روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۲۰ دی ۱۳۹۹

Sat. 9 Jan 2021

۲۵ جمادی‌الاول ۱۴۴۲ - سال هفتم

شماره ۱۷۰۲-۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

شاخص بورس تهران برای دومین هفته متوالی افت کرد

هفته داغ بورس کالا

هفته‌ای که گذشت هرچند برای شاخص بورس تهران دلسردکننده بود و نماگر بازار سرمایه بازدهی منفی ۶ درصدی را ثبت کرد، اما برخلاف هوای سرد و زمستانی این روزها، هفته داغی در بورس کالا با استقبال گسترده از صندوق کالای کشاورزی رقم خورد...

۵

سرمقاله

گام‌های مثبت قوه قضائیه برای نظم‌بخشی حقوقی به عملیات بانکی

علی نظافتیان

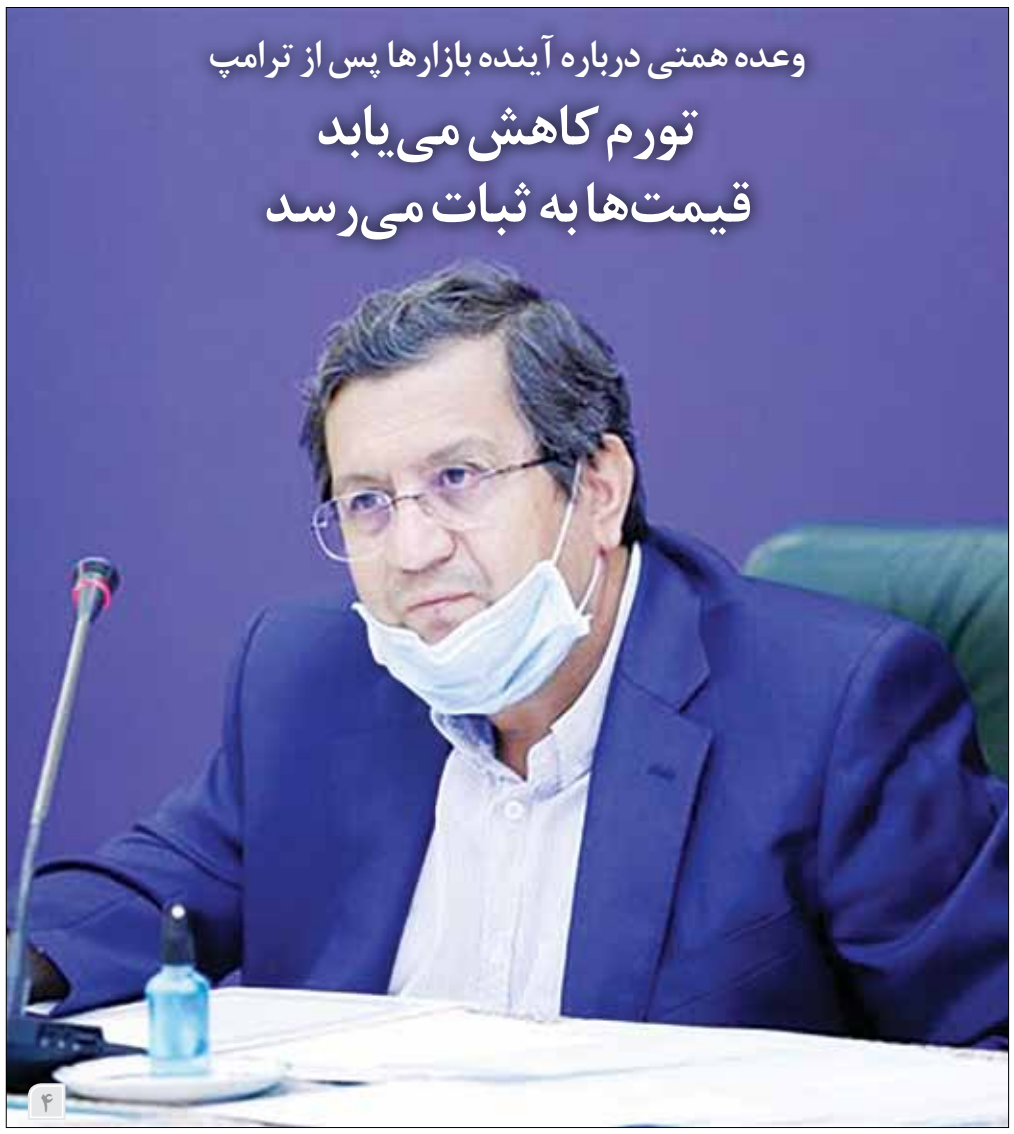
دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

گامهای اخیر قوه قضائیه در مورد نظام بانکی کشور نشان از عزم جدی این قوه در رعایت حقوق عامه و نظم‌بخشی حقوقی به عملیات بانکی دارد. از جمله این اقدامات، آرای وحدت رویه دیوان عالی کشور است. در چند ماه اخیر دیوان عالی به عنوان عالی‌ترین مرجع قضایی کشور با صدور چند رأی در مورد فعالیت بانک‌ها نشان داد که در نظارت بر اجرای قوانین و حفظ حقوق تسهیلاتگیرندگان و نظم‌بخشی به عملیات بانکی، اهتمام جدی دارد. از جمله آرای مورد بحث، رأی وحدت رویه شماره ۷۹۴ مورخ ۲۱ مردادماه ۱۳۹۹ و رأی وحدت رویه شماره ۷۹۸ مورخ ۱۵ مهرماه ۱۳۹۹ است که حاوی نکات حقوقی بسیار مهمی است. در پیگیری این امر، دادستان محترم کل کشور نیز اخیرا طی نامه‌ای خطاب به ریاست محترم بانک مرکزی در مورد آرای مورد بحث تاکید کرده است:

ادامه در همین صفحه

وعده همتی درباره آینده بازارها پس از ترامپ

تورم کاهش می‌یابد قیمت‌ها به ثبات می‌رسد



۴

بانک جهانی از بهبود وضعیت اقتصاد ایران و جهان گزارش داد

خروج از تنگنای رکود در سال ۲۰۲۱

فرصت امروز: بانک جهانی در جدیدترین گزارش چشم‌انداز اقتصادی جهان پیش‌بینی کرد که رشد اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۱ میلادی به حدود ۴درصد می‌رسد. همچنین اقتصاد ایران پس از سه سال از دامنه رشد منفی خارج می‌شود و در سال ۲۰۲۱ به رشد ۱.۵ درصدی دست می‌یابد. به گفته بانک جهانی، رشد منفی اقتصاد ایران با وجود کارزار فشار حداکثری دولت ترامپ و شیوع بالای کرونا که ایران را به اصلی‌ترین کانون درگیری با کووید۱۹- در منطقه خاورمیانه تبدیل کرده، پس از سه سال به پایان خواهد رسید و اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۱ به رشد ۱.۵ درصد و در سال ۲۰۲۲ به رشد ۱.۷ درصد دست خواهد یافت. بحران کرونا در حالی اقتصاد جهان را در سال ۲۰۲۰ حدود...

۲

اقتصاد ایران ۱۱درصد نسبت به سال ۹۶ کوچک‌تر شده است

بازخورد تحریم و کرونا در افق ۱۴۰۰

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- در سال ۲۰۲۱ این کارها را انجام ندهید!
- موفقیت بازاریابی شیائومی در نیویورک
- بهترین برندهای سال ۲۰۲۰ در عرصه بازاریابی
- همکاری تبلیغاتی باجت دایرکت و استودیو مولن لُو
- بازاریابی دیجیتال با توصیه‌های طلایی
- ۶ تکنیک قدردانی از مشتری

۸ تا ۱۶

ایلان ماسک با عبور از جف بزوس، ثروتمندترین فرد جهان شد

گام‌های مثبت قوه قضائیه برای نظم‌بخشی حقوقی به عملیات بانکی

ادامه از همین صفحه

«در راستای حمایت از صنایع و رونق تولید داخلی در جهت نیل به اقتصاد مقاومتی شایسته است دستور فرمایید مراتب به منظور تصحیح قراردادهای تسهیلات منعقده تولیدکنندگان با بانک‌ها در مورد قراردادهای قبل از تاریخ رأی وحدت رویه بدون نیاز طرح دعوا در محاکم قضایی و رعایت آن در قراردادهای آتی به بانک‌ها اعلام گردد.»

به منظور آشنایی عمومی با محتوای این آرا و ارتباط آن با فعالیت بانکها و عملیات بانکی (پرداخت تسهیلات توسط بانک‌ها و موسسات اعتباری) ارائه توضیحاتی درخصوص آرای مورد اشاره مفید خواهد بود.

الف: رأی وحدت رویه شماره ۷۹۴ مورخ ۲۱ مردادماه ۱۳۹۹

یکی از گلایههای همیشگی مشتریان بانک‌ها، این است که بانک‌ها در پرداخت تسهیلات، نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی را رعایت نمی‌کنند و زیاده از نرخ‌های مصوب از مردم سود می‌ستانند که نتیجه این رفتار، عدم رعایت دقیق مصوبات بانک مرکزی خواهد بود. در حال حاضر براساس مقررات موجود، مرجع تعیین و تصویب نرخ سود علی‌الحساب انواع تسهیلات بانکی، شورای پول و اعتبار و مرجع ابلاغ این مصوبات به شبکه بانکی کشور و نظارت بر اجرای آنها، بانک مرکزی است. بانک‌ها و موسسات اعتباری معمولا در مورد نرخ سود علی‌الحساب تسهیلات و اینکه هزینه تمام شده منابع تسهیلاتی بانک‌ها بیش از نرخی است که بانک مرکزی ابلاغ می‌کند، دارای نقطه نظرات فنی خاص خود هستند و به زبان ساده و غیرتخصصی، حرف آنان این است که اگر هزینه تمام شده منابع تسهیلاتی بانک‌ها بیش از نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار باشد، آنگاه پرداخت تسهیلات همراه با حاشیه سود به ضرر بانک‌ها خواهد بود. اما به هر حال، تصمیم نهایی در این زمینه در صلاحیت شورای پول و اعتبار است. با وجود این مباحث تکنیکی، دیوان عالی کشور در این زمینه موضوع را از نظر قضایی حل کرد و در مردادماه امسال به منازعات حقوقی و قضایی راجع به نرخ سود و مصوبات بانک مرکزی خاتمه و طی رأی شماره ۷۹۴ چنین حکم داد: «بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، تنظیمکننده نظام پولی و اعتباری کشور و ناظر بر حسن اجرای آن است و مصوبات بانک مذکور راجع به حداقل و حداکثر سهم سود بانک‌ها و مؤسسات اعتباری اعم از دولتی و غیردولتی جنبه آمره دارد. بنا به مراتب و با عنایت به ماده ۶ قانون آیین دادرسی دادگاه‌های عمومی و انقلاب در امور مدنی مصوب ۱۳۷۹، شرط مندرج در قرارداد اعطای تسهیلات بانکی نسبت به سود مازاد بر مصوبات مذکور باطل است.»

از نظر تحلیل حقوقی، خلاصه پیام این رأی به شبکه بانکی کشور آن است که: اولا مصوبات بانک مرکزی لازم‌الاجراست. ثانیا بانک‌ها بایستی در قراردادهای تسهیلات، نرخ سود را براساس مصوبات ابلاغ شده بانک مرکزی تعیین کرده و به همان میزان از تسهیلاتگیرنده سود دریافت کنند. ثالثا سود مازاد بر نرخ مصوب بانکی نیز باطل است. در این نکته که مصوبات بانک مرکزی به عنوان مرجع قانونی ناظر بر فعالیت بانک‌ها راجع به مباحث مختلف عملیات بانکی از جمله مصوبه مربوط به نرخ‌های مصوب سود تسهیلات بایستی توسط بانک‌ها و موسسات اعتباری کاملا رعایت شود، هیچگونه تردید حقوقی نیست. پس همکاران بانکی بایستی بیش از پیش در رعایت مصوبات بانک مرکزی اهتمام بورزند و از مردم سود مازاد بر مصوبات بانک مرکزی را مطالبه نکنند، اما در این زمینه توجه به نکات زیر نیز ضروری است:

اول؛ براساس رویه فعلی، نرخ سود انواع تسهیلات مبادله‌ای و مشارکتی که توسط شورای پول و اعتبار تعیین می‌شود، در واقع نرخ «سود علی‌الحساب مورد انتظار» است. سود مورد انتظار براساس مبانی قانون عملیات بانکی بدون ربا بدان معناست که مشتری در زمان درخواست کتبا به بانک اعلام می‌کند که در صورتی که بانک به وی تسهیلات دهد، براساس شروط درج شده در قرارداد تسهیلات، بانک به عنوان شریک یا طرف معامله می‌تواند انتظار داشته باشد که حداقل این میزان سود که توسط مشتری به بانک اعلام شده، درآمد یا سود خواهد داشت بنابراین بانک‌ها با هدف و امید کسب حداقل سودی که مشتری به بانک ارائه می‌دهد حاضر به سرمایهگذاری و پرداخت تسهیلات مورد درخواست مشتری می‌شوند. پس اگر تسهیلات پرداخت شد ولی به هر دلیلی سود مورد انتظار به دست نیامد، تسهیلاتگیرنده در چارچوب قرارداد تسهیلات در مقابل بانک تعهد دارد که سود مورد انتظار را ولو از اموال خود به بانک ارائه دهد، زیرا آن طرف این موضوع، تعهد بانک در مقابل سپرده‌گذاران است که بایستی سود قانونی سپرده‌ها را به طور مرتب به حساب سپرده‌گذاران واریز نماید. بدین ترتیب براساس رأی دیوان عالی، توافق بین بانک و مشتری در مورد نرخ سود مازاد بر مصوبات بانک مرکزی محکوم به بطلان است.

