی بین شوک‌های ارز و شوک‌های قیمت مسکن در همه سال‌های مورد بررسی (۱۳۸۸ تا ۱۳۹۹) مشاهده می‌شود. نکته قابل توجه آن است که نوسانات در قیمت مسکن با یک دوره تاخیر از نوسانات قیمت ارز پیروی می‌کند. تحلیل نسبت نقدینگی به قیمت مسکن نیز نشان می‌دهد یکی از دلایل اصلی افزایش قیمت مسکن، رشد نقدینگی و انتظارات تورمی حاصل از آن است.

مطابق گزارش دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی، در زمان‌هایی که شاخص «نقدینگی به قیمت مسکن» از روند بلندمدت خود پیشی می‌گیرد، فشاری برای افزایش قیمت مسکن در دوره‌های بعدی ایجاد می‌کند. بر این اساس در سال ۱۳۹۷ بیشترین فشار برای افزایش قیمت مسکن از محل شوک‌های ایجادشده در شاخص «نقدینگی به قیمت مسکن» به وجود آمده است. آثار این شوک در افزایش بسیار زیاد قیمت مسکن در سال ۱۳۹۸ قابل مشاهده است. افزایش قیمت در سال ۱۳۹۹ نیز می‌تواند ناشی از انتظارات تورمی حاصل از رشد نقدینگی ارزیابی شود.

طبق این بررسی در آبان ماه ۱۳۹۹ متوسط قیمت یک متر مربع مسکن شهر تهران ۲۷ میلیون و ۸۲۸ هزار تومان بوده است. بدون محاسبه قیمت مناطق ۱، ۲، ۳ و ۶ متوسط قیمت مسکن در تهران ۱۹ میلیون و ۸۰۱ هزار تومان خواهد بود. در شهر تهران میانگین قیمت مسکن در مناطق ۱، ۲، ۳، ۵ و ۶ بالاتر از متوسط قیمت است. از سوی دیگر، قیمت دلاری هر متر مربع واحد مسکونی در شهر تهران در آبان ماه امسال به میزان ۱۰۵۱ دلار و در هشت ماه ابتدای سال ۱۰۲۴ دلار بوده است. همچنین سال ۲۰۲۰ در کل کشور میانگین قیمت هر متر مربع مسکن ۸۱۸ دلار بوده که از نظر شاخص درآمد سرانه در بین پنج کشور خاورمیانه وضعیت بهتری نسبت به مصر و لبنان محسوب می‌شود.

طی سال ۲۰۲۰ در بین پنج کشور خاورمیانه شامل ایران، ترکیه، مصر، لبنان و امارات متحده عربی، میانگین قیمت دلاری مسکن در ایران ۸۱۸ دلار و درآمد سرانه ۷۲۵۷ دلار بوده است، در حالی که متوسط قیمت مسکن در ترکیه ۷۳۳ دلار و درآمد سرانه ۷۷۱۵ دلار بود. همچنین در مصر میانگین قیمت مسکن ۸۳۱ دلار و درآمد سرانه ۴۸۹۸ دلار به ثبت رسید. لبنان نیز با متوسط قیمت ۳۶۹۳ دلار برای مسکن و ۲۷۴۵ دلار برای درآمد سرانه نامناسب‌ترین وضعیت را از این نظر در بین پنج کشور مذکور دارد، اما بهترین وضعیت در بین این پنج کشور یادشده از آن امارات متحده عربی است. با وجود آنکه سال ۲۰۲۰ میانگین قیمت مسکن در امارات ۵۹۱۸ دلار بوده، درآمد سرانه این کشور به ۳۱ هزار و ۹۴۸ دلار رسید.

مسکن

«اجاره‌داری حرفه‌ای» یک قدم به اجرا نزدیک شد

سمت و سوی مسکن استیجاری

طرح «اجاره‌داری حرفه‌ای» که در آن خانه‌های استیجاری با حمایت ۱۰۰ درصدی دولت از سازندگان ساخته خواهد شد، یک گام دیگر به مرحله اجرا نزدیک شد و پس از دو سال تلاش جدی برای ساماندهی بازار اجاره بالاخره وزارت راه و شهرسازی روز ۹ دی ماه، پیش‌نویس آیین‌نامه اجرایی «حمایت از اجاره‌داری حرفه‌ای» را برای بررسی و تصویب به هیأت دولت ارائه کرد.

به گزارش ایرنا، وزارت راه با ارائه این پیش‌نویس تلاش دارد تا بازار اجاره با تلاش برای تشویق سرمایه‌گذاران برای ساخت خانه‌های کوچک و قیمت مناسب ساماندهی شود؛ تلاش دولت این است تا با اجرای نظام اجاره‌داری حرفه‌ای از جمعیت مستاجر کشور در برابر افزایش سوداگری مسکن، رشد قیمت اجاره و کمبود عرضه حمایت کند. برای همین از دو سال پیش تلاش شد تا پای سرمایه‌گذاران برای ساخت مسکن استیجاری به وزارت راه و شهرسازی باز شود.

خروج ۶۰ درصدی تقاضا از بازار مسکن و افزایش جمعیت مستأجران در پی کاهش قدرت خرید، تقاضا در بازار اجاره را افزایش داده است و در همین راستا کارشناسان معتقد هستند که موجودی بازار مسکن بهتر است در خدمت عرضه آپارتمان‌های اجاره‌ای قرار بگیرد.

ساختار بازار اجاره اکنون سنتی است و وزارت راه و شهرسازی در راستای حرفه‌ای کردن بازار اجاره و حمایت از منافع مستاجران، پیش‌نویس آیین‌نامه اجرایی «حمایت از اجاره‌داری حرفه‌ای» را برای بررسی و تصویب به هیأت دولت ارائه کرده است. دولت تلاش دارد با تصویب این پیش‌نویس و نزدیک کردن آن به مرحله اجرا ضمن حرفه‌ای کردن ساختار سنتی اجاره از طریق افزایش ارکان و بازیگران بازار اجاره و حمایت از عرضه مسکن اجاره‌ای، شرایط به نحوی اصلاح شود که منافع تمام ارکان بازار اجاره در نظر گرفته شود.

در این پیش‌نویس به دولت اجازه داده شده به منظور حمایت از تولید و عرضه مسکن اجاره‌ای توسط بخش غیردولتی نسبت به واگذاری زمین تحت تملک خود متناسب با مدت بهره‌برداری از واحد مسکونی به صورت اجاره‌ای اقدام کند؛ موضوعی که می‌تواند پای سرمایه‌گذاران را برای ساخت مسکن استیجاری به وزارت راه و شهرسازی باز کند. پروانه اصلانی، مدیرکل دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی پیشتر گفته بود که «علت اینکه اجاره‌داری به صورت حرفه‌ای در کشور شکل نمی‌گیرد این است که بازدهی اجاره‌داری در کشور پایین است.»

او توضیح داد که «برای رفع این مشکل یک اصلاح آیین‌نامه به هیأت وزیران رفته و مصوب شده است که تمامی اشخاص حقیقی و حقوقی اعم از نهادهای دولتی، غیردولتی، اشخاص بخش خصوصی و تمامی کسانی که حاضرند در بخش اجاره‌داری سرمایه‌گذاری کنند زمینی را به صورت اجاره ۹۹ ساله تحویل بگیرند تا در این زمین‌ها خانه بسازند و به بازار اجاره برای ۹۹ سال عرضه کنند.» اصلانی مهرماه امسال هم خبر داد که هم‌اکنون تدوین آیین‌نامه اجرایی این موضوع در دستور کار است که به زودی برای تصویب به هیت دولت ارسال خواهد شد.

«اجاره‌داری حرفه‌ای» یا همان «ساخت خانه‌های استیجاری» برنامه دولت برای افزایش عرضه مسکن و کنترل قیمت‌ها در بازار اجاره است؛ موضوعی که حرف و حدیث‌های زیادی را از ساخت خانه ۲۵ متری تا زندگی کردن مردم در قوطی کبریت سر زبان‌ها انداخته است، فارغ از اینکه عملیاتی‌شدن این قانون روی زمین مانده می‌تواند پایانی باشد بر نگرانی مستاجران از پیداکردن یک سقف در کلانشهری مثل تهران که اتفاقا قرار نیست متراژ آن به ۲۵ متر خلاصه شود. بیش از ۶۰ درصد قیمت تمام شده مسکن در ایران مربوط به زمین است و اگر زمین برای ساخت خانه رایگان باشد می‌تواند تا حدود ۸۰ درصد قیمت ملک را از قیمت‌ها در بازار آزاد ارزان‌تر ارائه دهد. موضوع ساخت «مسکن استیجاری» به صراحت در قانون «ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن مصوب ۱۳۸۷» آمده است، اما جامعه سازندگان و سرمایه‌گذاران در سال‌های گذشته از ساخت مسکن استیجاری استقبال نکردند و از قضا دولت‌ها نیز تلاشی برای راضی کردن انبوه‌سازان نداشتند. وزارت راه و شهرسازی تابستان سال گذشته با دعوت از سرمایه‌گذاران برای تولید مسکن استیجاری در اطلاعیه‌ای اعلام کرد: انبوه‌سازان و سرمایه‌گذاران برای ساخت مسکن استیجاری در کشور امتیازات ویژه‌ای از دولت دریافت می‌کنند. وزیر راه و شهرسازی شهریورماه امسال درباره آخرین وضعیت عملیاتی شدن این وعده گفت: «بارها اطلاعیه دادیم طبق ماده ۲ قانون ساماندهی مسکن آمادگی داریم که هم شهرداری و هر سازمانی که قصد تولید مسکن استیجاری را دارد از ما زمین دریافت کند. به دنبال این بودیم که با تدوین دستورالعمل اجاره‌داری حرفه‌ای که در سیر مراحل تصویب قرار گرفت از سازمان‌هایی که علاقه‌مند به ساخت مسکن استیجاری هستند حمایت کنیم.»

محمد اسلامی ادامه داد: «بر این اساس می‌توانیم زمین ۹۹ ساله را به سازندگانی دهیم که برای دهک‌های پایین خانه می‌سازند و اگر سازندگان قصد داشته باشند برای عموم جامعه، روی زمین‌های دریافتی خانه بسازند می‌توانند به صورت ۱۰ ساله از ما زمین قسطی خریداری کنند. آیین‌نامه این مصوبه را به دولت بردیم تا اقساط زمین را از ۵ سال به ۱۰ سال افزایش یابد.»

وزیر راه مجدد با شایعه ساخت خانه‌های قوطی کبریتی جواب داد و گفت: «متراژ این خانه‌ها ۳۰ متری نیست و ساخت مسکن برای ما همان الگوی ۷۵ متری است.» براساس برآوردی که وزارت راه و شهرسازی دارد در صورت ساخت خانه‌های استیجاری در دو سال، حدود ۹۰۰ هزار واحد مسکونی ساخته می‌شود که در واقع نیمی از نیاز سالانه بازار مسکن را تأمین می‌کند و این حجم از خانه مسکونی نه تنها می‌تواند قیمت مسکن را در بازار به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش دهد بلکه باعث می‌شود وضع بازار اجاره هم تعدیل شود. برنامه دولت در بخش ساماندهی به بازار مسکن با عرضه خانه‌های خالی و تنبیه مالکان احتکارکننده با اخذ مالیات از یک طرف و همزمان تلاش برای پیگیری طرح اجاره‌داری حرفه‌ای، می‌تواند چشم‌انداز روشنی از بازار اجاره را در سال‌های پیش رو داشته باشد. پیشنهاد مذکور هم‌اکنون در کمیسیون امور زیربنایی، صنعت و محیط زیست دولت در دست بررسی است.

بانک نامه

گام جدید در دعوای تجاری چین و آمریکا

کدام کشور بیشترین سود را از کرونا برد؟

اتـاق بازرگانی تهران در جدیدترین گـزارش خود به آمار عملکرد اقتصادی کشورها در صادرات و واردات محصولات مقابله با کرونا در سال ۲۰۲۰ پرداخته است.

در سال گذشته میلادی، بخش مهمی از اقتصاد جهان تحت تاثیر شیوع ویروس کرونا قرار گرفت و به این ترتیب میزان کل تجارت در سال ۲۰۲۰، حدودا ۱۴درصد کاهش پیدا کرد. با این وجود در حوزه اقلام پزشـکی و محصولات مرتبط با کرونا، میزان تجارت با رشـدی ۱۶ درصدی همراه شد و به بیش از ۱۱۳۰ میلیارد دلار رسید.

براساس اطلاعات منتشرشده، در نیمه نخست سال ۲۰۲۰، واردات محصولات محافظت از صورت در سراسـر جهـان حدود ۹۰ درصد افزایش یافت و تنها تجارت ماسک، بیش از ۶ برابر رشد کرد.

اطلاعات ارائه شـده از سوی سازمان تجارت جهانی نشان می‌دهد کـه با سـهم ۵۶ درصـدی از کل بازار ماسـک جهـان، اصلی‌ترین صادرکننده این محصول در سراسر جهان بوده است. البته چین برای تولید این میزان ماسک نیاز به واردات الیاف نساجی داشته و در این مدت واردات خود در این مواد اولیه را سه برابر افزایش داده است.

در میان مهمترین واردکنندگان اقلام پزشکی برای مقابله با کرونا نیز ایالات متحده آمریکا در نیمه نخسـت سـال گذشته میلادی با بیش از ۳۶ میلیارد دلار رتبه نخسـت را در اختیار داشـته اسـت و چیـن با بیش از ۵۴ میلیارد دلار صـادرات، اصلی‌ترین تامین‌کننده اقلام مقابله با کرونا در این مدت بوده است. میزان صادرات مرتبط با کرونا از سوی چین در ماه‌های ابتدایی سال گذشته میلادی، بیش از ۲۰۷ درصد رشد داشته است.

در میـان ۱۰ صادرکننـده اصلی اقـلام مربوط بـه کرونا، پس از چیـن، آمریکا با صـادرات ۲۳ میلیارد دلاری قـرار گرفته و آلمان، هلنـد، مکزیـک، ژاپن و بلژیک در رده‌های بعدی هسـتند. در میان صادرکننـدگان برتر، تنها چین در این حوزه رشـد قابل توجه ۲۰۷ درصدی داشـته و سایر کشورها یا مانند سال‌های قبل در این حوزه کالا فروخته‌اند یا حتی به دلیل افزایش نیاز داخلی، کاهش صادرات نیز داشته‌اند.

در میـان ۱۰ واردکننـده عمده اقلام مربوط بـه کرونا نیز پس از آمریـکا، آلمان با واردات بیش از ۱۶ میلیارد دلاری در رده دوم قرار گرفته و پس از آن، چین، فرانسه، ژاپن، هلند، انگلیس، ایتالیا و کانادا قرار دارند. برخلاف وضعیت صادرکنندگان، در حوزه واردات افزایش تقاضا در همه کشـورها مشهود بوده و فرانسه با افزایش بیش از ۶۱ درصـدی واردات در این حـوزه، بالاترین رکورد را به خود اختصاص داده است.

بازار سکه و طلا در هفته‌ای که گذشت

حباب سکه به ۵۰۰ هزار تومان رسید

در هفته‌ای که گذشت، علی رغم اینکه در قیمت‌های جهانی طلا به طور متوسـط افزایش یک درصدی دیده شد، از سوی دیگر حدود یک درصد کاهش نرخ ارز در بازارهای داخلی ایجاد شد؛ بدین ترتیب همپوشانی رخ داد که سبب ثبات در بازار داخلی سکه و طلا شد و در نتیجه این ثبات و آرامش و همچنین کاهش تقاضاهای سرمایه‌گذاری، حباب سکه به ۵۰۰ هزار تومان کاهش یافت.

محمد کشـتی‌آرای، نایب رئیس اتحادیه طـلا و جواهر تهران در رابطه بـا وضعیت یک هفته اخیر بازار سـکه و طلا به ایسـنا، گفت: با توجه به اینکه هفته‌ای که گذشت، هفته پایانی سال میلادی بوده و طبیعتا انتظار نوسانات در بازارهای جهانی می‌رفت، این اتفاق هم افتاد و اونس جهانی از ۱۸۷۰ دلار تا ۱۹۰۰ دلار در طول یک هفته گذشته نوسان داشت. به طور متوسط در هفته اخیر، یک درصد قیمت اونس جهانی افزایش یافت و امروز که بازارهای جهانی تعطیل هستند، ۱۸۹۵ دلار است.

نایب رئیس دوم اتحادیه طلا و جواهر تهران ادامه داد: از سوی دیگر در بازارهای داخلی یک درصد کاهش نرخ ارز در طول هفته اخیر ایجاد شد؛ بنابراین یک درصد افزایش قیمت اونس جهانی با یک درصد کاهش نرخ ارز در داخل، یکدیگر را پوشـش داده و سـبب شد تا ما این هفته نیز یک بازار باثبات را در رابطه با قیمت‌ها داشته باشیم؛ به طوری که قیمت سکه در طول هفته از یک ثباتی برخوردار بود و هر قطعه سکه به طور متوسط ۵۰ هزار تومان کاهش قیمت داشته است.

او برای هفته آینده پیش‌بینی کرد: طبیعتا به سبب سال نو میلادی طی یکی دو روز آینده، به نظر می‌رسد که بازارهای جهانی و قیمت جهانی طلا تغییرات نخواهد داشـت. از اواسط هفته پیش‌رو، احتمال تغییرات قیمت اونس جهانی به سبب مسـائل اقتصادی و سیاسی جهانی وجود دارد، اما در بازار داخل در هفته پیش‌رو به نظر می‌رسد که باتوجه به مدیریتی که روی قیمت ارز هست، قیمت ارز باثبات باشد و شاهد آرامش در بازار سکه و طلا خواهیم بود.

کشتی‌آرای در رابطه با آخرین قیمت‌ها و تغییرات آن نسبت به ابتدای هفته گفت: در حال حاضر بهای هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید ۱۱ میلیون و ۸۱۰ هزار تومان و هر قطعه سـکه تمام طرح قدیم نیز ۱۱ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان است.

این مقام صنفی اعلام کرد: در پایان هفته نسبت به ابتدای هفته قیمت هر قطعه نیم سکه نیز ۱۰۰ هزار تومان کاهش یافته و به ۶ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان رسـیده است. در پایان هفته نسبت به ابتدای هفته ربع سکه و سـکه‌های یک گرمی نیز بدون تغییر مانده‌اند. در حال حاضر قیمت هر قطعه ربع سکه ۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان تعیین شـده اسـت. همچنین هر گرم طلای ۱۸ عیار با کاهش نسـبت به ابتدای هفته، یک میلیون و ۱۵۰ هزار تومان قیمت دارد. هر مثقال طلا نیز ۴ میلیون و ۹۸۵ هزار تومان تعیین قیمت شـده است. همانطور که اشاره شد، آخرین نرخ ثبت شده برای اونس جهانی نیز ۱۸۹۵ دلار است.

کشتی‌آرای در پایان خاطرنشان کرد: علاوه بر کاهش جزئی قیمت سکه و طلا، در هفته‌ای که گذشت به دلیل ایام فاطمیه و باتوجه به اینکه هیچ تقاضایی برای مصنوعات طلا به‌جهت سرمایه‌گذاری وجود ندارد، مراجعه به بازار نیز مشـاهده نمی‌شـود و از آنجایی که طـی دو ماه اخیر قیمت طلا، کاهشی پیش رفته است، هیجان و التهاب و همچنین جذابیت برای سـرمایه‌گذاری بر روی طلا از بین رفته و کاهش شدید تقاضا برای خرید سکه و طلا دیده می‌شود؛ از همین روی حباب سکه در طول این هفته نیز مجدد کاهش پیدا کرده و به رقم ۵۰۰ هزار تومان رسـیده است که اتفاق مثبتی برای بازار بوده است.

سعید لیلاز: نپذیرفتن FATF بازی در زمین حریف است

مانع FATF پس از تحریم

فرصت امروز: ایران حدود ۱۱ سـال پیش در لیست سیاه FATF قرار گرفت و با اینکه پس از برجام و به واسـطه لوایـح چهارگانه دولت موقتا از فهرسـت سیاه خارج شد، اما با به سـرانجام نرسیدن دو لایحه از چهار لایحه بار دیگر به فهرسـت سـیاه گروه ویژه اقدام مالی وارد شد. کشورها در چارچوب گروه ویژه اقدام مالی در چهار فهرسـت سـبز (کشـورهای بی‌مشـکل)، خاکستری (همکار ولی دارای مشـکل)، قرمز (غیرهمکار) و سیاه (غیرهمکار و در معرض اقدام‌های تقابلی) جای می گیرند و پرواضح اسـت که اگر کشوری در لیست سـیاه گروه ویژه اقدام مالی قرار گیرد از مناسبات بانکی و اقتصادی با جهان محروم خواهد ماند.

از ۴ لایحـه دولـت تاکنون لوایح «اصلاح قانون مبارزه با تروریسـم» و «اصلاح قانون مبارزه با پولشـویی» تصویب شـده، امـا لوایح الحاق ایران بـه پالرمو و سـی اف تی که در دی ماه سـال گذشـته و در پی تصویب مجلس و رد شورای نگهبان به مجمع تشخیص مصلحت نظام ارسال شد، بلاتکلیف باقی ماند، تا اینکه با خبر بررسی دوباره آن در مجمع تشخیص بـار دیگر بارقه امید برای تصویب آن افزایش یافت و دوگانه پیوسـتن یا نپیوسـتن ایران به گروه ویژه اقـدام مالی، به یکی از مهمترین موضوعات فضای سیاست و اقتصاد ایران تبدیل شد. این موضوع در برنامه تلویزیونی عیار نیز مطرح شد و سعید لیلاز و مسعود براتی به بررسی آن پرداختند.

سعید لیلاز، کارشناس اقتصاد سیاسی در این برنامه تلویزیونی گفت که «همه کشورهای جهان غیر از ایران و کره شمالی عضو FATF هستند.» به گزارش خبرآنلاین، لیلاز درباره ضرورت پیوسـتن به افای‌تی‌اف گفت: «تعداد کشـورهای عضو ۲۰۵ کشور است در حالی که ۱۹۵ کشور عضو سازمان ملل هستند. با توجه به اینکه زمزمه‌های بازگشت آمریکا به برجام شنیده می‌شود و مقام معظم رهبری هم دوباره اجازه بررسی مجدد را به مجمع تشخیص مصلحت نظام دادند نشان می‌دهد موضوع مهم است. از سوی دیگر هر بار که نخواهیم قوانین را رعایت کنیم این امکان برای‌مان وجود دارد که بتوانیم خارج شویم.»

او ادامـه داد: «من موافق صحبت رهبـری درباره اینکه باید قدرتمندتر شویم هسـتم. هرچند همانطور که ایشان گفتند ما بایستیم آنها متوقف نخواهند شد اما قدرتمند شدن ما باعث می‌شود فشار به کشور کمتر شود. باید توجه داشت هر موافقتنامه‌ای که امضا شود فقط در همان لحظه اعتبار و موازنه دارد و ما باید به FATF بپیوندیم، اما در عین حال باید در مسیر قدرتمندشدن قرار گیریم.»

این کارشـناس اقتصادی با بیان اینکه «پیوستن به FATF این امکان را به ایران می‌دهد که بتواند از ابزارهای بین‌المللی اسـتفاده کند»، افزود: «موضوع FATF و پیوسـتن به کنوانسیون‌های آن نباید از حد و حدود خارج شـود. نکته قابل توجه اینجاست که تصویب FATF کشور را گل و بلبل نمی‌کند و عدم تصویبش هم ایران را به خاک سیاه نمی‌نشاند.»

لیـلاز ادامـه داد: «ما اکنون بـا نظم بین‌الملـل در افتاده‌ایم و معتقدم پذیـرش FATF یـک مانع را از سـر ایران برمی‌دارد و بـه لحاظ روابط عمومی نپذیرفتن آن بازی کردن در زمین حریف است. اگر عضو FATF و کنوانسـیون‌های آن شویم هزینه رسـمی اقتصاد کاهش می‌یابد و عدم پیوستن به آن چیزی است که رژیم صهیونیستی و آمریکا می‌خواهد.»

او سـپس به فواید برجام اشـاره کرد و گفت: «برجام به نفع مردم ایران بود و تا جایی که زورش رسـید تحریم‌ها را برداشت. ما در سال ۹۶ تولید ناخالص داخلی بالایی داشتیم اما با اینکه معتقد هستم برجام برای ایران فایده داشـت مسـئولیت به هم خوردن توافق برجام آمریکا است و ایران نباید در این زمینه کوتاه بیاید و تسـلیم شـود. بیشترین فشاری که بعد از دوران مغول به ایران وارد شـده اکنون مشـاهده می‌کنیم و کشورهای غربی هم توقع نداشتند که اقتصاد ایران تا این حد تاب‌آوری داشته باشد.»

به گفته وی، «زمانی که تحریم‌ها برداشـته شـود FATF مهم است و بـرای برقراری با اقتصاد جهانی به آن نیاز داریم. اسـتقلال ۱۰۰ درصدی ممکن نیسـت و باید به ایران به سمت اقتصاد صنعتی و خدماتی حرکت کند. چرچیل انگلیسـی می‌گفت نظام سـرمایه‌داری کثیف اسـت و من معتقدم در این نظام سرمایه‌داری هر کاری که برای‌شان صرف داشته باشد انجام می‌دهند. در همین شـرایط اقتصادگران آمریکا اگر برای‌شان صرف داشته باشند با ایران در تحریم هم تجارت می‌کنند.»

لیلاز با بیان اینکه «دور زدن تحریم‌ها از روال غیرعادی انجام می‌شـود، اما باید توجه داشـت تحریم‌ها طولانی نخواهد بود»، گفت: «اقتصاد ایران تـاب‌آوری بیش از انتظار از خود نشـان داده و به جـرأت می‌توان گفت قهرمـان این روزها اقتصاد و مردم ایران هسـتند که مشـکلات را تحمل کردنـد. دولت آمریکا در سـال ۲۰۰۷ که اعلام کـرد آمریکا قصد دارد از برجام خارج شود تصور این بود که قبل از اکتبر و نوامبر ۲۰۲۰ که اشاره به تحریم تسلیحاتی دارد اقتصاد ایران یا فرو می‌پاشد یا جمهوری اسلامی ایران توان خود را از دست می‌دهد و تسلیم خواهد شد، اما این اتفاق نیفتاد و به همین دلیل است که می‌گویم اقتصاد ایران تاب‌آوری بالایی پیدا کرده است.» او با اشاره به اینکه «در شرایط تحریم عضویت در این کنوانسیون کم‌اثر اسـت»، افزود: «زمانی که شـبکه بانکی کشـور در تحریم است از راه‌های عمومی و عادی نمی‌توانیم انتقال منابع بانکی داشته باشیم و این موضوع ربطی به عضویت در FATF عضو نبودن آن ندارد. پیوسـتن به کنوانسیون‌های بین‌المللی یک مانع را از سر راه برمی‌دارد و اینگونه نیست که از روز اول بخواهید تعهدات را انجام دهید بلکه چند سال به شما وقت می‌دهند تا شرایط کشور با قوانین بین‌المللی منطبق شود.»

بـه گفته وی، «مسـئله مهمی که وجود دارد این اسـت کـه آیا همه کشورهایی که عضو FATF هستند پولشویی نمی‌کنند. آمریکا یک کشور صادرکننده تسلیحات و عامل گسترش تروریسم است و صحبت اینجاست کـه ما می‌توانیم بپیوندیم اما همـه قوانین آنها را اجرا نکنیم. نباید روابط عمومی جهان را از دست دهیم.»

همچنین مسـعود براتی، کارشـناس اقتصادی در مخالفت با پیوستن به این کنوانسـیون گفت: «برخی مقامات غربی صریحـا اعلام کردند به دلیل اینکه ایران در حال دور زدن تحریم‌هاسـت لازم داریم این کشور به FATF بپیوندد و معاهدات آن را بپذیرد. مشخص است برای ایران برنامه ویژه دارند، همانطور که در برجام ایران به همه تعهدات خودش عمل کرد اما کشورهای دیگر از این کار سر باز زدند. طبق اذعان غربی‌ها اکنون ایران روزانه یک میلیون بشکه نفت می‌فروشد و صادرات فرآورده‌های نفتی ایران هم افزایش زیادی داشـته است. پیوسـتن به FATF و کنوانسیون‌های سی‌اف‌تی و پالرمو دور زدن تحریم‌ها را سخت می‌کند و دیگر دست ایران برای صادرات نفت و صادرات فرآورده نفتی باز نیست.»

در این بین، لیلاز در پاسخ به براتی گفت: «دور زدن تحریم از راه متعارف نیست و در نتیجه از طریق سیستم بانکی تحریم دور زده نمی‌شود. پذیرش FATF به این معنا نیست که نتوانیم از راه‌های غیررسمی استفاده کنیم و لبنان که حزب الله در قلب آن قرار دارد پذیرفته اما از راه‌های غیررسـمی کار خود را پیش می‌برد.»

براتی در پاسخ به لیلاز نیز گفت: «حزب الله لبنان FATF را نپذیرفته و معتقدم پذیرش آن و پیوسـتن به کنوانسیون‌هایی که غربی‌ها پیشنهاد می‌کنند راهی برای مقابله با دور زدن تحریم‌های ایران باشد.»

ناامیدی تدریجی نوسان‌گیران از بازار ارز

در بازار ارز چه گذشت؟

بازار ارز چهارمین هفته کم‌نوسان خود را سپری کرد؛ شرایطی که حاکی از بیـم و امید فعالان بازار ارز نسـبت به آینده تحولات اقتصادی کشـور است و به عقیده کارشناسان، جدی‌تر شدن احتمال تصویب لوایح FATF می‌تواند به زودی با ناامیدی نوسان‌گیران از بازار ارز همراه شود.

به گزارش ایرنا، دومین هفته دی‌ماه در حالی سـپری شـد که بازار ارز آرام بود؛ آرامشـی که از ابتدای آذرماه در این بازار ایجاد شده و به صورت مقاومـت قیمت دلار در کانال ۲۵ هزار تومـان و مقاومت قیمت یورو در کانال ۳۱ هزار تومان خود را نشان داده است.

هفته‌ای که گذشت کم‌نوسان‌ترین هفته بازار ارز طی ماه‌های گذشته بود و در معاملات بازار آزاد دامنه نوسان قیمت دلار از ۲۵ هزار و ۶۰۰ تا ۲۵ هزار و ۸۰۰ تومان ثبت شد. در مورد معاملات یورو هم در این بازار قیمت هر یورو تنها در بازه ۳۱ هزار و ۱۰۰ تا ۳۱ هزار و ۳۰۰ تومان نوسان داشت. نوسان بسیار کم قیمت درخصوص قیمت دلار در سامانه نیما و صرافی‌های بانکی هم مصداق داشت، اما قیمت یورو در این دو بخش از بازار ارز، شرایط نسبتا متفاوتی داشت و شیب بسیار ملایم صعودی را تجربه کرد.

بـه این ترتیب با وجود آنکه قیمت یورو در سـامانه نیما و صرافی‌های بانکی در سـه روز ابتدایی هفته در محدوده ۳۱ هزار و ۲۰۰ تومان تا ۳۱ هزار و ۳۰۰ تومان نوسان داشت، از روز سه‌شنبه شاهد جهش قیمتی بود و در صرافی‌های بانکی به قیمت ۳۱ هزار و ۶۰۰ تومان و در سـامانه نیما به قیمت میانگین ۱۳ هزار ۶۹۰ تومان رسـید. این درحالی اسـت که در همین زمان در بازار آزاد یورو با قیمت ۳۱ هزار و ۳۰۰ تومان معامله شد. یکی از دلایل بروز این پدیده را می‌توان در تمایل بیشتر واردکنندگان که متقاضیان عمده بازار ارز هسـتند به خریداری یورو از طریق سـامانه نیما یافت. بازار ارز درحالی برای چهارمین هفته متوالی شـاهد توقف قیمت‌ها بود که به طور سنتی در ایام منتهی به تعطیلات کریسمس، بازار ارز شاهد جهش موقت بهای ارز بود، اما این مسـئله امسـال رخ نداد که به اعتقاد کارشناسـان یکی از دلایل آن شـیوع بیماری کرونـا در جهان و کاهش محسوس سـفر اسـت؛ اما دلیل دیگر این پدیده را می‌توان در یادداشت چنـدی پیش عبدالناصر همتی رئیس کل بانک مرکـزی، درباره بازار ارز یافت. وی در آن یادداشـت از مقاومت افرادی گفت که پیش از این، ارز را به عنوان پس‌انداز خریداری کرده‌اند و در شـرایط فعلی بازار مانع کاهش قیمت‌ها و رسیدن به نرخ متعادل هستند. همتی در این یادداشت تصریح کـرده بود که با وجود این مقاومت ولی عوامل بنیادی اقتصادی، شـرایط خـود را بر بازار تحمیل خواهند کرد؛ مسـئله‌ای که در روزهای گذشـته خود را به صورت ممانعت از افزایش قیمت‌ها در ایام کریسمس نشان داد.

از سـوی دیگر در روزهای اخیر خبرهای سیاسـی که می‌تواند تاثیرات عمیق و مهم اقتصادی برجای بگذارد، باعث شـده است تا فعالان بازار ارز سیاست انتظار و صبر، پیشه کنند. اولین خبر بررسی مجدد لوایح موسوم به FATF در مجمع تشخیص مصلحت نظام است. طرح این موضوع که با موافقت رهبر معظم انقلاب اتفاق افتاده است، فعالان اقتصادی را امیدوار به تصویب این لوایح کرد و به فضایی خوشبینانه از آینده اقتصادی کشور دامن زد. البته اعلام مواضع برخی از اعضای مخالف این لوایح در مجمع و همچنین مجلس شورای اسلامی موجب شد تا همچنان تردیدها نیز برقرار باشد و به تضعیف این خوشبینی منجر شد.

خبر سیاسـی دوم، آغاز به کار دولت جدید دموکرات در ایالات متحده آمریکا در اول بهمن‌ماه اسـت. در زمان اعلام پیروزی جو بایدن، شـوک مثبتی در بازار ارز ایجاد شد، اما اقدامات ترامپ برای تغییر نتیجه انتخابات از یک سو و تلاش‌های فراوان دولت او به همراه دولت رژیم صهیونیستی و برخی از دولت‌های منطقه برای اعمال هرچه بیشتر فشار اقتصادی و تهدید روانی بر ایران در روزهای پایانی کار ترامپ در کاخ سـفید از سوی دیگر، مجموعه عواملی هسـتند که باعث تضعیف پیش‌بینی‌های مثبت فعالان اقتصادی در این روزها شده است.

در نتیجه؛ این عوامل در کنار مقاومت سفته‌بازان و دلالان بازار، مجموعه عللی هسـتند که طی چهار هفته گذشـته، مانع از کاهـش قیمت ارز و رسیدن آن به نقطه واقعی ارزش آن شده‌اند. طبیعتا اگر فضای خوش‌بینی در بازار ارز حاکم شود، بازارساز برای تعدیل نرخ ارز مشکل چندانی نخواهد داشـت، چراکه از یک طرف تقاضای سفته‌بازی ارز محدود شده است و از طرف دیگر ارزهای نگهداری شده به دلیل جلوگیری از ضرر بیشتر، به بازار عرضه خواهد شد.

حال به اعتقاد کارشناسان با توجه به گذر از موج مقطعی ایام کریسمس و نزدیک شـدن به روزهای پایانی فعالیت دولت ضدایرانی ترامپ، به نظر می‌رسـد تلاش سفته‌بازان و نوسان‌گیران بازار از نوسان‌گیری در بازار ارز، تنها موجب هدر رفتن زمان و سرمایه آنها خواهد شد.

در همین راسـتا طی هفته‌ای که گذشـت عمده افرادی که در بازار به دنبال خرید یا فروش ارز بودند، خریداران و فروشـندگان واقعی ارز برای نیازهـای تجاری یا مسـافرتی خود بودنـد و از خریدهای خانگی به قصد پس‌انداز و فعالیت‌های دیگر کمتر نشانی دیده شد. البته فعالان بازار این انتظار را دارند که با قوی‌تر شدن احتمال تصویب لوایح FATF در مجمع تشـخیص مصلحت نظام، به تدریج افرادی هم کـه دلار نزد خود ذخیره کرده‌اند نیز برای جلوگیری از زیان بیشتر، به عرضه ارز خود در بازار اقدام کنند. طبیعتا با تحقق این احتمال، شاهد شیب قابل توجه نزول قیمت‌ها در هفته‌های آتی خواهیم بود.