دوم؛ با توجه به توضیحات ارائه‌شده، در تسهیلات بانکی دو نوع سود مطرح است: نخست، «سود مورد انتظار» که مصوب شورای پول و اعتبار است و توسط بانک مرکزی به بانک‌ها و موسسات اعتباری ابلاغ رسمی می‌شود و در قرارداد تسهیلات بین بانک و تسهیلاتگیرنده توافق می‌شود. دوم، «سود قطعی معامله» که تابع نتیجه معامله‌ای است که بین بانک و تسهیلاتگیرندگان توافق و منتهی به کسب سود شده است. میزان دقیق سود قطعی تسهیلات پس از اتمام پروژه و حسابرسی مشخص می‌شود بنابراین اگر پس از پایان مدت قرارداد تسهیلات در نتیجه حسابرسی مشخص شود که سود حاصل شده به مراتب بیش از نرخ سود علی‌الحساب است، مبنای تقسیم سود بین بانک‌ها و تسهیلاتگیرندگان، «سود قطعی» است و نه «سود مورد انتظار». این نکته‌ای بسیار کلیدی است که اخیرا توسط بانک مرکزی به کانون اعلام شده و انتظار می‌رود که کارشناسان محترم رسمی منتخب دادگاه و نیز مراجع رسمی ثبت در زمان ارزیابی و محاسبه سود تسهیلات پرداخت شده، تفاوت‌های بنیانی بین دو مفهوم «سود مورد انتظار» و «سود قطعی حاصل از معاملات» را دقیقا رعایت و در نظر بگیرند و در این محاسبه از تبدیل تسهیلات مشارکتی به تسهیلات مبادله‌ای و اعمال نرخ سود تسهیلات مبادله‌ای در تسهیلات مشارکتی خودداری کنند.

سوم؛ براساس مقررات قانون عملیات بانکی بدون ربا، بانک در تسهیلات مشارکتی با پرداخت تسهیلات شرعا و قانونا شریک تسهیلاتگیرنده می‌شود. شریک نیز حق دارد سهم‌الشرکه خود را به میزانی که در قرارداد تسهیلات تعیین شده و به توافق طرفین قرارداد رسیده را مطالبه نماید یا به نرخ روز بفروشد بنابراین نباید انتظار داشت که یکی از شرکای این مشارکت و سرمایهگذاری به جای مطالبه سهم‌الشرکه خود، فقط بهای آن را براساس حداقل نرخ سود مورد انتظار از تسهیلاتگیرنده مطالبه نماید. فرض کنید یک بانک در سال گذشته با پرداخت تسهیلات میلیاردی در یک پروژه ساختمانی شریک شده است. در سال جاری سهم‌الشرکه بانک از پروژه موردنظر به مراتب چندین برابر تسهیلات پرداختی ارزش افزوده پیدا کرده است. در این حالت نمی‌توان انتظار داشت که بانک از نصیب و سهم‌الشرکه خود چشم‌پوشی نماید و برخلاف شرایط قرارداد فقط به دریافت سود علی‌الحساب تسهیلات مشارکتی قانع باشد. چنین راهکار حقوقی مسلما مغایر با حقوق شرعی سپرده‌گذاران خواهد بود و نوعی بانکداری ربوی است.

چهارم؛ آرای وحدت رویه دیوان عالی کشور در حکم قانون است و رعایت آن بر کلیه مراجع قضایی لازم‌الرعایه است، اما باید بدین نکته توجه داشت که بنا بر قاعده شناخته‌شده حقوقی، اثر قانون نسبت به آتیه است. بر این اساس اعلام شده است: «..چنانچه پرونده‌ای در جریان رسیدگی باشد، صرف نظر از آنکه قرارداد متنازع‌فیه مربوط به چه زمانی باشد، دادگاه رسیدگی‌کننده ملزم است با لحاظ رأی وحدت رویه شماره ۷۹۴ مورخ ۲۱ مردادماه ۱۳۹۹ اتخاذ تصمیم کند و درخصوص قراردادهایی که سابقا حکمی از دادگاه صادر و قطعی شده باشد به لحاظ وجود قاعده اعتبار امر مختوم، ورود به ماهیت دعوا از سوی دادگاه قانونا مجاز نیست و اعمال رأی وحدت رویه فوق‌الاشعار موضوعا منتفی است؛ مگر آنکه رأی قطعی سابق الصدور با اعمال ماده ۴۷۷ قانون آیین دادرسی کیفری مصوب ۱۳۹۲ نقض شود که در این صورت در رسیدگی‌های بعدی اتخاذ تصمیم با لحاظ رأی وحدت رویه فرض سؤال صورت خواهد گرفت.»

پنجم؛ اخذ سود مازاد فقط شرط مربوطه در قرارداد تسهیلات را باطل و بلااثر می‌سازد بنابراین نسبت به اصل قرارداد تسهیلات فاقد اثر می‌باشد و نمی‌تواند مستند ابطال کل قرارداد تسهیلات شود.

ششم؛ در صورتی که در مراحل ثبتی و عملیات اجرایی در ادارات ثبت، تسهیلات‌گیرندگان بدهکار مدعی سود مازاد بر مصوبات بانک مرکزی در قرارداد تسهیلات شوند و با طرح این ادعا درخواست جلوگیری از ادامه تعقیب عملیات اجرایی از ادارات ثبت را داشته باشند، به نظر می‌رسد که بنا بر قواعد حقوقی، رسیدگی بدین ادعا با وجود قرارداد منتهی به صدور اجراییه، در صلاحیت اداره ثبت نیست و نیازمند طرح دعوی در مراجع قضایی و اثبات ادعا توسط تسهیلاتگیرنده بدهکار می‌باشد.

هفتم؛ به هر حال، ابهام حقوقی در این موضوع، برداشت یا استنباط حقوقی از واژه «سود» در رأی مورد بحث است. به بیان دیگر، دقیقا مشخص نیست در این رأی منظور از واژه «سود» آیا «سود علی‌الحساب» تسهیلات است که مصوب شورای پول و اعتبار است، یا «سود قطعی» تسهیلات که نتیجه حاصل از معاملهای است که براساس قرارداد تسهیلات بین بانک و تسهیلاتگیرنده واقع می‌شود. امید است در این زمینه توسط مراجع مسئول رفع ابهام شود.

ب: رأی وحدت رویه شماره ۷۹۸ مورخ ۱۵ مهرماه ۱۳۹۹ دیوان عالی کشور در مورد کارکنان بانک‌های خصوصی

ماده ۵۹۸ قانون مجازات اسلامی، تصرف غیرقانونی در وجوه و اموال دولتی و وجوه و اموال عمومی را ممنوع و جرم اعلام کرده است. این ماده قانونی تصریح دارد: «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.»

از ابتدای تصویب این قانون در محافل و مجامع حقوقی و بانکی این پرسش مطرح بود که آیا کارکنان بانک‌های خصوصی جزو «مامورین به خدمات عمومی» محسوب می‌شوند یا خیر؟ در صورت پاسخ مثبت بدین سوال، کارکنان بانک‌های خصوصی نیز مشمول مقررات ماده ۵۹۸ قانون مجازات اسلامی در مورد تصرفات غیرمجاز در وجوه و اموال دولتی و عمومی می‌باشند و در صورت ارتکاب این جرائم تحت تعقیب قرار خواهند گرفت. خوشبختانه هیأت محترم دیوان عالی کشور به این ابهام حقوقی خاتمه داد و چنین نظر 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 درخصوص 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 می‌باشند. 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» بنابراین از این پس، کارکنان بانک‌های خصوصی نیز بنا بر رأی دیوان عالی کشور جزو مامورین به خدمات عمومی محسوب می‌شوند و مشمول همان مقررات جزایی پیشبینی‌شده برای مامورین به خدمات عمومی در تصرفات غیرقانونی خواهند بود.

در هر حال، گام‌های اخیر قوه قضائیه به خوبی نشان می‌دهد که عزم این قوه برای حفظ حقوق عامه و نظارت بر اجرای دقیق مصوبات بانک مرکزی توسط شبکه بانکی کشور جدی است. بانک‌ها قانونا مکلف به رعایت مصوبات بانک مرکزی هستند و بایستی این نکته حقوقی را در نظر داشته باشند که توافق بر سود مازاد بر مصوبات بانک مرکزی از نظر مرجع قضایی، باطل و بلااثر است، ولو اینکه متکی به توافق کامل بین تسهیلاتگیرنده و بانک باشد. قطعا شورای محترم پول و اعتبار و بانک مرکزی نیز با بررسی دقیق علمی، سیاستهایی را طراحی خواهند کرد که در تعیین نرخ علی‌الحساب تسهیلات، حاشیه سود به ضرر بانک‌ها و موسسات اعتباری ایجاد نشود، زیرا نتیجه آن، کاهش قدرت تسهیلاتدهی بانک‌ها و موسسات اعتباری خواهد بود. ضمنا شایان توجه است با توجه به رأی دیوان عالی کشور، کارکنان بانک‌های خصوصی نیز زین پس همانند کارکنان بانک‌های دولتی در مورد تصرف غیرمجاز در وجوه و اموال، جزو مامورین به خدمات عمومی محسوب می‌شوند و در صورت تخلف مشمول مقررات ماده ۵۹۸ قانون مجازات اسلامی خواهند بود بنابراین به عموم همکاران محترم بانکی توصیه می‌شود که به عزم جدی قوه قضائیه در نظم‌بخشی به عملیات بانکی و نظارت قانونی بر عملکرد بانک‌ها، توجه و دقت کافی نمایند و همواره حقوق قانونی و شرعی مشتریان بانکی را بیش از پیش پاس بدارند.

دریچه

ترامپ حمله هوادارانش به ساختمان کنگره را محکوم کرد

شکست دموکراسی آمریکایی

هرچند دونالد ترامپ در بیانیه‌ای به شکست خود مقابل جو بایدن در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا اذعان کرد و حمله خشونت‌آمیز هوادارانش به ساختمان کنگره در روز چهارشنبه را محکوم کرد، اما آنچه در این روز در مقابل ساختمان کنگره آمریکا رخ داد، چنان غیرمنتظره و عجیب بود که تمام جهان را به حیرت واداشت و هیچ یک از ناظران سیاسی نتوانستند بهت و حیرت خود را از آنچه در واشنگتن دی سی و توسط حامیان رئیس جمهور شکست خورده می‌گذشت، پنهان کنند، اما همه بر یک چیز اتفاق نظر داشتند؛ اینکه ترامپ هیمنه دموکراسی آمریکا را شکسته است.

«بهت‌آور»، «عجیب»، «رقت‌انگیز»، «ننگین» و... اینها بیشترین عباراتی بودند که در توصیف این روز بحرانی با حمله هواداران ترامپ به ساختمان کنگره و اشغال آن به کار برده شد؛ آنچنان که اغلب فعالان سیاسی از سراسر جهان از ترامپ و حامیانش خواستند تا نتایج انتخابات ریاست جمهوری ماه نوامبر را بپذیرند و راه را برای انتقال نرم قدرت هموار کنند؛ هرچند ساعتی پس از این رخداد ترامپ در پیامی ویدئویی، پیروزی بایدن در انتخابات ریاست جمهوری را پذیرفت و حمله خشونت‌آمیز هوادارانش به ساختمان کنگره را محکوم کرد. البته او هیچ اشاره‌ای به نقش خود در این اتفاق نکرد و تنها گفت حالا که کنگره آمریکا نتایج انتخابات را تایید کرده، «دولت جدید در ۲۰ ژانویه شروع به کار خواهد کرد و اکنون تمرکز او بر اطمینان حاصل کردن از انجام یک انتقال هموار منظم و یکپارچه است.»

در جریان رخداد روز چهارشنبه که بزرگترین تهدید دموکراسی آمریکا از زمان جنگ داخلی اطلاق شده است، وفاداران ترامپ بدون توجه به تمامی هشدارهای بین‌المللی به کرسی دموکراسی آمریکا یعنی ساختمان کنگره حمله کردند تا بلکه مانع از تایید ریاست جمهوری جو بایدن شوند، هرچند کنگره نهایتا پس از وقفه‌ای کوتاه، به کار خود ادامه داد و شاید این بار مصمم‌تر از همیشه مهر تایید بر ریاست جمهوری بایدن زد.

شاید حمله آشوبگران و اعتراضات پساانتخاباتی در بسیاری از کشورها در قاره آفریقا، آسیا و آمریکای لاتین عادی باشد، اما کسی انتظار آن را برای دموکراسی‌های غربی نداشت. همه این رخدادها پیامدهای جدی برای آمریکا داشت و خواهد داشت. آمریکا و دولتمردانش همواره داعیه دموکراسی و دموکراسی خواهی داشتند و همواره در امور دیگر کشورها و مناقشات انتخاباتی آنها مداخله کرده‌اند، اما این بار به عبارت معروف، خیاط در کوزه افتاد و یا از کوزه همان برون تراود که در اوست. این بار از انتقال صلح‌آمیز و نرم قدرت در آمریکا خبری نبود و عالی‌ترین مقام آمریکا به رغم به کارگیری ۶۰ دادگاه و ۹۰ قاضی حاضر نبود قدرت را به آسانی واگذار کند.

ترامپ از زمان اولین مبارزه انتخاباتی خود در انتخابات ریاست جمهوری، طرفداران خود را تحریک کرد تا نظرات سیاسی خود را از طریق تظاهرات فیزیکی و خشونت بیان کنند و او بارها و بارها از انکار اقدامات برتری طلبان سفیدپوست، نئونازی‌ها و سایر افراط‌گرایان خودداری کرد. اطرافیان ترامپ او را به کسی شبیه دانسته‌اند که می‌داند بازی را باخته اما معتقد است باخت او به دلیل داوری غلط بوده است.

ترامپ اولین رئیس جمهوری در آمریکا بود که از طبقه نخبگان و سیاسیون نبود؛ او مردی تاجرپیشه بود که فقط با اعداد و ارقام کار می‌کرد، پوپولیستی که با جار و جنجال کار خود را پیش می‌برد و این بار نیز به همان روش دیرینه خود عمل کرد. ویژگی اصلی او، صراحت بیان و عدم تمکین به چارچوب‌های سیاسی حاکم بود و شاید همین دلیل اصلی عدم تحملش در جامعه سیاسی آمریکا بود. او بدون آنکه به آستانه خشم مردمی توجه کند، برای تحریک احساسات مردم تا جایی پیش رفت که دیگر از کنترل خارج شد و نماد و معبد دموکراسی آمریکا، کنگره را هدف قرار گرفت. حمله طرفداران ترامپ به کنگره به نوعی کودتای سفید ترامپ علیه سیستم حاکم آمریکا به حساب می‌آمد.

تا همین چند ماه قبل ایده کودتای ترامپ خیلی دور از ذهن بود، اما همین چند روز پیش بود که ۱۰ وزیر دفاع سابق از جمله دو وزیر دفاع سابق دولت ترامپ خواستار انتقال معمول قدرت شدند؛ آنها گفتند زمان زیر سوال بردن نتایج انتخابات گذشته و اکنون زمان شمارش رسمی آرای الکترال است همانطور که در قانون اساسی آمده است.