بازارهای مالی هفته خوبی را پشت سر نگذاشتند

بازدهی منفی بازارهای مالی در هفته دوم زمستان

فرصت امروز: دومین هفته زمستان هفته خوبی برای بازارهای مالی نبود و بازارهای چهارگانه ارز، طلا، سکه و بورس همگی حال و هوای زمستانی داشتند، به طوری که بورس و سکه با بازدهی منفی ۳,۵ درصدی و ۲,۴ درصدی بیشترین افت هفتگی را داشتند و دلار و طلا نیز افت زیر یک درصد را در دومین هفته دی ماه به ثبت رساندند. البته در این بین، افت بازار سرمایه از بازارهای دیگر مشهودتر بود و شاخص‌های بورسی در مجموع هفته قرمزپوش بودند. هرچند شاخص کل بورس در هفته‌ای که گذشت، بازدهی منفی بیش از ۳ درصدی را به ثبت رساند، اما تحلیلگران معتقدند که بورس تهران هفته سبزی را پیش رو دارد و این بازار از همه شرایطی که باید برای صعود فراهم باشد در این هفته برخوردار است. کارشناسان از یک سو به گزارش عملکردهای شرکت‌های بورسی اشاره می‌کنند که در آذرماه وضعیت خوبی داشتند و از سوی دیگر به بازارهای جهانی اشاره می‌کنند که قیمت‌ها به نفع صعود بورس در حال افزایش است. به عقیده آنها، آنچه که باعث نوسان و کاهش شاخص بورس در هفته گذشته شده است، عوامل بیرونی و رخدادهای سیاسی است و بازار سهام در هفته سوم دی ماه، روزهای سبزی را پیش رو خواهد داشت.

افت ۳,۵ درصدی بورس در هفته‌ای که گذشت

معاملات بورس تهران در دومین هفته از دی ماه در حالی سپری شد که سرایت افت قیمت به گروه‌های کوچک بازار سهام سبب شد تا همه شاخص‌های معاملاتی در مجموع هفته قرمزپوش شوند. شاخص کل معاملات هفته گذشته را با افت ۳,۵ درصدی به پایان رساند. شاخص کل هم‌وزن نیز که از اثرگذاری یکسان تمام نمادها بدون توجه به ارزش بازار حکایت دارد این هفته را با کاهش بیش از یک درصدی به پایان رساند. در این میان نگاهی به عملکرد صنایع بورسی حکایت از افت میانگین قیمت‌ها در ۲۸ گروه در مقابل رشد تنها ۸ صنعت دارد.

در هفته‌ای که گذشت گروه خدمات فنی و مهندسی با کاهش شاخص ۱۲,۱ درصدی در قعر جدول بازدهی هفتگی صنایع بورسی قرار گرفت. این گروه از دو نماد «رنکو» و «رمپنا» سامان یافته است. گروه استخراج نفت و گاز با تک نماد «حفاری» دیگر صنعتی بود که با افت ۱۰,۴ درصدی همراه شد و در جمع قعرنشینان قرار گرفت. از دیگر صنایع بورسی با بیشترین افت هفتگی می‌توان به گروه حمل و نقل، وسایل ارتباطی و مخابرات اشاره کرد. کالایی‌ها نیز در ادامه روندی که تقریبا از ابتدای آذرماه در پیش گرفته‌اند، هفته گذشته عمدتا قرمزپوش باقی ماندند. در این خصوص می‌توان به ریزش ۷,۶ درصدی پالایشی‌ها، افت ۵,۹ درصدی گروه فلزات اساسی، کاهش ۲,۵ درصد شرکت‌های چند رشته‌ای صنعتی و افت ۱,۳ درصدی پتروشیمی‌ها اشاره کرد. معدنی‌ها اما شرایط متفاوتی را تجربه کردند و معاملات هفته گذشته را با رشد ۲,۷ درصدی میانگین قیمت سهام زیرمجموعه خود پشت سر گذاشتند.

در آن سوی بازار بیشترین رشد هفتگی از آن گروه محصولات چوبی با افزایش ۱۶,۸ درصدی شد. این گروه از تک نماد «چفیبر» تشکیل شده است تمامی روزهای هفته گذشته را در صف خرید سپری کرد. شرکت تولید فیبر ایران در گزارش عملکرد آذرماه خود میزان فروش ماهانه را ۱۱۰ میلیارد و ۷۱۵ میلیون ریال عنوان کرد که نسبت به آبان‌ماه رشد ۶۹هزار و ۵۳۲ درصدی داشت و در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته از افزایش ۳۲۳ درصدی حکایت می‌کرد.

«چفیبر» اعلام کرد بیشترین میزان فروش داخلی این شرکت در آذرماه امسال، فیبر ورق به مبلغ ۶۱ میلیارد و ۹۹۵ میلیون ریال بوده است. این عملکرد سبب شد تا تک نماد گروه محصولات چوبی مورد اقبال سرمایه‌گذاران قرار گیرد.

دیگر گروه تک سهم بورس تهران یعنی گروه استخراج زغال سنگ با تک نماد «کطبس» نیز این هفته رشد ۱۰,۶ درصدی را ثبت کرد. نماد معاملاتی شرکت زغال سنگ نگین طبس پس از چهار روز صف خرید، در آخرین روز کاری هفته گذشته به سطوح منفی قیمتی وارد شد، اما در مجموع هفته عملکردی مثبت را ثبت کرد. «کطبس» اواسط هفته گذشته گزارش عملکرد ماهانه خود را روانه کدال کرد. این شرکت میزان فروش ماهانه خود در آذرماه را نسبت به ماه گذشته ۲۵ درصد کاهش داد، اما در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته رشد ۱۱۵درصدی را ثبت کرد. «کطبس» در آذرماه معادل ۱۶۴ میلیارد و ۸۶۶ میلیون ریال فروش ثبت کرده است.

گروه خودرو هفته گذشته پس از کشمکش فراوان درخصوص آزادسازی نرخ‌ها نهایتا با اعلام فرمول جدید تعیین قیمت برای ۱۸ خودروی داخلی از سوی شورای رقابت خاتمه یافت. فرمولی که سبب شد تا قیمت‌ها در بازار داخلی باز دیگر متلاطم شوند. نکته مهم این قیمت‌گذاری اما باقی ماندن خودروهای پرتیراژ در حصر قیمتی گذشته بود. هرچند این مهم می‌تواند در بلندمدت به تشویق شرکت‌های خودروساز برای افزایش تولیدات و تعادل نسبی این بازار بینجامد اما گره‌ای از وضعیت فعلی این بازار باز نکرد و دستوری بودن نرخ‌گذاری در این بازار ادامه یافت. گروه خودرو معاملات هفتگی خود را با افت ۶,۵ درصدی میانگین قیمت‌ها سپری کرد اما بیشترین ارزش معاملات به میزان ۷ هزار و ۸۰ میلیارد تومان را به خود اختصاص داد.

در بازارهای ارز، طلا و سکه چه خبر بود؟

پس از افت ۳,۵ درصدی بورس، بیشترین افت هفتگی به سکه اختصاص داشت. هرچند کاهش قیمت ارز در هفته‌ای که گذشت بسیار محدود بود، اما قیمت سکه در این هفته با عقب‌نشینی قابل توجهی همراه شد. سرمایه‌گذاران در بازار سکه با عقب‌نشینی ۲,۴ درصدی قیمت‌ها مواجه شدند. قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی در اولین روز هفته ۱۱ میلیون و ۹۳۹ هزار تومان بود اما در آخرین روز هفته قیمت هر قطعه سکه امامی به ۱۱ میلیون و ۸۲۱ هزار تومان رسید. حباب سکه امامی و سایر قطعات سکه نیز در هفته‌ای که گذشت کاهش قابل توجهی را تجربه کرد.

از سوی دیگر، همانطور که اشاره شد، بازار ارز افت و خیز چندانی در هفته گذشته نداشت و کاهش زیر یک درصد را تجربه کرد. حالا بسیاری از فعالان بازار ارز برای توصیف وضعیت بازار ارز از عبارت «انجماد» استفاده می‌کنند. بازار ارز مدتی است با نوسان محدود روبه‌روست، قیمت دلار در محدوده ۲۵ هزار تومانی و قیمت یورو در محدوده ۳۱ هزار تومانی در حال نوسان است و محدوده نوسان به کمتر از هزار تومان در روز رسیده است. در هفته‌ای که گذشت بازار دلار با کاهش ۸ دهم درصدی قیمت‌ها و بازار یورو با کاهش سه دهم درصدی قیمت‌ها همراه بود. به این ترتیب سرمایه‌گذاران در بازار ارز ضرر اندکی را تجربه کردند. بازار ارز روزهای حساسی را پشت سر می‌گذارد. برخی معتقدند در روزهای پیش‌رو روند ریزشی قیمت دلار و یورو شدت خواهد گرفت چراکه سیگنال‌های سیاسی رسیده به بازار نشان می‌دهد احتمال کاهش قیمت‌ها بالاست. بازار ارز در شرایط کنونی تحت تأثیر ورود دولت جدید آمریکا از یک‌سو و همچنین بررسی لوایح مرتبط با افای‌تی‌اف در مجمع تشخیص مصلحت نظام از سوی دیگر، قرار دارد و هر دو سیگنال کاهش قیمت‌ها در آینده را گواهی می‌دهند.

در بازار طلا نیز نوسان حاکم بر قیمت‌ها در هفته دوم دی ماه بسیار اندک بود. قیمت طلا عقب‌نشینی در محدوده دو دهم درصد را تجربه کرد و فعالیت بازار طلا در حالی به پایان رسید که قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار یک میلیون و ۱۵۴هزار و ۸۰۰ تومان بود. قیمت هر اونس طلا اما در بازارهای جهانی افزایش محسوسی را تجربه کرد. در روز دوشنبه پس از بازگشایی بازارهای جهانی هر اونس طلا ۱۸۷۳ دلار و ۱۷ سنت گزارش شد اما قیمت هر اونس طلا در شرایط کنونی در بازارها برابر با ۱۸۹۴ دلار و ۹۶ سنت است.

نماگر بازار سهام

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار:

نهادهای بالادستی در بازار رقابتی دخالت نکنند

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار گفت ضرر سهامداران، عرضه محصولات در بازار آزاد به قیمت گزاف و سرازیر شدن درآمدهای کلان به جیب واسطه‌ها از پیامدهای منفی قیمت‌گذاری دستوری در بورس است و بر همین اساس نهادهای بالادستی برای مقابله با چنین روندی در فرآیندهای بازار رقابتی دخالت نکنند.

حسن قالیباف‌اصل با اشاره به اینکه نهاد قانون‌گذار، عموما برای کنترل تورم مقررات وضع می‌کند، به سنا گفت: این مقررات با اقتصاد رقابتی در تضاد است و قیمت‌گذاری را از حالت تعادل مبتنی بر عرضه و تقاضا خارج می‌کند که باعث اتلاف منابع و ایجاد رانت در فضای اقتصادی می‌شود.

او با بیان اینکه با قیمت‌گذاری دستوری اهداف به درستی محقق نمی‌شود، افزود: تجربه‌های متعدد، نشان داده اغلب محصولات مشمول قیمت‌های دستوری در بورس، راهی بازار آزاد می‌شوند و با قیمت‌های گزافی به فروش می‌روند و تفاوت قیمت‌های ناشی از خرید بورسی این محصولات و فروش آنها در بازار آزاد، به جیب واسطه‌ها سرازیر می‌شود. با چنین فرآیندی، مردم یک‌بار، بابت سود دریغ شده از سهام‌شان به علت قیمت‌های دستوری و بار دیگر، به دلیل فشارهای تورمی ناشی از گرانی محصولات در بازار، متضرر می‌شوند.

به گفته قالیباف، در سال جاری و با فرمان تاریخی مقام معظم رهبری درباره آزادسازی سهام عدالت، بیشتر هم‌میهنان، سهامدار شرکت‌های بزرگ بازار سرمایه شده‌اند، اما اکنون تنظیم نرخ‌نامه‌های فروش برخی محصولات موجب شده که شرکت‌ها نسبت به قبل و در عمل، عایدی کمتری داشته باشند و گاهی این تفاوت نرخ‌های چشمگیر، عامل متضرر شدن جمعیت میلیونی سهامداران شرکت‌ها می‌شوند. تکرار موضوعاتی این‌چنینی خود موجب سلب اعتماد مردم از بازار سرمایه می‌شود؛ بازاری که به عنوان محرکی برای رونق تولید ملی تلقی می‌شود.

او ادامه داد: سازمان بورس و اوراق بهادار در چارچوب مأموریت قانونی خود برای حمایت از سرمایه‌گذاران، موافق قیمت‌گذاری‌های دستوری، نبوده و نیست و همواره کوشیده است از طریق رفع موانع فعالیت اقتصادی شفاف و کارا، از تضییع حقوق سهامداران جلوگیری کند، این سازمان از این تلاش هیچ‌گاه دست نخواهد کشید و تمام توان خود را در راستای صرفه و صلاح سهامدارانی که اکنون از ۵۰ میلیون نفر گذشتند به کار خواهد گرفت.

رئیس سازمان بورس در انتها گفت: یکی از منافع سرمایه‌گذاران، استفاده کامل از مزایای شرکت‌هاست و ناشرین موظفند از همه منابع خود برای تأمین و تقویت منافع سهامداران بهره گیرند، اما اقداماتی مثل قیمت‌گذاری دستوری در حوزه‌هایی همانند فولاد، سیمان، خودرو، فشار به نهادهای بازنشستگی جهت تأمین نقدینگی هرچند، با انگیزه ارزشمند صیانت از منافع مردم انجام می‌شود اما نه‌فقط در میدان عمل به نتیجه نمی‌رسند بلکه به منافع سهامداران هم آسیب می‌زنند و ناخواسته، فقط واسطه‌ها، برنده اجرای این‌گونه تصمیم‌ها هستند.

آگهی فراخوان شناسایی سرمایه گذار

شرکت آب منطقه‌ای مازندران

نوبت اول

در راستای اجرای شیوه نامه اجرایی فعالیت های گردشگری، تفریحی و توریستی در منابع و تاسیسات آبی وپیرامون آنها شرکت سهامی آب منطقه ای مازندران در نظر دارد محدوده سد گلورد و سد انحرافی چالوس را برابر شرایط مندرج در اسناد ارزیابی به صورت اجاره درازمدت و در قالب قراردادهای ساخت، بهره برداری ،اجاره و انتقال با کاربری گردشگری، تفریحی، توریستی حداکثری برای مدت ۲۰(بیست) سال به متقاضیان واجد صلاحیت واگذار نماید.

محل دریافت اسناد : دفتر قراردادهای شرکت آب منطقه ای مازندران از ساعت ۸ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۶

زمان و مهلت دریافت اسناد : تا ساعت ۱۴:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۳۰

آخرین مهلت ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۴:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۴

زمان بازگشایی پاکات : ساعت ۹:۰۰ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۵

آدرس سرمایه پذیر : مازندران – ساری – کیلومتر ۳ جاده ساری قائمشهر – کدپستی ۴۸۱۵۸۹۸۶۴۳ – تلفن ۰۱۱۳۳۳۴۷۸۰۱

نوبت اول : شنبه ۱۳۹۹/۱۰/۱۳

نوبت دوم : چهارشنبه ۱۳۹۹/۱۰/۱۷

روابط عمومی آب منطقه ای مازندران

آگهی(تجدید) مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره ۹۹۰/۱۰۱۱

(شماره‌های ۲۰۹۹۰۰۱۱۸۸۰۰۰۰۴۰، ۲۰۹۹۰۰۱۱۸۸۰۰۰۰۴۱ و ۲۰۹۹۰۰۱۱۸۸۰۰۰۰۴۲ در سامانه ستاد)

وزارت نیرو – شرکت برق منطقه‌ای اصفهان

شرکت مناقصه‌گزار: شرکت برق منطقه‌ای اصفهان

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	گروه‌بندی	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)	شرایط و الزامات ورود به مناقصه
۹۹۰/۱۰۱۱	احداث بانکهای خازنی ۲۰ کیلوولت در پستهای ۶۳/۲۰ کیلوولت بابوکان، شهید اشرفی، بعثت، زرین شهر، اجلاس سران و دامنه در ۳ گروه	گروه۱: پست‌های بابوکان و بعثت (شماره ۲۰۹۹۰۰۱۱۸۸۰۰۰۰۴۰ در سامانه ستاد)	۴۱۶,۵۱۱,۰۰۰	دارا بودن گواهینامه صلاحیت پیمانکاری با حداقل رتبه ۵ نیرو از سازمان برنامه و بودجه کشور
		گروه۲: پست‌های شهید اشرفی و زرین شهر (شماره ۲۰۹۹۰۰۱۱۸۸۰۰۰۰۴۱ در سامانه ستاد)	۳۸۹,۳۳۳,۰۰۰	
		گروه۳: پست‌های اجلاس سران و دامنه (شماره ۲۰۹۹۰۰۱۱۸۸۰۰۰۰۴۲ در سامانه ستاد)	۳۸۰,۵۳۹,۰۰۰	

– **نوع تضمین شرکت در مناقصه:** ضمانتنامه معتبر یا فیش واریز وجه نقد به شماره شبا IR ۳۳۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۱۰۱۴۳۰۲۳۰۲۹۸ نزد بانک مرکزی با مبلغ فوق الذکر در وجه شرکت برق منطقه‌ای اصفهان

– **نحوه دریافت و تحویل اسناد مناقصه:** کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل اسناد تا مبادله قرارداد، با مراجعه به "سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)" به آدرس www.setadiran.ir امکان‌پذیر خواهد بود. (تماس با کارفرما، در صورت لزوم در ساعات اداری روزهای کاری با شماره ۳۶۲۷۰۸۲۰-۰۳۱)

– **مهلت دریافت اسناد:** از ساعت ۱۰ صبح روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۳ لغایت ساعت ۱۶:۰۰ روز پنجشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۸

– **جلسه توجیهی:** حضور نمایندگان مجاز شرکت‌ها (همراه با معرفی نامه) در جلسه توجیهی و بازدید که در روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۱ ساعت ۰۹:۰۰ صبح واقع در پست ۶۳/۲۰ کیلوولت اجلاس سران، به آدرس: اصفهان، انتهای خیابان آبشار سوم، کیلوومتر ۶ جاده اصفهان-زیار برگزار می‌گردد، الزامی بوده و عدم حضور بمنزله انصراف از مناقصه خواهد بود. لازم به ذکر است، بازدید از پست ۶۳/۲۰ کیلوولت اجلاس سران، آغاز و حتی‌الامکان از پست‌های ۶۳/۲۰ شهید اشرفی و بعثت نیز بازدید به عمل می‌آید.(حضور نمایندگان شرکت هایی که در جلسه‌های بازدید مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۰۹ و ۱۳۹۹/۰۹/۳۰ حضور داشته اند، اختیاری می‌باشد)

– **مهلت و محل تحویل اسناد مناقصه:** نسخه الکترونیکی کلیه مدارک و مستندات اسناد مناقصه بایستی حداکثر تا ساعت ۱۴:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۹ در "سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) بارگذاری و نسخه فیزیکی(پاکت الف) آن در موعد مذکور به آدرس: اصفهان، خیابان چهارباغ بالا، دبیرخانه شرکت برق منطقه‌ای اصفهان تحویل گردد.

– **زمان و محل بازگشایی پاکات مناقصه:** ساعت ۱۰:۰۰ صبح روز سه‌شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۳۰، سالن کمیسیون معاملات ساختمان معاونت مالی و پشتیبانی شرکت برق منطقه‌ای اصفهان

ضمنا " می‌توانید این آگهی را در سایت‌های اینترنتی مشاهده کنید

www.setadiran.ir http://iets.mporg.ir www.tavanir.org.ir www.erec.co.ir

م. الف: ۱۰۷۰۸۳۵

روابط عمومی شرکت برق منطقه‌ای اصفهان

آگهی فراخوان مناقصه عمومی

شرکت ملی گاز ایران – شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

نوبت اول

شماره مجوز ۱۳۹۹.۵۷۲۳

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل از طریق مناقصهٔ عمومی تامین نماید :

شماره تقاضا و مناقصه	تقاضای شمارهٔ RN –۹۹۴۰۰۳۷. مناقصه شماره ۹۹/۰۹۷		
شرح مختصر اقلام درخواستی	خرید BOLT & NUT از تولیدکنندگان داخلی		
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار به میزان ۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.		
نوع تضمین شرکت درفرایند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۲۰۳/ت۵۰۶۵۹ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می باشد.		
مبلغ برآوردی مناقصه	۲۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال		
تاریخ تحویل اسناد به واجدین شرایط	۱۳۹۹/۱۲/۰۹	تاریخ گشایش پاکات فنی	۱۴۰۰/۰۲/۰۷
آخرین مهلت ارائه پیشنهادهای فنی و مالی	۱۴۰۰/۰۱/۲۱	تاریخ گشایش پاکات مالی	۱۴۰۰/۰۳/۰۴
آدرس و تلفن مناقصه گزار	استان بوشهر، عسلویه، منطقهٔ ویژهٔ اقتصادی انرژی پارس، شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی، فاز۲و۳ – مدیریت بازرگانی– واحد خرید– تلفن: ۰۷۷۳۱۳۱۲۲۴۹ فکس: ۰۷۷۳۷۳۲۵۴۳۵ – ۰۷۷۳۱۳۱۲۲۷۰ –۰۷۷۳۱۳۱۲۲۳۰		

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه ویا با شماره تلفن ۰۷۷۳۱۳۱۲۲۴۹ –۰۷۷۳۱۳۱۲۲۰۹ –۰۷۷۳۱۳۱۲۲۵۴ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۱۰/۱۳

تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۱۰/۱۶

۹۰۱

روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

اخبار

افزایش ۲ برابری هزینه ساخت منطقه ۲ آزادراه تهران-شمال

رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور در بازدید از بزرگ‌ترین تونل کشور در منطقه ۲ آزادراه تهران -شمال، از تکمیل منطقه ۲ این آزادراه تا پایان دولت دوازدهم خبر داد.

به گزارش ایسنا، محمدباقر نوبخت روز گذشته در بازدید مشترک با رئیس بنیاد مستضعفان از منطقه ۲ آزادراه تهران-شمال، با اشاره به میزان اعتبار تخصیص داده شده برای تکمیل این قطعه از آزادراه، اظهار کرد: از آخرین بازدید صورت گرفته از منطقه ۲ آزادراه تهران-شمال که در تیرماه انجام شد، تا امروز ۱۲۰۰ میلیارد تومان برای این قطعه از آزادراه سرمایه‌گذاری شده است. البته تورم هزینه احداث این قطعه از آزادراه را تا حدود دو برابر افزایش داد.

وی با بیان اینکه هزینه احداث قطعه ۲ آزادراه تهران-شمال بیش از پیش‌بینی‌ها و برآوردهای اولیه بود، گفت: براساس برآوردهای اولیه هزینه احداث قطعه ۲ آزادراه تهران-شمال ۲۰۰۰ میلیارد تومان پیش‌بینی شد اما تورم سبب شد تا این رقم به ۳۷۰۰ میلیارد تومان برسد.

نوبخت با اشاره به احداث بزرگ‌ترین تونل خاورمیانه در قطعه ۲ آزادراه تهران-شمال افزود: در حال حاضر این تونل که بیش از ۶۴۰۰ متر طول دارد، در مراحل نهایی قرار دارد و تا یک ماه آینده، عملیات عمرانی این تونل تکمیل خواهد شد.

رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور گفت: با تکمیل منطقه یک آزادراه تهران-شمال، حدود ۶۰ کیلومتر از مسیر به سمت شمال کاسته شد و با تکمیل قطعه ۲ نیز بیش از ۵ کیلومتر از مسیر تردد به سمت شمال کاهش می‌یابد. همچنین قطعه دوم آزادراه تهران-شمال که طولی معادل ۲۲ کیلومتر دارد و بیش از ۹۰ درصد آن، تونل است، ان شاءالله تا پایان دولت دوازدهم مسیر رفت آن تکمیل می‌شود و برای اتمام کل آزادراه تهران-شمال، تنها ۴۷ کیلومتر باقی خواهد ماند.

وی اضافه کرد: دولت مصمم است با همکاری بنیاد مستضعفان تا پایان امسال ۳۴۰۰ میلیارد تومان را برای تکمیل قطعه ۲ آزادراه تهران- شمال سرمایه‌گذاری کند و خوشبختانه همه برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در حال تحقق است.

نوبخت با اشاره به همزمانی این بازدید با نخستین سالگرد شهادت حاج قاسم سلیمانی اظهار کرد: در سالروز شهادت سردار سلیمانی، این پیام را به دشمنان ایران می‌دهیم که یاران حاج قاسم، نه تنها برای تامین امنیت کشور، بلکه برای تامین رفاه و آسایش مردم، شبانه‌روز در تلاشند و با وجود همه خباثت‌های دشمنان، در مسیر پیشرفت قرار داریم.

رئیس سازمان برنامه و بودجه اظهار کرد: دولت و بنیاد مستضعفان که هر کدام ۵۰ درصد سرمایه‌گذاری لازم را برای آزادراه تهران-شمال متقبل می‌شوند، مصمم هستند با تخصیص هرچه سریع‌تر منابع مالی موردنیاز، این پروژه تکمیل شود چراکه طولانی‌تر شدن آن از نظر زمانی هزینه ساخت آزادراه را بیشتر خواهد کرد.

صادرات گاز آذربایجان به اروپا آغاز شد

جمهوری آذربایجان صادرات گاز طبیعی به اروپا از طریق خط لوله ترانس آدریاتیک را آغاز کرد.

به گزارش ایسنا، این پروژه در راستای تلاش‌ها برای کاهش وابستگی اروپا به واردات انرژی روسیه، مورد حمایت کمیسیون اروپا قرار دارد. روسیه ۳۴ درصد از بازار گاز اروپا را در کنترل دارد و قصد دارد صادرات گاز به اروپا شامل ترکیه را از ۱۷۱ تا ۱۷۲ میلیارد متر مکعب در سال ۲۰۲۰ به ۱۸۳ میلیارد متر مکعب در سال ۲۰۲۱ افزایش دهد. مصرف سالانه گاز اروپا حدود ۵۰۰ میلیارد متر مکعب است و عمدتا برای تولید نیرو مورد استفاده قرار می‌گیرد.

خط لوله ترانس آدریاتیک بخشی از کریدور گاز جنوبی به ارزش ۴۰ میلیارد دلار است که ۳۵۰۰ کیلومتر از جمهوری آذربایجان تا اروپا گسترده شده و گاز را از میدان گازی عظیم شاه دنیز ۲ در دریای خزر منتقل می‌کند.

جمهوری آذربایجان قصد دارد ۱۰ میلیارد متر مکعب در سال به بازار اروپایی گاز صادر کند که ۸ میلیارد متر مکعب برای ایتالیا و ۲ میلیارد متر مکعب برای یونان و بلغارستان خواهد بود. این کشور پیش از این به ترکیه صادرات داشته است.

وزارت انرژی جمهوری آذربایجان در بیانیه‌ای اعلام کرد: کریدور گاز جنوبی سیستم امنیت انرژی جهانی را تحکیم خواهد کرد. این خط لوله منطقه خزر را به اروپا متصل کرده است.

روناگ عبدالله یف، رئیس شرکت انرژی دولتی سوکار جمهوری آذربایجان، آغاز فروش گاز به اروپا را یک روز تاریخی توصیف کرد.

تحلیلگران می‌گویند گاز آذربایجان بعید است موقعیت برتر روسیه در بازار اروپا را تغییر دهد با این حال تهدیدی برای سهم روسیه در بازار گاز این منطقه ایجاد می‌کند.

روسیه همچنان به دنبال تکمیل ساخت خط لوله گازی نورد استریم ۲ به آلمان است. این پروژه یک سال پیش به دلیل تحریم‌های آمریکا متوقف شد. روسیه ساخت این پروژه را در دسامبر از سر گرفت هرچند که آهنگ ساخت آن به کندی پیش می‌رود.

شرکت‌های بریتیش پترولیوم، سوکار و Snam از جمله سهامداران خط لوله ترانس آدریاتیک هستند و هر یک ۲۰ درصد در آن سهم دارند.

براساس گزارش رویترز، تولید گاز نخستین فاز میدان شاه دنیز در سال ۲۰۰۶ آغاز شد و بیش از ۱۰ میلیارد متر مکعب در سال گاز به جمهوری آذربایجان، گرجستان و ترکیه می‌رساند. تولید فاز دوم در سال ۲۰۱۸ آغاز شد و ۱۶ میلیارد متر مکعب به ظرفیت تولید گاز افزود و مجموع ظرفیت تولید این میدان را به ۲۶ میلیارد متر مکعب رساند.

پیگیری رفع موانع واحدهای مشکل‌دار و طرح‌های نیمه‌تمام شستا و بنیاد مستضعفان

قائم مقام رئیس ستاد تسهیل و رفع مواد تولید از اجرایی شدن اکثر مصوبات نود و هشتمین جلسه این ستاد خبر داد.

به گزارش ایسنا، بابک دین‌پرست پس از پایان جلسه ستاد تسهیل و رفع موانع تولید در جمع خبرنگاران بیان کرد: در این جلسه آخرین وضعیت و روند اجرای مصوبات نود و هشتمین جلسه ستاد تسهیل و رفع موانع تولید، مورد بررسی قرار گرفت و خوشبختانه شاهد اجرای اغلب مصوبات این جلسه بودیم؛ چند مصوبه نیز هم‌اکنون در حال پیگیری و اجراست که مجددا در صورتجلسه امروز به آن اشاره و در دستور کار پیگیری دبیرخانه ستاد قرار خواهد گرفت و از این به بعد نیز در ابتدای هر جلسه، روند اجرای مصوبات جلسات قبلی ستاد مورد بررسی و ارزیابی دقیق قرار خواهد گرفت.

وی با تأکید بر اینکه هیچ بهانه‌ای برای اجرا نشدن مصوبات ستاد پذیرفتنی نخواهد بود، ادامه داد: تمام مصوبات این ستاد برمبنای قوانین و مقررات تصویب و ابلاغ می‌شوند و علی رغم اختیارات قانونی ستاد، صرفا به منظور سهولت در کار، حتی موافقت خود دستگاه و یا نهاد مجری مصوبه، در فرآیند تدوین مصوبات، تصویب و ابلاغ آنها نیز اخذ می‌شود.

بررسی رفع موانع واحدهای مشکل‌دار و طرح‌های نیمه تمام

قائم مقام رئیس ستاد تسهیل و رفع موانع تولید گفت: در جلسه امروز موضوعات مرتبط با واحدهای مشکل‌دار و طرح‌های نیمه‌تمام شستا و همچنین بنیاد مستضعفان مورد بررسی قرار گرفت و اگرچه گزارش‌های ارائه شده از سوی مدیران مرتبط، نشان از پیشرفت مناسب و تلاش مدیران شستا و بنیاد مستضعفان در راستای تکمیل طرح‌های نیمه‌تمام و رفع مشکلات و راه‌اندازی واحدهای تولیدی این دو بنگاه بزرگ اقتصادی داشت، با این حال فرصت یک ماهه‌ای برای بررسی مجدد و ارائه لیست دقیق واحدهای تولیدی و طرح‌های نیمه‌تمام مشکل‌دار، احصای لیست مصوبات بلااقدام ستاد تسهیل و کارگروه‌های استانی تسهیل و رفع موانع تولید، درخصوص رفع مشکلات واحدهای مرتبط با این دو بنگاه تعیین و مقرر شد، مشکلات واحدهای اقتصادی این دو بنگاه، مجددا یک ماه بعد در جلسه ستاد تسهیل مطرح و تصمیمات لازم اتخاذ شود.

وی با اشاره به مشکلات ارزی تعدادی از واحدهای شستا و بنیاد مستضعفان تصریح کرد: برخی از واحدهای نیمه تمام این دو بنگاه بزرگ اقتصادی کشور، برای تکمیل و راه‌اندازی و افزایش ظرفیت تولید و اشتغال خود، به منابع ارزی احتیاج داشتند که در این ارتباط بنا شد؛ مراتب در جلساتی با حضور نمایندگان بنگاه‌های مشمول و بانک مرکزی مورد بررسی واقع و تا حد امکان، ارز موردنیاز برای تکمیل و راه‌اندازی طرح های موصوف تامین شود. معاون هماهنگی امور اقتصادی وزیر کشور گفت: در این جلسه فرآیند تعیین تکلیف ۶۹۱ بنگاه اقتصادی و طرح سرمایه‌گذاری دارای پرونده‌های قضایی، واحدهای مشمول ماده ۱۴۱ قانون تجارت و یا ورشکسته نیز مورد بررسی قرار گرفتند و مقرر شد؛ مشکلات یکایک این واحدها در کمیته‌ای با عضویت نمایندگان قوه قضائیه، دبیرخانه ستاد تسهیل و مسئولین دستگاه‌های ذی‌ربط استانی مورد بررسی قرار گیرد.

دین‌پرست با بیان اینکه در شرایط حساس کنونی که با تحریم‌های ظالمانه آمریکا مواجه هستیم، بایستی تمامی ظرفیت‌های منجمد، راکد و بلااستفاده کشور فعال شوند، گفت: بر همین اساس نیز ستاد تسهیل تمام تلاش خود را به احیای ظرفیت‌های مغفول و برنامه‌ریزی در جهت بهره‌مندی حداکثری از امکانات بلااستفاده و راکد کشور معطوف داشته است. با برنامه‌ریزی‌های انجام شده، احیا وبازگشت ۲۰۰۰ واحد صنعتی راکد مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی، ۱۰۲۰ معدن راکد و بیش از ۲۳۰۰ واحد تملک شده توسط شبکه بانکی به چرخه تولید در دستور کار دستگاه‌های ذی‌ربط ملی و استانی قرار گرفته است.

خیز ایران برای توسعه محصول استراتژیک در پاندمی کرونا

اگرچه چالش‌هایی نظیر کمبود اعتبارات و تجهیزات به روز، تحریم‌ها و مشارکت حداقلی بخش خصوصی در حوزه تولید واکسن در کشور موجب شده بودند بازار واکسن ایران با آن سابقه درخشان واکسن‌سازی و موفقیت در صادرات این محصولات از رونق بیفتد، اما امروز بار دیگر شاهدیم که با مشارکت بیشتر شرکت‌های دانش‌بنیان، ایران خیز خود را برای توسعه این محصول استراتژیک برداشته است و در مجموع حدود ۱۶ شرکت مدعی در حال فعالیت برای ساخت واکسن کرونا هستند.

به گزارش ایسنا، اپیدمی بیماری‌ها نامی ناآشنا برای ایران نیست. «وبا»، «سیاه زخم»، «تراخم»، «طاعون»، «آبله»، «سل» هر کدام پاندمی‌هایی بودند که در ایران شایع شد و گفتن تاریخچه آنها در این گزارش تکرار مکررات است.

بیماری‌های اپیدمی تنها خاص ایران نبود، بلکه دنیا با همه‌گیری‌هایی چون «طاعون» و «انواع آنفلوآنزا» مواجه بوده است. در این بین ایرانیان از گذشته برای رفع این بیماری‌های کشنده اقدام به جداسازی افراد بیمار از افراد سالم می‌کردند، هرچند که عامل بیماری‌زا را نمی‌شناختند.

دنیا با کشف واکسن و واکسیناسیون از سوی «ادوارد جنر» پزشک انگلیسی و «پدر ایمنی‌شناسی» دریافت که با میکروب ضعیف شده می‌تواند جان انسان‌ها را در برابر برخی عوامل بیماری‌زا نجات دهد. وی پس از آنکه میکروب بیماری آبله گاوی را به پسری تزریق کرد در وی مصونیت ایجاد شد و دیگر به بیماری آبله مبتلا نشد.

پس از «جنر»، لویی پاستور در آزمایشی، نمونه باکتری‌ها را به تعدادی پرنده تزریق کرد تا آنها را به وبا مبتلا کند، ولی از آنجا که برخی باکتری‌ها از قبل خراب شده بودند، نتوانستند بیماری ایجاد کنند و در تزریق دوم، پاستور متوجه شد که بدن پرندگان به باکتری مقاوم شده است و بیمار نشدند. مدتی بعد دستیار پاستور فراموش کرده بود که باکتری‌ها را دوباره به پرندگان تزریق کند و این باکتری‌ها به مدت یک ماه در آزمایشگاه ماندند. پس از یک ماه که باکتری‌ها به پرندگان تزریق شد، باز هم نتوانست پرندگان را بیمار کرده و بکشد. این‌گونه بود که پاستور کاملاً مطمئن شد که باکتری ضعیف شده، بدن جانوران را نسبت به بیماری ایمن می‌کند.

پاستور تحقیقات خود را به‌صورت تجربی و روی بیماری سیاه زخم ادامه داد و توانست روشی کاربردی برای ساخت واکسن آن پیدا کند.

واکسن «هاری» یکی دیگر از انقلابی‌ترین اکتشافات پاستور است که در خلال تحقیقات ایمنی‌شناسی بدن انجام داده بود.

در ایران نیز در سال ۱۲۹۸ و پس از جنگ جهانی اول، دولت ایران علی رغم آنکه هنوز با مصائب جنگ جهانی دست و پنجه نرم می‌کرد، برای تعالی علم پزشکی و تحقیقات پیرامون انواع بیماری‌های واگیردار بومی به فکر تجدید روابط علمی خود با کشور فرانسه افتاد، در نتیجه حصول این مقصود را به هیأت نمایندگی سیاسی خود که برای شرکت در کنفرانس صلح عازم پاریس بود، واگذار کرد.

هیأت نمایندگی ایران، در اول آبان ماه ۱۲۹۸ با مرحوم «امیل رو» دانشمند مشهوری که در آن موقع رئیس انستیتو پاستور پاریس بود، ملاقات کرد و این دیدار شالوده تاسیس انستیتو پاستور در ایران شد.

پس از انستیتو پاستور، مؤسسه تحقیقات واکسن و سرم‌سازی رازی فعالیت خود را در سال ۱۳۰۳ با تحقیقات در زمینه راه‌های مبارزه با بیماری خانمانسوز طاعون گاوی که با تلف کردن صدها هزار رأس گاو، حیات دامی کشور را مورد تهدید قرار داده بود آغاز کرد و پس از مدت کوتاهی با تولید و عرضه واکسن موثر علیه این بیماری، دوره نوینی از مبارزه علیه بیماری‌ها در کشور را پایه‌گذاری کرد.

این اقدامات موجب شد که امروزه کلیه کودکان کشور علیه بیماری‌های سل، هپاتیتB، فلج اطفال، دیفتری، سیاه سرفه، کزاز، سرخک، سرخجه و اوریون واکسینه شوند، بیماری‌های سرخک و سرخجه مادرزادی در مرحله حذف قرار گیرند و ۱۴ سال است که کشور عاری از بیماری فلج اطفال است.

حذف کزاز نوزادی، کنترل بیماری‌های دیفتری، سیاه سرفه و اوریون کنترل و کاهش میزان شیوع حاملین مزمن هپاتیت B از بیش از ۳ درصد در سال ۱۳۷۰ به کمتر از ۲ درصد از دیگر دستاوردهای این اقدام است و کلیدی‌ترین راهبرد برای دستیابی به چنین دستاوردهایی پوشش بالای ایمن‌سازی کودکان و سایر گروه‌های هدف است که در سطوح شهرستانی و کشوری بالای ۹۵درصد بوده است.

تولید واکسن‌های داخلی

بدن انسان به خودی خود نیروی مقاومت و غلبه یافتن بر میکروب‌ها را دارد، ولی در برخی موارد باید به بدن کمک کرد تا چنین مصونیتی را کسب کند. در بسیاری از بیماری‌ها با منشأ ویروسی اگر انسان یک بار مبتلا شود، در برابر آن مصونیت پیدا خواهد کرد، نمونه آن بیماری‌های «آبله»، «سرخک» و «آبله مرغان» است.

اما بیماری‌هایی مانند آنفلوآنزا ممکن است چند بار به سراغ انسان بیایند؛ از این رو برای جلوگیری از بروز همه‌گیری آن نیاز است از طریق تزریق ویروس ضعیف شده آن بیماری، بدن را در برابر آن مصون کرد.

صادرات ۲۴ میلیون تن کالا به ارزش ۷ میلیارد دلار از هرمزگان

استاندار هرمزگان از صادرات ۲۴ میلیون تن کالا به ارزش ۷ میلیارد دلار از هرمزگان در ۹ ماهه سال جاری خبر داد.

فریدون همتی شب گذشته (۱۰ دی ماه) در نشست کارگروه توسعه صادرات غیرنفتی استان هرمزگان، عنوان کرد: در ۹ ماهه سال جاری مجموع صادرات کالا از استان هرمزگان ۲۴ میلیون تن به ارزش ۷ میلیارد دلار بوده است.

وی ادامه داد: میزان صادرات کالا از استان هرمزگان به کشورهای حوزه خلیج فارس نیز طی این مدت نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۶درصد رشد داشته است.

استاندار هرمزگان افزود: از مجموع عملیات تخلیه و بارگیری کالا در بنادر استان هرمزگان، ۷۰ درصد مربوط به صادرات و ۳۰ درصد نیز مربوط به واردات کالا بوده است.

همتی همچنین با اشاره به میزان صادرات کالاهای تولیدی استان هرمزگان طی ۹ ماهه سال جاری، تصریح کرد: در این مدت در مجموع ۸۰۵ میلیون دلار کالاهای تولیدی استان هرمزگان صادر شد که شامل ۵۸۳ میلیون دلار کالا در بخش صنعت و معدن، ۵۸ میلیون دلار محصولات شیلاتی و ۱۶۴ میلیون دلار محصولات کشاورزی بوده و در مجموع نسبت به سال گذشته صادرات کالاهای تولیدی استان، ۶درصد افزایش یافته است.

وی گفت: رشد صادرات کالا در هرمزگان با اتخاذ راهکارهای مناسب در راستای شتاب‌بخشی به روند صادرات و رفع موانع کار صادرکنندگان تحقق یافته است و دستگاه‌های اجرایی استان باید همچنان با توجه به اهمیت صادرات، شرایط را برای فعالیت صادرکنندگان تسهیل کنند.

استاندار هرمزگان خاطرنشان کرد: در سال جاری ۴۶ هزار تن محصولات شیلاتی استان هرمزگان به کشورهای عمان، امارات، تایلند، ویتنام، چین، بنگلادش، هنگ کنگ، مالزی، سریلانکا، روسیه و اسپانیا صادر شده است و میزان صادرات محصولات شیلاتی استان هرمزگان نسبت به سال گذشته ۲۷ درصد رشد یافته که نشان می‌دهد توجه ویژه‌ای طی سال‌های اخیر به این بخش صورت گرفته است.

همتی بیان کرد: این میزان صادرات محصولات شیلاتی به کشورهای مختلف نشان‌دهنده وجود بازار گسترده و متنوع برای صادرات این محصولات است که باید سرمایه‌گذاری بسیار بیشتری در حوزه پرورش ماهی و میگو و فرآوری محصولات این بخش انجام دهیم.

وی با اشاره به پیگیری فعال‌سازی بندر گوگسر در شهرستان جاسک، اضافه کرد: در سال‌های اخیر پیگیری‌های گسترده‌ای برای فعال شدن بنادر مختلف در مناطق ساحلی استان صورت گرفته که خوشبختانه با همکاری وزارت کشور، مجوز مرز رسمی نیز برای این مناطق صادر شده و ظرفیت خوبی برای فعالیت‌های تجاری و صادرات و واردات کالا در طول سواحل استان ایجاد شده است.

استاندار هرمزگان یادآور شد: همچنین فعال‌سازی بازارچه‌های مرزی در استان در دستور کار قرار دارد که در کنار بنادر مختلف، ظرفیت مناسبی برای مبادلات کالا با کشورهای همجوار ایجاد می‌کند و موجب اشتغال‌زایی هرچه بیشتر برای مردم استان خواهد شد.

گره قیمت‌گذاری خودرو پیچیده‌تر شد

فرمول جدید تعیین قیمت ۱۸ خودروی داخلی در شـرایطی ازسوی شـورای رقابت اعلام شـد که محصـولات پرتیراژ همچنـان در حصر قیمت‌گذاری باقی ماندند.

به گـزارش پایگاه خبری پـدال نیوز، فرمول جدیـد تعیین قیمت ۱۸ خودروی داخلی در شرایطی از سوی شورای رقابت اعلام شد که محصولات پرتیراژ همچنان در حصر قیمت‌گذاری باقی ماندند. آنچه مشـخص است آزادسازی مشـروط قیمت ۱۸ خودرو به‌منظور کاهش دلالی و سفته‌بازی در بازار صورت گرفته اسـت. این در حالی اسـت که رانت ناشی از «قیمت دستوری» در بازار، متعلق به هفت خودروی پرتیراژی است که قیمت‌گذاری آنها همچنان در اختیار شـورای رقابت اسـت. تصمیم جدید در عمل گره قیمت‌گذاری در بـازار خودرو را پیچیده‌تر کرده ضمن آنکه تعیین قیمت حتی برای کم‌تیراژها نیز مبهم است.

فرمـول شـورای رقابت بـرای آزادسـازی ۴۵ درصـد از خودروهای تولیدی، به‌طور مشـروط اعلام شد. قیمت‌گذاری جدید این شورا برای ۱۸ محصولی که مشمول آزادسازی شدند، برمبنای حذف تورم بخشی و تمرکز بر بازار اسـت، اما واگذاری تعیین قیمت خودروهای یادشده به خودروسازان با الزاماتی از سوی شورای رقابت همراه شده که مهمترین آن افزایش تولید اسـت. به این معنا که خودروساز در صورتی می‌تواند نسـبت به قیمت‌گذاری محصولات خود در حاشـیه بازار اقدام کند که پیش از آن تیراژ خودروی موردنظر را افزایش داده باشد. شورای رقابت در فرمـول جدید خود بـرای قیمت‌گذاری ۱۸ محصـول موردنظر، در شـرایطی رشـد تیراژ را برای افزایش قیمت الزامـی خوانده که با روند صعـودی تولید، قیمت‌ها در بازار کاهشـی و خودروسـاز هم برمبنای همین حاشیه باید به تعیین قیمت بپردازد. به این ترتیب شورای رقابت با حسـاب و کتاب خود به این نتیجه رسیده که اگر تولید افزایش پیدا کنـد، قیمت‌ها در بـازار روند نزولی پیدا خواهد کرد و خودروسـاز نیز نمی‌تواند بالاتر از حاشیه بازار قیمت‌گذاری کند.

به‌نظر می‌رسد این شورا در فرمول ابداعی خود که آزادسازی ۱۸ محصول را بـا الزاماتی به خودروسـاز تحمیل کرده بازهم دچار خطا شـده؛ چراکه تولید بیشـتر محصولات خودرویی از اردیبهشت سال جاری روند صعودی داشـته حال آنکه این روند در کاهش قیمت بازار تاثیری نداشـته اسـت. بی‌تاثیری رشـد تولیـد بر قیمت بازار نیز به نتیجه عملکرد این شـورا در قیمت‌گذاری محصولات خودرویی بازمی‌گردد. به‌طوری‌که خودروسازان با اعمال قیمت‌های دسـتوری از سوی این شورا که هیچ سنخیتی با هزینه نهایی تولید نداشـت، همراه با ضـرر و زیان به عرضه خودرو پرداختند که همین امر زیان تولید و انباشته تولیدکنندگان را به‌طور چشمگیری افزایش داد. از سوی دیگر قیمت‌گذاری دستوری و به‌دنبال آن افزایش ضرر تولید، مشـکلات نقدینگی خودروسازان را چند برابر کرده که همین امر منجر به افزایش بدهی خودروساز به قطعه‌ساز شده است.

رونـد صعودی بدهی تولیدکنندگان به قطعه‌سـازان طی یک سـال گذشـته، عدم تامین قطعات موردنیاز در خطـوط تولید را رقم زده که خـود از دلایل مهم تولیـد محصولات ناقص اسـت بنابراین اگرچه در حدود یک سـال گذشته تولید افزایشی شـده، اما نیمی از خودروهای خارج شـده از خطوط تولید، سر از پارکینگ خودروسازان درآوردند. با این حسـاب به‌نظر می‌رسد آزادسازی مدنظر شورای رقابت که همراه با الزاماتی در قیمت‌گذاری ۱۸ محصول خودرویی است، بازهم راهگشای جلوگیری از رانت و واسـطه‌گری در بازار خودرو نباشـد، چراکه در این فرمـول روند کند افزایش تیراژ و همچنین تفـاوت بین تولید و فروش خودروسازان به‌طور کامل ریشه‌یابی نشده است.

آنچه مشـخص اسـت این شـورا پیش‌شـرط قیمت‌گذاری براساس حاشـیه بازار را در فرمول جدیـد خود افزایش تولید خـودرو خوانده، حال آنکه حداقل طی ۹ ماه گذشته با اصرار بر قیمت‌گذاری با اختلاف فاحش نسـبت به بازار آزاد، مانع افزایش تولید بوده اسـت. واضح است این شـورا با آگاهـی از عدم تاثیرگذاری فرمـول ابداعی‌اش در افزایش تولیـد و ثبات بازار، از موضع خود عقب‌نشـینی کرده حال آنکه ظاهرا جسـارت آزادسازی قیمت‌ها را ندارد و تعیین قیمت ۱۸ محصول مورد نظر را با شروط و الزاماتی به خودروساز سپرده است.

خریداران خودرو نگران روش جدید قیمت‌گذاری

یک کارشـناس مسـائل اقتصادی معتقد اسـت تاکنون شیوه‌های مختلفی برای تعیین قیمت خودرو در بازار ارزیابی و اجرا شـده است، اما هنوز برای حل معضل اصلی صنعت خودرو که همان انحصارطلبی چندجانبه اسـت هیچ‌گونه ریشـه‌یابی صورت نگرفتـه و از این رو هر فرمولی در بازار خودرو با شکست مواجه خواهد شد.

بـه گـزارش رکنـا، طبق اعـلام شـورای رقابـت، فرمـول جدید قیمت‌گذاری برای ۴۵ درصد خودروها در نظر گرفته شـده اسـت، به شـکلی که قیمت‌گذاری این محصولات به جای تاثیر از تورم بخشی، متأثر از قیمت متوسط بازار خواهد بود.

هرچند به اعتقاد شیوا، رئیس شورای رقابت یکی از وظایف این شورا این اسـت که تـا آنجا که می‌تواند برای بازارهـای رقابتی برنامه‌ریزی کنـد و علاوه بـر آن برای کالاهای انحصاری، قیمـت تعیین کند، اما کارشناسـان معتقدند ابتدا باید برنامه‌ها برای کاهش انحصارطلبی در صنعت اجرا شـود تا این نوع اقدامـات بتواند در بازار انعکاس مطلوبی داشته باشد.

در همیـن رابطـه مهدی صادقی شـاهدانی، کارشـناس مسـائل خودرو گفـت: آنچه که به عنوان مبنـای قیمت‌گذاری خودرو مطرح اسـت قیمت انعکاسی از شـرایط بازار باشد، اما به شـرط اینکه بازار ویژگی‌هایی را داشـته باشـد. وی در مورد ویژگی‌هـای قیمت‌گذاری خودرو چنین توضیح داد: با توجه به تعداد کم خودروسازان مطرح در کشـور این تولیدکنندگان شرایط رقابت را ندارند و در حصار یک نوع انحصـار چندجانبه قرار گرفته‌اند. این مطلب که قیمت‌گذاری برعهده بازار قرار بگیرد شرایط مطلوبی را تضمین نمی‌کند.

ایـن تحلیلگر اقتصـادی تأکید کرد: برای ایجاد ثبـات و امنیت در نحوه قیمت‌گذاری خودرو بهتر اسـت با توجه به ملاحظات فعلی برای خودروهای تولیدی آماده تحویل به بازار قیمت‌گذاری انجام بگیرد.

صادقی تصریح کرد: اما این نکته را باید در نظر داشت که به هرحال قیمت‌گذاری نباید به گونه‌ای باشـد که شـرایط تولیدکننده را تحت تأثیـر منفی قـرار دهد. این اقتصاددان با تأکید بـر اینکه بدون توجه به شـرایط بهینه‌سازی و شرایط اقتصادی کارخانه نباید قیمت‌گذاری خودرو انجام بگیرد، گفت: یک اصل پذیرفته شـده و آن هم وضعیت نامطلـوب بـازار خودرو اسـت پـس بدون ایجـاد شـرایط نمی‌توان قیمت‌گذاری را برعهده بازار گذاشت.

وی ادامـه داد: اگـر قبـل از رونمایـی هر نوع نحـوه قیمت‌گذاری ابتـدا یک بـازار مطلوب را ایجـاد می‌کردند آنگاه می‌توانسـتند ادعا کننـد که نرخ‌گذاری متأثـر از بازار می‌تواند رونـق تولید و همینطور کاهش قیمت‌ها را به اقتصاد کشـور دیکته کند. این کارشناس مسائل اقتصادی گفت: این نکته که باید مبتنی بر شرایط بازار اجازه داده شود قیمت تعیین شود با توجه به انحصار چندجانبه در صنعت خودرو یک مطلب غیراقتصادی و غیرعلمی است.

به گفته صادقی، شورای رقابت باید نقش بارز خود را نشان دهد و به گونه‌ای هزینه‌ها محاسـبه شود که انگیزه از تولید گرفته نشود چراکه در بیشـتر مواقع قیمت خودرو ترغیبی برای ادامه فعالیت تولیدکننده ایجاد نمی‌کند و خودروسـاز دچار زیان می‌شـود و بدهی‌های تلنبار شده در صنعت خودرو شکل می‌گیرد و اقتصاد را دچار انباشت تورمی خواهد کرد. این اقتصاددان ادامه داد: صنعت خودرو باید تغییر ساختار بدهد لذا اگر قرار اسـت این صنعت به صورت اقتصاد مردمی یا همان خصوصی‌سازی اداره شود باید کل صنعت خودرو در بورس، سهام خود را به فروش برساند تا مدیریت مطلوب ایجاد شود.

وی تصریـح کرد: درحال‌حاضر برخی هزینه‌هـا در تولید خودرو به دلیل عدم شـفافیت غیرقابل کاهش است، اما درصورتی که خودرو در بورس عرضه شود به تمام این ابهامات پایان می‌دهد چراکه ناگزیر باید برای عرضه خودرو در این بازار تمام مراحل شفاف‌سازی و اعلام شود و به شرایط هزینه‌های ایده آل تولید دست پیدا خواهند کرد.

افزایش ظرفیت حمل‌ونقل عمومی با نگاه کارشناسی به تقسیم بودجه

عضو کمیسـیون عمران مجلس شـورای اسـلامی ضمن اشـاره به مشـکلات حمل‌ونقل عمومی ناشـی از عدم حمایـت دولت از خروج قریب‌الوقوع ایران از چرخه لجستیک دنیا خبر داد.

عادل نجف‌زاده در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، با اشاره به بودجه هزار میلیارد تومانی منـدرج در لایحه بودجه ۱۴۰۰ برای حمل‌ونقل عمومی کل کشـور اظهار داشـت: بزرگترین معضل فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل عمومی به ویژه در کلانشهرها است که متاسفانه نتوانسته‌ایم در این حوزه از تکنولوژی‌های جدید به نحو مطلوب استفاده کنیم.

وی افزود: در شـرایط بیماری کرونا، مدیریت شهر تهران با توجه به جمعیت آن و آماده‌سـازی مطلوب، به روز و بهداشتی زیرساخت‌های حمل‌ونقـل عمومی به ویژه از نـگاه پدافند غیرعامـل از دغدغه‌های مدیریت شهری است.

نماینده مردم خوی و چایپاره در مجلس شـورای اسلامی همچنین گفـت: با شـناختی که بنـده از وضعیـت حمل‌ونقل عمومی شـهر تهران دارم، متاسـفانه بزرگترین مشـکل در تهران فرسودگی ناوگان حمل‌ونقـل عمومی، بی‌توجهی به کمـک به بخش خصوصی و فقدان نگاه زیرساختی برای ارتقای سیستم شبکه متروی تهران است.

رئیس کمیته حمل‌ونقل زمینی در کمیسیون عمران مجلس شورای اسـلامی ادامه داد: عدم به روزرسـانی مترو قابل انتقاد است و بودجه منظور شـده در لایحه بودجه ۱۴۰۰ قطع به یقین پاسخگوی ارتقای زیرساخت‌ها نخواهد بود.

نجف‌زاده تاکید کرد: متروی تهران نیازمند توجه بیشـتر و جدی‌تر اسـت به طوری که با گذشـت هشـت ماه از فضای اقتصاد کرونایی، ناوگان حمل‌ونقل عمومی کشور به دلیل کاهش تعداد مسافران و عدم حمایت دولت از دهک‌های پایین جامعه برای اسـتفاده از این ناوگان دچار خسران بسیار عظیمی شده است.

وی بـا توجه به اعتبـار ۲۵۰ میلیارد تومانی پیش شـده در بودجه ۱۴۰۰ برای بخش اتوبوسـرانی کل کشور و عدم پرداخت اعتبار ۱۰۰ میلیارد تومانی این بخش در سال ۹۹ و همچنین یارانه بلیت اتوبوس و مترو از سـوی دولت گفت: در تمام بخش‌هـای حمل‌ونقل عمومی کشور نیازمند حمایت جدی دولت هستیم.

ناظر شورای عالی ترافیک مجلس شورای اسلامی این امر را ناشی از انحراف بودجه و نگاه غیراستراتژیک به مسئله حمل‌ونقل اعلام کرد و افزود: متاسفانه به دنبال اقدام کشورهای پیرامونی در ایجاد مسیرهای جدید و بی‌توجهی به حمل‌ونقل بین‌الملل در داخل، در معرض خروج از چرخه لجستیک دنیا هستیم.

نجف‌زاده یادآور شد: با توجه به استفاده بسیاری از کشورهای حاشیه خلیج‌فـارس از آخرین تکنولوژی‌های پیشـرفته حمل‌ونقل عمومی و وجود رقابت جدی در این بخش و با توجه به اسـناد بالادستی نظام و جایگاه نظام از لحاظ قدرت منطقه‌ای، در بودجه سـال آتی می‌بایست بـا تمهید اعتبارات کافی توجه جامع و جدی‌تری به مقوله حمل‌ونقل عمومی داشته باشیم.

عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی در پایان خاطرنشان کرد: این موضوعات به صورت تخصصی‌تر در کمیسـیون‌های مربوطه به ویژه در کمیسـیون عمران با نگاه کارشناسـی‌تر به مقوله تقسـیم بودجه عمومی کشور بررسی خواهد شد و امیدواریم بتوانیم با تغییر و جابه‌جایی در بودجه و ارائه پیشنهادات، توانمندی حمل‌ونقل عمومی را افزایش دهیم.

اخبار

درخواست پلیس در پی تشدید آلودگی هوای تهران

رئیـس پلیس راهور تهران بزرگ اعـلام کرد که ماموران پلیس بـا حداکثر ظرفیت با خودروهای دودزا و فاقد معاینه فنی برخورد می‌کننـد. سـرویس جامعه جوان آنلاین، سـردار محمدحسـین حمیدی درباره آلودگی هوای تهران و برخورد پلیس با خودروهای آلاینده گفـت: در موضوع آلودگی هوا طرح برخورد با خودروهای آلاینـده و فاقـد معاینه فنی اجرا و خودروهـای فاقد معاینه فنی توسط دوربین‌ها و نیز ماموران پلیس راهور جریمه می‌شوند.

وی بـا بیان اینکه مامـوران پلیس نیز علاوه بر دوربین، اقدام به برخورد با خودروهـای آلاینده و فاقد معاینه فنی می‌کنند، گفت: گاهی ممکن است خودرویی دارای معاینه فنی هم باشد، اما دودزا بوده یا نقص فنی داشـته باشـد این خودروها نیز توسط ماموران اعمال قانون می‌شوند. حمیدی با بیان اینکه چه آلودگی هوا باشد و چه نباشـد، این رویه ماموران پلیس راهنمایی و رانندگی است، گفت: اما طبیعی اسـت که در شـرایط آلودگی هوا پلیس راهور با حداکثـر ظرفیت با ایـن موارد برخورد می‌کنـد. توصیه ما نیز به شـهروندان این است که در راستای مسئولیت اجتماعی خودشان هم که شـده موارد دودزا بودن و آلایندگی وسایل نقلیه خود اعم از انواع خودرو و موتورسیکلت را رفع کنند.

رئیـس پلیـس راهور تهران بـزرگ با بیان اینکـه نقص فنی و نداشـتن معاینه فنی در وقوع برخی از تصادفات نیز موثر اسـت، گفت: در همین راستا نیز لازم است که شهروندان حتما نسبت به دریافت معاینه فنی خودروهای خود اقدام کنند.

وی درباره تردد کامیون‌ها نیز به ایسنا، گفت: طبق روال ساعت تردد کامیون‌ها از سـاعت ۲۲ تا شـش بامداد است و در طول روز هم با صدور مجوزهای مقطعی و در موارد ضروری با تردد محدود آنها موافقت می‌شـود، امـا اگر این کامیون‌هـا دودزا بوده یا فاقد معاینه فنی باشند در هر ساعت از شبانه‌روز نسبت به اعمال قانون و جریمه آنان به شکل سیستمی یا دستی اقدام خواهد شد.

فرمول شورای رقابت زیان خودروسازان را کاهش می‌دهد

دبیر انجمن قطعه‌سازان ایران اظهار کرد مردم از خودروساز و قطعه‌سـاز داخلـی متنفر می‌شـوند چراکه تصـور می‌کنند خودروسـاز و قطعه‌سـاز پشـت عدم واردات خودرو هسـتند درحالـی که نه تنها مـا مخالفتی بـا واردات نداریم بلکه اگر واردات آزاد شـود کمک بزرگی به قطعه‌سـازی می‌شـود. به گزارش پدال نیوز به نقل از ایلنا، مازیار بیگلو در مورد صادرات قطعه خودرو اظهار داشـت: قطعات خودروی ایرانی به صورت محدود صادر می‌شـود، برای یک سـری از قطعات تنظیمات بیرونی و بعضی از زیرمجموعه‌های سیسـتم‌های خنک‌کننده یا موتوری صادرات وجود دارد، اما متاسـفانه به شدت محدود اسـت. در ۶ ماهه ابتدایی سـال ۹۸ حدود ۷۰۰ میلیون دلار صادرات داشـتیم که به نظر می‌آید با مشکلات شیوع کرونا و انتقال بانکی این میزان کاهش داشـته است. وی افزود: بیشتر بازارهـای هدف ما کشـورهای حوزه اتحاد جماهیر شـوروی سـابق و عراق است. از امارات هم برای ارسال به سایر کشورها استفاده می‌کنیم.

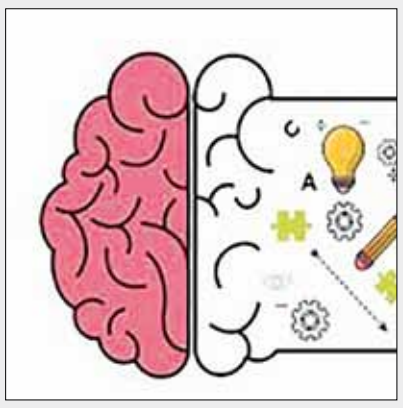
وی با اشـاره بـه واردات خودرو در قبال صـادرات خودرو و قطعـات تصریح کـرد: مخالفتی که بـا واردات وجود دارد کار درستی نیسـت چراکه یک مطالبه اجتماعی است و بخشی از جامعه حتی اگر درصد کمی باشـند چنیـن مطالبه‌ای دارند، شـاید می‌خواهند خودروی لوکس سوار شـوند. سرکوب این مطالبه عواقب بدی دارد، مردم از خودروساز و قطعه‌ساز داخلی متنفر می‌شـوند چراکه تصور می‌کنند خودروساز و قطعه‌ساز پشـت این موضوع هسـتند درحالی که نه تنهـا ما مخالفتی بـا واردات نداریـم بلکه اگـر واردات آزاد شـود کمک بزرگی به قطعه‌سـازی می‌شـود زیرا قطعه‌سـازان می‌توانند قطعات خودروهای خارجی با به عنوان کالاهای موردنیاز خدمات پس از فروش تولید کنند.

وی افـزود: زمانی می‌تـوان یک صادرکننده خـوب بود که نسبت به دیگر رقبا دارای یک مزیت رقابتی باشیم. مواد اولیه سـاخت قطعات خودرو که در داخل کشـور تولید می‌شوند به هیچ عنـوان مزیت رقابتی در بازار جهانـی ندارند و با قیمتی بالاتر از قیمت جهانی فروخته می‌شوند. به همین علت قیمت تمام شـده قطعه خودرو بالاتر از سطح جهانی آن می‌شود که علت عمده آن مشکل مواد اولیه است. در چین که بازار رقابتی در ایـن حوزه دارد شـرکت‌های چینی می‌تواننـد مواد اولیه موردنیاز خود را که توسـط کارخانه‌های چینی تهیه می‌شوند بـا یارانه و تخفیف دریافت کنند، امـا در ایران تولیدکنندگان مواد اولیه خود را از بورس کالا یا حتی بازار آزاد تهیه می‌کنند.

بیگلو اضافه کرد: صادرات و وارداتی که در طرح سـاماندهی صنعت و بازار خودروی مجلس به آنها اشاره شده خوب است، امـا باید زیرسـاخت آن تهیه شـود. برای تامیـن نیاز داخلی واردات باید صادرات خود را افزایش دهیم که برای این کار نیز باید مزیت رقابتی صادراتی ایجاد کنیم.

دبیر انجمن قطعه‌سازان ایران در ادامه بیان کرد: در طی ۴۰ سال گذشته تنها ۱۰ درصد از نیاز بازار به خودروهای وارداتی اختصاص داشـت که برای تامین آن باید صادرات افزایش پیدا کند، ۹۰ درصد مابقی تقاضای خودروی داخلی بود که به علت قیمت بـالای خودروهای وارداتی بود. مجلس باید قیمت مواد اولیه را کاهش دهد تا بتوان صادرات را افزایش داد.

این کارشـناس بازار خودرو گفـت: میزان ارزی که به خاطر صادرات خودرو وارد کشور می‌شود بسیار کم است. اگر میزان ارز وارداتی در مقابل صادرات خودرو فاصله بسیار داشته باشد واردکننده‌هـا بـرای تامین ارز خود متقاضی آن خواهند شـد و همیـن موضوع باعـث افزایش نرخ ارز می‌شـود. به تبع آن خودروهـای وارداتی قیمت بالاتری به خود می‌گیرند. یعنی به خاطـر ۱۰ درصد از تقاضای بازار به واسـطه تغییر قیمت ارز، معیشت مردم تحت تاثیر قرار می‌گیرد.



شتابدهی استارت‌آپ‌ها سرعت می‌گیرد

چهارمیـن رویداد بازی‌هـای جدی، بازی‌ها و مقالات شـناختی با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری برگزار شد. تولیـد و ترویج بازی‌های شـناختی در این رویداد آنلایـن مورد توجه قرار گرفـت. بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ایـن رویداد را برگزار می‌کند. چهارمین دوره جایزه بازی‌های جدی ۱۳۹۹ در سـه بخش جشـنواره بازی جدی سال ۱۳۹۹، هکاتون بازی‌های جدی ۱۳۹۹ و سـمپوزیوم بازی‌های جدی ۱۳۹۹ برگزار شـد تا زیرسـاخت‌های علمـی و صنعتی را برای توسـعه بیش‌ازپیش بازی‌های جدی در کشور فراهم و حلقه‌های توسعه را از تحقیقات دانشگاهی تا تجاری‌سازی محصولات موجود در صنعت تقویت کند.

دریچـــه

۱۱ شرکت داخلی چگونه برای بومی‌سازی واگن مترو همکاری می‌کنند

سـاخت واگن مترو یکی از نیازهایی اسـت که با فعالیت شرکت‌های فناور شتاب گرفته و واگن‌های سـاخته شده در این مجموعه‌ها به ناوگان اضافه شده است. ستاد توسـعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشـرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با همکاری بازیگران اصلی زیسـت‌بوم ریلی درون‌شهری در تلاش است تا بومی‌سازی واگن‌های مترو را در کشور محقق کند. پیش‌بینی شده که دانش فنی و طراحی داخلی واگن‌های مترو تا پایان امسال به ۸۵ درصد می‌رسد. گروه ریلی این سـتاد با همکاری مترو تهران، واگن‌سـازان و شرکت‌های فعال این حوزه پروژه کلان بومی‌سازی قطعات مورد استفاده در مترو را آغاز کرده است به طوری که قبل از شروع این پروژه سـاخت داخل واگن مترو در کشـور ۲۸ درصد بود و مطابق اهداف پروژه بومی‌سـازی واگن مترو تا پایان سال، داخلی‌سـازی ۸۵درصدی در طراحی و دانش فنی واگن مترو محقق خواهد شد. در این میان نقش شرکت‌های سازنده این واگن‌ها بسیار اهمیت دارد. شرکت‌هایی که با اتکا به دانش بومی و تخصصی داخلی در تلاشند تا این هدف مهم را برای کشـور محقق کنند؛ کاری که نقش‌آفرینی ایران در ساخت واگن‌های مترو را بیشتر کرده و نیاز به واردات این سیستم‌ها را به حداقل رسانده است.

۱.ساخت واگن‌های دوطبقه

معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری در یک همکاری مشـترک با شـرکت واگن‌سـازی تهران و ۱۱ شـرکت فناور در تلاش است تا بومی‌سـازی واگن مترو در کشور را سرعت دهد. شرکت واگن‌سازی تهران یکی از تولیدکنندگان قطارهای نقلیه ریلی برقی اسـت. این شـرکت خدماتی چون تعمیرات و اورهال ناوگان ریلی برقی و خدمات فنی و مهندسی در حوزه اجرای پروژه‌های مربوط به صنعت نقلیه ریلی را ارائه می‌کند. این مجموعه فناوری یکی از نقش‌آفرینان حوزه بومی‌سـازی واگن‌های مترو در کشور است. تلاش این شرکت تاکنون به توسعه صنعت حمل و نقل ریلی به ویژه بخش درون‌شـهری منجر شده است. این شرکت با تولید یک هزار واگن یک طبقه، دو طبقه و لکوموتیو گامی بزرگ در حوزه حل معضلات پیچیده و جدی حمل‌ونقل شـهری برمی‌دارد. این شرکت در تعامل با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم به بحث بومی‌سـازی سـاخت واگن‌های مترو ورود کرده است. تلاش این شرکت به بومی‌سازی واگن‌های دو طبقه معادل ۵۵ درصد بهای محصولات مشابه خارجی و ۲۸ درصد بهای واگن‌های معمولی منتج شـده است. این مجموعه فناور تنها شرکت سازنده واگن‌های مترو با بدنه آلومینیومی و تنها سازنده بدنه واگن‌های دو طبقه در کشور است.

۲.ساخت بوژی واگن

۱۰ شـرکت دیگر هم برای تامین زیرسیسـتم‌های اصلی موردنیاز این واگن‌ها به میدان آمده‌اند. مپنا یکی از این شرکت‌ها است؛ شرکتی که در حال تامین و ساخت برخی زیرسیستم‌های موردنیاز حوزه ساخت واگن ملی در کشور و ارائه آن به شرکت واگن‌سـازی تهران است. قطعاتی کاربردی که بومی‌سازی این صنعت را تسریع کرده اسـت. با توجه به نیاز مبرم کلانشهرهای کشور به واگن مترو، شرکت مپنا لکوموتیو با اخذ پروانه بهره‌برداری و تولید واگن‌های متروی خودکششـی و حومه‌ای از وزارت صنعـت، معدن و تجارت، طراحی و بومی‌سـازی قطارهای مترو در دسـتور کار این شرکت قرار گرفت. این شرکت ساخت بوژی واگن را به عهده دارد. بوژی نوعی کفی تریلی یا ارابه است که شبیه کمرشکن است ولی تعداد چرخ‌های آن خیلی بیشتر است بدین معنا که دارای محورهای متعددی است که تعداد آنها متناسب با میزان بار است و برای حمل بارهای بسیار سنگین به منظور کاهش فشار بار بر روی جاده، راه آهن و نیز اسبی که آن را می‌کشد طراحی شده است.

۳.سیستم رانش مترو

جهاد دانشگاهی علم و صنعت به عنوان نهاد عمومی غیردولتی با هدف بومی‌سازی و تولید دانش فنی در زمینه طراحی و ساخت محصولات صنعتی، ارائه خدمات تخصصی و انجام تحقیقات کاربردی موردنیاز کشور در حوزه برق و مکانیک انجام می‌دهد. این شرکت هم به عنوان یکی از مجموعه‌هایی است که در طرح ملی بومی‌سازی واگن‌های مترو در حوزه طراحی سیستم رانش مترو با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همکاری می‌کند.