آنچه امروز بیش از همیشه نمایان شده، جامعه دو یا چند قطبی در آمریکاست. شاید ترامپیسم قطب دیگر آمریکا و نماد جریانی است که با هوچی‌گری، ارعاب، تهدید و پول به دنبال پیش بردن کار است. آنها از الفاظ قشنگ، محترمانه و سیاستمدارانه دموکرات‌ها و یا جنگ‌طلبی آشکار جمهوری‌خواهان استفاده نمی‌کنند؛ آنها حمله می‌کنند و نابود می‌کنند. اکنون بخشی از جامعه سعی در نجات وجهه آمریکا دارد؛ با درخواست استیضاح و یا حتی برکناری ترامپ. ولی آیا واقعا می‌توان اذهان یک جهان را از آنچه در روز چهارشنبه رخ داد، پاک کرد؟

هرچند ترامپ عصر پنجشنبه در بیانیهای به شکستش مقابل جو بایدن در انتخابات اذعان نمود و حمله هوادارانش به ساختمان کنگره را محکوم کرد، اما اکنون همگان بر این نکته اتفاق نظر دارند که ترامپ دموکراسی آمریکایی را نابود کرد. روزی که در تاریخ ثبت شد و رئیس جمهوری که شاید همواره در اذهان این نسل از مردم جهان باقی بماند؛ کسی که روی دیگر آمریکا را نشان داد. بایدن ۲۰ ژانویه به عنوان رئیس جمهور سوگند یاد خواهد کرد؛ او کار مشکلی پیش رو دارد؛ او باید این کشور اختلاف زده و چند پاره شده را دوباره متحد کند.

اما حتی در حالی که قدرت ترامپ در حال سقوط بود، اوباشی متشکل از پیروانش موفق به انجام یک کار حیرتانگیز شدند. آنها دولت قدرتمندترین کشور جهان را تعطیل کردند. ساختمان کنگره، عظیم و با ابهت، یکی از تأسیسات بسیار محافظت شده در جهان است. اینکه سد دفاعی‌اش به راحتی و به سرعت شکسته شده و ساکنانش تهدید شده و فعالیتش توسط افرادی که حضورشان پیشبینی شده بود، مختل می‌شود، تصویری حیرتانگیز از ضعیف بودن امنیت دولت ایالات متحده است. در دوران ترامپ، شکنندگی بسیاری از چیزهایی که سخت و استوار به نظر می‌رسیدند، ثابت شد از جمله خود دموکراسی آمریکا.

بانک جهانی از بهبود وضعیت اقتصاد ایران و جهان گزارش داد

خروج از تنگنای رکود در سال ۲۰۲۱

فرصت امروز: بانک جهانی در جدیدترین گزارش چشم‌انداز اقتصادی جهان پیش‌بینی کرد که رشد اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۱ میلادی به حدود ۴درصد می‌رسد. همچنین اقتصاد ایران پس از سه سال از دامنه رشد منفی خارج می‌شود و در سال ۲۰۲۱ به رشد ۱.۵ درصدی دست می‌یابد. به گفته بانک جهانی، رشد منفی اقتصاد ایران با وجود کارزار فشار حداکثری دولت ترامپ و شیوع بالای کرونا که ایران را به اصلی‌ترین کانون درگیری با کووید۱۹- در منطقه خاورمیانه تبدیل کرده، پس از سه سال به پایان خواهد رسید و اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۱ به رشد ۱.۵ درصد و در سال ۲۰۲۲ به رشد ۱.۷ درصد دست خواهد یافت.

بحران کرونا در حالی اقتصاد جهان را در سال ۲۰۲۰ حدود ۴.۳ درصد کوچک‌تر کرده است که ابعاد این بحران به هیچ وجه قابل مقایسه با رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰ نیست و کرونا دورنمای رشد اقتصادی را دست‌کم برای یک دهه کاهش داده است. به اعتقاد بانک جهانی، بحرانی که کرونا برای جهان ایجاد کرده، بدتر از بحران «ورشکستگی بزرگ» در دهه ۳۰ میلادی است و حتی ممکن است پیش‌بینی‌ها با اعلام موارد جهش‌یافته‌تر کرونا، کندتر شوند. در گزارش این نهاد بین‌المللی، رشد دو قدرت برتر اقتصاد جهان یعنی آمریکا و چین نیز به ترتیب ۳.۵ درصد و ۷.۹ درصد پیش‌بینی شده است.

سناریوهای رشد اقتصادی در بحران کرونا

تعداد مبتلایان به کرونا تا روز گذشته (جمعه) به ۸۸ میلیون و ۵۰۶ هزار نفر رسیده و بیش از یک میلیون و ۹۰۶ هزار تن نیز بر اثر ابتلا به ویروس کووید۱۹- جان باخته‌اند. در حالی که واکسیناسیون کرونا در بسیاری از کشورها آغاز شده و امیدواری بشر برای پایان پاندمی کرونا بیشتر شده است، اما شیوع نوع جهش یافته کرونا در بریتانیا باعث شده تا نگرانی‌ها همچنان ادامه داشته باشد. حتی اگر همه‌گیری کرونا با شروع واکسیناسیون همین امروز نیز به پایان برسد، تبعات و آثار این بحران تا سال‌ها باقی خواهد ماند.

در این راستا، بانک جهانی پیش‌بینی کرده است که بیماری کرونا تا مدت طولانی که هیچ‌کس نمی‌داند تا چه زمانی است، فعالیت‌های اقتصادی را کاهش خواهد داد و به تبع آن درآمدها نیز افت خواهند کرد. به باور این نهاد بین‌المللی، اولویت سیاست‌گذاران و دولتمردان باید جلوگیری از گسترش ویروس کووید۱۹- و واکسیناسیون سریع و عمومی باشد، چراکه هر تصمیمی در نهایت باید با توجه به شرایط کرونا در کشورها اتخاذ شود. به اعتقاد بانک جهانی، برای حمایت از اقتصاد و گام برداشتن در مسیر بهبودی، باید یک چرخه‌ای از سرمایه‌گذاری‌ها با هدف رشد پایدار اقتصاد که وابستگی کمی به دولت دارد، بنیان نهاد. هرچند این توصیه برای بسیاری از کشورها به خصوص کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای نوظهور کارایی نخواهد داشت، چراکه در این اقتصادها دولت‌ها همه‌کاره هستند و در اقتصادهای توسعه‌یافته نیز با تصویب بسته‌های حمایتی مالی عملا نقش دولت‌ها در اقتصاد بیشتر شده و به نظر می‌رسد که همین امر می‌تواند زمینه تشدید کسری بودجه در بیشتر کشورها را پدید آورد. دیوید مالپاس، رئیس گروه بانک جهانی معتقد است در حالی که سال جاری، نویدبخش یک بهبودی در اقتصاد جهانی است، اما سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان با مشکلات عدیده‌ای در این سال روبه‌رو خواهند شد؛ سلامت عمومی، مدیریت بدهی، سیاست‌های بودجه، بانکداری مرکزی و اصلاحات ساختاری بخشی از مشکلات پیش روی دولت‌ها خواهد بود. این مسائل می‌تواند آنچه از اقتصاد پیش روی اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه است، شکننده و غیرقابل انعطاف کند.

همچنین با وجود اینکه واکسن‌های مختلفی برای مقابله با کرونا مجوز تزریق دریافت کرده‌اند، اما بانک جهانی همچنان شیوع شدیدتر کرونا و کاهش یا توقف واکسیناسیون عمومی را جدی‌ترین و بدبینانه‌ترین سناریو برای رشد اقتصادی کشورها می‌داند. این رخداد می‌تواند رشد اقتصادی را تا ۱.۶ درصد کاهش دهد، اما در سناریوی خوش‌بینانه که همان قطع زنجیره انتقال ویروس کرونا و واکسیناسیون گسترده‌تر است، رشد اقتصادی را تا ۵ درصد (یک درصد بیشتر از پیش‌بینی) افزایش می‌دهد.

ارقام رشد اقتصادی در مناطق مختلف جهان

پیش‌بینی بانک جهانی از رشد اقتصادی دو قدرت برتر جهان یعنی آمریکا و چین به ترتیب ۳.۵ درصد و ۷.۹ درصد است. رشد اقتصادی منطقه یورو نیز که در سال گذشته کاهشی ۷.۷درصدی داشته، در سال جاری به ۳.۶درصد می‌رسد. ژاپن نیز ۲.۵درصد در این سال رشد خواهد داشت. به گفته بانک جهانی، همچنین تولید ناخالص داخلی در اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه پس از انقباض ۵درصدی در سال گذشته میلادی، در سال پیش رو ۳.۴درصد رشد را تجربه خواهند کرد.

بانک جهانی معتقد است منطقه خاورمیانه نیز پس از مشکلات عدیده‌ای که در سال ۲۰۲۰ با آن درگیر بود، سال جاری را با رشد اقتصادی ۲.۱درصدی به پایان می‌رساند. با توجه به اینکه کشورهای این منطقه در حال توسعه هستند، نفت تاثیر تعیین‌کننده‌ای بر رشد اقتصادی این کشورها خواهد گذاشت، به‌گونه‌ای که احتمال عادی شدن تقاضای نفت و به تبع آن افزایش قیمت‌ها، پایان یافتن توافق کاهش تولید اوپک پلاس در ۲۰۲۱ و برداشتن تدریجی محدودیت‌های سفر از مهمترین عوامل بهبود دهنده رشد اقتصادی ۱.۸درصدی کشورهای صادرکننده نفت است. با این وجود به دلیل کاهش درآمدهای نفتی در سال ۲۰۲۰، خطر تشدید کسری بودجه همچنان برای اقتصادهای نفتی خاورمیانه وجود دارد. به گفته بانک جهانی، رشد اقتصادی عراق، عربستان و امارات در سال جاری میلادی به ترتیب با ۲ درصد، ۲ درصد و ۳ درصد از دیگر کشورهای منطقه خاورمیانه بیشتر خواهد بود. مهمترین دلیل این افزایش رشد اقتصادی به دلیل پروژه‌های بزرگ سرمایه‌گذاری نفتی و تقویت تقاضای نفت است.

در بخش دیگری از گزارش بانک جهانی، پیش‌بینی شده است که اقتصاد ایران در سال جاری میلادی رشد مثبت ۱.۵درصد داشته باشد. عمده دلیل این افزایش رشد اقتصادی به دلیل کنترل شیوع کرونا، افزایش مصرف و بهبود صنعت توریسم خواهد بود. پس از سه سال رشد اقتصادی منفی ۶درصدی در سال ۲۰۱۸، منفی ۶.۸درصدی در سال ۲۰۱۹ و منفی ۳.۷درصدی در سال گذشته، این پیش‌بینی می‌تواند تا حدی نشان دهد اقتصاد ایران در مسیر ریکاوری قرار دارد. هرچند نباید از مشکلاتی که کسری بودجه می‌تواند بر اقتصاد و رشد اقتصادی آورد، غافل شد. پیش‌بینی این نهاد بین‌المللی از رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۲۲ میلادی نیز ۱.۷درصد است.

بحران بدهی با اقتصاد جهان چه خواهد کرد؟

بانک جهانی اعتقاد دارد که همه‌گیری کرونا یک خطر جدی برای تمام جهان داشته و آن افزایش و تجمیع بدهی‌هاست. تلنبار شدن بدهی‌ها البته زمانی نگران‌کننده‌تر می‌شود که ممکن است اصلاحات اقتصادی را سخت‌تر و روند بهبود اقتصادی را کندتر کند. در این صورت تلاش سیاستمداران و تصمیم‌سازان برای هماهنگی اقتصادی، کارایی خود را از دست می‌دهد. در واقع، بحران کرونا ریسک بدهی در بازارهای نوظهور و در حال توسعه را تشدید می‌کند که این امر می‌تواند باعث افزایش فشار بدهی و کاهش توانایی وام‌گیرندگان در بازپرداخت بدهی‌ها شود. این روند ممکن است یک دهه به طول بینجامد که در این صورت فاصله بین کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه و نوظهور بیشتر و بیشتر می‌شود؛ چیزی که کشورها نمی‌توانند آن را بپذیرند. بانک جهانی معتقد است که برای کاهش فشار بدهی باید همه کشورها همکاری کنند، چراکه ممکن است بدهی در اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه به اندازه ۹درصد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۰ بیشتر شود.

کرونا مشاغل پزشکی را به صدر فهرست پولسازترین شغل‌ها کشاند

پولسازترین شغل‌ها در بحران کرونا

در میان پولسازترین مشاغل در سال گذشته، فعالان حوزه پزشکی در رتبه اول فهرست قرار گرفته‌اند و پس از آنها، فعالان حوزه‌های اقتصادی و حسابداری بیشترین درآمد را در سال گذشته از آن خود کرده‌اند.

به گزارش خبرآنلاین، همه ساله مشاغل حوزه پزشکی یکی از پولسازترین مشاغل دنیا شمرده می‌شوند، اما در سال گذشته به واسطه شیوع ویروس کووید-۱۹ فعالان این حوزه توانستند ۱۱ رتبه بالای فهرست پولسازترین مشاغل جهان را به خود اختصاص دهند. در رتبه نخست این فهرست، متخصصان بیهوشی قرار گرفته‌اند؛ متخصص بیهوشی به پزشکی گفته می‌شود که به بیهوشی و فرآیندهای مربوط به عمل جراحی می‌پردازد. به‌طور معمول، دوران دستیاری یک متخصص بیهوشی چهار سال است که بعد از اتمام تحصیلات پزشکی عمومی به یادگیری فعالیت‌های مرتبط به بیهوشی می‌پردازد؛ هر متخصص بیهوشی در کشورهای توسعه‌یافته دنیا به طور میانگین در سال گذشته ۲۶۷ هزار دلار درآمد داشته است.

در جایگاه دوم فهرست پولسازترین مشاغل جهان، جراحان قرار گرفته‌اند و درآمد فعالان این حوزه به طور میانگین در کشورهای توسعه‌یافته در سال گذشته ۲۵۵ هزار دلار تخمین زده شده است. پس از آنها، جراحان فک و صورت سومین گروه از افرادی هستند که در سال گذشته میلادی بیشترین درآمد را به دست آورده‌اند، به طوری که میانگین درآمد جراحان فک و صورت در کشورهای توسعه‌یافته در سال گذشته ۲۴۲ هزار دلار تخمین زده شده است.

چهارمین گروه پردرآمدترین شغل‌ها در سال گذشته، متخصصان زنان و زایمان هستند، به طوری که این گروه در سال گذشته به طور میانگین در کشورهای توسعه‌یافته ۲۳۸ هزار دلار پول به دست آورده‌اند. پس از آنها نیز پنجمین گروه پردرآمدترینهای سال گذشته متخصصان ارتودنسی بوده‌اند و میانگین درآمد این افراد طی سال گذشته در کشورهای توسعه‌یافته ۲۲۵ هزار دلار تخمین زده شده است.