۴.تولید گیربکس‌های کاربردی در واگن‌های مترو

جسـتار دانش علـم و صنعت از مجموعه‌هایی اسـت که با فعالیت‌هـای فناورانه خود توانسـته به حوزه بومی‌سازی واگن‌های مترو ورود کند. شرکتی که برای تولید گیربکس‌های کاربردی در واگن‌های مترو به کمک آمده اسـت تا این کار با سـرعت بیشتری و با اتکا به توان داخلی انجام شود.

۵.طراحی سیستم اطلاع‌رسانی مسافر

پیشـرو افراز سامان هم شرکتی است که سابقه طولانی در حوزه ریلی کشور دارد. یکی از مجموعه‌هایی که در این حوزه فعال شـده اسـت، شرکت پیشرو افزار سامان است؛ شـرکتی که در این طرح وظیفه تامین و سـاخت PIS سیستم اطلاع‌رسانی مسافر را برعهده دارد.

۶.ساخت ترکشن موتور

تام لکوموتیو آریا شرکتی پیشرو در ارائه خدمات در حوزه صنعت حمل و نقل ریلی اسـت. این مجموعه فناور هم به جمع شرکت‌های این طرح پیوست و برای طراحی ترکشن موتور اعلام آمادگی کرده است؛ شرکتی که با تکیه بر دارایی‌های دانشی خود پا به عرصه گذاشته است تا جامعه را از دستاوردهای فناورانه خود منتفع کند.

۷.بازسازی انواع ماشین

فن ژنراتور هم که تراکشـن موتورهای صنعت حمل و نقل ریلی، بازسـازی انواع ماشـین‌های الکتریکی فشـار قوی و جریان مستقیم است هم به لیست شرکت‌های موثر در این طرح پیوسـته است و در کنار تام لکوموتیو آریا به ساخت ترکشن موتور واگن‌ها را انجام می‌دهد.

۸.تامین قطعات حیاتی مترو

شرکت صدرافن پرداز با تکیه بر دانش و همت متخصصان داخلی توانسته است با تولید محصولات خاص در صنایع مختلف از جمله خودروسـازی، حمل نقل ریلی و دریایی، انرژی‌های تجدیدپذیر و صنعت برق، برای رفع نیازهای صنعتی کشـور گام بردارد. این شـرکت هم مجموعه فناور دیگری اسـت که با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همکاری می‌کند. قرار بر این است که این شرکت هم با حضور خود و تامین قطعات موردنیاز این حوزه، تلاش‌ها در این بخش را شتاب دهد.

۹.ساخت درهای مترو

شـرکت تیوان ترمز هم از همکاران دیگر در این طرح اسـت. این مجموعه فناور، توانمندی‌های خود در حوزه ساخت در مترو را به این طرح ملی تزریق کرده است تا متروهای بومی شـده مورد استفاده در ناوگان با استانداردها و ایمنی بیشتری همراه باشند.

۱۰.ساخت ترمز واگن‌های مترو

طراحی و تولید تجهیزات برق و الکترونیک صنعتی، طراحی، تولید تجهیزات، نصب و راه‌اندازی سیستم‌های حفاظت کاتدی، پایش خوردگی از جمله فعالیت‌های شرکت برنا الکتریک اسـت. این مجموعه فناور تامین مقاومت ترمـزی واگن‌های مترو را به عهده گرفته است؛ کاری که رابطه مستقیمی با ایمنی قطارهای فعال در این ناوگان دارد. به همین دلیل این کار به یکی از مجموعه‌های فناور کشور به نام برنا الکتریک سپرده شده است.

۱۱.تولید چرخ‌های واگن مترو

شـرکت اصفهان کفریز هم یکی از شرکت‌هایی است که در طرح ملی واگن‌سازی ورود کـرده اسـت تـا چرخ‌های موردنیـاز این قطارهـا را تامین کند. این شـرکت تولیدکننده انواع بانداژ قطارهای باری، مسافری، لکوموتیو و قطارهای شهری مطابق با استانداردهای بین‌المللی است.

سـتاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشـرفته معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری هم در این میان نقش واسط و حلقه اتصال صنعت به شرکت‌های دانش‌بنیان توانمند در این حوزه را به عهده دارد؛ نقشی که به تزریق تخصص داخلی کشور به حوزه بومی‌سازی واگن‌های مترو می‌انجامد.

اولین تلویزیون آمازون با نمایشگر

آمـازون تاکنـون با باکس‌هـای Fire TV در بـازار تلویزیون حضور داشـت و حتی تلویزیون‌های مجهز به سیسـتم عامل Fire OS را هم با همکاری تولیدکنندگان دیگر به بازار عرضه کرده بود، اما حالا برای نخسـتین بـار تلویزیونی را با برند اختصاصی به بازار عرضه کرده است.

بـه گزارش دیجیاتو، این شـرکت که اخیرا روی گسـترش فعالیت‌هایـش در بازار رو به رشـد هند تمرکز کرده، اولین تلویزیـون را در دو مدل ۵۰ و ۵۵ اینچی و تحت برند «آمازون بیسـیک» راهی بازار این کشور کرده است. آمازون با توجه به اینکه کاربران هنـدی به محصولات پرچمدار علاقه کمتری دارند تلویزیون‌هایش را با قیمت ۴۱۰ دلار برای مدل کوچک‌تر و ۴۸۰ دلار برای مدل د نیز همان چیزی است که از تلویزیونی با این

هر دو مدل مذکور از نمایشـگر LED با وض دیـد ۱۷۸ درجـه‌ای بهره بـرده و از HDR افزایش کیفیت تصویر کمک می‌کند. سیسـت OS ۷ است و امکان استفاده از ریموت صوتی جدید Fire TV خبری نیست.

از دیگر مشخصات تلویزیون آمازون می‌توا

پمپ‌های فشار قوی شیرین‌ساز آب دریا به سواحل جنوبی رسید

پمپ‌های فشار قوی شیرین‌ساز آب دریا تولید شد. جزیره هرمز و ابوموسی از جمله سواحل بهره‌مند از این دستاورد فناورانه مورد حمایت معاونت علمی هستند.

طـی تفاهم‌نامـه سـه‌جانبه میـان کارگروه تخصصی توسـعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری و دو شرکت دانش‌بنیان رعد آب جنـوب و موتورهای دوار خاور طوس و طی قراردادی با مرکـز طرح‌های کلان ملی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری مقرر شده است که ۸ پمپ فشار قوی شیرین‌ساز آب دریا در سـواحل کشـور نصب و راه‌اندازی شود. بر همین اسـاس دو پمپ در جزیره هرمزگان و یک پمپ در جزیره ابوموسـی برای تسـت‌های نهایی جایگزیـن نمونه‌های خارجی در عملیات نمک‌زدایی شده است.

این پمپ‌ها ساخت متخصصان داخلی است و با تلاشی فناورانه برای انجام تست‌های نهایی وارد مدار تولید آب شده است. شرکتی مستقر در پارک علم و فناوری خراسـان این پمپ‌ها را طراحی کرده و در اختیار صنعت قرار داده اسـت. پیش از این، پمپ‌های فشار قوی شیرین‌ساز آب دریا از دیگر کشورها خریداری می‌شد اما تحریم‌ها بهانه‌ای شد برای آنها که فروش این پمپ‌ها به کشـور را متوقف کنند. هرچند که این کار به متخصصان داخلی فرصت داد تا توانمندی خود را در سـاخت این تجهیزات کاربردی به اثبات برسانند.

ایـن محصول از نظر کیفیـت و راندمان بالا قابلیـت رقابت با محصـولات اروپایی را دارد و می‌تواند سالانه موجب صرفه‌جویی ارزی بیش از ۵ میلیون دلار شـود. سـه آب شـیرین‌کن در جزیره هرمز در مجمـوع با ظرفیت هزار و ۵۰۰ مترمکعب در شبانه روز، آب هزار و ۸۶۰ مشترک این جزیره را تامین می‌کنند. یک ماه پیش هم پمپ آب شیرین‌کن جزیره ابوموسی برای تست‌های نهایی در مدار قرار گرفت.

تامین آب جزایر اسـتان هرمزگان از طریق دستگاه‌های آب شیرین‌کن صورت می‌گیرد و به دلیل کم‌جمعیتی و پراکندگی این جزایر بیشـتر دسـتگاه‌های موجود در ظرفیت‌های کوچک سـاخته شده اسـت تا در صورت بروز مشکل فنی همه ظرفیت از مدار تولید خارج نشود.

بیش از هزار اختراع ایرانی در ادارات اروپا و آمریکا منتشر شد

ثبت اختراع ابزاری برای درآمدزایی اسـت. با توجه به جهش علمی کشور این موضوع در سال‌های اخیر مورد توجه معاونت علمی و فناوری قرار گرفته است.

اهمیت ثبت بین‌المللی اختراع و دستاوردهای دانشـمندان و محققان کشور معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری را بر آن داشت تا از سـال ۹۳ برنامه حمایت از ثبت اختراع‌ها را به صورت جدی آغاز کند.

در این راسـتا کانـون پتنت معاونت علمی و فناوری مسـئولیت حمایـت از ثبت اختراعات محققـان را به عهـده گرفت بنابرایـن در این مسـیر با آگاهی‌بخشـی و اطلاع‌رسانی درست به شـرکت‌های دانش‌بنیان و انجـام تمام امور تخصصی و پیچیده تهیـه فرم‌ها و پیش‌نویس ثبت اختراع، این مسـیر هموار شد و عدد ثبت اختراع ایران رشد کرد.

به گونه‌ای که در ۲۰ سال اخیر مجموع اختراعات فایل شده ایران صرفا در ادارات ثبت اختراع اروپا و آمریکا از عدد هزار گذشته است که تاکنون ۹۸۰ عدد از آنها منتشر و بقیه نیز در صف انتشار هستند.

این در حالی است که برنامه حمایت از ثبت در سایر ادارات ثبت اختراع مانند چین، کانادا، هند، کره جنوبی و ژاپن نیز از برنامه‌های اصلی آنها است.

بـه گفته مهدی ضیغمی، مدیـر کانون پتنت معاونت علمـی و فناوری، این رقم نویدبخش این اسـت که شرکت‌های دانش‌بنیـان و سـایر فعالان در زیسـت بوم فناوری و نوآوری کشـور به خوبی به اهمیت موضوع ثبت اختراع پی برده‌اند. البته با توجه به ظرفیت بالای دستاوردهای نوآورانه و وجود بازارهای صادراتی مناسب باید تلاش بیشتری در این مسیر داشته باشیم.

وی همچنین بیان کرد: ثبت اختراع ابزاری مناسـب برای تسهیل دستیابی به این بازارها اسـت. با توجه به اهمیت این موضوع برنامه ارتقای کانون پتنت توسـط معاونت علمی و فناوری به شـورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه شد تا اقدامی برای تسریع در رشد ثبت اختراع کشـور باشـد. همچنین با توجه به جهش علمی موجود در کشـور و رشد دسـتاوردهای علمی برای حفظ آنها برنامه‌ریزی برای ثبت اختراع سـرعت بیشتری گرفته است تا شاهد درآمدزایی بیشتری در این حوزه باشیم.

LED و رزولوشن 4K از راه رسید

یگر عرضه می‌کند و مشخصات دستگاه قیمت انتظار می‌رود.

سوح 4K، نرخ تازه‌سازی ۶۰ هرتز و زاویه ۱۰ و دالبی ویژن پشتیبانی می‌کنند که به تم عامل نصب شده روی دستگاه‌ها Fire ی الکسا نیز وجود دارد اما از رابط کاربری

ن به اسپیکرهای ۲۰ واتی سازگار با دالبی اتموس، ۳ پورت HDMI ۲،۰، درگاه‌های USB ۳،۰ و USB ۲،۰ و پردازنده ۴ هسته‌ای ۱.۹۵ گیگاهرتزی اشاره کرد.

این شرکت احتمالا در آینده نزدیک از نسخه‌های ارزان‌تر این دستگاه‌ها با رزولوشن ۱۰۸۰p و ۷۲۰p نیز رونمایی خواهد کرد که به افزایش هرچه بیشتر فروش در هند منجر می‌شود. .هنوز مشخص نیست که آمازون برنامه‌ای برای عرضه این دستگاه‌ها در کشورهای دیگر دارد یا خیر اما علی‌رغم استفاده از برند آمازون بیسیک بسیاری از مشخصات این دو دستگاه با مدل‌های قبلی که تحت برندهای دیگر عرضه شده بود، یکسان است.

۴۱ موضوع اصلی اولویت‌دار پژوهشی زیستی حمایت شد تا این صنعت همگام با جهان توسعه یابد

ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری از ۴۱ طرح اولویت‌دار پژوهشی حمایت کرده است. این کار به شتاب گرفتن روند توسعه این صنعت می‌انجامد. طرح‌های پژوهشی را یکی از پایه‌های اصلی توسعه هر صنعتی می‌دانند. براساس همین ضرورت، ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از اولویت‌های خود را حمایت از طرح‌های پژوهشی که نقشی اثرگذار در توسعه این صنعت کاربردی دارد، قرار داده است. بیشتر این طرح‌ها در حوزه‌های مختلفی چون داروهای زیستی، مواد اولیه دارویی، واکسن، پروبیوتیک، تجهیزات و داروهای شیمیایی متمرکز است. قرار است با این حمایت‌ها هم شرایط برای ورود ایده‌های نو به این صنعت فراهم شود و هم زیست‌فناوری با کمک این طرح‌های نوآورانه و خلاق روند توسعه خود را شتابان طی می‌کند.

یادداشت

دومین دوره بوت کمپ دیجیتال با حمایت معاونت علمی از ۱۳ دی‌ماه برگزار می‌شود

دومین دوره بوت کمپ دیجیتال مارکتینگ از ۱۳ دی ماه ۱۳۹۹ آغاز می‌شود و بیش از ۱۰۰ساعت دوره آموزشی برای کاربران در نظر گرفته خواهد شد. به گزارش دیجیاتو، با گذشت نزدیک به یک سال از شیوع ویروس کرونا در زندگی مردم و کسب و کارها، لزوم ورود کسب و کارها به فضای دیجیتال و تقویت فعالیت‌های استارت‌آپ‌ها در این محیط بیش از پیش برای همگان روشن شده است. از سوی دیگر با رشد این حوزه، نیاز بازار و فرصت اشتغال جوانان ایجاد شده است و توانمندسازی افراد یکی از مهمترین اقدامات لازم در این زمینه به شمار می‌رود. دور اول بوت کمپ دیجیتال مارکتینگ، پاییز امسال به‌صورت آنلاین و با مشارکت مرکز نوآوری ویکست با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توسط ۱۶ مدرس به مدت ۱۰۰ ساعت برگزار شد. دومین دوره این بوت کمپ در قالب ۱۰۰ ساعت آموزش آنلاین کاربردی به همراه ۵۰ ساعت جلسات رفع اشکال و پشتیبانی آنلاین ارائه می‌شود. «زهرا رحمتیان» مدیر اجرایی این بوت کمپ در گفت‌وگو با دیجیاتو، می‌گوید بیش از ۶۰ نفر در دوره قبلی این رویداد شرکت کردند که بسیاری از آنها یا در همین شرکت و یا شرکت‌های همکار در طول این پروژه استخدام شده و یا در مرحله استخدام قرار دارند. رحمتیان می‌گوید: «فارغ‌التحصیلان رشته‌های مرتبط با بازاریابی و تبلیغات که علاقه‌مند به استخدام در این حوزه دارند، دانشجویان رشته‌های مرتبط با بازاریابی و تبلیغات، فعالان اکوسیستم استارت‌آپی، کارشناسان بازاریابی، تبلیغات و فروش که تمایل به ارتقای شغلی دارند، کارآفرینان و صاحبان مشاغل از مخاطبین هدف این دوره هستند.» رحمتیان در پاسخ به این پرسش که شرایط شرکت در این رویداد چگونه است به دیجیاتو، می‌گوید که در وهله اول یک تست آزمایشی از دانشجویان گرفته می‌شود: «این کار را می‌کنیم تا تیمی یکدست از دانشجویان داشته باشیم و بتوانیم مطمئن باشیم که حداقل آگاهی‌های لازم برای شرکت در دوره را دارند. پس از قبولی در این تست، افراد می‌توانند در دوره‌ها شرکت کنند. سال گذشته نزدیک به ۱۰۰ نفر قبولی داشتیم که نزدیک به ۷۰درصد آنها در دوره شرکت کردند.» ظرفیت ثبت‌نام در این دوره آنلاین ۶۰ نفر بوده و از این تعداد ۲۰ نفر از شرکت‌کنندگان در شرکت‌های حامی استخدام شده و ۲۵ نفر از دانشجویان برای کارآموزی جذب خواهند شد. رحمتیان درباره چرایی محدودکردن دانشجویان در یک دوره آنلاین که نیازی به کلاس فیزیکی ندارد به دیجیاتو، می‌گوید: «با تجربه‌ای که در دوره گذشته کسب کردیم به این نتیجه رسیدیم که بهتر است آمار دانشجویان را محدودتر نگه داریم تا بتوانیم ارتباطات بهتر و پشتیبانی قوی‌تری برای آنها تدارک ببینیم.»

او درباره نحوه فرآیند دوره‌های آموزشی نیز به دیجیاتو، می‌گوید: «دانشجویان در کلاس‌ها عملا وارد یک پروژه عملیاتی می‌شوند و این پروژه را در یکی از شرکت‌های همکار ما مانند آژانس تبلیغات دیجیتال دیما، پلتفرم تبلیغات آنلاین یکتانت، آژانس بازاریابی دیجیتال ادنگاه، مورف استودیو، آهن آنلاین و دوزلی بوک و یا خود اینفوگرام پیش می‌برند. برخی از دانشجویان که خودشان از اعضای تیم یک استارت‌آپ هستند نیز می‌توانند این پروژه کیس استادی را در تیم خودشان پیاده‌سازی کنند.» لازم به ذکر است، با مشارکت حامیان برای تعدادی از شرکت‌کنندگان دوره تا ۵۰ درصد مبلغ تخفیف شهریه آموزشی در نظر گرفته شده است که این حمایت برگرفته از مسئول اجتماعی شرکت‌های همکار اینفوگرام در این رویداد و همچنین حمایت‌های معاونت علمی و ریاست جمهوری نشأت گرفته شده است.

با کمک پیشگامان اقتصاد دیجیتال این صنعت روندی رو به رشد گرفت

توسعه صنعت دیجیتال با استفاده از تجربیات و توانمندی فعالان و صنعتگران شتاب می‌گیرد؛ کاری که مسیر ورود نوآوری‌ها به این عرصه را تسهیل می‌کند.

صنعت اقتصاد دیجیتال هم که یکی از حوزه‌های نوپای جهانی است، برای رسیدن به نقطه ایده‌آل خود به بهره‌مندی از ظرفیت‌های فناورانه فعالان این عرصه نیاز دارد؛ فعالانی که یک بار با طی کردن این مسیر، می‌توانند آزمون و خطا در این مسیر را کم کنند.

دنیا به این باور رسیده است و ظرفیت‌ها و تجربیات موجود را به کار بسته‌اند تا با شتاب بیشتری روند توسعه صنایع خود را به پیش ببرند. طبق بررسی‌ها سهم اقتصاد دیجیتال از اقتصاد جهانی تا سال ۲۰۲۰ رشد ۴/۲۸ درصدی خواهد داشت و ارزش آن به بیش از ۲۴ میلیارد دلار خواهد رسید، ضمن آنکه طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته، به طور کلی با افزایش اقتصاد جهانی مواجه خواهیم بود. همین آمار کافی است تا به اهمیت توسعه این صنعت مهم در دنیا پی ببریم.

غول‌های جهانی اقتصاد دیجیتال را بشناسید

اپل با ۲۱۵ میلیارد دلار، آمازون با ۱۳۵ میلیارد دلار، گوگل با ۹۰ میلیارد دلار و فیس‌بوک با ۲۷ میلیارد دلار درآمد غول‌های جهانی اقتصاد دیجیتال در دنیا هستند. سبد محصولات این چهار شرکت، مجموعه گسترده و متنوعی از ارائه خدمات و پلتفرم‌های دیجیتالی است که به سرعت توانسته‌اند کاربران زیادی را به سمت خود جذب کنند. تجربه این شرکت‌ها می‌تواند مسیر درست توسعه این صنعت را پیش روی فعالان اقتصاد دیجیتال قرار دهد.

ایران هم چند سالی است که به حوزه اقتصاد دیجیتال وارد شده است و با توجه به اینکه صنعتی نوپا محسوب می‌شود استفاده از تجربیات ملی و بین‌المللی می‌تواند راهگشای فعالان آن باشد.

در ایران با وجود اینکه در حوزه تولید فناوری‌های نوین نسبت به جهان مزیتی وجود ندارد اما می‌توانیم از فرصت‌های اقتصادی به وجود آمده در حوزه ارائه خدمات حاصل از این فناوری‌ها بهره بگیریم.

تعامل با شرکت‌های بزرگ داخلی میسر شد

ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم برای توسعه این عرصه فناورانه در تلاش است تا با حضور بخش خصوصی و شرکت‌های پیشگام، توسعه این صنعت را رقم بزند. این ستاد به دنبال تعامل با شرکت‌های بزرگ و تاثیرگذار در این صنعت جهانی است.

این ستاد هم با توجه به اهمیت استفاده از این توانمندی‌ها و تجارب چند ساله، تعامل با شرکت‌های بزرگ و پیشگامان اقتصاد دیجیتال را در اولویت کاری خود قرار داده است. استفاده از تجارب این شرکت‌های اقتصادی می‌تواند به شناخت درست و هدفمند نیازهای این حوزه کمک کند. این پیشگامان می‌توانند در سطح ملی و بین‌المللی باشند.

این برنامه براساس مشارکت با شرکت‌های بزرگ و پیشگامان این عرصه اتفاق می‌افتد. قرار بر این است که این کار با هدف «افزایش نفوذ فناوری‌های دیجیتال» و «پیشبرد برنامه‌های متنوع‌سازی توسعه بازار و صادرات» انجام شود.

«متنوع‌سازی اکوسیستم از منظر شکل‌گیری بازیگران و استارت‌آپ‌های مرتبط با حوزه‌های مسئله‌محور اولویت‌دار»، «افزایش نفوذ و انتشار فناوری‌های دیجیتال در صنایع»، «افزایش آگاهی عمومی و توانمندی‌های عمومی و تخصصی در حوزه دیجیتال»، «افزایش سهم تولید دانش در حوزه فناوری‌های دیجیتال با رویکرد اقتصادی و بازارمحور» و «افزایش حجم بازار و صادرات حوزه دیجیتال» از دیگر اهدافی است که در ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری پیگیری می‌شود.

تجهیزات نوین آبیاری به کمک کشاورزان آمد تا بهره‌وری از منابع آبی بیشتر شود

روش‌های نوین آبیاری یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان به کمک کشاورزان آمد تا مصرف و بهره‌وری منابع آبی کشور بهینه شود.

شرکت پایا بسپار آریا از مجموعه‌های فناورانه‌ای است که به همت جمعی از متخصصان ایرانی ایجاد شد و به عنوان یکی از پیشگامان صنعت آبیاری ایران در تلاش است تا به یکی از دغدغه‌های کشاورزان که خرید لوازم باکیفیت و کاربردی فعالیت‌شان است را کاهش دهد. این کار را هم با تولید محصولاتی باکیفیت انجام می‌دهد.

در این نوع تجهیزات و سیستم‌های بارانی، کیفیت و دوام شیرآلات، اتصالات، آبپاش‌ها و سایر ملزومات نقش بسزایی را در بازدهی آبیاری ایفا می‌کنند. از مزایای تجهیزات آبیاری بارانی وبسپار می‌توان به کیفیت و استحکام بالا، قابلیت تعویض قطعات، مقاومت در برابر نور خورشید و مواد شیمیایی، طول عمر بالا و تست ۱۰۰درصد قبل از خروج کارخانه اشاره کرد.

آب‌پاش آلومینیومی یکی از تولیدات این شرکت است. به گفته محمود رجبی مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، این آبپاش مشابه با آبپاش آمبو شرکت سایم ایتالیا طراحی و تولید شده است. شرکت پایا بسپار آریا برای بهبود عملکرد و طول عمر آبپاش آلومینیومی وبسپار تغییراتی را در طراحی و قطعات داخلی آبپاش نسبت به نمونه مشابه خارجی و محصولات داخلی اعمال کرده است.

وی افزود: قطره‌چکان تنظیمی، آبپاش پلیمری، شیر خودکار پلیمری، شیر خودکار آلومینیومی، کلید شیر خودکار، شیرهای توپی، رایزر پلیمری، کمربند انشعاب، سه‌پایه آبپاش، پایه آبپاش آلومینیومی و تی‌اف، تبدیل دنده‌ای پلیمری رایزر آلومینیومی، آبپاش SR۳۰ وآبپاش RX۲۵ از جمله محصولات تولیدی این شرکت است.

این فعال دانش‌بنیان همچنین بیان کرد: از مهمترین مولفه‌های نفوذ در بازارهای جهانی، کیفیت محصولات است. شرکت ما با ارائه محصولات باکیفیت مطابق با استانداردهای روز دنیا و حضور در نمایشگاه‌های کشاورزی مطرح جهان توانسته است در بازارهای بین‌المللی نیز جایگاه ویژه‌ای پیدا کند در حال حاضر محصولات وبسپار به بیش از ۱۰ کشور در خاورمیانه و اروپای شرقی صادر می‌شود.

ایمپلنت‌های ارتوپدی دانش‌بنیان جایگزین مفصل‌های از بین رفته شد

شرکتی دانش‌بنیان با تولید ایمپلنت‌های ارتوپدی و ستون فقرات تلاش کرد تا همگام با استانداردهای جهانی، سلامت را به جامعه هدیه دهد.

شرکت آترا ارتوپد ارومیه، یکی از شرکت‌های دانش‌بنیانی است که به عنوان نخستین تولیدکننده ایمپلنت‌های آناتومیکال استیل و تیتانیوم در ایران، فعالیت خود را سال ۸۵ با اخذ مجوزهای لازم از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و وزارت صنعت، معدن و تجارت و همچنین دریافت استانداردهای مدیریت کیفیت و گواهینامه‌های اروپایی آغاز کرد.

ایمپلنت ارتوپدی یک وسیله پزشکی است که برای جایگزینی مفصل یا استخوان از بین رفته برای ثبات در سیستم عضلانی و بهبود تحرک و انعطاف‌پذیری ساخته شده است. این شرکت با استفاده از فناوری‌های پیشرفته به تولید محصولات خود اقدام کرده است. این کار به کاهش هزینه‌ها و قیمت و افزایش کیفیت محصولات حوزه ایمپلنت‌های ارتوپدی و ستون فقرات منجر شده است.

محمدباقر حسین‌زاده، رئیس هیأت مدیره این شرکت، گفت: این مجموعه یکی از مجموعه‌های پیشرو در تولیدکنند ایمپلنت‌های تیتانیوم در ایران است و دانشگاه‌های علوم پزشکی و مراکز درمانی فعال در حوزه ارتوپد از محصولات این شرکت که تولیدات آن با حدود یک پنجم قیمت کالاهای وارداتی تولید می‌شود، بهره‌مند هستند.

وی اضافه کرد: در حال حاضر تعدادی تولیدکننده ایمپلنت‌های ارتوپدی در کشور فعال هستند، اما ایمپلنت‌های تیتانیومی تنها در ارومیه و مشهد تولید و به بازار عرضه می‌شود. محصولات این شرکت به جمهوری آذربایجان و اربیل عراق هم صادر می‌شود و در صدد توسعه بازارهای هدف هستیم و این کار را با توسعه کمی و کیفی دنبال می‌کنیم.

رئیس هیأت مدیره شرکت آترا ارتوپد از فعالیت ۲۸ نفر فوق لیسانس مهندسی مکانیک در کنار افزون بر ۴۰ کارشناس و متخصص در این شرکت خبر داد و گفت: علاوه بر محصولات متعارف، برخی اختراعات از جمله ایمپلنت پاشنه پا هم در این مرکز به تولید انبوه رسیده است. واحدهای آنادایز، لیزر، پولیشینگ و کنترل کیفیت از بخش‌های وابسته این واحد تولیدی هستند.

کارگاه برندینگ

۲۰۲۰ سال طلایی صنعت بازی‌سازی

به قلم: تیم نویسندگان سایت reuters
مترجم: امیر آل‌علی

شیوع ویروس کرونا برای تعداد حدودی از حوزه‌ها، زمینه رشد بسیار بالایی را به همراه داشت. در این رابطه صنعت بازی‌سازی، یکی از آنها بوده و این امر باعث شده است تا این حوزه حتی از صنعت سینما و انواع مسابقات ورزشی نیز سودآورتر شود. درواقع اگرچه این دو صنعت در اثر کرونا با تعطیلی‌هایی مواجه شدند، با این حال این مسئله برای بازی‌ها اتفاق نیفتاده و قرنطینه خانگی، منجر به استفاده به مراتب بیشتر نیز شده است. به همین خاطر نیز بسیاری از تحلیلگران بر این باور هستند که به این حوزه باید توجه به مراتب بیشـــتری شود. تحت این شرایط حتی ممکن است شاهد همکاری فیلمنامه‌نویسان مطرح جهان، برای افزایش کیفیت داســتان بازی‌ها نیز باشـــیم. در این راستا نکته جالب دیگر این اســـت که بازی‌های موبایلی، بالاترین سرعت رشد را داشته و به همین خاطر فعالیت در این زمینه نیز سود تضمین شده‌ای را به همراه خواهد داشت. نمونه‌های موفقی نظیر Among Us، این نکته را به اثبات رسانده است که حتی با پایین‌ترین گرافیک نیز می‌توان به محبوبیت جهانی دست پیدا کرد. تحت این شرایط به نظر می‌رسد که بـــرای برندهای مطرحی نظیر اپل و آمازون که در صنعت ســـینما نیز حضور پیدا کرده‌اند، این بخش به مراتب ســـودآورتر خواهد بود. با این حال این آمار بدون شک پس از پشت سر گذاشتن شرایط سخت حال حاضر، تغییراتی را پیدا خواهد کرد، با این حال نمی‌توان از سرعت رشد بسیار بالای صنعت بازی‌سازی، چشم‌پوشی کرد. در این راستا فراموش نکنید که رقابت در این حوزه کمتر از صنعتی نظیر ســـینما است. این امر فضا را برای شروع و رشد سریع، مهیا کرده است، با این حال فرصت طلایی موجود، ممکن است تا ۲ سال دیگر از بین برود.

منبع: reuters.com

دسترسی بازاریاب‌ها به داده‌های تازه در اسنپ‌چت

به قلم: اندرو هاتکینسون کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

اســـنپ‌چت به موازات نزدیک شدن به تعطیلات کریسمس دامنه وســـیع‌تری از اطلاعات مربوط به ترندهای برتر و همچنین برخی از تغییـــرات در رفتار کاربران را در اختیار بازاریاب‌ها قرار داده اســـت. ایـــن امر با هدف ساده‌ســـازی فرآیند بازاریابی بـــرای برندها در بازه زمانی سخت پیش روی صورت گرفته است.

اســـتفاده از ترندها در حوزه بازاریابی همیشـــه مدنظـــر برندها قرار داشـــته است. اسنپ‌چت برای اطلاع‌رسانی دقیق به بازاریاب‌ها گزارش رســـمی‌اش را تغییر و تحول ترندها در پلتفرمش را در قالب گزارشـــی ۱۵ صفحه‌ای منتشر کرده اســـت. این امر جذابیت بسیار زیادی برای بازاریاب‌ها، درســـت در زمان مناسب کریســـمس، دارد. با این حساب مشـــاهد افزایش سرمایه‌گذاری برندها در حوزه بازاریابی در اسنپ‌چت امری طبیعی خواهد بود. یکی از اهداف اصلی اسنپ‌چت برای رونمایی از داده‌های تازه‌اش برای بازاریاب‌ها همین نکته اســـت. امسال بسیاری از پلتفرم‌های اجتماعـــی در تلاش برای جلب نظر برندها و بازاریاب‌ها برای سرمایه‌گذاری تبلیغاتی هستند. بدون تردید این امر در ارتباط با سال مالی دشوار ۲۰۲۰ و امیدواری برای تغییر وضعیت در سال جدید میلادی است، با این حساب رونمایی اسنپ‌چت از امکانات جدید برای بازاریاب‌ها جای تعجب ندارد.

منبع: socialmediatoday.com

کمپین یک دلاری برگرکینگ

به قلم: پیتر آدامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

برگرکینـــگ در تازه‌ترین اقدام بازاریابـــی‌اش از منوی یک دلاری مخصوصی رونمایی کرده اســـت. این برند معتبر در حوزه فست‌فود به برخی از مشتریان از طریق درگاه پرداخت ونمو مبلغ یک دلار را هدیه می‌کند. شاید در نگاه نخست اعطای هدیه یک دلاری، آن هم به صورت انتقال بین حســـاب، ایده عجیبی باشد. نکته مهم در این میان ایده اساســـی برگرکینگ برای رونمایی از منوی تازه‌اش است. منوی تازه برگرکینگ با شعار حمایت از مشتریان همراه است.

اگـــر نگاهی دقیق به منوی تازه برگرکینگ داشـــته باشـــیم، هیچ تفاوت قابـــل توجهی با برگرهای قبلی این برند مشـــاهده نخواهیم کرد. مسئله اساســـی در این میان تلاش برگرکینگ برای کمک به بخشـــی از مشـــتریانش اســـت. این امر همگام با اتخاذ سیاست‌های حمایتی در ایالات متحده دنبال می‌شـــود. بازاریاب‌های برگرکینگ بـــه نوعی بـــه دنبال حمایـــت متقابـــل از مشتریان‌شـــان در دوران ســـخت کرونایی هســـتند. برهمین اســـاس تمام برگرهـــای منوی ویـــژه برگرکینگ به قیمت یک دلار عرضه می‌شـــود. این امر انگیزه مشـــتریان برای اســـتفاده از منوی تازه برگرکینـــگ را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد.

درگاه پرداخت ونمو در طول دوران کرونا محبوبیت بسیار زیادی پیدا کرده اســـت. شـــمار بالایی از کاربران در دوران کرونا در تلاش برای انتقال ساده و ســـریع مبالغ مختلف میان یکدیگر و همچنین برندها هســـتند. ونمو با ارائه امکانات مختلف نگاه بسیاری از برندها را به خود جلب کرده اســـت. درست به همین خاطر برگرکینگ در تازه‌ترین اقدام بازاریابی‌اش از درگاه موردنظر استفاده می‌کند.

شـــرایط اقتصادی در طول یک ســـال اخیر همـــراه با ثبات نبوده است. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد کرده است. برگرکینگ در این میان فقط به فکر بهبود وضع مالی خودش نیســـت. توجه به مشتریان در استراتژی کسب و کار برندهای بزرگ همیشـــه مشـــهود اســـت. کمپین تازه برگرکینگ این گرایش را به خوبی نشان می‌دهد.

منبع: marketingdive.com

۳ تبلیغ اشتباه و درس‌هایی که از آنها می‌توان آموخت

به قلم: جولیا مک کوی کارشناس بازاریابی و تبلیغات
مترجم: امیر آل‌علی

در حالـــی که هـــدف از هر تبلیغ، ایجـــاد فضای بهتری بـــرای افزایش ســـودآوری اســـت، با این حال در این زمینه اشـــتباهات بزرگی نیز انجام می‌شود که باعث هزینه‌های حتی جبران‌نشدنی خواهد شد. در این راستا ممکن است تصور کنید که چنین اتفاقاتی صرفا به گذشته محدود است، با این حال حتی در چند هفته اخیر نیز شاهد نمونه‌هایی از آنها بوده‌ایم. همین امر باعث شده تا نگاهی تحلیلی به هر یک از آنها داشته باشیم.

۱- Giant Food

این فروشگاه زنجیره‌ای آمریکایی به مانند سنت هر ساله خود، در تبلیغ خود اعلام کـــرد که با پذیرایی مفصلی، میزبان خریداران خواهد بود. این امر در حالی اســـت که امســـال به خاطر شـــیوع ویروس کرونا که در حال حاضر آمریکا بیش از سایر کشورها درگیر آن است، هرگونه اجتماع ممنوع اعلام شـــده است. به همین خاطر این اقدام، عملا یک ضدتبلیغ بوده و با اعتراض‌های گسترده‌ای همراه بوده است. در این راستا حتی مدیر شرکت مجبور به عذرخواهی رسمی شده و این مسئله تا ماه‌ها بر فروش این برند تاثیر منفی خواهد داشـــت. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که در شرایط خاص، لازم است تا تمامی اقدامات مورد بازبینی قرار گرفته و برخی از عادت‌ها، کنار گذاشـــته شود. درواقع در چنین شرایطی حساسیت شما باید به مراتب بیشتر باشد.