همانطور که گفته شد، جایگاه برتر پردرآمدترینها در سال گذشته به فعالان حوزه پزشکی اختصاص یافته است و بر این اساس روانپزشکان با درآمد به طور میانگین ۲۲۰ هزار دلار در سال گذشته در جایگاه ششم فهرست پولسازترین مشاغل جهان قرار گرفته‌اند. همچنین پس از آنها جایگاه هفتم و هشتم این فهرست به پزشکان عمومی و متخصصان لثه اختصاص یافته است، چرا که این افراد به طور میانگین در سال گذشته در کشورهای توسعه‌یافته به ترتیب ۱۹۶ و ۱۹۱ هزار دلار کسب درآمد کرده‌اند. سرانجام نهمین و دهمین گروه پردرآمد این حوزه نیز متخصصان کودک و دندان پزشکان هستند که درآمد آنها در سال گذشته به ترتیب ۱۸۳ و ۱۷۵ هزار دلار تخمین زده شده است.

یازدهمین گروه افراد پردرآمد در سال گذشته نیز کماکان در حوزه پزشکی فعال بوده‌اند، به طوری که پرستاران متخصص در سال گذشته به طور میانگین در کشورهای توسعه‌یافته ۱۷۴ هزار دلار درآمد کسب کرده‌اند و پس از آنها نوبت به مهندسان می‌رسد که در جایگاه دوازدهم این فهرست قرار گرفته‌اند، چنانکه مهندسان پتروشیمی در سال گذشته به طور میانگین در کشورهای توسعه‌یافته و نفتی دنیا ۱۵۶ هزار دلار به دست آورده‌اند. مهندسان آی تی نیز دومین گروه مهندسان هستند که در سال گذشته بیشترین درآمد را کسب کردند و میانگین درآمد آنها در سال گذشته در کشورهای توسعه‌یافته ۱۵۲ هزار دلار تخمین زده شده است. به جز مشاغل ذکرشده خلبانان نیز در سال گذشته جز پردرآمدترین مشاغل در کشورهای توسعه‌یافته بوده‌اند، به طوری که میانگین درآمد خلبانان در سال گذشته در این کشورها ۱۴۶ هزار دلار تخمین زده شده است. همچنین وکلا نیز در سال گذشته جزو پردرآمدترینها در کشورهای توسعه‌یافته بوده‌اند و میانگین درآمد آنها در سال گذشته میلادی در این کشورها ۱۴۴ هزار دلار تخمین زده شده است. البته کرونا تنها فهرست پولسازترین مشاغل جهان را تغییر نداد و فهرست ثروتمندترین‌های جهان را هم جابه‌جا کرده، چنانکه هم‌اکنون ایلان ماسک با پشت سر گذاشتن جف بزوس به ثروتمندترین فرد دنیا تبدیل شده است. به گفته بلومبرگ، پس از چهار سال یک آمریکایی دیگر موفق شد به ثروتمندترین فرد دنیا تبدیل شود و به سلطه جف بزوس در این رده‌بندی خاتمه دهد. مدیرعامل خودروسازی تسلا و شرکت فضایی اسپیس ایکس که اکنون ثروتمندترین فرد ثروتمند جهان است، به لطف افزایش سهام تسلا اکنون بیش از۱۸۵۹۷ میلیارد دلار ثروت دارد. او در ابتدای امسال تنها ۲۷ میلیارد دلار ثروت داشت و نفر پنجاهم این رده‌بندی بود. اکنون هر سهم تسلا به ۷۹۰ دلار رسیده و از زمان عرضه اولیه سهام شرکت تسلا در سال ۲۰۱۰، ارزش هر سهم این خودروساز بیش از ۱۴۰ برابر (۱۴۰۰۰ درصد) افزایش یافته است. انتظار می‌رود با وجود شیوع کرونا و کاهش تقاضای جهانی، سودآوری این شرکت کماکان مثبت باقی بماند. تسلا پیشتر در یکم ژوئیه با پشت سر گذاشتن تویوتا به باارزش‌ترین برند خودروسازی جهان تبدیل شده بود و اکنون شمار زیادی از کسانی که سهام این شرکت را در عرضه اولیه آن خریده بودند، میلیونر شده‌اند.

اقتصاد ایران ۱۱درصد نسبت به سال ۹۶ کوچک‌تر شده است

بازخورد تحریم و کرونا در افق ۱۴۰۰

فرصت امروز: بودجه سال ۱۴۰۰ با وجود تصویب کلیات آن در کمیسیون تلفیق مجلس همچنان خبرساز است و میزان جرح و تعدیل بودجه در بهارستان باعث شده تا آخرین بودجه قرن کماکان در صدر خبرهای رسانه‌ها باشد، با این حال یکی از مهمترین پیشنیازهای بررسی دقیق بودجه، داشتن تصویری واقعی از وضعیت اقتصاد ایران است. در این راستا، نهاد پژوهشی مجلس در گزارش «تصویر اقتصاد ایران و چشم‌انداز آن در آستانه تصویب لایحه بودجه ۱۴۰۰» به بررسی وضعیت اقتصاد ایران پرداخت و از کوچک شدن ۱۱ درصدی اقتصاد کشور نسبت به سال ۹۶ خبر داد. به اعتقاد مرکز پژوهش‌ها، اقتصاد ایران در سال ۹۹ وضعیتی دوگانه را تجربه کرده و تخلیه اثر تحریمها تحت تأثیر شیوع کرونا قرار گرفته است؛ البته اثرگذاری این دو وضعیت متفاوت از یکدیگر بوده و در حالی که تحریمها عمدتا بخش نفت و صنایع بزرگی نظیر خودروسازی را متأثر کرده، اما شیوع کرونا عمدتا بر بخش‌های خدماتی و صنایع کوچک اثرگذار بوده است.

هرچند انتظار نمی‌رود در نتیجه شیوع کرونا ارزش افزوده اقتصاد کاهش شدیدی داشته باشد، ولی با توجه به سهم زیاد این بخش‌ها در اشتغال کشور به نظر می‌رسد آثار رفاهی آن بر خانواده‌ها بسیار نگران‌کننده باشد. با استناد به آنچه مرکز پژوهش‌ها در گزارش خود نوشته، علاوه بر کاهش میانگین کالری‌های دریافتی توسط خانواده‌ها، کیفیت کالری‌های دریافتی نیز کاهش یافته است. این امر در کنار بیکاری‌ها و کاهش تولید به واسطه شیوع کرونا و همچنین کاهش ۳۳ درصدی درآمد سرانه کشور در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۰ (طبق اعلام بانک مرکزی) می‌تواند فقر کالری و سوءتغذیه را تشدید نماید.

وقتی مخاطرات تورمی بیشتر می‌شود

به گفته مرکز پژوهش‌ها، تحریم و کرونا، صنایع بزرگ و کوچک و بخش خدمات را تحت تاثیر قرار داده و با توجه به اینکه بیش از ۸۰ درصد شاغلان کشور در این بخش‌ها مشغول به فعالیت هستند، پیش‌بینی می‌شود که تغییر وضعیتی قابل‌توجهی در رفاه خانوارها مشاهده شود. البته با توجه به کاهش ۳۳ درصدی درآمد سرانه کشور در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۰ حتی اگر رفاه خانواده‌ها با اعمال سیاست‌های حمایتی افزایش پیدا کند، باز هم شرایط به ابتدای دهه ۹۰ باز می‌گردد. با وجود اینکه از اول آذرماه امسال محدودیت‌های تردد اعمال شده و پیش‌بینی‌ها بر برقراری این محدودیت‌ها تا پایان سال است، رشد اقتصادی سال ۹۹ بدون نفت و با نفت ۰٫۸ و ۰٫۵درصد برآورد می‌شود. بازوی کارشناسی مجلس معتقد است که با وجود تداوم شیوع کرونا اما در سال آینده بخش‌های نفت، ساختمان و صنعت رشد اقتصادی مثبتی خواهند داشت. به نظر می‌رسد مهمترین پیش‌فرض این مدعا، رفع تحریم‌ها پس از روی کار آمدن دولت بایدن در آمریکا است.

مرکز پژوهش‌ها سپس در بخش دیگری از گزارش خود به ادامه‌دار شدن بی‌ثباتی در محیط کلان اقتصادی به دلیل تنش‌های بین‌المللی اشاره کرد که می‌تواند دامنه رشد اقتصادی را در محدوده منفی تا صفر قرار دهد. آنچه این گزارش نشان می‌دهد، دور از ذهن نبودن خطر ابرتورم است، چراکه منابع مالی دولت به شدت محدود است و اگر درصدی از منابع بودجه ۱۴۰۰ نامطمئن و دور از دسترس باشند، مخاطرات تورمی بیشتر هم می‌شود.

این نهاد پژوهشی به هدف‌گذاری تورم ۲۲ درصدی از سوی بانک مرکزی اشاره می‌کند و آن را صحیح نمی‌داند. به اعتقاد مرکز پژوهش‌ها، هدف‌گذاری نرخ تورم در ۲۲درصد صحیح نیست، زیرا نرخ تورم سالانه تحت‌تاثیر ۲۴ ماه شاخص قیمت‌ها قرار دارد و با رسیدن تورم سالانه به ۳۰٫۵ درصد در آذرماه، رسیدن به هدف ۲۲ درصد عملا دست‌یافتنی نخواهد بود و با توجه به شرایط فعلی و اثر تحریم‌ها و شیوع کرونا ممکن است تورم سالانه افزایش بیشتری یابد. از مهمترین دلایلی که باعث می‌شود نرخ تورم به هدف‌گذاری خود نرسد، افزایش قابل‌توجه انتظارات تورمی، افزایش نرخ ارز و سیاست پولی و مالی است.

مرکز پژوهش‌ها میزان تورم نقطه به نقطه تا پایان سال و تورم سالانه را حدود ۴۵ درصد و ۳۸ درصد پیش‌بینی کرده و شیوه تامین کسری بودجه را به عنوان یکی از عوامل تغییرات زیاد در نرخ تورم قلمداد کرده است. همچنین به دلیل کمبود منابع ارزی دولت در ۷ ماهه نخست سال جاری حدود ۵ میلیارد دلار از منابع صندوق توسعه ملی و ذخایر بانک مرکزی تهیه شده که به افزایش پایه پولی دامن زده است. در این مدت درآمدهای نفتی نیز حدود ۲ میلیارد دلار بوده است.

وقتی تحریم کیک اقتصاد را کوچک می‌کند

تجربه تحریم‌های بین‌المللی و نبود هماهنگی مناسب برای مدیریت آن، آسیب‌پذیری اقتصاد ایران را بیشتر کرد، به‌گونه‌ای که شدت شوک‌های تحریمی که از ۹۷ شروع شد و در ۹۸ به اوج خود رسید، اقتصاد کشور را ۱۱درصد نسبت به سال ۹۶ کوچک‌تر کرد. این به معنای کاهش اندازه کیک اقتصادی و به تبع آن، کاهش سهم هر ایرانی از آن است.

مرکز پژوهش‌ها اعتقاد دارد که در سال ۹۹ رشد اقتصادی بخش‌های مختلف نوسانات زیادی دارد؛ منفی ۱۴٫۶درصد و ۶٫۴ درصد کمترین و بیشترین اعدادی است که انتظار می‌رود بخش‌های اقتصادی به آن دست یابند. طبق گزارش این نهاد پژوهشی، رشد اقتصادی بخش‌های کشاورزی، نفت، صنعت، ساختمان و خدمات تا پایان سال ۹۹ به ترتیب ۲٫۱ درصد، منفی ۱٫۶ درصد، ۶٫۴ درصد، منفی ۱۴٫۶ درصد و صفر درصد برآورد شده است. البته مرکز پژوهش‌ها در خلال پیش‌بینی رشدهای اقتصادی تا پایان سال جاری، به دو نکته نگران‌کننده نیز اشاره می‌کند؛ نخست، کاهش واردات مواد اولیه به کشور در نتیجه نوسان ارزی و دوم، کاهش شدید سرمایه‌گذاری در بخش ساختمان است. این دو نکته نشان می‌دهد که اگر نوسان ارزی ادامه یابد علاوه بر اینکه رشد اقتصادی پیش‌بینی شده کاهش می‌یابد، رفاه خانواده‌ها نیز افت بیشتری خواهد داشت.

بخش بعدی گزارش مرکز پژوهش‌ها به وضعیت اشتغال و بیکاری اختصاص دارد و می‌نویسد: با استناد به گزارش‌های رسمی از سال ۹۳ تا ۹۸ به طور متوسط ۷۰۰ هزار نفر در هر سال به جمعیت فعال کشور اضافه شد، با این حال شیوع کرونا نشان داد بازار کار تا چه اندازه تحت‌تاثیر رخدادهای ناگهانی است. در زمستان ۹۸ نسبت به زمستان سال ۹۷ حدود ۴۳۰ هزار نفر از جمعیت فعال کاسته شدند، اما در بهار و تابستان امسال نسبت به فصول مشابه سال گذشته کاهش‌ها شدیدتر و به ترتیب یک میلیون و ۹۹۰ و یک میلیون و ۶۶۲ هزار نفر گزارش شده است.

به اعتقاد نویسندگان این گزارش، زمستان ۹۸ بازار کار ایران را به دو بخش پیش و پس از شیوع کرونا تقسیم کرده است، چراکه پاییز ۹۳ تا ۹۸ حدود ۸۵ درصد جمعیت اضافه شده به فعالین اقتصادی شاغل شدند و در هر فصل نیز نسبت به فصل قبل ۶۲۱ هزار نفر به جمعیت شاغل اضافه شد. این در حالی است که روند اشتغال‌زایی پس از شیوع کرونا قطع و در بهار و تابستان ۹۹ یک میلیون و ۵۰۰ و یک میلیون و ۲۰۹ هزار نفر از جمعیت شاغلان کاسته شدند. نکته مهم دیگر، بیکاری ۵۰ درصد از جمعیت دانشگاهی کشور است و این امر در میان‌مدت می‌تواند بر ساختار بازار کار تاثیر مخربی بگذارد. همچنین کاهش نرخ بیکاری در سال ۹۹ نباید نکته مثبتی تلقی شود، چراکه این امر به معنای خروج جمعیت فعال از بازار کار است.

وقتی اقتصاد به سال ۹۶ عقبگرد می‌کند

به گفته مرکز پژوهش‌ها، از سال ۹۱ تا ۹۸ به جز دو سال ۹۳ و ۹۶ تشکیل سرمایه ثابت خالص در بخش ساختمان منفی بوده است. طی این سال‌ها نیز تشکیل سرمایه در ماشین‌آلات به رقم‌های تجربه شده طی سال‌های ۸۲ تا ۹۰ نرسیده است. همچنین در سال‌های ۹۰ تا ۹۶ به طور متوسط ۲٫۲ درصد از انباشت سرمایه در بخش‌های ساختمان، صنعت و معدن، نفت و گاز کاهش داشته است. این بدان معناست که با تداوم این شرایط ظرفیت‌های تولیدی در این بخش‌ها به شدت کاهش خواهد یافت و حتی با فرض بهبود شرایط کلان اقتصادی، چندین سال طول می‌کشد به سال‌های دهه ۸۰ بازگردانده شود.

طبق آنچه مرکز پژوهش‌ها در گزارش خود نوشته، افزایش هزینه‌های زندگی در کنار رکود اقتصادی باعث شده تا خانواده‌های ایرانی هنوز به سطح درآمد سال ۹۶ خود نرسند. چنانچه رفاه خانوار ایرانی در یک دهه گذشته با کاهش قابل توجهی مواجه شده و خانواده‌های ایرانی از سال ۱۳۹۰ به بعد مرتبا کاهش در میزان کالری دریافتی داشته‌اند و بیشترین کاهش نیز در سال ۱۳۹۷ با ۴ تا ۵ درصد کاهش در میزان کالری رخ داده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که میانگین و میانه کالری دریافتی خانواده‌های ایرانی از سال ۱۳۹۰ به طور پیوسته رو به کاهش بوده و علاوه بر کاهش کالری دریافتی، کیفیت کالری دریافتی نیز به دلیل مصرف کمتر از مواد غذایی باکیفیت، کاهش یافته است. بیکاری‌های ناشی از شیوع کرونا، کاهش درآمد حقیقی، افزایش هزینه و درنتیجه کاهش مصرف از گروه‌های غذایی و کاهش کالری دریافتی افراد، به احتمال زیاد باعث شده تا نرخ فقر در سال ۱۳۹۸ افزایش قابل توجهی نسبت به سال ۱۳۹۶ داشته باشد.

به باور نهاد پژوهشی مجلس، مهمترین اولویت اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۰، افزایش پیش‌بینی‌پذیری و ثبات اقتصاد است و ضروری است هرگونه سیاست‌گذاری اقتصادی به ویژه در فرآیند تصویب بودجه با فرض تداوم وضعیت موجود صورت پذیرد.

شامخ آذرماه با ۲ واحد افزایش به ۴۷٫۷۷ واحد رسید

کاهش دامنه رکود در اقتصاد ایران

شامخ یا همان شاخص مدیران خرید (PMI) مقیاسی است که مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، از طریق دریافت پاسخ بنگاه‌های نمونه در صنایع مختلف به سوالات مشخص استخراج می‌کند. این شاخص که اوایل هر ماه منتشر می‌شود، رونق، رکود یا ثبات کسب‌وکارهای مورد بررسی و چشم‌انداز انتظاری آنها در ماه آینده را نشان می‌دهد. در جریان استخراج این شاخص، اگر عدد شامخ بیش از ۵۰ واحد باشد، نشان می‌دهد که اقتصاد در حال توسعه است، درحالی‌که هر رقمی زیر ۵۰ واحد، از قرار داشتن اقتصاد در شرف انقباض و رکود حکایت دارد.

در آخرین تحولات این شاخص، شامخ کل اقتصاد ایران در آذرماه امسال به ۴۷٫۷۷ واحد رسیده که همچنان وضعیت رکود در فعالیت‌ها را نشان می‌دهد، اما شدت رکود آن نسبت به آبان (۴۵٫۷ واحد) کمتر شده است. همچنین به‌طور میانگین طی سه ماه گذشته، نرخ کاهش کمتری در میزان فعالیت‌های اقتصادی وجود داشته است و روند نزولی شاخص کل طی ۶ ماه گذشته کمترین میزان کاهش در فعالیت‌ها را ثبت کرده است. نتایج نشان می‌دهد درحالی‌که در این ماه برخی فعالیت‌ها در بخش خدمات و کشاورزی با رکود بیشتری نسبت به آبان روبه‌رو بودند (تعطیلی سراسری بسیاری از مشاغل خدماتی در نیمه اول آذر)، اما ملایم‌تر شدن نرخ کاهش شاخص کل در آذر، به دلیل بهبود فعالیت‌ها در بخش ساختمان و صنعت است.

شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده در آذرماه ۴۶٫۱۳ است و نسبت به آبان (۳۹٫۸۴) شدت کاهش آن بسیار کمتر است. این شاخص علی‌رغم آنکه همچنان کمتر از ۵۰ است اما نرخ کاهش آن نسبت به‌شدت کاهشی که طی ماه‌های اخیر داشته کمتر شده، به‌گونه‌ای که طی ۱۴ ماه اخیر (از مهر سال گذشته) کمترین نرخ کاهش را داشته است.

شاخص میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی در آذرماه ۵۱٫۳ به دست آمده که نسبت به آبان ماه (۴۶٫۱۱) روند افزایشی داشته و طی ۱۰ ماهه گذشته بیشترین مقدار خود را به ثبت رسانده است که چشم‌انداز روشن‌تری را برای ماه‌های پیش رو به همراه دارد.

شاخص قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم خریداری شده (۷۶٫۶۴) که از اردیبهشت‌ماه روند افزایشی شدیدی داشته است، برای دومین ماه پیاپی از شتاب این روند افزایشی کاسته شده است. علی‌رغم اینکه براساس گزارش مرکز آمار شاخص کل کالاها و خدمات مصرفی در آذرماه ۲۸۰٫۶ بوده است و نسبت به آبان (۲۷۵٫۰) افزایش داشته است، کندتر شدن روند افزایشی در شاخص قیمت خرید مواد اولیه متأثر از کاهش اندک نرخ ارز طی دو ماه گذشته است که بیشتر بر قیمت مواد اولیه وارداتی مشاهده می‌شود. قیمت فروش محصولات تولیدشده یا خدمات ارائه شده در آذرماه (۵۶٫۷۳) نرخ افزایش بسیار ملایم‌تری را نسبت به روند ۸ ماهه خود از ابتدای سال داشته است که بیشتر به دلیل کاهش قیمت مواد اولیه وارداتی و کاهش تقاضای مشتریان است.

همچنین شاخص انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده ۵۶٫۳۸ است که طی ۷ ماهه اخیر بیشترین مقدار خود را به ثبت رسانده است و نشان‌دهنده انتظارات خوش‌بینانه و چشم‌انداز بهتر اقتصادی در دی‌ماه است. به‌طورکلی با ادامه محدودیت‌های ناشی از کووید-۱۹ در آذرماه فعالان اقتصادی بخش خدمات بار دیگر با کاهش در فعالیت‌ها روبه‌رو شدند این در حالی است که وضعیت در بخش ساختمان و خدمات بهتر شده است و افزایش شاخص میزان استخدام نیز چشم‌انداز روشن‌تری را نسبت به ماه‌های پیش رو نشان می‌دهد.

در آذرماه امسال همچنین شاخص مدیران خرید بخش صنعت به ۴۹٫۳ واحد رسیده که بعد از رکود آبان ماه (۴۷٫۶۳)، سیگنال قوی‌تری را نسبت به بهبود فعالیت صنایع نشان می‌دهد. در بخش صنعت ملاحظه می‌شود که به دلیل اثر نوسانات قیمتی کاهش نرخ ارز و اثرات تورمی شدید طی ماه‌های میزان تقاضای مشتریان را به‌شدت تحت تأثیر قرار داده و اکثر صنایع با کاهش سفارشات جدید روبه‌رو هستند. همچنین تداوم تعطیلی ناشی از شیوع کرونا، تأثیر کاهش تقاضا را دوچندان کرده است. از سوی دیگر در بسیاری از صنایع ترخیص مواد اولیه توسط گمرک و تخصیص ارز به شرکت‌های تولیدی کماکان با موانعی روبه‌روست.

خبرخوان

رهبر انقلاب در سالروز قیام ۱۹ دی:

ورود واکسن آمریکایی و انگلیسی ممنوع است

رهبر معظم انقلاب با تاکید بر اینکه غرب موظف است تحریم علیه ایران را فورا متوقف کند، افزودند آمریکایی‌ها اگر توانسته بودند واکسن تولید کنند این افتضاح کرونایی در کشورشان به‌وجود نمی‌آمد که در یک روز حدود ۴ هزار نفر تلفات داشته باشند. ضمن اینکه اساساً به آنها اعتمادی نیست و گاهی این واکسن‌ها را برای آزمایش بر روی ملت‌ها است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای صبح جمعه در سخنانی تلویزیونی به مناسبت سالروز قیام ۱۹ دی ۱۳۵۶ مردم قم، بر ضرورت حراست از یاد و نام این قیام تعیین‌کننده و مضمون دینی و ضدّآمریکایی آن تأکید کردند و با افتخارآمیز خواندن تولید واکسن کرونا در کشور، گفتند: حضور منطقه‌ای و ثبات‌آور و افزایش قدرت دفاعی و موشکی ایران ادامه خواهد یافت، در مورد برجام هم ما اصرار و عجله‌ای برای بازگشت آمریکا نداریم مهم این است که تحریم‌ها باید فوری و کامل برداشته شود.

رهبر انقلاب اسلامی قبل از بیان مباحث اصلی خود درباره حماسه ۱۹ دی ۱۳۵۶ مردم قم و برخی مسائل روز، از حضور حماسی و خودجوش مردم در تجلیل از سردار شهید حاج قاسم سلیمانی و شهید ابومهدی قدردانی و تأکید کردند: این فعالیت خودجوش و حماسه‌گونه، ناشی از عواطف، بصیرت و انگیزه‌های عالی مردم بود و روح تازه‌ای در کالبد کشور و ملت دمید.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با اشاره به چهلمین روز شهادت دانشمند بزرگ کشور شهید فخری‌زاده افزودند: دو شخصیت بزرگ علمی که این اواخر از دست دادیم یعنی شهید فخری‌زاده و آیت‌الله مصباح یزدی، هر دو در عرصه‌های کاری خویش، چهره‌های برجسته‌ای بودند که باید از میراث ارزشمند آنها مراقبت شود و راه آنان به بهترین وجه ادامه یابد.

رهبر انقلاب با اشاره به اوضاع در هم ریخته بت بزرگ استکبار گفتند: «افتضاح انتخاباتی»، «حقوق بشری که هر چند روز یک سیاهپوست قربانی آن می‌شود»، «بر ملا شدن ماهیت ارزش‌های ادعایی آمریکا که موجب تمسخر دنیا حتی دوستان آمریکا شده»، «اقتصاد فلج»، و «ده‌ها میلیون بیکار و گرسنه و بی‌خانمان» نشان‌دهنده اوضاع نابسامان آمریکا است که البته عجیب نیست، اما عجیب این است که عده‌ای هنوز آرزو و قبله‌شان آمریکا است.

ایشان با اشاره به حوادث روزهای اخیر در آمریکا مانند حمله به کنگره و فرار نمایندگان از تونل‌های مخفی افزودند: آنها در فتنه ۸۸ به دنبال ناامنی و ایجاد آشوب و جنگ داخلی در ایران بودند که موفق نشدند و خداوند همین مسئله را در سال ۹۹ بر سر خودشان آورد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای بخش دیگری از سخنان‌شان را به پاسخ قطعی و پایانی نظام اسلامی به ادعاهای جبهه استکبار به سرکردگی آمریکا علیه جمهوری اسلامی در ۳ موضوع «تحریم»، «حضور منطقه‌ای ایران» و «توان دفاعی و قدرت موشکی کشور» اختصاص دادند. ایشان درخصوص مسئله تحریم تأکید کردند: جبهه غرب و دشمنان موظفند حرکت خباثت‌آمیز تحریم علیه ملت ایران را که واقعاً یک خیانت، جنایت و دشمنی بی‌جهت علیه مردم است، فوراً متوقف کنند و همه تحریم‌ها را بردارند.

رهبر انقلاب اسلامی افزودند: البته بارها تأکید کرده‌ایم که باید اقتصاد را با فرض برداشته‌نشدن تحریم‌ها جوری برنامه‌ریزی کنیم تا کشور به خوبی اداره شود و با رفتن و آمدن تحریم و با بازیگری‌های دشمن دچار مشکل نشود که این کار با اتکا به ظرفیتهای داخلی و اجرای سیاستهای اقتصاد مقاومتی ممکن است. اگرچه تحریم‌ها نیز به تدریج در حال بی‌اثر شدن هستند بنابراین این حرف طرف مقابل که فلان کار را بکنید یا نکنید، بیخود است و تحریم‌ها که خیانت و جنایت در حق ملت است، باید برداشته شود.

رهبر انقلاب اسلامی در بخش دیگری از سخنان‌شان به مسئله پرتکرار دیگری در افکار عمومی یعنی برجام و کنار گذاشتن بخشی دیگر از تعهدات و آغاز غنی‌سازی ۲۰ درصد اشاره کردند و گفتند: این بحث را مطرح می‌کنند که آمریکا به برجام برگردد یا برنگردد؟ جمهوری اسلامی هیچ اصرار و عجله‌ای برای بازگشت آمریکا به برجام ندارد، بلکه مطالبه منطقی ما رفع تحریم‌ها و بازگرداندن حق غصب‌شده ملت است که این وظیفه آمریکا و اروپایی‌های دنباله‌رو آن است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای افزودند: اگر تحریم‌ها برداشته شد بازگشت آمریکا به برجام معنا می‌دهد البته مسئله خسارت‌ها که جزو مطالبات ما است در مراحل بعدی دنبال خواهد شد، اما بدون رفع تحریم‌ها بازگشت آمریکا به برجام حتی ممکن است به ضرر کشور هم باشد.

ایشان خاطرنشان کردند: در این موارد به مسئولان در قوای مجریه و مقننه گفته شده که با دقت و رعایت کامل ضوابط پیش بروند.

رهبر انقلاب اسلامی تصمیم مجلس و اقدام دولت برای کاهش بخش دیگری از تعهدات برجام را کاملاً درست و عقلانی دانستند و گفتند: عمل کردن جمهوری اسلامی به همه تعهدات خود در شرایطی که طرف مقابل به همه تعهدات خود عمل نمی‌کند، بی‌معنی است.

ایشان افزودند: البته اگر آنها به تعهدات خود بازگردند ما نیز برمی‌گردیم، همچنان‌که بنده از ابتدای برجام گفتم اقدامات باید به صورت متناظر و «کار و تعهد آنها در مقابل کار و تعهد ما» باشد که البته این، اولِ کار انجام نگرفت اما اکنون باید انجام شود.