۲- JPMorgan Chase

این برند در زمینه بانکداری و ســـرمایه‌گذاری فعال بوده و موســـس آن جی پی مورگان، از اقتصاددان‌های مطرح تاریخ آمریکا محسوب می‌شود. در یکی از توییت‌های این برند تلاش شده است تا با بودجه‌بندی مخاطب شوخی شود، با این حال نتیجه آن فاجعه‌آمیز بوده است. درواقع مخاطب در این توییت، به تمسخر گرفته شده و همین امر با واکنش منفی بسیاری همراه بوده اســـت. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که اگرچه اســـتفاده از طنز، جذابیت بالایی را به همراه دارد با این حال تحت هیچ شرایطی نباید اجازه دهید که به مخاطب توهین شود. در این راستا لازم است تا تفاوت میان شوخی جذاب با توهین را به خوبی درک نمایید. در این راســـتا فراموش نکنید که به خاطر شـــبکه‌های اجتماعی، سرعت انتشار مطالب بسیار زیاد است. به همین خاطر حتی یک اشتباه می‌تواند سریعا به فاجعه‌ای بزرگ تبدیل شود.

۳- Hoover

این برند در زمینه تولید انواع جارو برقی و تجهیزات نظافت ســـاختمان فعالیت دارد. چندین ســـال قبل آنها در تبلیغـــی عجیب اعلام کردند که بـــه ازای ۱۰۰ پوند خرید، یک پرواز رایگان به هر یک از مشـــتریان تعلق خواهد گرفت، با این حال عدم توجه به هزینه‌ها باعث شد تا افراد بسیاری مشتاقانه اقدام به خرید کنند که این شرکت را به ورشکستگی رساند. در این راستا مدیران شرکت حتی مجبور به فروش برند خود شدند. به همین خاطر نیز یک کمپین تبلیغاتی اشتباه حتی می‌تواند منجر به نابودی کامل شود. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که قبل از هر تبلیغی، نســـبت به ســـودآور بودن آن اطمینان داشته باشید و هزینه‌ها را مدنظر قرار دهید. همچنین در تبلیغ خود باید تمرکز اصلی بر روی محصول باشـــد و نه آن که بخواهید با موردی دیگر، افراد را به خرید ترغیب نمایید.

منبع: searchenginejournal.com

۷ دلیل که نشان می‌دهد ۲۰۲۱ سال بهتری برای دورکارها خواهد بود

امســـال به علت شیوع ویروس کرونا در سراســـر جهان، شمار بالایی از کارکنان دورکار و مجبور به کار از خانه شدند. اگر فکر می‌کنید سال آینده دیگر چندان خبری از دورکاری نخواهد بود، اشـــتباه می‌کنید چراکه بنابر دلایلی در ۲۰۲۱ وضعیت برای دورکاری بهتر هم خواهد شد.

بسیاری از شرکت‌ها امسال آمادگی دورکاری نداشتند و چنین وضعیتی را پیش‌بینی نکرده بودند، به همین علت با مشکلاتی روبه‌رو شدند، با این حال کارکنـــان پس از مدتی با چنین وضعیتی کنـــار آمدند و حالا طبق نظرسنجی‌ها تمایل بیشتری به دورکاری دارند.

شـــمار کارکنان دورکار از ابتدای ســـال جاری میلادی تـــا به امروز که در روزهـــای آخر ۲۰۲۰ قرار داریم، افزایش چشـــمگیری داشـــته و طبق نظرســـنجی‌ها، بیش از نیمی از کارکنان می‌خواهند در دوران پســـاکرونا هم دورکار باقی بمانند. برای مثال در نظرسنجی «FlexJobs» از ۴۰۰۰ کارمنـــد، ۶۱ درصد آنها خواهان دورکاری کامل پس از پایان بحران کرونا شده‌اند و ۳۱درصد هم می‌خواهند به صورت هیبریدی کار کنند.

سال آینده میلادی واکسن کرونا به بسیاری از کشورها راه پیدا می‌کند و در برخی کشـــورها با ایمنی جمعی روبه‌رو می‌شویم، با این حال انتظار می‌رود دورکاری ســـاده‌تر و منصفانه‌تر شود و حتی از نظر مالی هم برای افراد پاداش در نظر گرفته شود.

متخصصـــان بنابر دلایـــل زیر انتظار دارنـــد دورکاری در ســـال ۲۰۲۱ گسترش پیدا کند و همچنین بهتر شود که در ادامه آنها را مرور می‌کنیم.

پشتیبانی سیاست‌گذاران از افراد دورکار

پیـــش از شـــیوع ویروس کرونا شـــمار کمی از مردم در جهـــان دورکار بودند، اما حالا شمار آنها افزایش چشمگیری داشته و همین موضوع باعث می‌شـــود سیاســـت‌گذاران توجه ویژه‌ای به آنها داشته باشند. این احتمال وجود دارد که ســـال آینده در برخی کشورها با قوانین جدیدی مربوط به مواردی مانند میزان درآمد یا مالیات برای این افراد روبه‌رو شویم.

«بری رینولدز»، متخصص ارشـــد شغلی در FlexJobs به این موضوع اشـــاره می‌کند که سیاســـت‌های مربوط به دورکاری در گذشـــته چندان موردتوجـــه قرار نگرفته‌اند، اما حالا کـــه دورکاری تبدیل به امری عادی و رایج شده، احتمالا شرایط در ۲۰۲۱ برای این افراد بهتر می‌شود.

دسترسی افراد دورکار به ابزارها و منابع بیشتر

با افزایش شـــمار افراد دورکار، شـــرکت‌ها به دنبال طراحی محصولاتی می‌رونـــد که تجربه کاربری این کارکنـــان بهبود پیدا کند. همین موضوع باعث می‌شـــود که کارفرمایان در این بخش سرمایه‌گذاری بیشتری کنند. یکی از تحلیلگران «Forrester Research» به نام «دیوید جانســـون» پیش‌بینی کرده که شرکت‌ها ســـال آینده برنامه‌های تشویقی برای افراد دورکار هم در نظر می‌گیرند. به اعتقاد جانسون، امنیت دورکاری، ابزارهای مدیریتی، همکاری و ارتباطات هم سال آینده بهبود پیدا می‌کنند. به گفته این تحلیلگر، حالا که نزدیک به نیمی از کارکنان دورکار شده‌اند و درون دفتر کار نمی‌کنند، کمپانی‌ها باید به دنبال راهکارهایی برای عملکرد بهتر آنها باشند.

حس طبیعی‌تر دورکاری

یکی از ســـخت‌ترین بخش‌های دورکاری، انتقال اولیه به خانه و شـــروع کارها از محلی غیر از دفتر اســـت. بســـیاری از افراد دورکار نسبت به این وضعیت حس مناســـبی نداشـــتند، اما حالا و در آینده دورکاری ســـاده‌تر خواهد بود. بســـیاری از مردم در سراســـر جهان مجبور شـــده‌اند به خاطر دورکاری در برنامه‌های روزانه خود تغییر ایجاد کنند که اگرچه این موضوع امسال فشار زیادی به آنها وارد کرده، اما در آینده برای آنها عادی می‌شود. حـــالا این افراد چنیـــن عادت‌هایی را ایجاد کرده‌اند و در آینده احســـاس راحتی بیشتری خواهند کرد و این موضوع هم برای کارکنان و هم مدیران صادق است.

تفکیک بهتر میان زندگی شخصی و کار

«ون در ورت»، مدیرعامل شـــرکت «Remote» که به شرکت‌ها برای استخدام افراد دورکار از سراسر جهان کمک می‌کند، به این موضوع اشاره دارد کـــه هنوز افراد دورکار نتوانســـته‌اند به مزایـــای دورکاری پی ببرند. ورت می‌گوید: «یکـــی از جذاب‌ترین موارد درباره دورکاری، امکان کار در مکان‌های مختلف است. شما می‌توانید برای مدتی به شهر یا کشور دیگری ســـفر کنید و اگر نخواهید در خانه باشـــید، می‌توانید به محیط‌های دیگر بروید و کار کنید. در حال حاضر به خاطر شیوع کرونا چنین آزادی عملی نداریم، اما بـــا پایان آن چنین حس آزادی را تجربه خواهید کرد و تجربه شـــما بهبود پیدا می‌کند.» به گفته ورت، یکی از چالش‌های افرادی که به تازگی دورکار شده‌اند، جدا کردن زندگی شخصی و با کار است، مخصوصا اگر پدر یا مادر باشـــید. با این وجود ورت اعتقاد دارد سال آینده مشکلات در این زمینه بســـیار کمتر شـــود و افراد از زندگی شـــخصی خود در کنار دورکاری لذت ببرند.

حس انزوای کمتر

افرادی که به تازگی دورکار شده‌اند، با حس تنهایی و انزوا دست و پنجه نـــرم می‌کنند، اما به گفته ورت دلیل اصلی آن همه‌گیری کرونا و نه خود دورکاری است: «دورکاری به معنای آن نیست که شما با دیگران یا نزدیک آنها کار نمی‌کنید. بسیاری از مردم به کار در محیط‌های شلوغ علاقه دارند و همین موضوع دورکاری را برای آنها دشوار می‌کند، اما این حس با پایان بحران کرونا بهبود قابل توجهی خواهد داشت.»

گسترش بازار دورکاری

با افزایش میزان دورکاری، کمپانی‌ها می‌توانند از هر جای دنیا شـــروع به جذب اســـتعداد کنند و دیگر محل زندگی آنها تاثیری در این موضوع نخواهد داشـــت. به اعتقاد ورت، نیروی کار در سال ۲۰۲۱ بسیار متنوع‌تر می‌شـــود و همچنین شرکت‌ها می‌توانند به صورت بین‌المللی جذب نیرو کنند. ورت می‌گوید: «اگر شـــما تنها از یک منطقه جهان نیرو اســـتخدام نکنید و به کشـــورهای مختلفی دسترسی داشته باشـــید، می‌توانید یک ســـازمان با نیروهای متنوع و گوناگون تشـــکیل دهید. با این کار صداهای متنوعی از جوامع مختلف در سازمان خود خواهید داشت که باعث بهبود نحوه انجام کارها می‌شود.»

افزایش درآمد افراد دورکار

در ســـال آینده میـــلادی نه تنها کارفرمایان می‌تواننـــد به دنبال جذب نیرو از کشـــورهای مختلف باشـــند، بلکه کارکنان هم می‌توانند به دنبال موقعیت‌های شـــغلی خارج از کشور یا شهر محل سکونت خود باشند که همیـــن موضوع امکان افزایـــش درآمد آنها را فراهم می‌کنـــد. برای مثال برنامه‌نویسان می‌توانند با شرکت‌های خارج از شهر خود کار کنند و درآمد بالاتری هم داشته باشند.

منبع: Fast Company/digiato

کارآفرینان جوان بررسی می‌کنند:

درس‌های بازاریابی رهبران تجاری از سال ۲۰۲۰

نگارش: انجمن کارآفرینان جوان
ترجمه: علی آل‌علی

سال ۲۰۲۰ برای اغلب کسب و کارها همراه با چالش‌های متنوعی بود. بسیاری از کارآفرینان در سال ۲۰۲۰ مشکلات مالی و همچنین ناتوانی برای فروش را پشت سر گذاشتند. عرصه بازاریابی به طور قابل ملاحظه‌ای با افت رو به رو شد. این امر شاید در کوتاه‌مدت برای برخی از برندها قابل تحمل بود، اما کمتر کسی آمادگی رویارویی بحرانی یک‌ساله را داشت. تغییر مداوم در الگوی رفتار مشتریان یکی از پدیده‌های مهم در عرصه بازاریابی محسوب می‌شود. برخی از کسب و کارها در این مسیر به طور مداوم با مشکلاتی نظیر ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه شده‌اند. نکته جالب اینکه بحران اقتصادی ناشی از کرونا تغییر در الگوی رفتاری مشتریان را به طور سریع‌تری دنبال کرد.

بدون تردید بسیاری از کسب و کارها در طول ماه‌های اخیر از نظر بازاریابی تجربیات ناگواری داشته‌اند. اگر کسب و کار شما نیز در این میان وضعیت نامناسبی دارد، وضعیت منحصر به فردی را تجربه نمی‌کنید. بسیاری از برندها در سراسر دنیا با مشکلاتی مشابه شما دست و پنجه نرم می‌کنند. اگرچه وضعیت عرصه بازاریابی در طول سال اخیر بسیار دشوار بود، اما برخی از برندها از همین شرایط نیز استفاده مناسب را بردند. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از ترندها و درس‌های بازاریابی از رهبران تجاری موفق در سال ۲۰۲۰ است. این امر کمک مناسبی به بازاریاب‌ها و کارآفرینان جوان برای سال آینده میلادی خواهد کرد. دست‌کم با استفاده از توصیه‌های مطرح در این مقاله امکان حضور بهتر در عرصه بازاریابی و بهبود وضعیت نامناسب کسب و کار فراهم خواهد شد.

۱. تولید محتوای ارزشمند

محتوا در طول چند دهه اخیر بر عرصه بازاریابی حکمفرما بوده است. امروزه هیچ امری به اندازه محتوای جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف دارای اهمیت نیست. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به سوی تولید محتوا در قالب فرمت‌های مختلف روی آورده‌اند. این امر گاهی اوقات با موفقیت فوق‌العاده و برخی اوقات با شکست همراه بوده است. مسئله مهم در این میان ضرورت تولید محتوای ارزشمند است. وقتی از مفهوم ارزشمند صحبت می‌کنیم، باید مرجع اصلی را مدنظر قرار دهیم. بازاریاب‌ها در نهایت برای مخاطب هدف‌شان تولید محتوا می‌کنند بنابراین باید سلیقه مخاطب هدف را مدنظر قرار دهیم.

آلفردو آناتاسیو، مدیرعامل موسسه Uasist.ME، درس‌های مهمی از عرصه بازاریابی در طول سال ۲۰۲۰ گرفت است. به عقیده وی محتوای جذاب نظر مخاطب هدف را در مدت زمانی اندک جلب می‌کند: «محتوای جذاب هر مخاطبی را به خود جلب می‌کند. برعکس محتوای معمولی همیشه مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد. امروزه تمام مردم نیاز به خدمات و محصولات متنوعی دارند. مهمترین مسئله در این میان تولید محتوای بازاریابی مناسب و جذاب به منظور جلب نظر مشتریان به محصولات برندمان است. در غیر این صورت رقبا فروش بیشتری از ما خواهند داشت.»

وقتی از محتوای ارزشمند صحبت می‌کنیم، باید دامنه متنوع مشتریان را نیز مدنظر داشته باشیم. امروزه تولید یک نوع محتوای بازاریابی برای تمام مشتریان ایده جالبی نیست بنابراین براساس دسته‌بندی مشتریان باید اقدام به شخصی‌سازی محتوای بازاریابی نماییم. در غیر این صورت کمپین بازاریابی‌مان تاثیرگذاری لازم را به همراه نخواهد داشت. این امر حتی در مورد برترین محتوای بازاریابی نیز مصداق پیدا می‌کند. همیشه ایده‌های جذاب بازاریابی به معنای موفقیت در تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیست بنابراین باید نسبت به استفاده درست از ایده‌ها و پردازش‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف توجه نماییم.

۲. آمادگی برای تغییر

امسال برای اغلب کارآفرینان زنگ خطر برای تغییر را به صدا درآورد. بسیاری از برندها در بحث نظری از آمادگی فراوان برای تغییر صحبت می‌کنند، با این حال در عمل کمترین آمادگی برای این مسئله ندارند. چنین امری در ماه‌های نخست بروز بحران کرونا به خوبی قابل مشاهده بود. عرصه بازاریابی به عنوان نمایشگر جلوه حرفه‌ای هر برند مثال خوبی از وضعیت کسب و کارها در طول بحران کروناست. بسیاری از برندها در طول ماه‌های نخست درست مانند پیش از دوران کرونا بازاریابی کردند. این امر شاید در نگاه نخست عجیب به نظر برسد. مسئله اساسی در این میان فقدان برنامه اساسی و کاربردی برندها برای مقابله با وضعیت کرونایی بود بنابراین تا مدت‌ها کمپین‌های بازاریابی‌شان درست مانند دوران پیش از کرونا طراحی می‌شد.

کوین لی یز، مدیرعامل موسسه رسانه‌ای لی یز، در مورد سال ۲۰۲۰ بر روی ضرورت تغییر و شکست برخی از برندها در این راستا تاکید دارد: «سال ۲۰۲۰ همراه با شکست‌های بسیار زیادی برای کسب و کارها بود، اما مهمترین مسئله در این میان ناتوانی برای پردازش ایده‌های تازه و هماهنگ با شرایط تازه است. بسیاری از برندها در طول ماه‌های اخیر به طور مداوم از تلاش برای تغییر صحبت کردند، اما در عمل کمترین حرکتی به سوی ایجاد تغییرات کاربردی انجام ندادند.»

آمادگی برای تغییر یکی از مباحث مهم در عرصه بازاریابی است. وقتی برندها آمادگی لازم برای حضور اجرای این اصل مهم را نداشته باشند، با بروز کوچک‌ترین بحرانی تمام حوزه‌های فعالیت‌شان با مشکل مواجه خواهد شد. یکی از راهکارهای مهم برای غلبه بر تغییرات در لحظه و بهبود واکنش کسب و کار مربوط به طراحی سناریوهای مختلف است. امروزه بسیاری از برندها پیش از طراحی کمپین بازاریابی و اجرای آن اقدام به پیش‌بینی سناریوهای مختلف می‌کنند. مزیت اصلی این امر امکان آمادگی نسبی برای مواجهه با رویدادهای غیرمنتظره است. هرچه توانایی یک برند برای تعریف سناریوهای مختلف بیشتر باشد، در عمل مشکلات کمتری برای غلبه بر مشکلات خواهد داشت.

مسئله مهم درخصوص کرونا عدم پیش‌بینی‌اش از سوی اهالی کسب و کار و به طور کلی تمام مردم بود بنابراین شوک اولیه به دنیای کسب و کار امری طبیعی محسوب می‌شود. نکته اساسی در این میان به‌روز رسانی تمام بخش‌های کسب و کار برای انطباق با شرایط کرونایی آن هم در کوتاه‌ترین زمان ممکن است. با این حساب در سال آینده کسب و کارها باید برای تغییرات مهمی آماده شوند.

۳. اهمیت ارتباطات مناسب

ارتباط مناسب با مشتریان و به طور کلی تمام بخش‌های مهم برای کسب و کار دارای اهمیت بالایی است. سید بلخی، مدیرعامل موسسه WPBeginner، در ارتباط با این مسئله بر روی ضرورت ارتباط و تعامل مناسب با مشتریان در دوران کرونایی تاکید دارد. وقتی اغلب مردم درگیر مسئله بهداشت و از آن مهمتر زنده ماندن هستند، فعالیت برندها نیز باید اندکی متفاوت باشد. این امر شامل توجه به وضع سلامتی مشتریان و همچنین ارائه برخی از کمک‌های مناسب است. شاید تمام برندها توانایی کمک‌های مالی هنگفت به موسسه‌های تحقیقاتی در خصوص ویروس کرونا را نداشته باشند، اما دست‌کم امکان همراهی با مشتریان و ابراز همدردی را دارند.

وقتی کسب و کارها به صورت غیرحضوری به ارائه خدمات می‌پردازند، پاسخگویی سریع به مشتریان دارای اهمیت بالایی خواهد بود. بلخی در این رابطه بر روی استفاده از تمام توانایی کسب و کارها برای ارائه پاسخ‌های دقیق و سریع تاکید دارد: «اگر پاسخ به مشتریان دیر صورت گیرد، شاید دیگر فایده‌ای برای آنها نداشته باشد. بسیاری از برندها در عمل پس از ساماندهی تمام کارهای‌شان به سراغ پاسخگویی به مشتریان می‌روند. این امر نوعی طبقه‌بندی کارها را نشان می‌دهد. هرچه واکنش به پرسش‌ها و حتی اظهارنظرهای مشتریان در فضای آنلاین سریع‌تر صورت گیرد، انگیزه مشتریان برای همراهی با برند بیشتر خواهد شد.»

۴. تمرکز بر روی ایجاد انجمن مشتریان

ارتباط با مشتریان همیشه اهمیت بالایی برای کسب و کارها داشته است. این ارتباط گاهی اوقات در قالب انجمن‌های تخصصی کسب و کار و همچنین کلوپ مشتریان صورت می‌گیرد. وقتی از عرصه بازاریابی و فروش صحبت می‌کنیم، جلب نظر مشتریان برای بازه‌های زمانی طولانی یکی از اهداف اساسی خواهد بود. برخی از برندها در این رابطه عملکرد درخشانی ندارند. دلیل این امر استراتژی نادرست چنین کسب و کارهایی برای تعامل بلندمدت با مشتریان است. وقتی تمرکز اصلی یک برند بر روی فروش صرف محصولات باشد، مشتریان تمایلی برای تکرار خریدشان نخواهند داشت. بک بمبرگر، موسس شرکت ارتباطی بم، در این رابطه بر روی توجه به امری فراتر از سود محدود تاکید دارد. بدون تردید کسب سود یکی از اهداف مهم برای کسب و کارها محسوب می‌شود، با این حال اگر در معنایی وسیع به دنبال حفظ مشتریان نباشند، به زودی با ریزش مشتریان وفادار و ناتوانی برای تجربه سودهای ثابت مواجه خواهند شد.

ارتباط با مشتریان همیشه دارای مزیت‌هایی برای کسب و کارهاست. اگر یک برند در مسیر ایجاد انجمن برای مشتریانش گام بردارد، انگیزه مشتریان برای تکرار فرآیند خرید به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. امروزه اعتبار برندها براساس میزان تمایل مشتریان برای تکرار فرآیند خریدشان سنجیده می‌شود، با این حساب توسعه دامنه مشتریان وفادار دارای اهمیت بسیار زیادی برای هر کسب و کاری خواهد بود. اگر این نکته مدنظر برندها قرار داشته باشد، فرآیند بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای ساده‌تر خواهد شد.

ارتباط و تعامل با مشتریان به معنای توجه به نیازهای روزشان است. برخی از برندها فقط در تلاش برای حضور در کنار مشتریان هستند. این امر فایده‌ای برای آنها از نظر افزایش میزان فروش ندارد. مسئله مهم در این میان تلاش برای بررسی نیازهای مختلف مشتریان و تلاش برای پاسخگویی بهینه به آنهاست. اگر این نکته برای چنین برندهایی مهم تلقی نشود، در عمل مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد خواهد شد. کاهش اعتماد مشتریان به برندها و همچنین توجه‌شان به دیگر کسب و کارها در عمل یکی از بدترین نتایج برای هر برند محسوب می‌شود.

امروزه برخی از برندها در مسیر تاثیرگذاری بر روی مشتریان به دنبال ایجاد بخش مخصوص ارتباط و تعامل با مشتریان هستند. مهمترین مسئله در این میان ضرورت حضور در فضای آنلاین برای تعامل با مشتریان است. دلیل این امر شرایط ناشی از کروناست. این امر اجازه تعامل حضوری با مشتریان را نمی‌دهد. بنابراین سرمایه‌گذاری بر روی بخش تعامل با مشتریان به صورت سابق بدترین ایده ممکن خواهد بود.

۵. توجه به فرمت ویدئو

بازاریابی با استفاده از فرمت‌های محتوایی مختلف امر رایجی است. شاید در این میان صحبت از فرمت‌های برتر امر تازه‌ای باشد. بسیاری از بازاریاب‌ها در تلاش برای استفاده مناسب از تمام فرمت‌های موجود هستند. نکته مهم در این میان توجه بیشتر کاربران به برخی از انواع فرمت‌های محتوایی است. این امر باید موجب فعالیت متفاوت بازاریاب‌ها شود. براساس تجربه جین گینزبرگ، کارشناس بازاریابی دیجیتال، در طول سال ۲۰۲۰ تمایل کاربران برای مشاهده محتوای ویدئویی افزایش قابل ملاحظه‌ای داشته است: «وقتی مردم در خانه‌های‌شان در قرنطینه هستند، تمایل بیشتری برای حضور در شبکه‌های اجتماعی و مشاهده انواع ویدئوها دارند.»

شاید علاقه مردم به محتوای ویدئویی در حوزه بازاریابی متفاوت باشد، اما نگاهی به وضعیت بازاریابی برندهای بزرگ به خوبی اهمیت فرمت ویدئو را نشان می‌دهد. امروزه اغلب کمپین‌های بازاریابی همراه با ویدئو رسمی هستند. این امر به خوبی اهمیت ویدئو برای مخاطب هدف در حوزه بازاریابی را نشان می‌دهد. مطالعه متن‌های طولانی و همچنین تصاویر پر از محتوای متنی دیگر برای مخاطب هدف جذابیت ندارد بنابراین برندها باید در سال آینده به سوی بازاریابی با استفاده از ویدئوهای کوتاه گرایش پیدا کنند. اگر این مسئله مدنظر بازاریاب‌ها قرار نداشته باشد، به زودی با مشکلات عمده‌ای در زمینه جلب نظر مخاطب هدف مواجه خواهند شد.

۶. مرور شکست‌های سال ۲۰۲۰

سال ۲۰۲۰ همراه با شکست‌های بسیار زیادی برای برندها بود. بسیاری از کسب و کارها در مسیر بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مشکلات بسیار زیادی را داشتند. شاید این امر در ابتدا بسیار بدیهی به نظر برسد، اما درس گرفتن از تجربه‌های منفی برندها در زمینه بازاریابی کار ساده‌ای نیست. دلیل اصلی این امر بی‌توجهی شمار بالایی از برندها به نکات مربوط به حوزه بازاریابی است. چنین امری در حوزه بازاریابی مشکلات بسیار زیادی به همراه خواهد داشت. وقتی یک برند توانایی و انگیزه کافی برای درس گرفتن از تجربه منفی دیگر برندها را نداشته باشد، در عمل با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهد شد. مهمترین مشکل در این راستا تکرار فرآیندهای شکست است. این امر به طور مداوم برای برندهای بی‌توجه به شکست‌ها روی می‌دهد.

جنیفر بونانتونی، مدیرعامل موسسه رسانه‌ای Social + PR، در رابطه با درس گرفتن از شکست‌ها در سال ۲۰۲۰ بر روی ضرورت کسب موفقیت در سال آینده تاکید دارد. بسیاری از کسب و کارها دیگر توانایی مدیریت شکست‌های تازه را ندارند بنابراین در عمل باید استراتژی‌های تازه‌ای را مدنظر قرار دهند. اگر چنین استراتژی مدنظر کسب و کارها قرار نگیرد، بازهم شکست‌های سال گذشته تکرار خواهد شد. این امر شاید موجب ورشکستگی برخی از کسب و کارها نیز شود.

۷. یافتن راهکارهای مناسب برای مشکلات مشتریان

مشکلات مشتریان در سال ۲۰۲۰ تفاوت معناداری با سال ۲۰۱۹ داشته است. بسیاری از برندها عادت به تداوم مشکلات مشتریان در طول سال‌های متمادی دارند. این امر موجب توجه به مسائل و مشکلات قدیمی مشتریان می‌شود. اگر یک کسب و کار در سال ۲۰۲۱ به همان مشکلات مشتریان در سال ۲۰۱۹ توجه نماید، در عمل بخش قابل ملاحظه از توانایی‌اش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین خواهد رفت. مشتریان همیشه به دنبال راهکارهای تازه از سوی برندها هستند بنابراین در صورت ناتوانی کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان از طریق رونمایی از محصولات و راهکارهای تازه به سرعت رفتار خریداران تغییر خواهد کرد.

ماریو پشیو، مدیرعامل موسسه دوریکس، در مورد شرایط کنونی بر روی اهمیت کاهش قیمت محصولات تا جای ممکن تاکید دارد. کسب و کارهایی که در شرایط کنونی توانایی عرضه محصولات‌شان به صورت ارزان یا دست کم شرایط پرداخت مناسب را داشته باشند، امکان موفقیت بلندمدت در حوزه کسب و کار را تجربه خواهند کرد. بسیاری از مشتریان به دلیل مشکلات ناشی از کرونا توانایی پرداخت‌شان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا کرده است بنابراین برندها باید به دنبال راهکارهایی برای بهبود وضعیت کسب و کارشان باشند. برخی از برندهای بزرگ در زمینه بازاریابی به طور مداوم بر روی استراتژی پرداخت قسطی و همچنین کمک‌های عمده‌شان به مشتریان تاکید می‌کنند. این امر موجب دید بهتر مشتریان نسبت به برندها می‌شود.

۸. توجه به مشتریان فراسوی هر مسئله دیگر

کسب و کارها با مشتریان معنا پیدا می‌کنند بنابراین باید فراسوی هر مسئله دیگر به فکر مشتریان‌شان باشند. اگر این مسئله به خوبی در حوزه بازاریابی بازتاب پیدا کند، بخش قابل توجهی از مشکلات کسب و کارها در سال ۲۰۲۱ حل خواهد شد. بسیاری از برندها در شرایط سال ۲۰۲۰ به دنبال نجات کسب و کارشان بودند. در این میان کمتر کسب و کار به دنبال توجه به مشتریان و حل و فصل مشکلات آنها بود. همین مسئله مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه داشته است. وقتی مشتریان توجه لازم از سوی برندها دریافت نکنند، نگاه منفی نسبت به آنها خواهند یافت. این امر نوعی تضاد میان شعارهای تبلیغاتی برندها مبنی بر حمایت از مشتریان و عملکرد عینی‌شان را موجب می‌شود. با این حساب هر کسب و کاری که توانایی بهبود وضعیت بازاریابی در راستای توجه به مشتریان فراسوی هر امر دیگری را داشته باشد، در نهایت موفق به تاثیرگذاری بر روی آنها خواهد شد.

استفانی ولز، موسسه Formidable Forms، در این راستا بر روی تمرکز بر روی محور اصلی بازاریابی یعنی مشتریان نظر دارد. عرصه کسب و کار و بازاریابی بدون مشتریان فاقد معناست بنابراین در هر لحظه از فعالیت برند باید مشتریان را مدنظر قرار دهیم. در غیر این صورت به تدریج از مسیر اصلی کسب و کار منحرف خواهیم شد.

بازاریابی برای سال ۲۰۲۱ سختی‌های بسیار زیادی خواهد داشت. بسیاری از برندها برنامه و چشم‌انداز مطمئنی برای سال آینده ندارند. همین امر موجب نگرانی بسیاری از کارآفرینان و سرمایه‌گذارها شده است. کسب و کارها برای موفقیت و بقا در بازار باید هرچه سریع‌تر وضعیت مالی‌شان را بهبود بخشند. مهمترین مسئله برای دستیابی به این هدف استفاده از استراتژی‌های بازاریابی درست است. موارد مورد بررسی در این مقاله ایده‌های اولیه مطلوبی برای شروع فرآیند بازاریابی مطابق با نیازهای روز مشتریان در اختیار هر برندی قرار خواهد داد.

منبع: inc.com

ایستگاه بازاریابی

تاثیر اولیه در محتواهای ویدئویی

به قلم: جولیا هنسن کارشناس بازاریابی
مترجم: امیر آل‌علی

واقعیت این است که بسیاری از افراد نمی‌توانند در محتوای ویدئویی درخشان ظاهر شوند. در این راستا منظور کیفیت فیلم‌ها و یا ایجاد جذابیت بصری از طریق ویرایش نبوده و تنها عملکرد شخصی افراد مدنظر است. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که اگر در همان ثانیه‌های اول نتوانید تاثیر لازم را داشته باشید، احتمال مشاهده ادامه فعالیت شما بسیار کم خواهد بود. درواقع مخاطب بسیار سریع نسبت به شما تصمیم خواهد گرفت. در این راستا به نکاتی خواهیم پرداخت که باعث می‌شود تا تاثیر اولیه بسیار خوبی را داشته باشید.

۱-آمادگی کسب نمایید

در این مرحله شما باید درست به مانند بازیگران تئاتر رفتار کنید. درواقع آنها از مدت‌ها قبل برای اجرای اصلی تمرین کرده و این امر باعث می‌شود تا بهترین عملکرد ممکن را داشته باشند. در این استا شما نیز باید خود را آماده کنید. برای مثال ممکن است فن بیان شما مشکل داشته باشد، در این زمینه لازم است تا زمانی را برای بهبود آن اختصاص دهید. خوشبختانه امروزه با توجه به تنوع بسیار بالای روش‌های آموزشی، چنین اقدامی ابدا سخت نخواهد بود. در کنار این مسئله، تحلیل افراد موفق می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی باشد. به صورت یک نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که قبل از ظاهر شدن جلوی دوربین، لازم است تا از قبل همه چیز را آماده کرده باشید. این امر سرعت کار شما را نیز افزایش خواهد داد. در نهایت فراموش نکنید که برای یادگیری نقطه پایانی وجود نداشته و همواره می‌توان موارد جدیدی را آموخت.

۲- توجه لازم را به مخاطب داشته باشید

شما باید به نحوی رفتار کنید که افراد خود را مخاطب گفته‌های شما بدانند. در این راستا نگاه کردن به دوربین، لحنی صمیمی، تلاش برای ایجاد تعامل و هر اقدام دیگری که توجه شما را به مخاطب نشان می‌دهد، در این مرحله کاملا ضروری خواهد بود. برای درک بهتر این موضوع، مشاهده سخنرانی‌های برنامه TED یک راهنمای عمل بسیار خوبی خواهد بود.

۳-اشتیاق و اعتقاد خود را نشان دهید

شما باید از حس‌های مختلف برای افزایش تاثیر گفته‌های خود استفاده کنید. در این راستا مخاطب باید شما را کاملا مشتاق نسبت به برند و اقدامی که مشغول آن هستید، بداند. در این راستا توصیه می‌شود که از طریق اقداماتی نظیر گوش دادن به موسیقی، انرژی خود را افزایش دهید. همچنین نظم کاری، کمک خواهد کرد تا شروع و پایان‌بندی مناسبی را داشته باشید. درواقع تنظیم سناریو، بخش مهمی از کار شما خواهد بود. در نهایت نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید اعتقاد خود را حتی در کلام‌تان نشان دهید. این امر باعث می‌شود تا مخاطب بتواند به شما اعتماد نماید.

۴-وسواس بالایی داشته باشید

در نهایت هیچ‌گاه خود را با وعده بهبود در آینده گول نزنید. درواقع حتی اقدامات اول نیز سابقه شما محسوب شده و می‌تواند آینده را تغییر دهد. به همین خاطر اولویت شما باید این باشد که از همان ابتدا، کاملا درخشان و حرفه‌ای ظاهر شوید. درواقع به مراتب بهتر است که یک سال فعالیت خود را دیرتر آغاز کنید تا آنکه بخواهید سریعا وارد این عرصه شوید. در کنار این مسئله توجه داشته باشید که نباید خود را بیش از حد درگیر نمایید. درواقع موفقیت در هر حوزه‌ای به کار تیمی بستگی داشته و به همین خاطر لازم است تا افراد مناسبی را در کنار خود داشته باشید. تحت این شرایط رسیدن به هر نوع خواسته‌ای، کاملا امکان‌پذیر خواهد بود.

رهبری

خلاصه‌سازی کتاب‌ها ایده‌ای جدید و پولساز

به قلم: ایوانا تیلور نویسنده حوزه کسب و کار
مترجم: امیر آل‌علی

اگرچه همواره به این موضوع تاکید شـده است که افراد باید نرخ مطالعه بالایی را داشـته باشـند، با این حال آیا تاکنون به ایـن موضوع فکر کرده‌اید که در طول یک روز چقدر زمان برای آن خواهید داشـت؟ در این راسـتا حتی اقدامـات متنوع نظیر کتاب‌هـای صوتی نیز نمی‌تواند معجزه‌آسـا باشـد. همین امر باعث شـده است تا در بهترین حالت، تنها کتاب‌های منتخب و محدودی را مطالعه کنیم. در چند سال اخیر، برخی از سایت‌ها اقـدام به خلاصه کردن حرفه‌ای کتاب‌ها کرده‌اند. این امر باعث می‌شود که در کوتاه‌ترین زمان بتوانید، چندین گزینه را مطالعه کرده و براساس آمارها، بیش از ۸۰ درصد محتوای اصلی کتاب را دریافت نمایید. در این راسـتا آشـنایی با بهترین سایت‌های فعال در این زمینه می‌تواند تمام آن چیزی باشـد که شما برای شروع نیاز خواهید داشت.