بخش پایانی سخنان رهبر انقلاب به مسئله کرونا اختصاص داشت. ایشان با تشکر از وزارت بهداشت و دست‌اندرکاران تولید واکسن آزمایش‌شده برای مقابله با کرونا، این واکسن را مایه افتخار و عزت کشور خواندند و با انتقاد از افرادی که هر کار بزرگ در کشور را انکار می‌کنند، به سوابقی از این انکارها در مقابل پیشرفتهای علمی اشاره و خاطرنشان کردند: سال‌ها قبل وقتی جوانان کشور دستگاه‌های سانتریفیوژ را درست کرده بودند، عده‌ای نامه نوشتند که مبادا فریب این ادعاها را بخورید، همچنین پس از موفقیت مرحوم کاظمی و جوانان همکار او در سلول‌های بنیادی پیغام‌های مشابهی داده شد اما آن پیشرفتها واقعاً قابل باور بود و پس از آن نیز پیشرفتها ۱۰ برابر شد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در ادامه، ورود واکسن آمریکایی و انگلیسی به کشور را ممنوع اعلام کردند و گفتند: آمریکایی‌ها اگر توانسته بودند واکسن تولید کنند این افتضاح کرونایی در کشورشان به‌وجود نمی‌آمد که در یک روز حدود ۴ هزار نفر تلفات داشته باشند. ضمن اینکه اساساً به آنها اعتمادی نیست و گاهی این واکسن‌ها برای آزمایش بر روی ملت‌ها است.

ایشان افزودند: البته با سابقه‌ای که فرانسوی‌ها در قضیه خون‌های آلوده دارند، به آنها هم خوش‌بین نیستم، اما تهیه واکسن از کشورهای دیگر هیچ مشکلی ندارد.

رهبر انقلاب اسلامی با تأکید بر لزوم استمرار مراقبت‌های بهداشتی مردم و انجام وظایف مسئولان برای مقابله با کرونا، گفتند: برخی تجربه‌های خوب، موفق و امتحان‌پس داده دارویی در زمینه کرونا وجود دارد که مسئولان هم آنها را تصدیق می‌کنند، این موارد نباید انکار شود بلکه باید مورد بررسی قرار بگیرد.

بانک نامه

از نوسان ۶۰۰ تومانی ارز تا رشد ۳۰۰ هزار تومانی سکه

تحولات بازار ارز و سکه در هفته‌ای که گذشت

در هفتــه‌ای که گذشــت هرچند ارزهــای عمده بــازار مقاومت یک ماهه کانال‌هــای قیمتی خود را حفظ کردند، اما معاملات بازار شــاهد شــتاب‌گیری نوسانات بودند، تا جایی که برای دلار و یورو در بازار آزاد، نوســان ۶۰۰ تومان ثبت شــد. این نوسان در حالی ایجاد شد که در دو روز ابتدایی معاملات به نظر می‌رسید بازار تمایل دارد تا روند کم‌نوسان هفته گذشــته خود را ادامه دهد و دلار در دو روز شــنبه و یکشنبه در محدوده ۲۵ هزار و ۶۰۰ تومان تا ۲۵ هزار و ۷۰۰ تومان معامله شد. این محــدوده برای فروش دلار در صرافی‌های بانکی ۲۵ هزار و ۵۷۰ تومان تا ۲۵ هزار و ۶۷۰ تومان ثبت شد و محدوده قیمت در این دو روز برای یورو از ۳۱ هزار و ۳۰۰ تومان تا ۳۱ هزار و ۴۰۰ تومان بود.

اما از روز دوشــنبه بازار با روندی صعودی مواجه شــد. روندی که در نهایت منجر به آن شــد که در ســاعات پایانی معاملات روز سه‌شــنبه قیمت دلار به کانال ۲۶ هزار تومانی هم ورود کند و در روز چهارشــنبه تا قیمت ۲۶ هزار و ۵۰ تومان هم افزایش پیدا کند. البته در صرافی‌های بانکــی مقاومت برای حفظ کانال ۲۵ تومانی بیشــتر بود و دلار حداکثر قیمت ۲۵ هزار و ۹۰۰ تومان را ثبت کرد. اتفاق قابل توجهی که در این هفتــه در معاملات صرافی‌های بانکــی رخ داد، افزایش قیمت خرید در این صرافی‌ها از کانال ۲۴ هزار تومان به ۲۵ هزار تومان بود؛ اتفاقی که در یک ماه گذشته بی‌سابقه بود.

از آغاز روند کاهش قیمت ارز در بازار در اواخر مهرماه تاکنون همواره در صرافی‌هــا بانکی قیمــت خرید دلار و یورو ۱۰۰۰ تومــان ارزانتر از قیمــت فروش آنها بر تابلوها درج می‌شــد، اما اتفاق خلاف عادت هفته گذشــته، کاهش تدریجی فاصلــه میان قیمت خریــد و فروش در این صرافی‌ها از ۱۰۰۰ تومان در اولین ساعات معاملات هفته تا ۶۰۰ تومان در آخرین روز هفته بود.

کاهش فاصله قیمــت میان خرید و فروش دلار در صرافی‌های بانکی در حالی رخ داد که بازار ارز از نیمه روز معاملاتی چهارشــنبه تا آخرین معاملات روز پنجشــنبه شــیب نزولی قابل توجهی به خود گرفت و در پایان هفته قیمت دلار و یورو به کمترین نرخ خود در هفته رســید. بر این اســاس فروش دلار در صرافی‌هــای بانکی ۲۵ هزار و ۵۵۰ تومان و بهای فروش هر یورو ۳۱ هزار و ۵۵۰ تومان ثبت شــد. در بازار آزاد هم معامله دلار با بهای ۲۵ هزار و ۴۵۰ تومان و یورو نیز به قیمت ۳۱ هزار و ۲۰۰ تومان انجام شد.

به اعتقاد بسیاری از کارشناسان، فعالان بازار ارز در هفته‌های گذشته در انتظــار خبری مهم به ســر می‌برند؛ انتظاری که به بــاور این افراد بیشــتر از آنکه در اخبار سیاســی به دنبال هدف خود بگردد، در عالم سیاســت آن را جســت‌وجو می‌کند. خبر آغاز غنی‌سازی ۲۰ درصدی اورانیوم توســط ایران، توقیــف نفت‌کش کره‌جنوبــی و حتی اقدامات مشــکوک دولت آمریکا و متحدین این کشور برای ایجاد جرقه جنگی خانمان‌ســوز در پیرامون ایران، همگی اخبار مهم سیاسی بودند که در هفته گذشــته توجه فعالان اقتصادی کشــور را به خود جلب کرد. اما رونــد تحولات بازار نشــان می‌دهد هیچ کدام از ایــن اخبار، با واکنش بازار مواجه نشدند.

در خصوص علت شــکل‌گیری اوج قیمتی روز سه‌شنبه و چهارشنبه نیز دلایل متفاوتی مطرح می‌شود، اما به نظر می‌رسد این افزایش قیمت تحت تاثیر اعلام خبر افزایش نرخ تسعیر دلار در بودجه ۱۴۰۰ براساس مصوبه کمیسیون تلفیق مجلس باشد؛ مصوبه‌ای که بلافاصله با واکنش رئیس کل بانک مرکزی مواجه شد.

ایــن مصوبه، فرصت مناســبی را بــرای معامله‌گرانی کــه در ماه‌های گذشــته ارز را با قیمت‌های بالاتر خریــداری کرده بودند، فراهم آورد تا بــاری دیگر برای افزایش قیمت‌ها تلاش کننــد و مجددا قیمت دلار را پس از یک هفته وقفه به کانال ۲۶ هزار تومان برســانند. البته به اعتقاد گروهی از کارشناسان، هراس از تکرار تجربه سه هفته قبل که بازار پس از ورود به کانال ۲۶ هزار تومانی با فشــار فروش مواجه شــد، این روند صعودی متوقف شد و بازار به سرعت با عقب‌نشینی قیمت‌ها مواجه شد.

به هر ترتیب شکست مجدد موج افزایش قیمت دلار در آستانه کانال ۲۶ هــزار تومانی، این نوید را به فعــالان اقتصادی می‌دهد که مقاومت بازار در مقابل افزایش قیمت بســیار جدی است. این نشانه مثبت البته در کنار اظهــار امیدواری رئیس‌کل بانک مرکزی، امید به ایجاد آرامش بیشتر در بازار ارز و تعدیل قیمت‌ها را تقویت کرده است.

همچنین قیمت طلا در هفته گذشــته، بــا افزایش ۵۲ دلاری اونس جهانی آغاز شد و از روز چهارشنبه به بعد، در پی اتفاقات آمریکا، ریزش ۵۸ دلاری را تجربــه کرد. این نوســان طبیعتا بازارهــای داخلی را هم تحت‌الشعاع قرار داد و سبب تغییرات قیمتی شد.

نادر بذرافشــان درباره تحولات هفته گذشــته بازار سکه و طلا گفت: در مجموع از روز دوشنبه که آغاز فعالیت‌ها در بازارهای جهانی پس از ســال نو میلادی بوده است تا نزدیک به اواخر هفته افزایش ۵۲ دلاری اونس جهانی وجود داشته است که این افزایش به‌تبع در بازارهای اخلی ما نیز تاثیرگذار بود. از ابتدای هفته تا روز چهارشنبه، حدود ۳۰۰ هزار تومان افزایش قیمت ســکه، قریب به ۳۸ هزار تومان افزایش قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار، ۱۵۰ هزار برای قطعه نیم ســکه، تقریبا ۱۰۰ هزار تومان در ربع سکه و در سکه‌های یک گرمی نیز حدودا ۵۰ هزار تومان افزایش قیمت ایجاد شد.

دبیــر هیــأت مدیره اتحادیه طلا و جواهر تهــران ادامه داد: اما از روز چهارشنبه باتوجه به اتفاقات آمریکا و بحث‌ها درگیری‌ها کاهش قیمت برای اونس جهانی آغاز شــد و در نهایــت از به یکباره از بعداز ظهر روز پنجشــنبه روند کاهش جدی‌تر شد و حدودا ۵۸ دلار، هر اونس جهانی کاهش یافته است.

بــه گفته وی بنابــر تغییرات و افزایش قیمت اونس جهانی و ســپس ریزش آن از اواخر هفته، بازار سکه و طلای داخلی نیز از ابتدای هفته تا اواسط هفته، قیمت سکه نیز افزایشی پیش رفته و تا ۱۲ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان هم رســید اما در حال حاضر مجدد کاهش قیمت داشــته و به ۱۱ میلیون و ۷۵۰ رسیده است. سکه طرح قدیم نیز که ۱۱ میلیون و ۸۵۰ هــزار تومــان اوج قیمتی‌اش در طول هفته بــود، در پایان هفته به ۱۱ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان رســید. نیم ســکه نیز در طول هفته تــا ۶ میلیون و ۳۵۰ هزار تومــان هم پیش رفت و اکنون ش۶ میلیون ۱۵۰ هــزار تومان قیمت دارد. همچنین ربع ســکه از ۴ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان در طول هفته به ۴ میلیون و ۱۸۰ هزار تومان در آخر هفته رسید و سکه‌های یک گرمی نیز ۲ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان در پایان هفته، قیمت‌گذاری شده‌اند.

وعده همتی درباره آینده بازارها پس از ترامپ

تورم کاهش می‌یابد؛ قیمت‌ها به ثبات می‌رسد

فرصت امروز: رئیس‌کل بانک مرکزی در تازه‌ترین یادداشت اینستاگرامی خود از کاهش تورم و ثبات قیمت‌ها در اقتصاد ایران پس از دوره ریاســت جمهــوری ترامپ خبــر داد و ابــراز امیدواری کرد که بــا فروکش کردن انتظارات و هیجانات سیاســی و رشــد صادرات نفــت در ماه‌های اخیر و گشایش‌ها در برخی منابع بانک مرکزی به تدریج شاهد آرامش بیشتر در بازارها، ثبات قیمت‌ها و کاهش تورم باشیم.

عبدالناصر همتی در صفحه شــخصی اینســتاگرام خود نوشت: «امروز، وعده الهی تحقق یافت و دشمن شماره یک مردم ایران با آبروریزی مطلق بــه انتهای پرونده رذالت‌بار خود رســید. از ۱۵ مــرداد ۹۷ که تحریم‌ها و فشــار حداکثری آغاز شد، تا ۱۵ آبان که تحریم بانک مرکزی و بانک‌های کشور را شامل شد، بی‌سابقه‌ترین تحریم غیرقانونی وضع شده علیه اقتصاد کشورمان بود؛ تاحدی که هیچ یک از بخش‌های اقتصاد و تجارت خارجی ایران نبود که مشمول تحریم‌ها واقع نشده باشد.»

به نوشــته همتی، «در ســال ۹۸ و ســال ۹۹ (تاکنون) درآمد ناشی از صــادرات نفت ایران جمعا کمتــر از ۲۰ میلیارد دلار و دسترســی بانک مرکزی به آن نیز بسیار کمتر بود. این در حالی است که درآمدهای ارزی سالانه ناشــی از صدور نفت در ســال‌های قبل، همراه با دسترسی به آن ســالانه بیش از ۴۰میلیارد دلار بوده است. بی‌شــک ملت بزرگ ایران، با مقاومت تحســینبرانگیز و علی‌رغم سختی‌ها و مشکلات ناشی از گرانی‌ها عمدتا برخاسته از آثار تحریم ها، پیروز این میدان است. با فروکش کردن انتظارات و هیجانات سیاســی و رشــد صادرات نفت و فرآورده در ماه‌های اخیر از یک طرف و گشــایش‌های آغاز شده درخصوص برخی منابع بانک مرکزی، همانگونه که قبلا اعلام کردم، امیدوارم به تدریج شــاهد آرامش بیشتر در بازارها، ثبات قیمت‌ها و کاهش تورم باشیم.»

آمریکا چطور قربانی سیاست‌های تجاری خود شد؟

پس از آنچه در روز چهارشنبه گذشته در مقابل ساختمان کنگره آمریکا در شــهر واشــنگتن رخ داد و هواداران ترامپ به آنچه نماد دموکراســی آمریکایی است یعنی کنگره حمله کردند، دونالد ترامپ در پیامی تصویری به شکســت خود مقابل جو بایدن در انتخابات ریاســت جمهوری اذعان کرد و حمله خشونت‌آمیز هوادارانش به ساختمان کنگره را محکوم نمود. هرچند برخی از تحلیلگران از اثرات ســوء و منفی این رخداد در بازارهای مالی ابراز نگرانی کردند، اما بورس‌های جهانی واکنشی به این موضوع نشان ندادند و به روند صعودی خود ادامه دادند.