GetAbstract-۱

خلاصـه بیـش از ۲۰ هـزار کتاب باعث شـده اسـت تا این سایت، جامع‌ترین نمونه موجود محسوب شود. کتاب‌های حوزه مدیریت، نوآوری و آی تی در صدر علایق این سـایت قرار دارد. روش کار آنها نیز به این صورت اسـت که کتاب‌ها را به صورت صوت درمی‌آورند، با این حال برای آنها زمان خاصی مشـخص نبوده و با توجه به حجم و محتوای کتاب، متغیر اسـت. هزینه آن نیـز تنهـا برای سـه روز اول و گوش دادن بـه چند نمونه، رایگان اسـت. پس از آن حق اشتراک سالانه ۹۹ دلاری تعیین شده است.

Soundview-۲

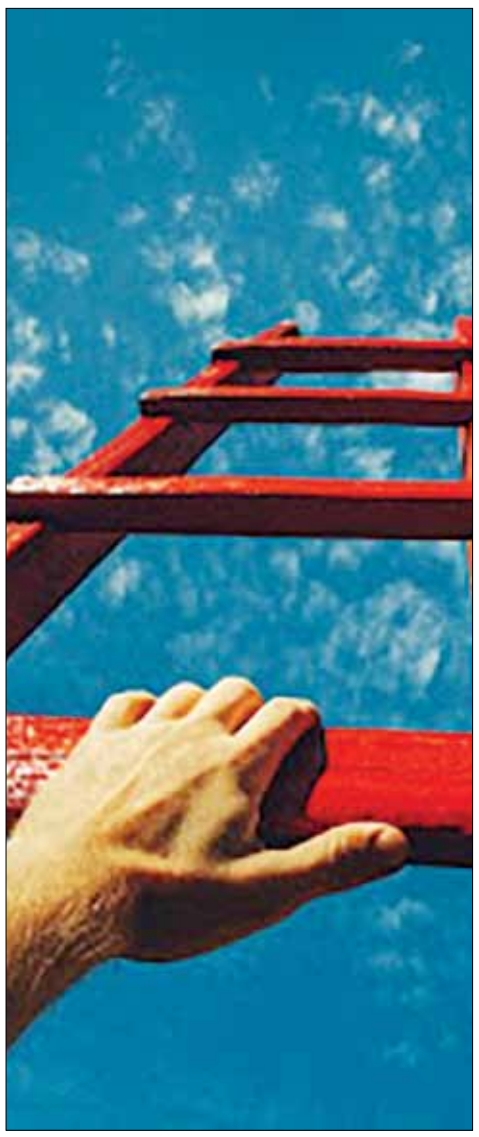
این سـایت دو انتخاب را در اختیار شما قرار می‌دهد. درواقع ۸ صفحه و یک فایل صوتی ۲۰ دقیقه‌ای، باعث می‌شـود تا حق انتخاب خوبی را داشـته باشید، با این حال حق اشتراک آن دو برابر گزینه قبل محسـوب می‌شـود. وبینـار و خبرنامه از دیگر امکانات این سایت محسوب می‌شود.

Readingraphics-۳

در این کتاب تلاش شـده اسـت تا خلاصه کتاب‌ها به صورت اینفوگرافی عرضه شـود که خروجی آن بسیار جذاب است. ۱۲ دلار هزینه حق اشـتراک ماهانه آن محسوب می‌شود. همچنین در ایـن سـایت می‌توانید بـا تعییـن حوزه‌هـای موردنظر، از جدیدترین موارد در ایمیل خود باخبر شوید.

در آخر نکته‌ای که باید به آن توجه داشـته باشـید این است کـه تعداد به مراتب بیشـتری سـایت وجود دارد کـه در این زمینه فعال هسـتند، با این حال تلاش شـده تـا متفاوت‌ترین و حرفه‌ای‌ترین‌هـای موجـود، معرفـی شـود. در ایـن راسـتا پیش‌بینی‌هـا حاکی از آن اسـت که این ایده، در سـال آینده ترنـدی جهانی خواهد شـد. در این راسـتا حتی ممکن اسـت شاهد اینفلوئنسرها و بلاگرهای مختلفی نیز به صورت تخصصی برای آنها باشـیم. به همین خاطر فعالیت در این زمینه می‌تواند برای شـما با سـودآوری بسـیار بالایی همراه باشـد. همچنین بـرای خلاصه کتاب‌هـا صرفا به پرداخت هزینـه محدود نبوده و نمونه‌های سـاده‌تر آنهـا در Wikipedia وجود دارد، با این حال سـطح آن در مقایسه با گزینه‌های معرفی شده، به مراتب پایین‌تر است.

منبع: smallbiztrends.com



بررسی چالش‌های ایجاد استارت‌آپ

نکات مهم در تاسیس کسب و کار در دوران کرونا

به قلم: کومار آرورا کارآفرین و مدیرعامل موسسه آرورا ونچرز
ترجمه: علی آل‌علی

بحران کرونا وضعیت بسـیاری از کسـب و کارها را به هم ریخته است. کارآفرینان دست‌کم در طول یک سال اخیر با موج بی‌برنامگی و مشکلات اقتصادی گسترده دست به گریبان بوده‌اند. شاید صحبت از تاسیس کسب و کار در این میان یکی از پرریسـک‌ترین انتخاب‌های ممکن باشد. وقتی کسـب و کارهای بزرگ نیز میزان تولید و نیروی کارشـان را به طور قابل ملاحظه‌ای کم کرده‌اند، حضور در عرصه کسب و کار امر دشواری خواهد بود. برخی از کارآفرینان به موقعیت پیش روی برای ایجاد کسب و کار به مثابه رویدادی منحصر به فرد نگاه می‌کنند. چالش ایجاد کسب و کار تازه در چنین شرایطی برای هر کارآفرینی همراه با جذابیت‌های خاص خودش اسـت. علی رغم تمام مشکلات و چالش‌های پیش روی در عمل برخی از کارآفرینان در طول دوران کرونایی اقدام به راه‌اندازی کسب و کار مستقل خود کرده‌اند. در ادامه برخی از مهمترین نکات در زمینه راه‌اندازی کسب و کار مستقل را مورد بررسی قرار خواهیم داد. بدون تردید این توصیه‌ها با توجه به شرایط کرونایی طراحی شده است.

۱. تعریف هویت منحصر به فرد برند

هویت یک برند دارای اهمیت محوری برای شـروع کسـب و کار است. امروزه هر برندی براسـاس هویت اولیه‌اش مورد داوری قرار می‌گیرد. این امر نه‌تنها در زمینه اعتبار کسـب و کار، بلکه در حوزه بازاریابی نیز دارای اهمیت اسـت. اگر کسب و کارها فرصت تعریف هویت‌شان را مدنظر قرار ندهند، در عمل با کسب و کارهایی، هرچند جذاب، اما فاقد هویت مناسب مواجه خواهیم شد. تعیین هویت برند ارتباط نزدیکی با ارزش‌های محوری دارد. یکی از رویدادهای نامناسب در عرصه برندسازی و ایجاد کسب و کار مربوط به شباهت میان یک اسـتارت‌آپ و نمونه‌های دیگر است. این امر فرآیند انتخاب مشـتریان را بی‌نهایت دشـوار خواهد کرد. اگر ارزش‌های محوری یک کسب و کار از همان ابتدا روشن شود، دیگر احتمال شباهت بیش از اندازه میان برخی از کسب و کارها وجود نخواهد داشت.

اشـتباه بزرگ برخی از کارآفرینان تلاش برای کپی‌برداری از برندهای بزرگ است. این امر فقط موجب دلسردی مخاطب هدف از وضعیت کسب و کار می‌شـود. نکته مهم در این میان تفاوت بین الگوبرداری از برندهای بزرگ و کپی ایده‌های‌شان است. الگوبرداری نوعی شخصی‌سازی ایده اولیه را نیز شـامل می‌شود بنابراین همیشه ایده نامناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود.

۲. ایجاد فرهنگ سازمانی

شـمار قابل ملاحظه‌ای از کسـب و کارهای تازه تاسـیس با مشـکل سـازگاری کارکنان‌شان مواجه هسـتند. وقتی یک برند در همان ابتدای مسیر با کارکنانی از حوزه‌های مختلف و سابقه گوناگون مواجه است، باید بـه دنبال ایجاد پیوندهای نزدیک میان آنها باشـد. امروزه این پیوندها از طریق ایجاد فرهنگ سازمانی ایجاد می‌شود. وقتی یک کسب و کار دارای فرهنگ مشخصی باشد، ایجاد هماهنگی و سطح بالایی از همکاری میان بخش‌های مختلف کار سختی نخواهد بود.

وقتی یک کسـب و کار در ابتدای مسـیر شـروع به فعالیتش اقدام به استخدام کارمند می‌کند، باید گفت‌وگو و تعامل نزدیک با آنها را نیز مدنظر قرار دهد. برخی از اسـتارت‌آپ‌ها پس از استخدام کارمند دیگر تعاملی با وی ندارنـد. این امر موجب ایجاد فاصله میـان تیم مدیریتی و کارمندان می‌شـود. اگر به موقع نسـبت به رفع این فاصله اقدام نکنیم، به زودی با مشـکلات عمده‌ای مواجه خواهیم شد. سالانه شـمار بالایی از کارمندان برندها اقدام به جسـت‌وجوی شغل‌های دیگر می‌کنند. بدون تردید بحث مالـی در این میان اهمیت زیادی دارد، اما نباید از نکات مربوط به فقدان فرهنگ سازمانی مناسب در کسب و کارها نیز غافل شویم.

۳. تاکید بر روی مزیت رقابتی محصولات

تولیـد محصولات گام پایانی برای تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هدف نیست. برندها نیاز به تاکید بر روی مزیت‌های محصولات‌شان برای فروش هرچـه گسـترده‌تر دارند. امروزه برندهای بسـیار زیـادی در حال تولید محصولات برای جلب نظر مشـتریان هسـتند. اگـر در این میان بر روی مزیت خاص محصولات برندمان تاکید نکنیم، در عمل تمایزی میان کسب و کارمان با رقبای پرشمار ایجاد نخواهیم کرد. این امر موجب کاهش توجه مشتریان به برند ما خواهد شد.

امروزه برخی از برندها به محض شـروع به فعالیت با استقبال مناسبی از سـوی مشـتریان مواجه می‌شـوند، اما به مرور زمان توانایی‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کاهش پیدا می‌کند. دلیل این امر عدم تاکید بر روی مزیت‌های محصولات اسـت. شـاید یک برند در ابتدای کار برای مشتریان جذابیت زیادی داشته باشد، اما در صورت عدم ایجاد تغییر در روند فعالیت و نمایش محصولاتش به صورت جذاب در عمل به حاشیه بازار کسب و کار رانده خواهد شد.

۴. جست‌وجوی کلیدواژه‌های مرتبط با حوزه بازاریابی

اسـتفاده از الگوهای بازاریابی مختلف برای توسـعه برنـد نکته تازه‌ای نیست. سالانه شـمار بالایی از کسـب و کارها برای بازاریابی بودجه‌های هنگفت تعیین می‌کنند. امروزه کسـب و کارها نیاز به بودجه‌های فزاینده برای بازاریابی ندارند. مهمترین مسئله روشن ساختن اهداف‌شان از فعالیت بازاریابی است. مفهوم بازاریابی ارگانیک به معنای عدم پرداخت هزینه در ازای نمایش محتوای تبلیغاتی با مخاطب هدف اسـت. این رویکرد شاید سختی‌های بسـیار زیادی به همراه داشته باشـد، اما در بلندمدت اعتبار کسب و کارها را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

شـروع فرآیند بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها همیشه سخت است. این امر به طور معمول به معنای ضرورت بازاریابی همراه با بودجه‌های بسیار اندک اسـت. چنین کاری از طریق جست‌وجو برای کلیدواژه‌های مهم در حوزه بازاریابی و همچنین آشـنایی با سلیقه مشـتریان صورت می‌گیرد. وقتی یک برند توانایی تولید محتوای بازاریابی براساس سلیقه مخاطب هدف را داشـته باشد، دیگر نیازی به پرداخت هزینه‌های قابل ملاحظه برای جلب نظر مشتریان نخواهد داشت.

برخی از کسب و کارها در زمینه بازاریابی جلوه واقعی از کسب و کارشان به مخاطب هدف نشان نمی‌دهند. این امر مشکلات بسیار زیادی در مرحله پس از بازاریابی پیش روی آنها قرار می‌دهد. وقتی مشـتریان نسـبت به تفاوت میـان جلوه تبلیغاتی برند و واقعیـت آن آگاهی پیدا کنند، اغلب تمایل‌شـان برای تعامل با برند موردنظر به شـدت کاهش می‌یابد. نکته جالب اینکه در عمل جبران چنین دیدگاه منفی در میان مشتریان بسیار مشکل است بنابراین باید عرصه بازاریابی را هماهنگ با واقعیت‌های کسب و کار پیش برد.

۵. ایجاد کسب و کار با توجه به توسعه

توسـعه کسب و کار باید همیشه در برنامه‌ریزی کارآفرینان مدنظر قرار گیـرد. برخی از برندها پس از تاسـیس دیگر به دنبال توسـعه فعالیت و بازارهای در دسترس‌شان نیستند. چنین امری مشکلات بسیار زیادی برای آنهـا به ارمغان می‌آورد. نمونه واضح در این میان برندهای دارای سـابقه طولانی در عرصه کسب و کار و فاقد توانایی تاثیرگذاری بر روی بازارهای مختلف هسـتند. این امر میزان سـود برندها را به طور قابل ملاحظه‌ای محدود می‌سازد.

توسعه کسب و کار به معنای حضور بی‌برنامه در بازارهای مختلف نیست. موفقیـت در بازارهای گوناگون نیاز بـه برنامه‌ریزی قابل ملاحظه‌ای دارد بنابراین شـاید پیش از ورود به یک بازار جدید نیاز به طراحی محصولات تـازه باشـد. به هرحال نیازهای هـر بازار به نوعی منحصر به فرد اسـت. همچنین شخصی‌سـازی محصولات برند برای بازارهـای تازه نیز باید در دستور کار برندها قرار گیرد. در غیر این صورت مشتریان بازار تازه واکنش مناسبی نسبت به محصولات برندمان نخواهند داشت.

بسـیاری از برندهـا بخش توسـعه و تحقیقـات را به مثابـه حوزه‌ای غیرکاربـردی لحاظ می‌کنند. اهمیت این حوزه کمک به تمام بخش‌های شرکت برای توسعه و بهبود عملکرد است. به عنوان مثال، بخش بازاریابی را مدنظر قرار دهید. بازاریاب‌ها برای جلب توجه مشتریان نیاز به شناسایی تغییر رفتار آنها دارد. یکی از کمک‌های بخش توسعه و تحقیقات در همین راسـتا صورت می‌گیرد بنابراین هرچه زودتر چنین بخشی برای کسب و کارمان راه‌اندازی کنیم، شـانس بالاتری برای موفقیت بلندمدت خواهیم داشت.

مدیریت کسب و کار هرگز کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در عمل همان ماه‌های نخست با شکست مواجه می‌شوند. اگر شما به دنبال حوزه نوینی از فعالیت هسـتید، باید نسبت به ایجاد تغییرات قابل ملاحظه در نحوه فعالیت برندتان اقدام نمایید. استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله گام مناسبی برای شروع قدرتمند فعالیت کاری خواهد بود.

منبع: entrepreneur.com

اخبار

مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز ایران خبر داد :

صب تاسیسات کنترل فشار بر روی خط سوم سراسری در ایستگاه تقویت فشار رشت

ســـاری – دهقان : مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز ایران از نصب تاسیسات کنترل فشار بر روی خط ســوم سراسری در ایستگاه تقویت فشار رشت خبر داد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، مقدم بیگلریان با اعلام این خبر اظهار کرد: نصب تاسیســات کنترل فشار برروی کنارگذر خط سوم سراسری در ایستگاه تقویت فشار گاز رشت به منظور امکان افزایش فشار ورودی تاسیسات رشت و به دنبال آن بهبود شرایط عملیاتی و ارسال حداکثری گاز به ســمت تاسیسات رامسر و استان مازندران، ایجاد مقدمات عملیاتی لازم (تامین فشــار مطلوب) جهت اجرای فرآیند تعویض پوشــش برروی خط "۴۰ اول سراسری و اجتناب از Over Rar شدن فشار خط اول سراسری با محدودیت های ابلاغی فشار ناشی از قدمت بالای این خط انجام شد. مدیر منطقه عملیات انتقال گاز خاطرنشان کرد: یکی از ویژگی های این پروژه، خوداتکائی و استفاده از توان داخلی بوده است، با توجه به م امکان تامین شــیر کنترلی و هزینه سنگین خرید، یک دستگاه شیر معیوب با همکاری نفرات متخصص معاونت عملیات طوط لوله و امور بازرسی فنی، توسط شرکت های داخلی تعمیر و مورد استفاده قرار گرفت.

مدیرعامل آبفا هرمزگان در تشریح دلایل بوی نامطبوع فاضلاب بندرعباس؛

رفع دغدغه مشترکِ فاضلاب نیازمند همکاری بین سازمانی است

بندرعباس – کیوان حسین پور: بوی نامطبوع فاضلاب در برخی مناطق شهر بندرعباس، کهنه چالشی است که نه تنها نارضایتی شهروندان را دامن زده بلکه سال هاســت که در ســبدِ دغدغه های در اولویتِ آبفا جا خوش کرده؛ دغدغه ای که علی رغم تلاش های آبفا در یک دهه گذشته، کماکان حلِ آن نیازمند رویکردی جمعی از سوی مردم و مسئولان ذیربط است. چرا که وقت آن رسیده برای مسئله ی فاضلاب نیز همانند آب، چارچوب دیپلماسی برگزینیم تا فرصت از دست نرود و این دغدغه به ران تبدیل نشود. گرچه این چالش در حوزه تخصصی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان است اما واقعیت این است که رفع این دغدغه یزی فراتر از تخصص آبفا می طلبد و آن همکاری بین سازمانی است؛ سازمان هایی نظیر شهرداری، مسکن و شهرسازی، محیط ست ، استانداری ، صنایع بندرعباس و در نهایت مردم به عنوان مطالبه گران اصلی این دغدغه. اتفاقی که اگر نیفتد، مسئله فاضلاب چنان به صدایی می ماند که به جایی نخواهد رسید!

فاضلاب، دغدغه مشترک: امین قصمی مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان با اعتقاد به اینکه، مسئله فاضلاب همانند آب زمند یک چارچوب دیپلماسی است تا به بحران تبدیل نشود، تصریح کرد: حل این چالش علاوه بر تلاش و تخصص آبفا مستلزم کاری بین سازمانی است. وی با اشاره به بوی نامطبوع فاضلاب به عنوان معضل هر ساله شهر بندرعباس، به تشریح دلایل این مسئله پرداخت و گفت: عدم اجرای شبکه جمع آوری فاضلاب در برخی مناطق شهر از دلایل عمده انتشار بوی فاضلاب است. به طوری که در اکثر مناطق شمال کمربندی وحاشیه خورگورسوزان که بیشترین حجم بوی نامطبوع را داریم، به دلیل وجود بافت سوده، سکونت گاه های غیر رسمی و عدم اجرای طرح جامع شهری، امکان اجرای شبکه جمع آوری فاضلاب وجود ندارد. قصمی ود: بخشی از فاضلاب تولیدی مناطق مذکور از طریق کانال آب های سطحی وارد خور شده و با توجه به شیب کم بستر خور و وجی آن که تحت تاثیر جریانات جزر و مدی آب دریا است، تخلیه مناسب فاضلاب های درون خور به طور کامل صورت نگرفته و ی ماندن فاضلاب در خور (و تابش آفتاب به آن) سبب ایجاد فرایندهای بی هوازی و درنتیجه تولید بوی نامطبوع فاضلاب می شود.

وارونگی دمایی و بوی نامطبوع فاضلاب در پاییز و زمستان: وی ادامه داد: پدیده وارونگی دمایی از دیگر دلایل انتشار بوی طبوع است چرا که مشکل انتشار بو در فصول پاییز و زمستان به علت وقوع این پدیده، بیشتر از فصول گرم احساس می شود . به وری که به علت دمای کمتر لایه های هوایی نزدیک به زمین، بوی نامطبوع موجود در این ناحیه امکان حرکتِ عمودی را از دست ه و در لایه های نزدیک به زمین بیشتر گسترش می یابد.

طرح احداث تصفیه خانه شرق بندرعباس در مرحله تصویب: مدیرعامل آبفا استان در ادامه، با اشاره به اینکه وجود تصفیه نه فاضلاب (با فرآیند لجن فعال) در نزدیکی بافت شهری از دیگر دلایل انتشار بوی نامطبوع است، گفت: در حال حاضر پس از یین تکلیف قرارداد سرمایه گذاری اصلاح و ارتقای تصفیه خانه فاضلاب بندرعباس به دلیل عدم انجام به موقع تعهدات از سوی رمایه گذار، این مجموعه تلاش می کند با رفع مشکلات موجود و افزایش راندمان بهره برداری تصفیه خانه، تا حد امکان از میزان ی نامطبوع فاضلاب بکاهد. وی تصریح کرد: از طرفی با توجه به افزایش حجم ورودی فاضلاب نسبت به ظرفیت تصفیه خانه در سال ی اخیر، این مجموعه طرح احداث تصفیه خانه فاضلاب شرق بندرعباس با ظرفیت ۸۹ هزار مترمکعب در شبانه روز را در دست رسی و مطالعه دارد. به گفته قصمی؛ این تصفیه خانه جدید با فاصله مناسب نسبت به بافت شهری احداث خواهد شد و جمعیتی بر ۴۳۳ هزار نفر را در افق ۱۴۲۵ تحت پوشش قرار می دهد. مدیرعامل آبفا استان خاطر نشان کرد: هزینه مورد نیاز جهت احداث فیه خانه شرق و سامانه انتقال فاضلاب حدود دو هزار ۸۵۹ میلیارد ریال برآورد شده که در حال حاضر در مرحله بررسی و تصویب شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور است.

شرایط برخورداری از تخفیف ۱۰۰ درصدی گاز بها برای مشترکان کم مصرف

بوشـــهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر گفت: مشترکان کم مصرف گاز خانگی در مناطق مختلف شهری، روستایی و عشایری، از تخفیف ۱۰۰ درصدی در قبوض گاز بهره‌مند می‌شوند. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر با اعلام این خبر، گفت: با هدف کمک به دهک‌های پایین جامعه، موضوع رایگان شدن قبوض گاز در کشور مطرح شد و ۱۹ آذرماه سال جاری بود که دولت تدبیر و امید مصوب کرد تا قبوض گاز، برق و آب مشترکان کم مصرف رایگان شده و این مشترکان از تخفیف ۱۰۰ درصدی بهره‌مند شوند. مانی، افزود: نحوه محاسبه قبوض گاز بر مبنای تقسیم‌بندی کشور به ۵ اقلیم انجام می شود. همچنین هر سال به دو بازه زمانی م گرم و سرد تقسیم شده که میزان گازبها در این ایام متفاوت است. به گفته مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر، ایام سرد از ۱۶ ن تا ۱۵ فروردین و ایام گرم از ۱۶ فروردین تا ۱۵ آبان است. اقلیم‌ها نیز از خیلی سرد در اقلیم اول تا خیلی گرم در اقلیم پنجم ته‌بندی شده است؛ بر این اساس استان بوشهر در اقلیم های چهارم و پنجم قرار دارد. رحمانی تصریح کرد: بر اساس این مصوبه، زان مصرف مجاز برای اقلیم ۴ در ایام سرد سال، ۱۵۰ مترمکعب در ماه و برای اقلیم ۵ نیز، ۱۰۰ مترمکعب در هر ماه تعیین شده ت. مدیرعامل شرکت گاز استان بوشهر در پایان افزود: در بخش دیگر این مصوبه، همه مصرف‌کنندگان اگر مصرف گاز را به نسبت ل های ۹۶ و ۹۷، حدود ۱۰ درصد کاهش دهند، کل گازبها با ۱۵ درصد تخفیف محاسبه خواهد شد،

شهردار گرگان:

توجه ویژه‌ای به موضوعات میراثی، گردشگری و صنایع دستی داشته‌ایم

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: دکتر عبدالرضا دادبود شـــهردار گرگان در خصوص انعقاد تفاهم نامه با میراث هنگی گلســتان اظهار کرد: در طول سال‌های اخیر اقدامات بســیار خوبی در هر سه حوزه میراث فرهنگی صنایع ستی و گردشگری انجام داده‌ایم.دادبود افزود: به منظور ساماندهی بهتر اقدامات یک تفاهم نامه همکاری با اداره کل راث فرهنگی صنایع دســتی و گردشگری امضا شده که بر اساس آن هماهنگی‌های بیشتری در این زمینه صورت واهد گرفت.وی خاطر نشان کرد: ایجاد بازارچه صنایع دستی در سطح شهر و توسعه احیای بافت تاریخی از جمله ضوعاتی است که در نشست های مشترک بررسی شده است.شهردار گرگان با اشاره به پروژه های گردشگری بیان د: یکی از پروژه‌های مهم شـــهربازی مدرن واقع در فراز تپه هزار پیچ است و همچنین بازار موزه هفت شهر که در ور الغدیر در حال انجام است و در بخش‌های دیگر گردشگری نیز پروژه ها پیگیری می‌شود.دادبود در پایان گفت: بدوارم این تفاهم نامه ها موجب تســریع در روند ساخت پروژه ها شود و مشکلات اجرایی موجود را برطرف سازد. م به ذکر است، بر اساس این تفاهم نامه خانه تاریخی «میرشهیدی» به عنوان بازارچه صنایع دستی طی بازه زمانی ـــخص در اختیار شهرداری گرگان قرار گرفت و در سوی دیگر شهرداری متعهد شد اعتبارات مربوط به کاوش در طه چهارشنبه ای را تامین کند.

تمجید فرمانده قرارگاه خاتم الانبیا (ص) از ساخت پروژه بزرگ شهربازی گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: دکتر دادبود شهردار گرگان با همراهی سردار سعید محمد فرمانده قرارگاه سازندگی اتم الانبیا (ص)، آقای فلاح مدیر موســـسه شهید رجایی قرارگاه خاتم الانبیا (ص)، سردار ملک شاهکوهی فرمانده سپاه وا گلستان، مهندس حمیدی فرماندار گرگان، مهندس مرتضوی رییس شورای شهر گرگان از آخرین پیشرفت فیزیکی وژه بوستان بزرگ یا شهر بازی مدرن گرگان بازدید کردند.سردار محمد فرمانده قرارگاه سازندگی خاتم الانبیا (ص) سپاه شـــهرداری گرگان بابت ساخت پروژه احداث بوســتان بزرگ تمجید کرد و گفت:انشاءالله این پروژه بعد از افتتاح زیبا و حصر به فرد می شود.به گفته وی، چشم اندازی که این شهربازی دارد مثال زدنی است و در جذب گردشگر موثر خواهد د.دکتر دادبود شهردار گرگان نیز در این بازدید پروژه بوستان بزرگ (شهربازی مدرن) را بسیار موثر در رونق اقتصادی و ذب گردشـــگر توصیف کرد و گفت: به دنبال ساخت بزرگترین چرخ فلک کشور با ارتفاع حدود ۱۵۰ متر از سطح زمین ستیم.مهندس حمیدی فرماندار نیز بیان کرد: باید بستر مناسب برای جذب سرمایه گذار در فاز های بعدی فراهم شود ه دلیل اهمیت و گســتردگی این پروژه، پیمانکار باید اهتمام لازم را جهت به پایان رســاندن فاز اول آن، تا خرداد ماه ل آینده داشته باشد.

با حضور وزیر نیرو به صورت ویدئو کنفرانس صورت گرفت ؛

تجلیل از مدیرعامل شرکت آبفا استان اصفهان در تحقق اهداف پویش "هر هفته الف–ب ایران"

اصفهان – قاسم اســـد: با حضور وزیر نیرو، به صورت ویدئو کنفرانس از مدیرعامل شـــرکت آبفا استان اصفهان و دیگر فعالان پویش "هر هفته _الف_ب_ایران" استان اصفهان تجلیل شد.

مدیرعامل شـــرکت آب وفاضلاب استان اصفهان با اشاره به بهره برداری از ۷ پروژه آب وفاضلاب اســـتان اصفهان در قالب "پویش هر هفته الـــف- ب ایران" ، گفت: این پروژه ها با اعتباری بالغ بر ۷۵۸ میلیارد تومان در مدار بهره برداری قرار گرفتند. فاز اول پروژه بازسازی و اصلاح شبکه فاضلاب اصفهان از محل فاینایس خارجی، ایستگاه پمپاژ و خط انتقال جنوب شرق اصفهان ،آبرسانی به باغشاد و ۸ روســـتای لنجان، راه اندازی واحد ۲ و ۳ تصفیه خانه فاضلاب داران، تصفیه خانه فاضلاب اژیه، آبرســـانی به مجتمع۱۹ روستای فلاورجان و تصفیه خانه فاضلاب هاشم آباد، پروژه هایی بودند که در قالب این طرح به بهره برداری رسیده اند. هاشم امینی افتتاح فاز اول بازسازی و اصلاح شبکه فاضلاب اصفهان از محل فاینانس خارجی را بسیار تاثیر گذار برشمرد و گفت: با اجرای این پروژه نگرانی مردم در محور جنوب و مرکز اصفهان به دلیل ریزش شـــبکه فرســـوده فاضلاب در اقطار بالا رفع گردید. این در حالیســـت که این پروژه با اعتباری بالغ بر ۶۶۰ میلیارد تومان معادل ۳۶۸ میلیون یوان اجرایی گردیده است. وی پیرامون اجرای پروژه ایستگاه پمپاژ و خط انتقال جنوب شرق اصفهان گفت: با اجرای تاسیسات فاضلاب جنوب شرق اصفهان، صد درصد کلان شـــهر اصفهان دارای زیرساخت جمع آوری، انتقال و تصفیه فاضلاب می شود و دیگر در هیچ منطقه ای از شـــهر فاضلاب شهری از طریق چاه های جذبی دفع نمی گردد. مدیرعامل شرکت آبفا استان اصفهان با بیان اینکه راه اندازی واحد ۲ و ۳ تصفیـــه خانه فاضـــلاب داران با هدف جلوگیری از آلودگی منابع زیرزمینی در دستور کار قرار گرفت خاطر نشان ساخت: با راه اندازی مدول دوم وسوم تصفیه خانه فاضلاب داران ۳ هزار و ۳۴۴ متر مکعب درروز پســـاب در این تصفیه خانه تولید می شود. وی ضمن اشاره به آبرســـانی به باغشاد و ۸ روستای لنجان گفت: این مجموع آبرسانی برای ۴ شهر باغشاد، شهرک زاینده رود، باغبهادران و چرمهین و ۲۰ روســـتا در شهرستان لنجان طراحی شده که هم اکنون با انتقال ۲۵۶ لیتر در ثانیه آب جمعیت ی معادل ۶۰ هزار نفر تامین می شود. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در ادامه افزود: آبرسانی به مجتمع ۱۹ روستای فلاورجان در راستای بهره مندی پایدار روستاییان از آب شرب سالم و بهداشتی می باشد. وی تصریح کرد: در قالب این طرح، آبرسانی پایدار به ده ها روستای استان اصفهان در سال پیش رو ادامه دارد. در این جلسه هم چنین کتاب "دلگرمی‌ها و همراهی‌ها" در سی و سومین هفته پویش هر هفته_الف_ب_ایران در ساختمان مرکزی وزارت نیرو رونمایی شد. با توجه به تداوم و استمرار پویش مذکور با شکل گسترده در سال جهش تولید با عنوان هر هفته_الف_ب_ایران؛ (ساخت و سازها و ساز و کارها) به بهره‌برداری رساندن ۲۵۰ طرح بزرگ و مهم آب و برق با اعتباری بالغ بر ۵۵ هزار میلیارد تومان در ۳۱ اســـتان کشور در دستور کار قرار گرفته است. در این جلسه وزیر نیرو، از استاندار اســـتان اصفهان و مدیران صنعت آب و برق استان که در تکمیل و به بهره برداری رســـاندن طرح‌های بزرگ آب و برق مجدانه تلاش کـــرده بودند به صورت ویدئو کنفرانس با اهدا لوح تقدیر و تندیس مورد تقدیر قرار گرفتند.

کتاب اهدایی وزیر نیرو با محوریت پویش #هرهفته_الف_ب _ ایران تقدیم رئیس دانشگاه گیلان شد

رشـــت – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل آبفای گیلان کتـــاب دلگرمی ها و همراهی ها در پویـــش #هرهفته_الف_ب _ ایـــران ، اهدایی وزیر نیرو را به رئیس دانشـــگاه گیلان تقدیم نمود. به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شـــرکت آب و فاضلاب اســـتان گیلان، مدیرعامل این شرکت با حضور در دانشگاه گیلان، کتاب رونمایی شده وزارت نیرو با عنوان دلگرمی ها و همراهی ها که در راســـتای ارســـال گزارش عملکرد پویش #هرهفته_الف_ب _ ایران به ســـازمانهای همکار ارائه شـــد را از ســـوی وزیر نیرو به رئیس دانشگاه گیلان اهدا کرد. سید محسن حســـینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب اســـتان گیلان با تشریح این پویش اظهار داشت: در سال گذشته ۲۲۷ پروژه با اعتبار ۳۳ هزار میلیارد تومان در ۳۱ استان افتتاح و به بهره برداری رسید و با توجه به اجرای موفق آن، در سالجاری با تغییر طرح و نگرش در قالب ساخت و سازها و ساز و کارها ، ۲۵۰ پروژه به ارزش ۵۰ هزار میلیارد تومان افتتاح و بهره برداری خواهد شـــد. وی با اشاره به اینکه بخشی از پروژه های استان گیلان نیز طی هفته گذشته به بهره برداری رسید تصریح کرد: تصفیه خانه بزرگ آب گیلان نیز در قالب برنامه های این پویش در هفته سوم اسفند ماه به بهره برداری خواهد رسید. مدیرعامل آبفای گیلان هدف از اصلاح ساز و کارها را، اصلاح رویه هایی دانست که بتوان خدمـــات بهتری ارائه نمود. در ادامه دکتر رضی رئیس دانشـــگاه گیلان ضمن ابراز خرسندی از نگاه علمی وزارت نیرو تصریح کرد: با این نگاه ارزشـــمند و ارتباط خوب شرکت آب و فاضلاب استان با دانشگاه گیلان، امیدواریم نقش بهتری در پروژه های پژوهشی ایفا کنیم . وی همچنین به تحـــول در فرآیندها تأکید نمود که اســـتفاده از متخصصان این دانشگاه با توجه به مقتضیات شرایط بومی و نگاه روانشناسی مردم گیلان، می تواند برای تحقق اهداف شرکت همکاری مناسبی باشد که زمینه ساز ، تربیت دانشجویان با دانش و اطلاعات روز می شـــود. رئیس دانشـــگاه گیلان ضمن تشکر از تلاش مجموعه وزارت نیرو ، نگاه مثبت این وزارتخانه به پروژه های دانشگاهی را بسیار ارزشمند دانست و افزود: پایان نامه دانشجویان براساس موضوعات اجتماعی و مسائل روز جامعه است که این همکاری از ارزش بالایی برخوردار است و ثمره آن متوجه جامعه خواهد شد. گفتنی است طرح سازه خودهواده با مشارکت دانشـــگاه گیلان در راستای ارتقاء کیفیت آب اجرا شد و در هفته پژوهش بعنوان، طرح فناور برتر انتخاب شد.

آغاز به کار سامانه جامع پرداخت‌های شهروندی «قمکارت» ؛

تعویض رایگان کارت‌های قدیمی

قم – خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری قم از آغاز به کار سامانه جامع پرداخت‌های شـــهروندی قمکارت خبر داد و گفـــت: کارت‌های قدیمی تا دو ماه آینده اعتبار داشـــته و به‌صورت رایگان با قمکارت‌های جدید تعویض می‌شود. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم ، کوروش محمد حســـینی در نشســـت خبری که به مناسب آغاز استقرار ســـامانه جامع پرداخت‌های شهروندی قمکارت به‌صورت آنلاین در شـــهرداری قم برگزار شد به تشـــریح نحوه کار و امکانات این کارت پرداخت و اظهار داشت: سیستم جدید جایگزین سیستم قدیم شده و قمکارت فرصت‌های بسیاری را برای شهروندان ایجاد کرده است. رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری قم از فرصت دو ماه شهروندان برای استفاده از کارت‌های قدیمی خبر داد و افزود: امکان خرید قمکارت در باجه‌های ارائه کارت‌های ویژه ناوگان اتوبوسرانی شهرداری در تمام سطح شهر فراهم بوده و اتوبوس‌ها به دو دستگاه سیستم جدید و قدیم مجهز هستند. محمدحسینی ادامه داد: بعد از گذشت دو ماه امکان شارژ مجدد کارت‌های قدیم وجود نداشـــته و کارت‌ها به‌صـــورت رایگان با کارت‌های جدید تعویض می‌شود. وی از امکان استفاده قمکارت در سایر اماکن وابســـته به شهرداری نیز خبر داد و تصریح کرد: یکی از ظرفیت‌های قمکارت استفاده آن در مکان‌های تفریحی و گردشی وابسته به شهرداری بوده و تا دو ماه آینده امکان استفاده این کارت در باغ پرندگان فراهم می‌شود. رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شـــهرداری قـــم در ادامه به امکان پرداخت الکترونیکی در تاکسی‌ها نیز اشاره و خاطرنشان کرد: نصب بارکد خوان در بیش از دو هزار ۵۰۰ تاکسی امکان پرداخت الکترونیکی در تاکســـی‌ها را با کمک ســـامانه قمیار برای شهروندان فراهم کرده اســـت. وی حذف پرداخت نقدی در تاکسی‌ها و اتوبوس‌ها را مستلزم همکاری بخش خصوصی و شهروندان دانست و تأکید کرد: با پرداخت الکترونیک در تاکسی‌ها و اتوبوس‌ها علاوه بر حفظ پروتکل‌های بهداشتی بسیاری از مشکلات شهرداری در سازمان اتوبوسرانی حل خواهد شـــد. رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شـــهرداری قم امکان صدور بلیت‌های تک‌سفره برای مسافران و زائران را نیز تشریح و بیان کرد: به‌زودی امکان صدور کارت‌های تکســـفره کاغذی در باجه‌هـــای ارائه‌دهنده کارت و الکترونیکی در سامانه قمیار نیز فراهم خواهد شد. محمدحسینی ســـایر ظرفیت‌های قمکارت را نیز نام بـــرد و افزود: امکان صدور کارت بانام شـــهروندان و بررسی سابقه پرداخت‌ها و شارژ کارت در ســـامانه قمیار نیز به‌زودی فراهم‌شده و شهروندان در صورت مشـــاهده هرگونه خطا می‌توانند از طریق سامانه ۱۳۷ مشکلات ایجادشـــده را اعلام کنند. وی در ادامه به ظرفیت شهرداری قم برای تجهیز تمام تاکسی‌ها و تاکسی ون‌ها به سیستم بارکد خوان نیز اشـــاره کرد و گفت: تمام تاکسی‌ها تا پایان سال به دستگاه بارکد خوان مجهز شـــده و تا امروز اســـتقبال خوبی در خانواده تاکســـیرانی برای نصب بارکد خوان شـــده است. رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری قم در پایان هزینه اجرایی زیرساخت‌های قمکارت را عددی برابر ۴ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان اعلام کرد و گفت: برای نصب دستگاه‌ها در اتوبوس‌ها نیز ۴ میلیارد تومان هزینه شده و بخش مهمی از زیرساخت‌ها نیز با ظرفیت‌های استانی اجرایی شده است.

راه اندازی اولین آژانس خدمات حمل پسماندهای ساختمانی جزء در سطح شهر اهواز

اهواز – شـــبنم قجاوند: آیین بهره بـــرداری از طرح مکانیزه آژانس خدمات حمل پســـماندهای ســـاختمانی جزء شهر اهواز با حضور مرادحسینی معاون خدمات شهری، معینی زاده معاون فنی عمرانی و مدیرعامل خدمات موتوری شـــهرداری اهواز به همراهی محسن موسوی زاده رئیس کمیسیون محیط زیست، رحیم کعب عمیر رئیس کمیسیون حمل و نقل و ترافیک و ناصر موسوی نژاد اعضای شورای اســـلامی شهر اهواز برگزار شـــد. معاون خدمات شهری شهرداری اهواز در این آیین گفت: سازمان خدمات موتوری شهرداری اهواز در چند ماه گذشته ساماندهی ماشین های حمل نخاله را شروع کرده اســـت که خوشبختانه کلیه خودروهای فاقد جی پی اس ســـاماندهی و تجهیز شـــدند و امکان رصد آنها فراهم شده اســـت. مراد حسینی افزود: در راستای ساماندهی نخاله های ساختمانی، ۸ دستگاه اسکیپ لودر و چهل مخزن به ناوگان سازمان خدمات موتوری شـــهرداری اهواز ملحق شد و امیدواریم بزودی با طرح های پوششی و اضاف کردن مخازن در مناطق دیگر نخاله ی جزء در سطح شهر مشاهده نشود. معاون خدمات شهری تصریح کرد: شـــهروندان که قصد تخریب، ســـاخت و بهسازی ساختمان خود را دارند برای جلوگیری از عدم تخلیه پسماندهای ساختمانی در معابر و سطح شـــهر از دستگاه ها و مخازن پسماند ساختمانی ســـازمان خدمات موتوری شهرداری اهواز استفاده کنند. در ادامه این آیین محسن موسوی زاده عضو شورای اسلامی شهر اهواز ضمن گرامیداشت روز بصیرت، تســـلیت ایام فاطمیه و سالگرد شهادت سردار شـــهید قاسم سلیمانی گفت: با توجه به شرایط اقتصادی و تحریم ها، اســـتفاده از امکانات موجود و تعمیر و بازسازی دستگاه ها در ســـازمان ها بهترین راهکار برای پیشـــبرد اهداف و خدمت رسانی به شهروندان است که چندی پیش این مهم بوسیله سازمان اتوبوســـرانی و آتش نشانی آغاز و امروز هم توسط خدمات موتوری استمرار یافت و اجرایی شد. عضو شورای اسلامی شهر اهواز گفت: پروژه های عمرانی سالهای گذشته و جدید در سطح شهر اهواز در حال تکمیل و اجرا هستند و در کنار این اقدامات اجرای پروژه های جدیدی با سرمایه گذاری بخش خصوصی برنامه ریزی شده است.

گفتنی است ۸ دستگاه اسکیپ لودر در محل های مشخص شده در سطح شهر اهواز برای حمل پسماندهای ساختمانی جزء مستقر شدند.

شهردار رشت : پروژه های عمرانی شهر به زودی وارد فاز عملیاتی می شوند

رشت – خبرنگار فرصت امروز: شـــهردار رشت : پروژه های عمرانی شهر به زودی وارد فاز عملیاتی می شوند شهردار رشت طی جلسه ای با نمایندگان قرارگاه خاتم الانبیاء گفت: با رایزنی‌هایی که امروز بین دو طرف انجام شد، پروژه های عمرانی شهر رشت به زودی وارد فاز عملیاتی می شوند. به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت، سید محمد احمدی شهردار رشت عصر دیروز (سه‌شنبه ۹ دی) در جلسه مشترکی که بین شهرداری و نمایندگان قرارگاه خاتم الانبیاء برگزار شد، اظهار داشت: پروژه های عمرانی شهر رشت به زودی وارد فاز عملیاتی می شوند. شهردار رشت اجرای پروژه ساخت دو تقاطع نیروی دریایی و امام حسین (ع) توسط قرارگاه خاتم الانبیاء را از جمله این پروژه‌های اعلام کرد و بیان داشت: در حال حاضر فاز مطالعاتی اجرای این دو پروژه به پایان رسیده است. احمدی با تاکید بر ظرفیت های بســـیار خوب قرارگاه خاتم الانبیاء در اجرای پروژه‌های عمرانی، همکاری مشترک شهرداری و قرارگاه را برای کلانشـــهر رشت سازنده دانســـت و تصریح کرد: شهروندان منتظر هستند تا پروژه های مهم شهر هرچه زودتر عملیاتی شوند و نتیجه این همکاری های مشـــترک به ثمر بنشیند. شهردار رشت ساماندهی دو رودخانه گوهررود و زرجوب را از جمله مواردی که وی روی انجام آن تاکید بسیار فراوانی دارد خواند و اذعان کرد: اجرای این پروژه از جمله اولویت‌های شـــهرداری است که اعضای شورای شهر نیز تاکید زیادی در بحث ساماندهی این دو رودخانه داشته اند. وی افزود: برنامه‌ریزی های ما در مجموعه شهرداری شفاف است و تلاش می‌کنیم بستر های توسعه شهر رشت با بهره گیری از تمام ظرفیت ها فراهم شود. شهردار رشت به جلسه هفته گذشته خود با محمد باقر نوبخت معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور نیز اشـــاره کرد و یادآور شد: رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور در این جلسه به ما قول مساعد دادند تا در بحث تخصیص منابع مالی و اعتبارات جهت اجرای پروژه های مهم شهر رشت کمک کنند.

افزایش سرعت مهار کرونا در مازندران

با اجرای طرح سردار شهید حاج قاسم سلیمانی

طرح محله‌محور «سردار شهید حاج قاسم سلیمانی» برای مدیریت و کنترل اپیدمی ویروس کرونا در کشور از هفته نخست آذر در حال اجراست و تا کنون دستاوردهای قابل توجهی در زمینه پیشگیری از افزایش شیوع ویروس کرونا در کشور و شناسایی مبتلایان و افراد مشکوک به کرونا در این طرح به ثبت رسیده است.

اجرای ثمربخش این طرح منوط به وحدت، مشارکت و همکاری همه مردم، نیکوکاران، سازمان‌ها و نهادهای بین بخشی است. اجرای درست این طرح علاوه بر این که می‌تواند نمایشی از اوج بلوغ مدیریت مشارکتی برای پیشگیری ازشیوع ویروس در جامعه باشد، به قطع زنجیره شیوع و انتقال این بیماری نیز کمک می‌کند تا هر چه زودتر سلامتی مردم و جامعه در امنیت قرار گیرد.

در این گزارش که توسط روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی مازندران با هدف اطلاع‌رسانی و ارتقاء سطح آگاهی مردم مازندران در زمینه سلامتی و تلاش برای ترویج فرهنگ خودمراقبتی به منظور بالا بردن سطح سلامت جامعه استانی تهیه شده، در گفتگو با دکتر قاسم اویس سرپرست معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران و دکتر نادر آهنگر معاون فنی معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران ابعاد مختلف طرح محله‌محور «سردار شهید حاج قاسم سلیمانی» مورد بررسی قرار داده شده و اهداف، جزئیات اقدامات و آخرین نتایج به دست آمده از اجرای این طرح در سطح استان مازندران ارائه می‌شود.

طرح شهید سلیمانی

طرح شهید سلیمانی برنامه‌ای محله‌محور و خانواده‌محور است که با مشارکت خانواده‌ها، پایگاه‌های مقاومت مساجد و افراد صاحب‌نفوذ در سراسر کشور اجرا می‌شود. در این طرح افراد صاحب‌نفوذ هدایت‌کننده تیم‌های مجری هستند و از ساختارهایی مثل مساجد و پایگاه‌های بسیج نیز در صورت نیاز برای تشکیل کمیته‌ها، قرار گرفتن تیم‌ها، تجهیز گروه‌ها و انجام فعالیت‌ها اجرایی طرح استفاده می‌شود.

برای مشارکت مردمی در سطح محلات از گذشته در هر خانواده سفیر سلامت خانواده به ویژه برای گروه‌های پرخطر مانند سالمندان و افراد مبتلا به دیابت و فشار خون به صورت داوطلبانه پس از کسب آموزش‌های لازم، برنامه‌های خود مراقبتی را به خانواده ارائه و گزارش‌های عملکردی خودمراقبتی را به مراکز درمانی هر مطقه اعلام می‌کنند. برای شبکه‌سازی به ازای هر ۴۰ سفیر خانواده یک رابط محله انتخاب شده است. این سفیران سلامت خانوار و محله در طرح شهید سلیمانی هم مشارکت دارند.

در طرح شهید قاسم سلیمانی شاخص‌های ارزشیابی متفاوتی تعیین شده که اجرای آن‌ها باید منجر به کاهش موارد ابتلا و زنجیره انتقال و در نهایت نیز حذف و کاهش بستری و مرگ و میر ناشی از کرونا شود. اما برای قرار گرفتن در مسیر درست این طرح باید نظارت‌هایی صورت بگیرد. به همین منظور در سطح کشوری ناظرانی برای ۱۰ قطب دانشگاه‌های کشور طراحی شده که با چک‌لیست‌هایی بر نحوه اجرای این طرح نظارت می‌کنند.

تحقق مشارکت همگانی در طرح شهید سلیمانی

به گفته سرپرست معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران نیز هدف اصلی طرح حاج قاسم سلیمانی مدیریت و کنترل همه‌گیری ویروس کرونا با مشارکت مردمی و هماهنگی بین بخشی و بهره‌گیری از کمک نیروهای بسیج است. دکتر «قاسم اویس» با اشاره به گستردگی چالش‌های ناشی از شیوع کرونا در دنیا، اظهار کرد: در همه‌گیری کووید-۱۹ با بحرانی اجتماعی روبه‌رو هستیم که حوزه سلامت به تنهایی نمی‌تواند با آن مقابله کند. بنابراین نیازمند همکاری و مشارکت آحاد جامعه و همه ارگان‌ها برای مقابله با این بیماری و بحران‌های اجتماعی ناشی از آن هستیم.

وی افزود: در طرح شهید سلیمانی سازمان‌ها و ارگان‌هایی مانند بسیج، هلال احمر، سفیر سلامت، داوطلبان سلامت و همکاران حوزه بهداشت و درمان همکاری بسیار پررنگی برای کنترل همه‌گیری کرونا دارند و انتظار می‌رود مردم و به ویژه خیران نیز همچون گذشته که در همه عرصه‌های اجتماعی حضور پررنگی داشتند، نقش و حضور پررنگی در دستیابی به سلامت داشته باشند تا هر چه زودتر این بیماری را کنترل کنیم و امنیت سلامت در جامعه برقرار شود.

طرح شهید سلیمانی مازندران از نگاه آمار و ارقام

طرح حاج قاسم سلیمانی در مازندران تا کنون منجر به شناسایی هزاران نفر از افراد مشکوک به کرونا شد که با هدایت این افراد به ماندن در قرنطینه و تحت کنترل گرفتن وضعیت آن‌ها، گام بزرگی برای جلوگیری از شیوع بیشتر این بیماری در استان برداشته شده است.

برای اجرای این طرح در استان علاوه بر ۱۸ هزار کارمند حوزه دانشگاه، حدود ۵ هزار داوطلب نیز فعال هستند که در قالب ۲۵۰۰ تیم برای انجام فعالیت‌های مختلف تعریف شده در طرح ساماندهی شدند. نزدیک به ۴۰۰ تیم رهگیری فعال و ۱۱۶ تیم هومکر (تیم متشکل از پزشکان و پرستاران) در استان تشکیل شده و شناسایی افراد دارای علائم بیماری را انجام می‌دهند. هزار تیم نظارتی متشکل از اصناف محلات نیز گندزدایی منازل را انجام می‌دهند و نزدیک به هزار گروه هم در قالب بسیج محلات در بخش حمایتی با جذب کمک‌های مردمی و حمایت‌های خیران، کمک‌های معیشتی را به خانواده‌ها ارائه می‌دهند.

از آغاز اجرای طرح تاکنون توسط تیم‌ها رهگیری طرح شهید سلیمانی ۲۳ هزار رهگیری فعال انجام شد. همچنین از زمانی که کیت‌های تست فوری کرونا برای اجرای طرح شهید سلیمانی در اختیار مازندران قرار گرفت، بیش از ۱۲۰۰ تست فوری در کل استان انجام شد که ۴۰۰ مورد این رپیدتست‌ها در منازل صورت گرفت. نتیجه این تست‌های فوری شناسایی بیش از ۳۰۰ نفر با علائم ابتلا بود که برای انجام تست PCR بود به آزمایشگاه ارجاع داده شدند. همچنین در این طرح بیش از ۹ نقاهتگاه با ظرفیت ۴۲۶ تخت فعال پیش‌بینی شده که اگر افرادی نیاز به نقاهتگاه دارند به این اماکن ارجاع داده می‌شوند.

فرآیند اجرای طرح

معاون فنی معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران نیز با اشاره به اجرای طرح حاج قاسم سلیمانی در مازندران همزمان با سراسر کشور، گفت: طرح حاج قاسم سلیمانی که در گام چهارم مبارزه با بیماری کووید-۱۹ در کشور و استان طراحی و اجرا شده طرحی مشارکتی بین وزارت بهداشت و دانشگاه‌های علوم پزشکی سراسر کشور با سازمان بسیج مستضعفین و هلال احمر است که شهرداری‌ها، آموزش و پرورش، اصناف و ارگان‌ها و مسئولانی که در سطح محلات فعال هستند مانند بسیج محلات، سفیران سلامت خانوار و محلات و ائمه جماعت مساجد نیز می‌توانند در این طرح همکاری کنند.

دکتر «نادر آهنگر» با بیان اینکه این طرح مبتنی بر شعار هر خانه یک پایگاه است، اظهار کرد: برای اجرای این طرح ابتدا جلسات هماهنگی استانی تشکیل شد و قرارگاه طرح در معاونت بهداشتی دانشگاه شکل گرفت. پس از آن نیز دستگاه‌های مختلف ابلاغ را دریافت کردند و برای مدیران شبکه‌ها نیز از طرف دانشگاه ابلاغ صادر شد. در حال حاضر طرح شهید سلیمانی در ۲۰ شهر استان قرارگاه دارد و ۵ کمیته محوری نیز در ۸ شهرستان شکل گرفت.

وی افزود: کمیته عملیاتی با محوریت بسیج در سطح محلات شکل گرفته و کمیته آموزش نیز باید اطلاع‌رسانی در زمینه اجرای طرح را انجام دهد. بخش نظارتی نیز شامل پایش کمیته نظارت، قرنطینه خانگی و کمیته رهگیری فعال می‌شود که به محض فعال شدن این کمیته‌ها برای جذب افراد داوطلب، فراخوان داده می‌شود. سپس برای افراد واجد شرایط، مبتنی بر هر تیمی که به صورت تخصصی کار می‌کند توسط قرارگاه شهرستان مربوطه کارت شناسایی عکس‌دار صادر می‌شود و آموزش‌هایی به صورت حضوری با تعداد محدود و مجازی برگزار می‌شود.

این مسئول خاطرنشان کرد: در این دوره‌ها، به داوطلبان و اعضای گروه‌های مختلف درباره جزئیات طرح آموزش عمومی داده می‌شود و هر گروه از تیم‌ها برای کارهایی که قرار است بر عهده بگیرند آموزش تخصصی می‌بینند. در مرحله نخست گروه‌ها در فرم‌های کاغذی اطلاعات افراد را ثبت می‌کنند و به محض راه‌اندازی سامانه استانی، فرم‌ها در آن بارگذاری می‌شود. سپس گزارش‌گیری از تیم‌ها به صورت هفتگی و در سطح شهرستان‌ها تجمیع و به استان ارائه می‌شود تا در اختیار رده‌های بالاتر قرار بگیرد.

به گفته دکتر آهنگر در مازندران برای ۶ بلوک استان ناظرانی که مدیر هستند و تمام اجزای طرح را می‌شناسند انتخاب شدند و به صورت هفتگی و یک‌روز در میان از مناطق مربوطه خود بازدید و طبق چک‌لیست‌ها نظارت را انجام می‌دهند تا اگر نواقصی وجود داشته باشد، با گوشزد به مدیران و تیم‌های عملیاتی آن‌ها را برطرف کنند.

خدمات حمایتی و کنترلی

بر خلاف آن‌چه که در تصور ابتدایی بسیاری از اقشار جامعه وجود دارد، طرح شهید سلیمانی محدود به شناسایی مبتلایان نیست. معاون فنی معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران گفت: یکی از محوریت‌های طرح شهید حاج قاسم سلیمانی در زمینه خدمات ضروری، مراقبت از افراد بیمار و افراد در معرض تماس است. برای این کار تیم‌هایی با عنوان رهگیری فعال تشکیل شد. رهگیری در گذشته به صورت غیرحضوری در مراکز و خانه‌های بهداشت استان صورت می‌گرفت و اکنون حضوری و خانه به خانه انجام می‌شود.

به گفته این مسئول در این طرح، رهگیری به صورت حضوری انجام می‌شود. اگر خانواده‌ها حضور در منزل را مطالبه کنند تیم‌های دو نفره و دوره دیده با ابزار و تجهیزات کافی برای ارزیابی بیماران در منازل حضور می‌یابند. این تیم‌ها پس از تکمیل پرسشنامه و تکمیل فرم‌ها، تب‌سنجی را در داخل منزل انجام می‌دهند و سپس تست رپید (تست آنتی‌ژنی که در ۲۰ دقیقه نتیجه آن اعلام می‌شود) از فرد گرفته می شود. در صورت مثبت بودن تست، فرد در قرنطینه قرار می‌گیرد و فرم‌های قرنطینه‌اش پر می‌شود. همچنین اگر احیانا در خانه‌ای نیاز به گندزدایی باشد، این تیم به تیم‌های نظارتی برای انجام ضدعفونی گزارش می‌دهد و تیم نظارتی که با همکاری هلال احمر و بسیج تشکیل شده با هدایت بازرسی بهداشت محیط برای ضدعفونی‌سازی منزل اقدام می‌کند.

معاون فنی معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران تصریح کرد: یکی از اقدامات ضروری این طرح، مراقبت از گروه‌های آسیب‌پذیر است که براساس آن، اصطلاحی به نام قرنطینه معکوس تعریف شده است. در قرنطینه معکوس برای افراد آسیب‌پذیری که به کووید-۱۹ مبتلا نشدند، ولی برای کارهای ضروری لازم است که از منزل خارج شوند اقدامات مراقبتی و معیشتی از طریق بسیج و هلال احمر انجام می‌شود. یعنی تیم‌های حامی کارهای ضروری خانواده‌ها را انجام می‌دهند و نیاز به خارج شدن افراد مشکوک یا مبتلا به کووید-۱۹ از منزل نیست.

آهنگر خاطرنشان کرد: سطح بالاتری از مراقبت‌ها نیز در طرح شهید سلیمانی تدارک دیده شده است. به طوری که اگر خانواده‌ای نیاز به مراقبت پزشکی داشته باشد تیم‌هایی با حضور پزشک و پرستار و با تجهیزات بیشتر در محل حاضر می‌شوند و با پالس اکسیمتری سطح اکسیژن خون و با دستگاه فشار خون و قند خون را اندازه‌گیری می‌کنند.

وی افزود: برای بیمارانی که دارای بیماری‌های زمینه‌ای مانند فشارخون و دیابت هستند و می‌خواهند در منزل بمانند نیز با اجرای قرنطینه معکوس تیم‌ها وارد عمل می‌شوند و عملیات پزشکی و مراقبتی را انجام می‌دهند. برای این افراد نیز فرم‌هایی تکمیل شده و در صورت نیاز دارو تجویز می‌شود. اگر هم مواردی نیاز به متخصص داشته باشند به صورت تلفنی نظر متخصص اخذ و در موارد حاد، به کمک نیروهای اورژانس بیمار به بیمارستان‌ها ارجاع داده می‌شود.

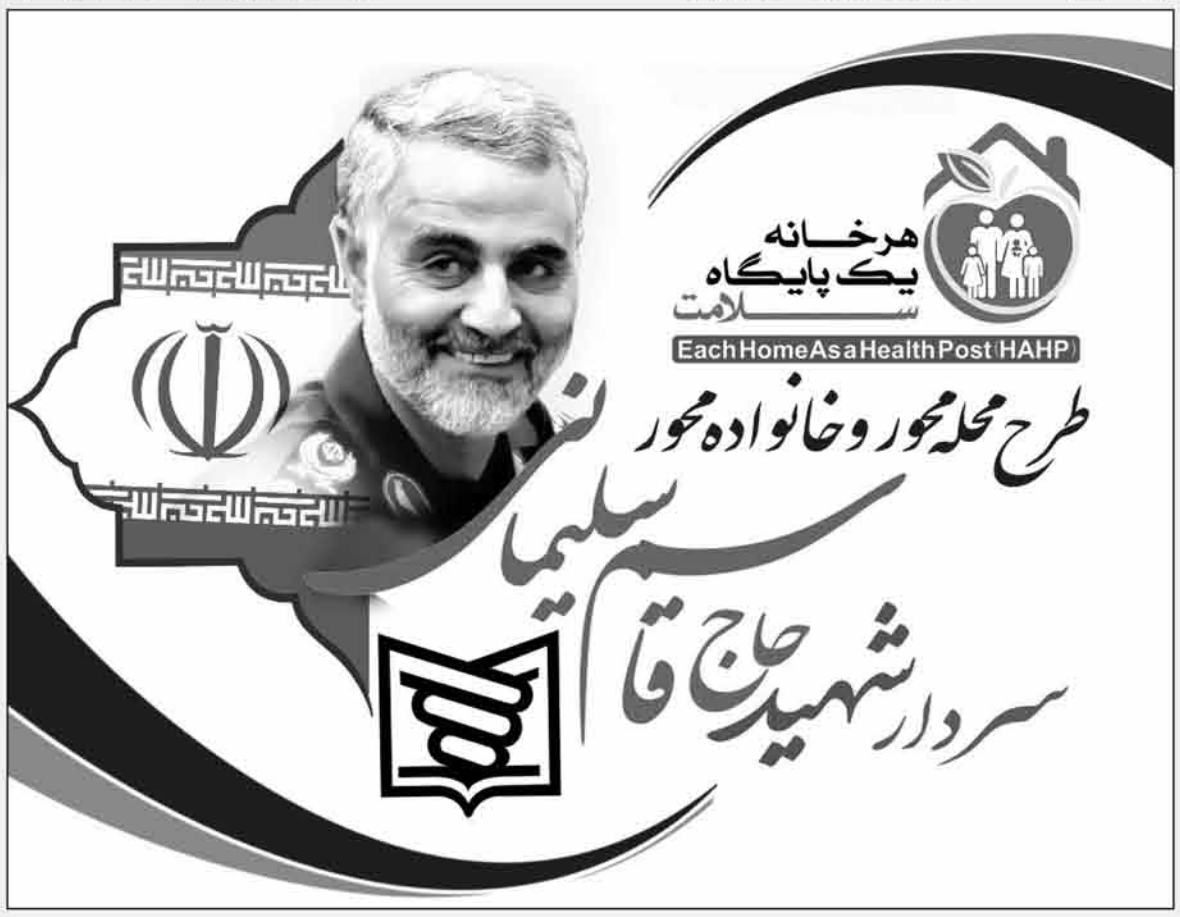
ساماندهی و هدفمندسازی اقدامات پیشگیرانه

در طرح شهید سلیمانی راهبرد کلان مقابله با کووید-۱۹ بیشتر مبتنی بر هدفمندسازی اقدامات است. زیرا بسیاری از اقدامات با حجم وسیع انجام می‌شد، اما اثربخشی لازم را نداشت. بنابراین طرح باید هوشمندی لازم برای رساندن اطلاعات به ذینفعان به منظور انجام اقدامات لازم را داشته باشد. به همین دلیل تلاش شده که در بخش ثبت اقدامات در مازندران، سامانه الکترونیکی ثبت آنلاین خدمات طراحی و پزشکان ناظر از طریق فرم‌هایی که تیم‌های بسیجی و حوزه بهداشت تکمیل می‌کنند در جریان وضعیت افراد قرار گیرند و اقدامات لازم را از طریق سامانه‌های الکترونیکی انجام دهند و گزارش‌ها به صورت تجمیع شده به سطوح بالاتر ارائه شود تا سطوح بالاتر بتوانند اقدامات سطح پایین‌تر را کنترل کنند.

یکی از اقدامات پیشگیرانه، کنترل قرنطینه افراد بعد از مثبت شدن تست از طریق سامانه ماسک است. در این طرح فرد بیمار ردیابی می‌شود و خروجش از قرنطینه در سامانه برخط حوزه بهداشت مشخص می‌شود که در صورت بی‌توجهی به تذکرها، برای جریمه به نیروی انتظامی معرفی خواهد شد.

یکی دیگر از اقدامات الکترونیکی در طرح شهید حاج قاسم سلیمانی طراحی سامانه الکترونیک برای آموزش مستمر نکات بهداشتی به خانواده از طریق در اختیار قرار دادن شماره تماس است که در آن نهادهای آموزشی دارای مجوز آموزش لازم را به خانواده ها ارائه می‌کنند.

در استان و شهرستان‌های تابعه کمیته آموزش و اطلاع‌رسانی با محوریت تبلیغ این طرح تشکیل شده و بر اساس آن پایگاه‌ها و مساجد در تمام محلات، بنرهایی را نصب و از طریق بلندگوهای مساجد و سیار طرح را به مردم معرفی می کنند. این گروه‌ها با کاور و کارت شناسایی، تجهیزات پزشکی و لباس محافظتی به منازل مراجعه و اقدامات ضروری را انجام می‌دهند.



آگهی تحدید حدود اختصاصی

به موجب ماده ۱۴ قانون ثبت اسناد و املاک تحدید حدود پلاک ثبتی به شرح ذیل اعلام می شود:
پلاک ۱۱ - فرعی از ۸ - اصلی واقع در بخش ۱۳ قریه خردمرد رضائی به نام علی نمسک فیروزجائی منصرف مقدار ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۶۹۰۱٫۵۲ مترمربع.
از ساعت ۸ صبح الی ۲ بعد از ظهر روز یکشنبه ۱۳۹۹/۱۱/۰۵ در محل وقوع ملک به عمل خواهد آمد.
لذا به استناد ماده ۱۴ قانون ثبت نسبت به مالکین مجاور و نمایندگان قانونی آنان بدینوسیله اخطار میشود در روز مقرر در این آگهی در محل مورد تحدید حدود حظور به هم رسانند تا چنانچه نسبت به حدود و حقوق ارتفاقی اعتراضی داشته از تاریخ تنظیم صورتجلسه تحدید حدود ظرف مدت ۳۰ روز اعتراض کتبی خود را مستقیماً به این اداره تسلیم و رسید اخذ نمایند. بدیهی است در صورت عدم اعتراض و انقضاء مدت مقرر اعتراض آنان خارج از موعد قانونی تلقی و بلااثر خواهد بود. ضمناً اینکه معترض ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، به مرجع ذیصلاح قضایی دادخواست تسلیم و گواهی آن را به این اداره ارائه نماید. در صورت عدم دادخواست و گواهی مرجع قضایی، عملیات ثبتی به نام متقاضی ثبت ادامه خواهد یافت. م الف ۱۹۹۰۷۵۳۸
تاریخ انتشار: روز شنبه ۱۳۹/۱۰/۱۳

سید روح اله اسماعیل پور
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک بابلسر

آگهی

در خصوص دادخواست مجید ترازی و معصومه ترازی با وکالت روزبه نیرومند به طرفیت مهدی ترازی به خواسته تحریر ترکه، در خصوص تحریر ترکه مرحوم زهرا نقی نژاد لفمجانی لازم به ذکر است ورثه یا نماینده قانونی آنها بستانکاران و مدیونین به متوفی و کسان دیگر که حقی بر ترکه دارند در تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۵ ساعت ۹:۳۰ صبح جهت اجرای قرار تحریر ترکه در شعبه اول شورای حل اختلاف شهرستان رشت حاضر شوید.
۲۸۳۴ م الف
کمک دبیر شعبه ۱ شورای حل اختلاف مجتمع قضایی شماره ۴ (شهید بهشتی) رشت
۸۹۹

اخطاریه - انتقال اجرایی
دفترخانه اسناد رسمی ۷۶۵ تهران

نشانی دفترخانه: تهران خ دکتر بهشتی- نرسیده به بزرگراه مدرس- پ ۲۵۱ ط همکف – تلفن ۸۸۷۲۲۹۶۰-۰۲۱
متقاضی: ۱- آقای سید محمد باقر صدوقی شماره ملی: ۰۰۴۰۳۱۰۱۱۶ نام: سید محمد باقر نام خانوادگی: صدوقی نام پدر: سیدحسین تاریخ تولد: ۱۳۴۹/۰۱/۲۱ شماره شناسنامه: ۲۶۰ محل صدور شناسنامه: تهران شماره تلفن- نشانی: استان تهران – شهرستان تهران- بخش مرکزی- شهر تهران- محله شهید قندی- تیلوفر – خیابان پاکستان – خیابان شهید دکتر بهشتی- پلاک ۲۵۱- ساختمان کلاسیک- طبقه سوم – واحد شرقی کدپستی ۱۵۳۱۶۱۶۳۱۹
مخاطب: ۱- خانم زینب نودهائی شماره ملی: ۰۷۹۱۷۳۵۱۵۴ نام: زینب نام خانوادگی: نودهائی نام پدر: محمد تاریخ تولد: ۱۳۴۶/۱۱/۰۱ شماره شناسنامه: ۴۱۳ محل صدور شناسنامه: سبزوار شماره تلفن: - نشانی: مجهول المکان کدپستی: ۱۱۱۱۱۱۱۱۱۱ سایر اطلاعات: مستند انتقال: حکم دادگاه شماره دادنامه: ۹۹۰۹۹۷۲۱۶۱۹۰۰۷۷۱ تاریخ دادنامه: ۱۳۹۹/۰۶/۳۰ مرجع صادرکننده: شعبه ۸۷ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضائی شهید صدر تهران متن: خانم زینب نودهائی احتراما استحضار می دارد برابر دادنامه شماره ۹۹۰۹۹۷۲۱۶۱۹۰۰۷۷۱ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۳۰ شعبه ۸۷ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضائی شهید صدر تهران محکوم شده اید به انتقال رسمی دو دانگ مشاع از ششدانگ ملک دارای پلاک ثبتی شماره ۴۹/۴۲۹۱ بخش ۱۱ تهران به محکوم له پرونده مزبور. لذا از جنابعالی درخواست می شود ظرف ده روز از انتشار آگهی مربوط به این اخطاریه در این دفتر (دفترخانه اسناد رسمی شماره ۷۶۵ تهران بنشانی تهران خیابان دکتر بهشتی نرسیده به بزرگراه مدرس پلاک ۲۵۱ طبقه همکف غربی تلفن ۵۰-۸۸۷۵۰۰۵۰ حاضر شده و نسبت به امضای سند انتقال اقدام فرمائید در غیر اینصورت سند با حضور نماینده اداره اجراء تنظیم و امضاء می گردد.
نشانی دفترخانه ۷۶۵ تهران: تهران خیابان دکتر بهشتی نرسیده به بزرگراه مدرس پلاک ۲۵۱ می باشد.
۱۶۳۴۷ م الف
اداره اجرای ثبت استان تهران
شناسه آگهی ۱۰۶۹۵۲۸

آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله به وراث مرحوم علیرضا فرهانی عبارتند از آقای حسن فرهانی اصالتا از طرف خود و ولایتا از طرف محمد صدرا فرهانی و محمدحسین فرهانی به نشانی: تهران خیابان ولیعصر چهارراه امیریه خیابان جوادیان کوچه قاصدیان پلاک ۳۷
ابلاغ می گردد: خانم زهرا متولی به استناد سند ازدواج شماره ۱۴۰۰۹ دفتر ازدواج شماره ۲۱۷ تهران جهت وصول ۲۰۲ عدد سکه طلای یک بهار آزادی علیه شما مبادرت به صدور اجرائیه نموده و پرونده اجرائی به کلاسه ۹۹۰۳۲۸۳ در این اداره تشکیل شده و در جریان است. لذا با توجه به اینکه ابلاغ اجرائیه به شما در آدرس متن سند میسر نشده، مراتب از طریق درج در روزنامه به شما ابلاغ میگردد مقتضی است حداکثر ظرف ۲۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام نمائید در غیراینصورت عملیات اجرائی علیه شما ادامه خواهد یافت. این آگهی پس از تائید نهایی و ارسال آگهی در سایت آگهی های سازمان ثبت قرار خواهد گرفت و به منزله انتشار آگهی در روزنامه کثیرالانتشار محلی است ضمنا شایسته است در اسرع وقت نسبت به ثبت نام در سامانه ثنا اقدام نمایند در غیر اینصورت جنابعالی مسئول عواقب آن خواهید بود.
۱۶۳۴۶ م الف
رئیس اداره پنجم اجرای اسناد رسمی - علینژاد
شناسه آگهی ۱۰۶۹۵۲۲