حالا با تایید رســمی نتایج انتخابات ریاســت جمهوری آمریکا توســط کنگره در روز چهارشنبه، جو بایدن از بیستم ژانویه (ابتدای بهمن) رسما کار خود را به عنوان رئیس‌جمهور جدید آمریکا آغاز خواهد کرد. این مهم نه فقط بــرای اقتصاد آمریکا بلکه برای تمام اقتصادهای جهان و از جمله اقتصاد ایران نویدبخش آغاز دوره‌ای تازه است که در آن نه خبری از تحریم و جنگ اقتصادی اســت و نه درگیری و تنش‌های سیاسی. آنچه همتی از آن با عنوان «انتهای پرونده رذالت‌بار» یاد کرده است.

با اینکه ترامپ آخرین روزهای ریاســت جمهــوری خود را می‌گذراند و کمتــر از دو هفته دیگر با کاخ ســفید خداحافظی می‌کنــد، اما جهان از بیم سیاســت‌های تجــاری او هنوز در امان نیســت. در این زمینه، دیوید داول، رئیس مطالعات سیاست تجاری در موسسه ایپک در هنگ‌کنگ در «چاینا تودی» می‌نویسد: «اگر یک مسئله باشد که دونالد ترامپ و دولتش همیشــه موضع ثابتی روی آن داشتند، تمرکز وسواس‌گونه روی تجارت و آلرژی شــدید آنها به کسری تجاری‌های دوجانبه است. البته توجه داشته باشید که در قاموس این دولت، تجارت فقط به کالاهای تولیدشده اطلاق می‌شــود، نه به خدمات. ترامپ هرگز به خودش زحمت نداده که موضوع تجــارت خدمات را بفهمد و اهمیت این مســئله در اقتصاد آمریکا هم از چشم او افتاده است.

من هرگز نتوانستم درک کنم که چرا او این‌قدر درباره تجارت «کالاها» هیجان‌زده می‌شود. شاید عینی‌بودنِ کالاها باعث می‌شود دنیای پیچیده امروزی برای او ساده‌تر تعریف شود. به هر حال، آن روایتی که آمریکایی‌ها از کســری تجاری کالاها تعریف کرده‌اند باعث شــده که به ترامپ نوعی حس قربانی‌شــدگی دست بدهد. او در ســال ۲۰۱۸ موضوع را به وضوح در ســخنرانی خود مطرح کرد: «ما مملکتی هستیم که همه سرمان کلاه گذاشته‌اند. تقریبا همه کشــورهای دنیا موقع تجارت و کسب و کار با ما، کلاه‌مان را برداشته‌اند.»

همان‌طور که حدس می‌زنید، نقطه اصلی توجه او در این موضوع هم چین اســت. ترامپ می‌گوید: «چین سالانه ۵۰۰ میلیارد دلار یا حتی بیشتر از ما کلاهبرداری می‌کرد، اما من این وضع را تغییر دادم.» اینجاست که ریشه‌های ماموریتی که انگار او برای خودش تعریف کرده بود مشخص می‌شود اما همین وسواس توهم‌گونه با مسئله قربانی‌شدگی باعث شد که ترامپ خودش را محق بداند که در مســائل تجاری تقریبا با همه شــرکای آمریکا وارد دعوا بشود. از کره‌ای‌ها و ژاپنی‌ها و اروپایی‌ها بگیرید تا مسئله خودرو و آلومینیوم و فولاد و حتی لبنیات. ترامپ همیشه هم توجیهی برای این دعواها داشته؛ مثلاً گفته که مکزیک بیش از اندازه از معاهده تجارت آزاد آمریکای شمالی سود برده و آمریکا نمی‌تواند این را تحمل کند.

قربانیِ یکی از اخیرترین حملات به شــرکای تجاری آمریکا هم کشــور ویتنام بوده و به نظر نمی‌رســد آمریکا قصد داشــته باشد به این زودی‌ها دست از سر ویتنام بردارد. آمریکا ویتنام را متهم کرده که ارزش واحد پول خود را دســتکاری کرده تا تراز تجاری‌اش بــا آمریکا به هم بخورد. رابرت لایتایزر که دست راست ترامپ در امور تجاری است گله کرده که افزایش مــازاد تجاری کالاهای ویتنام با آمریکا اصلاً در حالت عادی امکانِ رخداد نداشته و حتماً دستکاری در ارزش واحد پول ویتنام باعث ایجاد این وضع شــده اســت. ترامپ حتی پا را از این هم فراتر گذاشته و ویتنام را بدترین سوءاستفاده‌کننده از تجارت با آمریکا خوانده است.

درســت اســت که ویتنام در یک دهه اخیر نقش خود را به عنوان یک صادرکننده تولیدی (به خصوص به آمریکا) به وضوح افزایش داده اســت، اما لزوماً معنی‌اش این نیست که ویتنام در ارزش واحد پول خود دستکاری می‌کند. هرچه باشــد، ویتنام در حال حاضر هفتمین تأمین‌کننده کالا به مقصد آمریکاســت. از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۹، صادرات این کشور به آمریکا پنج برابر شــده و به ۶۶۶ میلیارد دلار رســیده است. از آن سو، ویتنام با جمعیت صد میلیون نفری‌اش همچنان کشوری نسبتاً فقیر است و طبعاً اشــتهای وارداتش از آمریکا آن قدر زیاد نیست بنابراین تعجبی ندارد که مازاد تجاری ۵۵ میلیارد دلاری با آمریکا پیدا کرده باشد. اگر این رقم را با مازاد تجاری چین که ۳۰۰ میلیارد دلار است مقایسه کنیم، می‌بینیم تازه وضع ویتنام خیلی هم عجیب نیست اما ظاهراً این ارقام به شدت مقامات آمریکایی را ناراحت می‌کند.

وقتی همه راه‌ها به چین ختم می‌شود

جالب اینجاســت که بخش مهمی از این مازاد، به دلیل انتقال کارخانه برندهای غربی از خاک چین به خاک ویتنام صورت گرفته اســت که آن هم در درجه اول، برای فرار از جنگ تجاری ترامپ با چین صورت گرفته بود بنابراین آن استراتژی معروف آمریکا مبنی بر اینکه «آمریکا در اولویت است» خیلی هم به سود آمریکا نیست. در واقع، تعداد کارخانه‌هایی که به جای بازگشت به خاک آمریکا ترجیح داده‌اند به ویتنام یا کشورهای مشابه نقل مکان کنند اصلا کم نیست. در اکثر موارد، دستمزدهای کارگران این کارخانه‌ها پایین است و اصلا نمی‌توان تصور کرد که چنین دستمزدی در خاک آمریکا به نیروی کار ارائه شــود. پس این هم یک مانع دیگر در راه کاهش مازاد تجاری کشوری مثل ویتنام با آمریکا است.

نکته دیگر هم این است که نظرسنجی‌های انجام‌شده حاکی از آن است که بسیاری از کارخانه‌ها اصلا قصد خروج از چین را هم ندارند و بنابراین بخش مهمی از برنامه تجاری ترامپ به نتیجه نرســیده است. اصولا هدف اصلــی از جنگ‌های تجاری ترامپ این بود که چین از اقتصاد آمریکا جدا شود، اما شاید حتی این هدف هم برآورده نشده باشد. برای تسلا و والمارت و جنرال موتورز و غیره، هیچ راهی برای چشم‌پوشــی از بازار بزرگ چین وجود ندارد و نخواهد داشت. با این اوصاف، آمریکا با جنگ‌های تجاری‌اش هــم خودش و هم دیگــران را قربانی کرده و هیچ کس از این مهلکه جان سالم به‌در نخواهد برد.»

فینتک‌ها چطور زیرساختهای مالی را تغییر می‌دهند؟

۵ تحول در صنعت فینتک

با همه‌گیری کرونا، تمایل به فینتک‌ها در جهان بیشــتر شــده اســت. خدمــات فینتک، از کارت‌ها و خودپردازها تا تراکنش‌های موبایلی و کیف پول دیجیتال به ســرعت تبدیل به امری عادی در زندگی ما شــده است. اما این تازه آغاز راه اســت. صنعت فینتک در ادغام با فناوری‌های دیگر با سرعت بیشتری نسبت به گذشته در سال‌های آینده رشد می‌کند. هرچند با پاندمی کرونا، بخش عمده‌ای از کســب وکارها ســقوط کردند، اما تنها بخشــی از کســب وکارها به اندازه کافی برای عبور موفق از بحران کرونا هوشــمند بود و یکی از این کسب وکارهای هوشمند، صنعت فینتک بود. هم مشــتریان و هم کسب وکارها با همه‌گیری کرونا و برای حفظ فاصله اجتماعــی به پرداخت بدون تمــاس روی آوردند. براســاس یک مطالعه، استفاده از اپلیکیشنها برای پرداخت در اروپا از زمان همه‌گیری کرونا ۷۲ درصد رشد کرده است بنابراین آینده از آن فینتک‌هاست و پنج فناوری در ادغام با فینتک‌ها، زیرساختهای مالی جهان را تغییر می‌دهد.

* بانکــداری دیجیتــال: خدمات بانکداری دیجیتال درحال گســترش است. این نوع بانکداری خدماتی مثل مستر کارت‌های بدون تماس، انتقال حوالجات بینالمللی و همچنیــن خرید ارزهای مجازی مثل بیت کوین و اتریوم را عرضه کرده است. بانکداری دیجیتال این فرصت را یافت که مدت زمانی کوتاه به محبوبیتی کم‌ســابقه برسد. دلیل عمده این مسئله حذف فرآیند خســته‌کننده تایید مدارک و حضور فیزیکی در بانک‌هاست. طبق یک گزارش، نرخ تبدیل مشتریان حضوری بانک‌ها به کاربران آنلاین آنها از ســال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۰ میلادی به ۳۶ درصد می‌رســد. در سال ۲۰۲۱، بانکداری دیجیتال جهش می‌کند و مشــتریان حضوری بانک‌ها به میزان قابل توجهی کاهش پیدا می‌کند.

* بلاکچین: ۴۸ درصد نمایندگان بانــک باور دارند فناوری بلاک‌چین در آینده زیرســاختهای مالی جهان را تغییــر می‌دهد. انقلاب در صنعت فینتک، ناشی از نوآوری در فناوری بلاک‌چین است. تراکنش‌ها با توسعه این فناوری پیشــرفته با روش‌های امن و مطمئن انجام می‌شــود. فناوری بلاک‌چیــن همچنین فرآیند متمرکز در تراکنش‌های مالی را به کمترین میزان ممکن می‌رساند. این فناوری باتوجه به امنیت فرآیند انتقال از آغاز تا پایان، مورد اطمینان مشتریان خواهد بود. با توسعه فناوری بلاک‌چین امــکان معامــلات پولی در تراکنش‌های P2P بیشــتر می‌شــود. کاهش هزینه‌ها، جلوگیری از بروز کلاهبرداری و توســعه بخش‌های مالی از دیگر پیامدهای توسعه فناوری بلاک‌چین است.

* سیســتمهای امنیت بیومتریک: استفاده از موبایل بانک، خودپرداز و کیف پول الکترونیکی درحال عادی شــدن اســت، اما ادغام سیستمهای امنیت بیومتریک با صنعت فینتک است که در نهایت فاصله همه کارها تا انجام آن را به کمتر از یک اثر انگشت می‌رساند. بخش عظیمی از مشکلات امنیتی با این ادغام حل می‌شــود و بروز جرائم سایبری به کمترین میزان می‌رســد. ســازمان‌هایی که با معاملات حجیم سروکار دارند، باید تا جای ممکــن درباره امنیت کارها اطمینان حاصل کننــد. فناوری احراز هویت بیومتریک نقش اساســی در جلوگیری از تقلب ایفا می‌کند. در سال‌های پیش رو، پیشــرفتهای بیشــتر در احراز هویت با اتکا به هوش مصنوعی، ســطح امنیت در صنعت فینتک را چندگام بالاتر می‌برد. حتی امروز هم راه حل‌های احراز هویتی که با تماس فیزیکی همراه اســت، در بین مردم محبوبیت ندارد. راه‌های احراز هویت بدون تماس با اتکا به سیســتمهای بیومتریک، در آینده جای احراز هویت با اثر انگشت را می‌گیرد.

* هوش مصنوعی: احراز هویت مشتری نقش مهمی در کاهش فعالیتهای مخرب در معاملات مجازی دارد. خوشــبختانه، هوش مصنوعی به مدیریت جرائم سایبری کمک کرده و در صنعت فینتک موثر بوده است. یک پیشبینی می‌گوید تا ســال ۲۰۳۰، هزینه تراکنش‌های مالی با اتکا به هوش مصنوعی ۲۳ درصد کمتر می‌شــود. هوش مصنوعی، زیرســاختهای مالی مشتریان را با دقت بیشــتری تنظیم می‌کند و همین به معنای بهبود فرآیند ثبت داده هاست. بانک‌ها و دیگر بخش‌هایی که با تراکنش‌های مالی درگیرند، بر توسعه فناوری‌های مرتبط باهوش مصنوعی و یادگیری ماشین سرمایهگذاری کرده‌اند.

* رگ تک: پولشــویی، حمله ســایبری، فعالیتهای مجرمانه در بســتر تراکنش‌هــای مالــی، از نگرانی‌های فین تک‌هاســت. فنــاوری رگ تک (Regulatory technology) مجموعــه‌ای از نظارت‌هــا را بر فرآیند معاملات مالی در فضای ســایبری اعمــال می‌کند. نظارت، گزارش‌دهی و تطبیق، سه کاری اســت که فناوری رگ تک انجام می‌دهد. ازآنجایی که تقاضا برای پلتفرم‌های بر پایه فناوری کلود در ســال ۲۰۲۱ برای کاهش میزان تماس در فضای مالی افزایش یافته اســت، رگ تک بیش از همیشه مورد توجه موسسات مالی جهان قرار گرفته است.

هوش مصنوعی فرصت‌های بی‌نظیری را در ســال ۲۰۲۱ میلادی رقم می‌زند. همه‌گیری کرونا، لزوم انجام کارها بدون تماس فیزیکی در آینده را تقویت کرده است و هوش مصنوعی، کارهای بزرگی برای تحقق آرزوهای بشر در این باره دارد. شفافیت در تراکنش‌های مالی و روابط بین مشتریان و کســب وکارها، افزایش تجربه مشتریان، راه حل‌های بیومتریک و تایید هویت دیجیتال از دلایل توجه فین‌تک‌ها به هوش مصنوعی است. ادغام نوآوری در فناوری‌های بلاک‌چین و هوش مصنوعی با فینتک، ساختارهای مالی در جهان را تغییــر می‌دهد و بانکداری دیجیتال را وارد عصری تازه خواهد کرد.