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۸۰۳۰۸۳۵ سال ۹۸،۳۰۶۶ موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تنکابن تصرفات مالکانه بلامعارض مالکیت متقاضی فرزانه کریمی به شماره کد ملی ۰۰۶۴۰۶۰۱۲۸ صادره از تهران فرزند جعفر ششدانگ یک قطعه باغ مشجر مشتمل بر انباری به مساحت ۲۹۱۱ مترمربع دارای پلاک ۷۸۸ فرعی از پلاک ۴ اصلی بخش ۴ واقع در قریه گراکو خریداری شده از مالک رسمی لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود تا در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض دادخواست اعتراض برثبت خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
م الف : ۱۹۹۰۸۲۷۹
تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۳۹۹،۱۰،۱۳
تاریخ انتشارنوبت دوم : ۱۳۹۹،۱۰،۲۷
هادی ملاحسینی سرپرست ثبت اسناد واملاک تنکابن

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۸۰۳۲۳۷۳ سال ۹۹،۱۷۳ موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تنکابن تصرفات مالکانه بلامعارض مالکیت متقاضی مهدی مجیدی به شماره کد ملی ۰۳۲۲۳۶۲۱۷۲ صادره از کرج فرزند علیرضا ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۴۸۲ مترمربع دارای پلاک ۴۲۹۸ فرعی از پلاک ۱ اصلی بخش ۴ واقع در قریه مزرلات خریداری شده از مالک رسمی لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود تا در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض دادخواست اعتراض برثبت خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
م الف : ۱۹۹۰۸۲۸۵
تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۳۹۹،۱۰،۱۳
تاریخ انتشارنوبت دوم : ۱۳۹۹،۱۰،۲۷
هادی ملاحسینی سرپرست ثبت اسناد واملاک تنکابن

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۸۰۳۳۳۰۴ سال ۹۹،۲۵۲۹ موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تنکابن تصرفات مالکانه بلامعارض مالکیت متقاضی فاطمه احمدی پس کوهان به شماره کد ملی ۲۲۱۹۰۷۰۱۲۳ صادره از تنکابن فرزند محمدعلی ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۲۶۴ مترمربع دارای پلاک ۷۰ فرعی از پلاک ۷۰ اصلی بخش ۳ واقع در قریه ولمرود خریداری شده از مالک رسمی لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود تا در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض دادخواست اعتراض برثبت خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
م الف : ۱۹۹۰۸۲۸۹
تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۳۹۹،۱۰،۱۳
تاریخ انتشارنوبت دوم : ۱۳۹۹،۱۰،۲۷
هادی ملاحسینی سرپرست ثبت اسناد واملاک تنکابن

آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد رهنی)
آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد رهنی) پرونده اجرائی کلاسه ۹۶۰۱۸۱۹

ششدانگ یک دستگاه آپارتمان قطعه دو تفکیکی واقع در شرق طبقه اول به مساحت ۱۲۳/۷۰ مترمربع است بانضمام ۲ واحد پارکینگ شماره ۲ و ۱۰ هر یک به مساحت ۱۰/۸۰ متر مربع واقع در طبقه زیرزمین شمال پارکینگ نهم جنوب شرقی طبقه همکف و یک باب انباری قطعه ده تفکیکی بمساحت ۵/۰۹ متر مربع واقع در جنوب غربی زیرزمین به پلاک ثبتی ۱۶۱۷۰ فرعی از ۴۷ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۳۶ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش یازده تهران و با قدرالسهم از عرصه و سایر مشاعات و مشترکات طبق قانون تملک آپارتمانها و آیین نامه اجرای آن محدود به حدود آپارتمان: شمالا در دو قسمت دیوار و پنجره به فضای خیابان ۲۰ متری. شرقا دیوار و پنجره به فضای کوچه ۱۲ متری اصلاحی طبق پایان کار. جنوبا اول در دو قسمت دیوار و پنجره به تراس غیر مسقف مشاعی که در دسترس این آپارتمان است و دوم دیوار و پنجره به فضای حیاط مشاعی. غربا اول و چهارم دیوار مشترک با آپارتمان مجاور غربی و دوم در سه قسمت در و دیوار و پنجره به نورگیر مرکزی و سوم در دو قسمت دیوار و دریچه به داکت محل عبور لوله ها و پنجم در ۴ قسمت در و دیوار به راه پله و آسانسور. کف و سقف اشتراکی است. حدود پارکینگ قطعه ۱۰: شمالا به محوطه مشاعی شرقا به محوطه مشاعی جنوبا به پارکینگ ۹ غربا به محوطه مشاعی. حدود پارکینگ قطعه ۲: شمالا و شرقا و جنوبا و غربا به محوطه مشاعی. حدود انباری: شمالا در و دیوار به محوطه مشاعی شرقا دیوار به محل مشاعی جنوبا دیوار به قسمت پر حیاط مشاعی غربا دیوار به پی قطعه دوم. ذیل ثبت شماره ۴۴۶۹۹۵ در صفحه ۳۲ دفتر ۱۹۱۳ املاک بنام منصور طالبی ثبت و صادر تسلیم شده است و سند مالکیت به شماره چاپی ۳۳۲۹۸۶ صادر و تسلیم شده است و به موجب اسناد شماره ۱۷۲۰۴۱ مورخ ۱۳۹۰/۱۱/۰۳ و ۱۶۴۷۷۸ مورخ ۱۳۸۶/۰۵/۱۱ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۷۰ تهران در رهن بانک پارسیان قرار گرفته است که به علت عدم ایفای تعهد منجر به صدور اجرائیه تحت شماره کلاسه ۹۶۰۱۸۱۹ شده است و برابر نظریه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۰۱ کارشناس رسمی دادگستری توصیف اجمالی مورد وثیقه عبارت است از: ملک فوق واقع است در تهران خیابان خواجه عبدالله انصاری نبش کوچه چگینی روبروی دبیرستان شهید دکتر حسن عباسپور و مقابل پیش دبستان و دبستان پسرانه غیرانتفاعی سرای زندگی پلاک پلاک ۱۰ جدید و ۱۷۱ قدیم واحد اول شرقی و مورد ارزیابی عبارتست از آپارتمانی در شرق طبقه اول روی همکف ساختمانی با عمر تقریبی ۱۶ سال در شمال عرصه واقع گردیده که بصورت یک واحد مسکونی در حال بهره برداری رویت شد. تعداد طبقات مسکونی ۵ طبقه دو واحدی جمعا ده واحد مسکونی است که ساختمان با احتساب زیرزمین و همکف شامل ۷ طبقه است مورد بازدید مشتمل است بر سالن درب باز کن تصویری سه اتاق خواب و آشپزخانه اوپن با کابینت زمینی و دیواری از جنس ام دی اف حمام و سرویس بهداشتی دارای کاشیکاری و سرامیک می باشد. درب ورودی از جنس چوب کف سنگ پوشش دیواره ها نقاشی سقف اندود گچ و پرداختی با پوشش رنگ است پنجره ها با قاب یو پی وی سی با حفاظ فلزی و شیشه دو جداره است و نور ملک علاوه بر حیاط از پنجره مشرف به دو گذر و از نورگیر مسقف نیز تامین می گردد. نمای ساختمان سنگ و دارای آسانسور می باشد کف و پیشانی و پاگرد راه پله از سنگ و دیوار راه پله قسمتی سنگ و قسمتی اندود گچ با پوشش نرده رنگ و حفاظ آن از جنس فلز است کفسازی و دیواره پارکینگ سنگ و حیاط موزائیک است طبقه همکف با اختلاف ۴ پله به حیاط مرتبط می گردد و محل موصوف دارای دو واحد پارکینگ و یکباب انباری و انشعاب آب و گاز مشترک و برق اختصاصی است و در اختیار مستاجر می باشد و به مبلغ ۴۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (چهل و دو میلیارد ریال) ارزیابی شده است و جهت وصول طلب بستانکار و حقوق دولتی کلاسه فوق الذکر در روز شنبه مورخ ۹۹/۱۰/۲۰ از ساعت ۹ صبح الی ۱۲ ظهر در محل اداره سوم اجرای اسناد رسمی واقع در تهران- چهارراه جهان کودک- پلاک ۳۴ ساختمان معاونت اجرای اسناد رسمی ثبت استان تهران- سالن مزایده از طریق مزایده حضوری بفروش می رسد و مزایده از مبلغ ۴۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (چهل و دو میلیارد ریال) شروع و به بالاترین قیمت که خریدار داشته باشد فروخته خواهد شد. شرکت در جلسه مزایده منوط به پرداخت ۱۰(ده) درصد از مبلغ پایه کارشناسی به حساب سپرده ثبت و تحت شناسه واریز اعلامی و حضور خریدار یا نماینده قانونی او در جلسه مزایده است. لذا خریدار و یا خریداران می بایست تا قبل از شروع وقت مزایده اصل فیش واریزی مبلغ ودیعه ده درصد بنام خود را به همراه درخواست کتبی به واحد اجرا تسلیم و ثبت نمایند. ضمنا برنده مزایده مکلف است ما به التفاوت مبلغ فروش را ظرف مدت پنج روز از تاریخ مزایده به حساب صندوق ثبت تودیع نماید و در صورتی که ظرف مهلت مقرر مانده فروش را به حساب سپرده ثبت واریز نکند مبلغ مذکور قابل استرداد نبوده و به حساب خزانه واریز خواهد شد. در این صورت عملیات فروش از درجه اعتبار ساقط و مزایده تجدید می گردد. ضمنا بدهی های مربوط به آب، برق، گاز اعم از حق انشعاب و اشتراک و مصرف و نیز بدهی مالیاتی عوارض شهرداری و غیره که رقم قطعی آنها برای این اداره معلوم نشده است بعهده برده مزایده است و تنظیم سند انتقال موکول به ارائه مفاصا حسابهای دارایی و شهرداری و ... خواهد بود مورد مزایده با توجه به اعلام وکیل بستانکار بیمه می باشد.
این آگهی پس از تائید فرآیند مزایده در سایت آگهی سازمان ثبت قرار خواهد گرفت و به منزله انتشار آگهی در روزنامه کثیرالانتشار محلی است.
تاریخ انتشار آگهی مزایده: ۹۹/۱۰/۰۶
۱۶۳۴۴ م الف
رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - علیرضا فردوسی زاده نائینی
شناسه آگهی ۱۰۶۹۵۲۰

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای کریم حجازه دستگردی برابر وکالت نامه ۳۲۹۰۷- ۱۳۹۹/۰۷/۲۷ دفترخانه ۶۶۸ تهران به وکالت از آقای سیاوش ارفعیان ضمن ارائه دو برگ استشهادیه مصدق به شماره ترتیب ۱۰۶۷۱ تاریخ ۹۹/۸/۱۲ تنظیمی دفتر اسناد رسمی ۶۶۸ تهران منضم به درخواست وارده شماره ۲۵۵۷۵- ۹۹/۸/۱۲ با اعلام اینکه به علت اسلس کشی، اصل سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین به مساحت ۲۶۱ متر مربع قطعه یک تفکیکی بشماره پلاک ثبتی B۱۸۱ فرعی از ۵۳ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران که ذیل ثبت ۱۰۱۲۰ صفحه ۲۸۱ دفتر جلد ۳۸ سند مالکیت به شماره چاپی ۲/۷۷۶۸۴۴ بنام محمد جواد نقی زاده مسکران قمی ثبت و سند مالکیت صادر و تسلیم گردیده است و سپس تمامی شش دانگ برابر سند ۹۴۸۳۰- ۵۸/۳/۹ دفترخانه یک تهران به آقای علی تقی زاده مسکران قمی انتقال قطعی یافته است و سپس تمامی شش دانگ برابر اسناد ۱۴۸۴۶۱- ۶۳/۶/۲۶ دفترخانه ۳۰ تهران و ۷۹۵۸۲- ۶۳/۱۱/۲ دفترخانه ۴۴۲ تهران به آقای سیاوش ارفعیان انتقال قطعی یافته است و برابر اسناد رهنی ۱۱۷۵۰۲ – ۷۴/۲/۲۶ و ۱۱۸۸۸۰- ۷۴/۸/۱۱ و ۱۱۸۸۷۹- ۷۴/۸/۱۱ دفترخانه ۳۱۱ تهران در رهن بانک ملت قرار گرفته است. مفقود شده است و از این اداره تقاضای صدور المثنی آنرا نموده است لذا بدینوسیله وفق ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت مورخه ۸۰/۱۱/۸ مراتب یک نوبت آگهی تا چنانچه شخص و یا اشخاص اعم از حقیقی یا حقوقی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مورد نظر می باشند که بدان اشاره نشده و اصل سند مالکیت یا سند معامله را در اختیار دارند ظرف ده روز از تاریخ انتشار آگهی به این اداره مراجعه و ضمن اعلام اعتراض اصل اسناد مالکیت و یا سند معامله را ارائه و رسید دریافت نمایند در غیر اینصورت پس از سپری شدن مهلت مقرر، المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد گردید.
۱۶۳۴۳ م الف
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک قلهک تهران
شناسه آگهی ۱۰۶۹۵۱۹

آگهی تسلیم سند مالکیت مورث مطابق تبصره ۳ ماده ۱۲۰ آ.ق.ث

سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین به مساحت ۲۵. ۲۳۶ متر مربع قطعه ۳۶ تفکیکی شماره ۱۰۷۱۵ فرعی از ۴۹ اصلی مفروز از ۲۰۲ فرعی از اصلی ذیل ثبت ۱۰۰۶۴۱ ص ۱۸۳ دفتر ۲۷۷ بنام اکبر صفایی قمصری با شماره چاپی ۶۰۳۲۷۲ صادر سپس برابر دادنامه حصر وراثت شماره ۱۰۱۵ مورخ ۸۸/۷/۷ شعبه شماره ۸ حل اختلاف تهران نامبرده فوت و ورثه حین الفوت عبارتند از امیر صفایی قمصری پسر و راضیه و فاطمه صفایی دختران و منصوره امین ساداتی همسر متوفی می باشد اینک با عنایت به اظهار مکتوب متقاضیان مبنی بر اینکه اصل سند مالکیت نزد احدی از ورثه (آقای امیر صفایی قمصری) بوده است به نامبرده طی نامه ۱۳۹۹۸۵۶۰۱۱۵۱۰۱۱۸۱۲ مورخ ۹۹/۷/۱ ابلاغ گردیده که اصل سند مالکیت را برابر مقررات عودت نماید لیکن در موعد مقرر وی نسبت به تسلیم سند مالکیت اقدام ننموده است لذا در راستای درخواست صدور سند مالکیت سهمی خانم فاطمه صفایی مراتب اعلام تا چنانچه نسبت به ملک مورد آگهی معامله ای صورت گرفته که در این آگهی ذکر نشده یا احدی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید ظرف ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و در غیر اینصورت اگر ظرف مهلت اعتراضی وصول نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد اداره ثبت سند مالکیت وراث را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد نمود.
۱۶۳۴۵ م الف
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک لویزان - طاهر طلوع دل
شناسه آگهی ۱۰۶۹۵۲۱

آگهی بند ۹۱۳ و ۹۱۴ مجموعه بخشنامه های ثبتی

نظر باینکه مالک پلاک ثبتی ۲ فرعی از ۴۰- اصلی واقع در قریه سینک بخش ۱۱ تهران مجاور شما تقاضای درج مساحت و طول اضلاع پلاک مذکور را از این اداره نموده است و از طرفی سند مالکیت پلاک مرقوم بدون مساحت و طول ابعاد صادر گردیده از اینرو بدینوسیله به اطلاع می رساند که روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۰۸ ساعت ۱۰:۰۰ به منظرو تعیین طول ابعاد و مساحت پلاک یاد شده نماینده و نقشه بردار این اداره در معیت متقاضی به محل وقوع ملک عزیمت خواهند نمود از اینرو شایسته است در موعد مقرر در محل وقوع ملک حضور بهم رسانید بدیهی است که عدم حضور شما مانع از انجام عملیات تعیین حدود و مساحت نمی گردد.
۱۶۳۴۹ م الف
کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لواسانات - فیروز قجری
شناسه آگهی ۸۰۶۹۵۳۴

توصیه‌های عملی بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها

به قلم: کومار آرورا کارآفرین و مدیرعامل موسسه آرورا ونچرز / ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی شاید برای بسیاری از کارآفرینان کار ساده‌ای نباشد. برخی از کارآفرینان در ابتدای مسیر مدیریت استارت‌آپ‌شان به طور مداوم با مشـکلاتی در زمینه بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف مواجه هسـتند. شـاید این امر نوعی ناتوانی از سـوی کارآفرینان برای ایجاد ارتباط مناسـب با مخاطب هدف ارزیابی شود، اما در مقیاسی وسیع‌تر مشکلی عمومی برای استارت‌آپ‌های تازه تاسیس و نوپاست.

امروزه توصیه‌های بسیار زیادی برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دسترس برندها قرار دارد. برخی از کارآفرینان برای بهبود وضعیت کسب‌وکارشان در عمل از چنین توصیه‌هایی استفاده می‌کنند. مهمترین نکته در مورد چنین توصیه‌هایی ماهیت به شدت انتزاعی‌شان است. این امر موجب عدم کاربرد چنین توصیه‌هایی در عرصه عملی کسب و کار می‌گردد. تجربه مشترک بسیاری از کارآفرینان و بازاریاب‌ها مطالعه عمیق برخی از تکنیک‌های بازاریابی و در نهایت ناتوانی برای اجرای عملی آنهاست.

مقاله کنونی با هدف ارائه برخی از توصیه‌های عملی بازاریابی برای اسـتارت‌آپ‌ها طراحی شـده است بنابراین در ادامه به بررسـی برخی از ایده‌ها و توصیه‌های عملی در زمینه بازاریابی خواهیم پرداخت. نکته مهم اینکه تمام اسـتارت‌آپ‌ها با حوزه‌های فعالیت متفاوت امکان بهره‌گیری از مزیت‌های این حوزه را دارند. استفاده از ایده‌های تازه در مقاله کنونی در محور توجه قرار داشـته است. یکی از مشکلات بازاریاب‌ها اتکا به ایده‌های قدیمی برای مدت زمانی طولانی است. این امر شاید در نگاه نخست مشکلی بسیار جدی محسوب نشود، اما به مرور زمان موجب ناتوانی بازاریاب‌ها و برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود.

بازاریابی محتوایی به مثابه حوزه‌ای رایگان

بازاریابی محتوایی نیاز به صرف هزینه از سوی استارت‌آپ‌ها ندارد، با این حال شاید به اندازه حوزه تبلیغات پولی دارای نتایج مناسب برای کسب و کارها باشد. برخی از برندهای حوزه بازاریابی را همراه با نیاز فزاینده برای پرداخت هزینه ارزیابی می‌کنند. این امر نوعی نگاه بدبینانه به حوزه کسـب و کار اسـت. اگر کسـب و کارها توانایی بازاریابی ارگانیک و رایگان را نداشته باشند، در عمل باید بودجه‌های چند میلیون دلاری برای جلب نظر مخاطب هدف در نظر گیرد. بدون شک هیچ برندی توانایی اختصاص چنین هزینه‌های سنگینی را ندارد. مزیت اصلی بازاریابی محتوایی برای استارت‌آپ‌ها امکان شروع کار با ایجاد یک اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی است. این امر بخش قابل ملاحظه‌ای از مسیر شروع بازاریابی محتوایی را هموار خواهد کرد. نکته بعد تلاش برای یافتن ایده‌های مناسب است. این امر با ارزیابی نحوه رفتار کاربران و همچنین ترندهای برتر در حوزه کسب و کار مشخص می‌شود.

راه‌اندازی کمپین‌های بازاریابی با ابزارهای رایگان

ابزارهای بازاریابی همیشه به کمک بازاریاب‌ها و برندها آمده‌اند. بسیاری از کارهای سخت و دشوار در عرصه بازاریابی در عمل بدون کمک ابزارهای حرفه‌ای امکان‌پذیر نمی‌شود بنابراین در عمل باید نسبت به مزیت‌های چنین ابزارهایی توجه داشت. امروزه ابزارهای حرفه‌ای بازاریابی به صورت تخصصی از سوی آژانس‌های مختلف توسعه داده می‌شود، با این حساب برای اسـتفاده از آنها باید هزینه اشـتراک پرداخت کرد. یکی از نکات مهم در این میان توسعه برخی از ابزارهای بازاریابی از سـوی شـبکه‌های اجتماعی است. اگر تجربه بازاریابی در اینسـتاگرام یا فیس‌بوک را داشته باشید، ابزار درون برنامه‌ای پلتفرم‌های فوق اطلاعات مناسبی در اختیار برندها قرار می‌دهد. نکته جالب اینکه اطلاعات موردنظر به صورت رایگان در اختیار آنها قرار می‌گیرد بنابراین نیازی به پرداخت هزینه برای استفاده از خدمات موردنظر نیست. شروع فرآیند بازاریابی همراه با نیاز به اسـتفاده از ابزارهای حرفه‌ای نیسـت. برخی از کسـب و کارها امکان اسـتفاده از ابزارهای درون برنامه‌ای اینستاگرام را دارند. این ابزارها شاید در نگاه نخست بسیار ساده باشند، اما اطلاعات مفیدی در مورد وضعیت برند در اختیار برندها قرار می‌دهد، با این حساب امکان بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مناسب‌تری فراهم می‌شود. پس از مدتی بازاریابی براسـاس اسـتفاده از ابزارهای رایگان امکان بازنگری در شیوه فعالیت برندها وجود دارد. اگر پس از مدت زمانی نیاز به استفاده از داده‌های تخصصی پیدا کردید، انتخاب و خرید برخی از ابزارهای مهم ایده جذابی خواهد بود.

استفاده از کلیدواژه‌ها برای دسترسی به مشتریان

هر برندی باید فهرستی از کلیدواژه‌های اساسی و کاربردی داشته باشد. مهمترین مسئله در این میان یافتن کلیدواژه‌ها به جای خرید یا کپی کردن‌شان است. متاسفانه برخی از برندها نسبت به این نکته مهم توجه لازم را ندارند، بنابراین به طور مداوم از کلیدواژه‌های نامرتبط با حوزه فعالیت‌شان استفاده می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت بنابراین فرآیند جست‌وجوی کلیدواژه‌ها باید از سوی کسب و کارها دنبال شود.

حوزه سئو در طول سال‌های اخیر اهمیت بسیار زیادی برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا کرده است. کسب و کارها بدون توجه به این حوزه شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ندارند. به عنوان مثال، اگر کسب و کار شما در زمینه برگزاری کلاس‌های یوگا فعالیت دارد، باید از کلیدواژه‌های مرتبط با حوزه ورزش برای بارگذاری محتوای بازاریابی‌تان استفاده نمایید. در غیر این صورت شانسی برای جلب نظر مخاطب هدف نخواهید یافت.

کلیدواژه‌های مرتبط با هر حوزه کاری دارای پیوندهای نزدیکی با هم هستند. بنابراین در عمل با یافتن یک حوزه کلیدواژه امکان دسترسی به دیگر نمونه‌های مشابه را نیز خواهید داشت. این امر امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را به همراه خواهد داشت. اگر سرمایه‌گذاری درستی در این حوزه انجام دهیم، پس از مدت زمانی اندک تعداد قابل ملاحظه‌ای کلیدواژه کاربردی خواهیم داشت.

تبلیغات پولی، گزینه‌ای جذاب و کاربردی

صرف هزینه برای نمایش محتوای تبلیغاتی برند در شبکه‌های اجتماعی و دیگر پلتفرم‌های تعاملی یکی از قدیمی‌ترین الگوهای بازاریابی محسوب می‌شود. بازاریابی و تبلیغات پولی از زمان بیلبوردها و نسل نخست تلویزیون‌های خانگی بدل به گزینه‌ای جذاب شده است. امروزه نیز بسیاری از کانال‌های تلویزیونی در عمل با نمایش تبلیغات سودآوری می‌کنند.

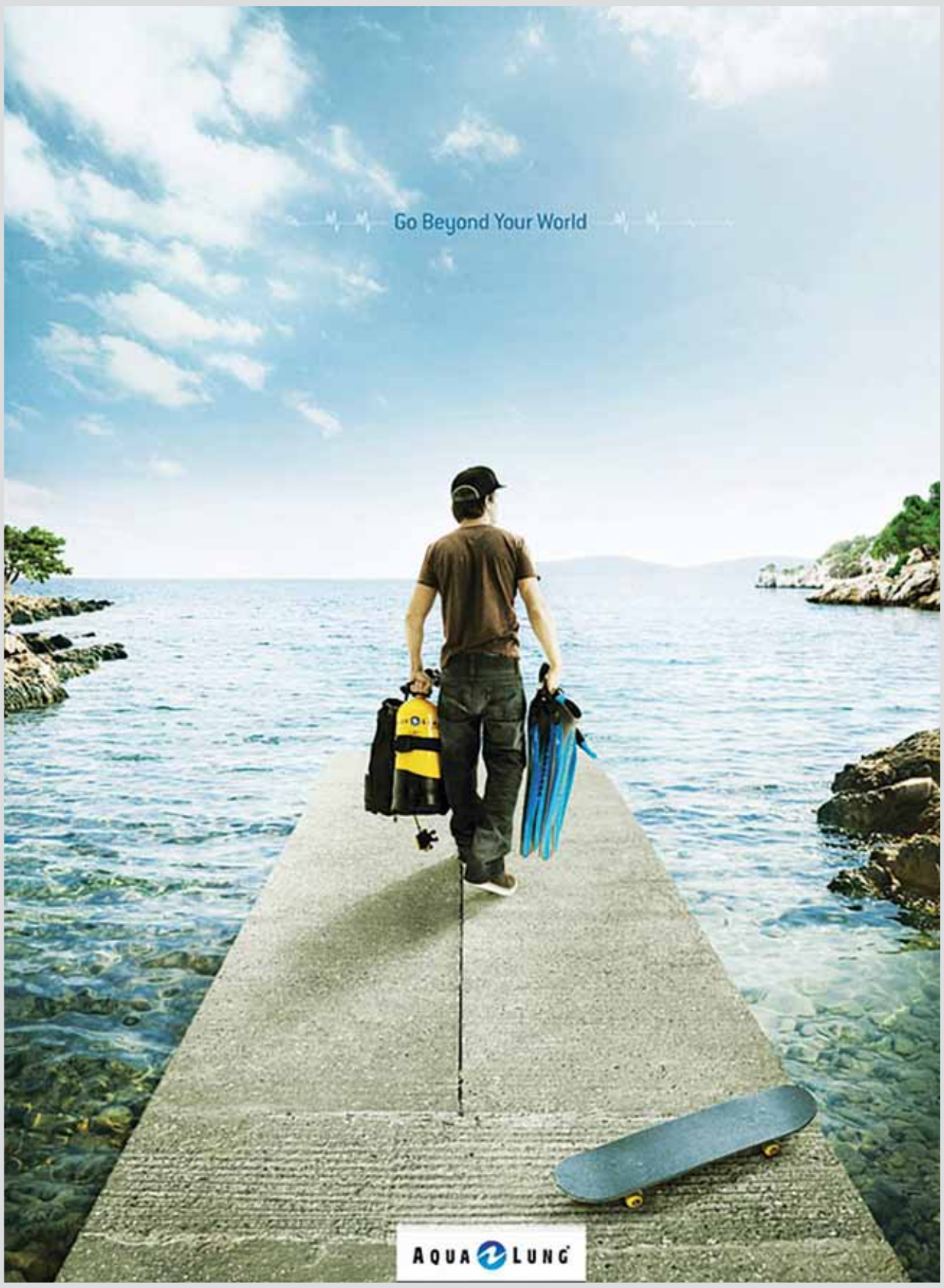
کسـب و کارهای تازه تاسـیس دارای بودجه فراوان برای سرمایه‌گذاری بر روی حوزه بازاریابی نیستند. این امر یکی از مشکلات اساسی پیش روی ورود چنین کسب و کارهایی به حوزه تبلیغات پولی محسوب می‌شود. یکی از مهمترین نکات در این میان ضرورت توجه به سرمایه‌گذاری منطقی بر روی حوزه بازاریابی پولی است. این امر شاید بهترین گزینه ممکن نباشد، اما دست‌کم شروع مناسب و مطمئنی برای استارت‌آپ‌ها به همراه خواهد داشت. اشتباه برخی از استارت‌آپ‌ها شروع فرآیند بازاریابی و تبلیغات پولی با بودجه‌های گزاف است. این امر اغلب اوقات شکست‌های سنگینی برای چنین کسب و کارهایی به همراه دارد، با این حسـاب هرچه هزینه‌های کسـب و کارها در این حوزه منطقی و خردتر باشد، امکان کسب تجربه بیشتری پدیدار می‌شود.

بازاریابی جغرافیایی

امروزه دسترسی به تمام مشتریان در بازارهای مختلف هدف کسب و کارها نیست. در عوض باید بر روی مشتریان محلی سرمایه‌گذاری کرد. یکی از گزینه‌های جذاب در این میان سرمایه‌گذاری بر روی مخاطب هدف براساس معیارهایی نظیر موقعیت مکانی است. شاید این امر در ابتدا بسیار سخت به نظر برسد، اما امروزه به لطف ابزارهایی نظیر گوگل مپ به راحتی امکان‌پذیر شده است. بر این اساس محتوای تبلیغات برندها فقط برای کاربران حاضر در محدوده جغرافیایی خاص به نمایش درخواهد آمد. البته پیش از نمایش محتوای موردنظر از کاربران اجازه دسترسی به اطلاعات مربوط به موقعیت مکانی‌شان گرفته خواهد شد بنابراین راهکار موردنظر همراه با نقض حریم شخصی کاربران نخواهد بود.

منبع: entrepreneur.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
شنبه | ۱۳ دی ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۹۷ | 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



شبکه‌سازی چیست و چه تاثیری در پیدا کردن شغل مناسب دارد؟

مهارت و دانش کافی به ما کمک می‌کند تا بتوانیم شغل موردنظر خودمان را پیدا کنیم، اما افرادی هم که با آنها در ارتباط هستیم می‌توانند نقش موثری در پیدا کردن شغل مناسـب ایفا کنند. این افراد همان گره‌های شبکه هستند که گسـتردگی آنها نقش بسـیاری پررنگی در اسـتخدام خواهد داشت.

گاهـی اوقات آشـنایی با فردی خـاص، توصیه یا حتی ذکر نام شخصی که قبلا با وی در شرکتی مشغول فعالیت بوده‌اید می‌تواند راه را برای استخدام در مجموعه و شرکت جدید به راحتی باز کند. شـبکه را می‌توان مجموع افرادی در نظـر گرفت که با آنها در ارتباط هسـتید و هرچند این مفهوم به کار محدود نمی‌شـود اما تمرکز ما در این مطلب بیشـتر روی کسـب و کار متمرکز اسـت. با توجه به این تعریف هرچه شـبکه ارتباطـی فرد قوی‌تر و گسـترده‌تر باشد، می‌تواند نقش موثرتری در استخدام وی در موقعیت موردنظر داشته باشد.

بـرای ایجـاد شـبکه ارتباطـی قدرتمند هـم می‌توان رویکردهای ارتبـاط نزدیک و ملاقات حضوری را در پیش گرفت و هم می‌توان از پتانسـیل‌های فضای مجازی کمک گرفت. در ادامه مطلب ۷ راهکار کاربردی برای شبکه‌سازی قدرتمند ارائه شده است که می‌تواند راه را برای پیداکردن شغل مناسب و استخدام شدن باز کند.

۱- شبکه ارتباطی متناسب با خودتان ایجاد کنید

تناسـب داشـتن یکی از موضوعات مهمی است که باید به آن توجه کنیم. شـبکه ارتباطی شـما باید متناسـب با خودتان باشد. بی‌شک شبکه ارتباطی افراد درون‌گرا با افراد برون‌گرا متفاوت اسـت. در شبکه‌سـازی به این موضوعات باید توجه داشـته باشـید. در برقراری ارتبـاط با دیگران راحت بودن و اعتماد به نفس بالا نیز بسـیار اهمیت دارد و می‌تواند عامل مهمی در امتداد کار باشد.

سعی کنید شناخت درسـتی از سبک شخصی خودتان داشـته باشید تا بتوانید در ایجاد شبکه ارتباطی با دیگران به شکل موفقیت‌آمیزی وارد عمل شوید.

۲-قوانین ایجاد شبکه حرفه‌ای را یاد بگیرید

دو قانون مهم در شبکه‌سـازی مطرح می‌شود که بسیار اهمیت دارد:

اول اینکه هیچ‌گاه به صورت مستقیم درخواست مصاحبه نکنیـد. می‌توانیـد به جای چنین درخواسـتی، سـوالات دیگری مانند شـرایط کاری، فرهنگ سازمانی و کارمندان مجموعه را مطرح کنید و در مورد تجربیات خود در همان زمینه کاری بگویید.

دوم اینکه در شـبکه ارتباطی خود درخواست استخدام خود را مطرح نکنید. برخی از افراد در شبکه ارتباطی شما ممکن اسـت جدید یا قدیمی باشند. به جای طرح موضوع اینکه جویای کار هسـتید، در مورد نقش و توانمندی‌های خود در بازار بگویید. بدین شکل فرصت‌های بالقوه‌ای برای استخدام شما فراهم می‌شود.

۳-به صورت موثر از شبکه‌های اجتماعی کمک بگیرید

شبکه‌های اجتماعی گزینه خوبی برای شبکه‌سازی است. اگر جویای کار هسـتید، می‌توانیـد از لینکدین، توییتر و بسیاری دیگر از شبکه‌های اجتماعی کمک بگیرید.

در لینکدیـن می‌توانید شـروع‌کننده ارتبـاط با دیگران باشید. در شغل‌های مختلف و شرکت‌های متنوع لینکدین می‌توانیـد ارتباطات خوبی را برقرار کنیـد. تا زمانی که از شـما خواسته نشـده در لینکدین رزومه ارسال نکنید. در توییتر نیز می‌توانید با شـرکت‌ها و افراد موثر ارتباط برقرار کنید و شبکه ارتباطی خود را گسترش دهید.

۴-شبکه‌سازی را در محل کار خود تمرین کنید

همکاران فعلی شـما نیز بخشی از شـبکه ارتباطی شما هسـتند و می‌توانید با برقراری ارتباط موثر با آنها، شـبکه خود را توسـعه دهید. معلوم نیست دو سال دیگر همکاران ما در کدام شـرکت مشغول فعالیت باشند. برقراری ارتباط موثر با همکاران فعلی هم به بهبود روابط کاری فعلی شما کمک می‌کند و هم در آینده ممکن است درهای جدیدی را به روی شما باز کنند.

۵-پیشنهاد کمک بدهید

شـبکه ارتباطی شما قرار نیسـت یک طرفه باشد، پس شـما نیز اگر می‌توانید باید بـه بقیه کمک کنید. هر زمان برای‌تان مقدور بود بدون چشمداشت به دیگران در شبکه ارتباطـی خود کمک کنید. این کمک شـما جایی بالاخره پاسـخ داده می‌شـود و شـاید روزی نیز دیگران به همین شکل به شما کمک کنند.

کمک کردن به دیگران باعث می‌شـوند روابط پایدارتری ایجاد کنید که به نفع همه اسـت. اگر دیگران هم به شـما کمک کردند، این موضوع را فراموش نکنید و در جایی آن را جبران کنید.

۶- ثابت‌قدم باشید

شـاید برای برخی افراد کار ساده‌ای نباشد از ناحیه امن خود خارج شـوند و با دیگران رابطه برقرار کنند، اما نتایج کاری که انجام می‌دهید باعث می‌شـود آن را پشت گوش نیندازید. سـعی کنید با شـبکه ارتباطی خـود به صورت منظم ارتباط داشته باشید.

۷- پیگیری کنید

یکی از راهکارهای ساده که منجر به موفقیت بیشتر شما در هر کاری می‌شـود، پیگیری است. اگر برای شخصی در لینکدین پیامی فرسـتاده‌اید، از پیگیری آن هراس نداشته باشـید. اگر لازم است در شبکه ارتباطی پستی بگذارید یا موضوعـی را پیگیری کنید، حتما این کار را انجام دهید و کار را نیمه رها نکنید تا به نتیجه برسد.

فرامـوش نکنیـد کـه شبکه‌سـازی یکـی از مهمترین تکنیک‌های جسـت‌وجوی شغل اسـت که کمک می‌کند در جایگاه شـغلی درسـتی قرار بگیرید بنابراین حتما در ایجاد و گسـترش شبکه براساس کسـب و کار مدنظرتان کوشش کنید.

منبع: topresume/digiato