نوبت اول
شماره مجوز: ۱۳۹۹.۵۸۸۶
آگهی مناقصه عمومی
شماره مناقصه : ۱۰۲۴۰۰
شرکت گاز استان مازندران

شرکت گازاستان مازندران در نظر دارد مناقصات جدول ذیل را بین پیمانکاران واجد شرایط با مشخصات و شرایط ذکر شده به روش مناقصه عمومی و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبل ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
شرح مختصر کار

ردیف	موضوع مناقصه	شماره در سامانه	مبلغ تضمین	مبلغ برآورد
۱	انجام مجموعه فعالیت های نگهداری و تعمیرات تاسیسات گاز رسانی، اداره گاز شهرستان نور شامل شهر و روستاهای تابعه به روش (ج)	۲۰۹۹۰۹۱۵۷۸۰۰۰۲۰۳	۱،۱۴۳،۴۱۳،۰۰۰	۲۲،۸۲۶،۲۲۸،۳۰۷
۲	انجام مجموعه فعالیت های نگهداری و تعمیرات تاسیسات گاز رسانی شامل شهر و روستاهای تابعه آمل به روش (ج)	۲۰۹۹۰۹۱۵۷۸۰۰۰۲۰۴	۱،۵۹۹،۶۲۲،۰۰۰	۳۱،۹۲۴،۶۲۲،۳۲۰
۳	احداث ایستگاه TBS شهر کردنک (تجدید مناقصه)	۲۰۹۹۰۹۱۵۷۸۰۰۰۲۱۷	۲۴۴،۸۵۳،۰۰۰	۴،۸۹۷،۰۳۴،۶۳۹
۴	ساخت و نصب ۵۰۰ عدد انشعاب پرکننده و ۳۰۰۰ متر شبکه حفره خاکی در سطح شهرستان نکا و روستاهای هزار جریب به روش (ج)	۲۰۹۹۰۹۱۵۷۸۰۰۰۲۱۹	۷۹۳،۰۱۸،۰۰۰	۱۵،۸۶۰،۳۵۶،۰۷۲
۵	ساخت و نصب ۵۰۰ انشعاب متمرکز در سطح ناحیه نوشهر و چالوس با اولویت روستاهای تیرش و بسطام به روش (ج) (تجدید مناقصه)	۲۰۹۹۰۹۱۵۷۸۰۰۰۲۲۰	۲،۸۳۵،۰۲۰،۰۰۰	۵،۶۷۰،۱۳۰،۸۴۷

۱ - محل تامین اعتبار : سایر منابع / منابع داخلی
۲ - نوع تضمین قرارداد ارجاع کار: تضمین معتبر بر اساس آیین نامه تضامین معاملات دولتی مصوبه هیات وزیران به شماره ۱۲۳۹۰۲/ت ۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۱۳۹۲/۰۹/۲۲ و اصلاحات بعد از آن در خصوص کارهای پیمانکاری
۳ - محل اجرای پروژه : در محدوده گاز استان مازندران
۴ - تاریخ انتشار مناقصه در سامانه: ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه ۱۳۹۹/۱۰/۲۲ می باشد.
۵ - مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۴:۳۰ روز چهارشنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۴.
۶ - مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۴:۳۰ روز شنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۰۴ (ضمناً اصل تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار در این مهلت ثبت اتوماسیون اداری و تحویل دبیرخانه رمز محرمانه حراست گردد)
۷ - زمان بازگشایی پاکت ها : ساعت ۹ روز یک شنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۰۵ .
۸ - مدت اعتبار پیشنهادها سه ماه می باشد و این مدت حداکثر برای یک بار قابل تمدید است.
۹ - شرایط متقاضی:
- داشتن گواهی صلاحیت از سازمان برنامه و بودجه در رشته ابنیه برای ردیف ۴ و داشتن گواهی صلاحیت از سازمان برنامه و بودجه در رشته تاسیسات و تجهیزات و یا نفت و گاز برای ردیف ۱و۲و۳و۵ با ظرفیت آزاد و مجاز
- داشتن توانایی ارائه تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار و انجام تعهدات طبق ضوابط کارفرما.
- داشتن کد اقتصادی از وزارت اقتصادی و دارایی.
- ثبت نام و اخذ کد اطلاع رسانی پایگاه ملی مناقصات با مراجعه به سایت http://iets.mporg.ir
- ارائه صورتهای مالی حسابرسی شده منتهی به ۱۳۹۸/۱۲/۲۹ برای پیشنهاد های بالای ۱۰ برابر نصاب معاملات متوسط باشد الزامی است. با رعایت ماده ۴ آیین نامه راهکارهای افزایش ضمانت اجرایی و تقویت حسابرسی.
- حداقل نصاب پیشنهاد دهنده در این مناقصه ها برای ردیفهای ۵و۳ به هر تعداد و ردیفهای ۱و۲و۴ سه مناقصه گر می باشد* (ملاک تعیین تعداد مناقصه گر بعد از تایید صحیح بودن محتویات پاکت الف می باشد)
- قیمت ها متناسب با کالاهای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.(در صورتی که کالای مشابه تولید داخل دارد)
متقاضیانی که دارای شرایط مذکور در بند ۹۶ فوق بوده و آمادگی اجرای پروژه را دارند ، می‌توانند درمهلت تعیین شده فوق‌الذکر جهت دریافت اسناد به سایت اعلام شده مراجعه نمایند.
- شرکت کنندگان در مناقصه ، می بایست شماره ثابت و شماره فکس دفتر خود را در سامانه ستاد ارائه نمایند در غیر اینصورت مسئولیت عدم اطلاع رسانی در مواقع ضروری به عهده آن شرکت می باشد و حق هیچگونه اعتراضی نخواهند داشت.
- به پیشنهادات شرکت های دارای هیئت مدیره مشترک موثر در انجام مناقصه ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- جهت کسب اطلاعات بیشتر در سایت شرکت گاز استان مازندران به آدرس www.zige-mazandiran.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات کشور به آدرس http://iets.mporg.ir مراجعه نمایید.
- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه
- مرکز تماس : ۰۲۱-۴۱۹۳۴ و ۰۲۱-۵۷۸۹۵۰۰۰
- دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۹۵۱۹۳۷۶۸

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۱۰/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۱۰/۲۱
۹۲۹

شاخص بورس تهران برای دومین هفته متوالی افت کرد

هفته داغ بورس کالا

هفته‌ای که گذشت هرچند برای شاخص بورس تهران دلسردکننده بود و نماگر بازار سرمایه بازدهی منفی ۶ درصدی را ثبت کرد، اما برخلاف هوای سرد و زمستانی این روزها، هفته داغی در بورس کالا با استقبال گسترده از صندوق کالای کشاورزی رقم خورد.

بازار سرمایه ایران در دو سه هفته گذشته از آغاز زمستان، روزهای پرنوسانی را پشت سر گذاشت و در حالی که در ابتدای هفته‌ای که گذشت شاهد کاهش شاخص بورس تهران بودیم، اما در روزهای یکشنبه و دوشنبه شاخص کل به مدار رشد بازگشت و تا رقم یک میلیون و ۳۷۴ هزار واحدی هم رسید، اما روزهای سه‌شنبه و چهارشنبه بنا به دلایل مختلف، شاخص بورس تهران دوباره افت چشمگیری کرد و به مرز سقوط در کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحدی رسید. در این هفته شاخص فرابورس هم به کف کانال ۱۹ هزار واحدی خود بسیار نزدیک شد. به این ترتیب، بورس تهران برای دومین هفته متوالی با افت نماگر اصلی خود مواجه شد و این بار با کاهش ۶،۲ درصدی، بیشترین افت هفتگی از ابتدای آبان ماه را تجربه کرد. کارشناسان بازار سرمایه معتقدند که عواملی همچون کاهش نقدینگی در بازار، تنش‌های منطقه‌ای، اختلاف‌نظرها بر سر مسئله بازارگردانی و برخی اختلاف‌نظرهای سیاسی و اقتصادی دیگر از عوامل اصلی کاهش شاخص بورس در روزهای گذشته هستند.

در این زمینه، پویا بهمنی، کارشناس بازار سرمایه در تحلیل روند بورس تهران و فرابورس ایران، به ایرنا گفت: «در این هفته گروه‌های غذایی، دارویی، بیمه، کاشی سرامیک و انبوه‌سازی شاهد بیشترین ورود پول حقیقی بوده‌اند. علت استقبال سرمایه‌گذاران حقیقی از این گروه‌ها، وضعیت مناسب بنیادی و برنامه‌های افزایش سرمایه و همچنین تعداد زیاد نمادهای کوچک در این گروه‌ها بوده است که تا حدی از ریسک‌های سیاسی و سیستماتیک موجود در بازار مصون هستند. در این میان گروه دارویی با توجه به اخبار مثبتی مبنی بر احتمال تولید ایرانی واکسن کرونا و همچنین حذف احتمالی دلار ۴۲۰۰ تومانی در این صنعت، مورد توجه ویژه سرمایه‌گذران حقیقی بوده است».

این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: «صنایع سنگین و دلارمحور این روزها کمتر مورد توجه بخش حقیقی بازار بوده‌اند در حالی که ثبات در بازارهای موازی و روند رو به رشد قیمتها در بازارهای جهانی با شروع سال میلادی جدید همچنان ادامه دارد؛ به شکلی که در بازار فلزات پایه مس پس از ۸ سال توانست به بالای ۸۰۰۰ دلار در هر تن برسد و روی هم به آستانه کانال ۳۰۰۰ دلاری بسیار نزدیک شده است. نفت برنت هم با تثبیت بر فراز ۵۴ دلار رکورد جدیدی را به ثبت رساند و به بالاترین قیمت پس از شیوع ویروس کرونا رسید.»

او در تحلیل عوامل افزایش قیمت‌های جهانی نیز گفت: «از جمله دلایل رشد قیمتهای جهانی می‌توان به افزایش احتمال بازگشت اقتصاد جهانی به روند عادی پس از کشف واکسن کرونا و همچنین کاهش شدید شاخص جهانی دلار به دلیل سیاستهای فدرال رزرو و افزایش شدید نقدینگی در اقتصاد آمریکا پس از اجرای طرح بسته‌های حمایتی دولت آمریکا اشاره کرد.»

بهمنی سپس به روند قیمتی نماد «پالایش یکم» اشاره کرد و گفت: «در تحولات هفته اخیر افت چشمگیر ارزش صندوق پالایشی یکم از جمله موضوعات داغ مورد بحث بود. این نماد تا پایان آخرین روز معاملاتی هفته حدود ۲۳ درصد نسبت به قیمت پایه افت داشته است. این کاهش قیمت در نتیجه افت نمادهای این صندوق همزمان با افت دیگر لیدرهای بازار رخ داده است که مربوط به شرایط کلی بازار است و هیچ عامل بنیادی در این نمادها تضعیف نشده و همچنان می‌توان با توجه به رکوردشکنی قیمتی نفت جهانی، چشم‌انداز مثبتی برای این نمادها و صنعت پالایش متصور بود.» به اعتقاد وی، «افت قیمت نماد پالایش یکم مربوط به شرایط کلی بازار است و هیچ عامل بنیادی در نمادهای پالایشی تضعیف نشده است و با توجه به رکوردشکنی قیمت نفت، چشم‌انداز مثبتی برای این نمادها و صنعت پالایش کشور قابل تصور است.»

اما از جمله اتفاقات مهم هفته گذشته، عرضه اولیه جدید یک نماد در بازار و در روز چهارشنبه ۱۷ دی ماه بود. بهمنی در این ارتباط نیز گفت: «آن چیزی که در مورد عرضه‌های اولیه مشهود است، کاهش بازدهی این عرضه‌ها در موج اول رشد آنها است به شکلی که سرمایه‌گذاران با کوچک‌ترین عرضه‌ای دست به فروش می‌زنند و موجب افت سریع قیمت‌ها می‌شوند. علت این امر علاوه بر عوامل روانی حاکم بر بازار، کاهش شدید قیمتی برخی از عرضه‌های اولیه به زیر قیمت اولیه است که موجب بی‌اعتمادی بازار به صحت ارزش‌گذاری این نمادها شده است.»

این کارشناس بازار سرمایه همچنین در تحلیل وضعیت هفته جاری نیز گفت: «با توجه به رشد مناسب درآمد و سودآوری شرکت‌ها در گزارش‌های ماهانه و فصلی، رکوردشکنی‌های پی در پی نرخ‌های جهانی و از بین رفتن ریسک‌های سیاسی داخلی و بینالمللی در میان مدت می‌توان به روند روبه رشد بازار امیدوار بود. شاخص کل و نمادهای دلار محور فلزی، پتروشیمی و پالایشی که در روزهای اخیر با افت مواجه شده‌اند، هم‌اکنون به سطوح حمایتی بسیار جذابی رسیده‌اند که در صورت بهبود فضای روانی بازار و کاراتر شدن عملیات بازارگردانی در جهت حفظ منافع سهامداران می‌توانند به روند مثبت خود بازگردند.»

هفته‌ای که گذشت (هفته منتهی به ۱۷ دی ماه)، هفته‌ای جذاب در بورس کالا بود و با عرضه اولین صندوق کالایی کشاورزی قابل معامله در بازار، زمینه برای حمایت از محصولات کشاورزی در بازار سرمایه فراهم شد، به ویژه آن که ظرفیت پذیره‌نویسی یک صندوق کالای کشاورزی ظرف مدتی کوتاه و کمتر از یک روز نشان از استقبال سرمایه‌گذاران از این صندوق‌ها دارد. در هفته گذشته نرخ برخی محصولات نیز دچار نوسان شد و بازار تحت تاثیر برخی اختلاف نظرها بر سر قیمت‌گذاری فولاد قرار گرفت.

همچنین در بازار معاملات آتی نیز تحولاتی مشاهده شد. سمانه حسینی، کارشناس بازار سرمایه در این ارتباط گفت: «این هفته معاملات قراردادهای آتی زعفران با شیب ملایم سیر صعودی را طی کرد، این در حالی است که در معاملات گواهی سپرده زعفران معاملات آتی تا اواسط هفته روند رو به رشدی را داشت، اما در روز چهارشنبه معاملات این گواهی سپرده بدون توجه به روند کلی معاملات آتی دچار ریزش شد. از مهمترین اخبار معاملات آتی و گواهی سپرده می‌توانیم به بازگشایی صندوق‌های مبتنی بر کالای کشاورزی اشاره کنیم که کل واحدهای یک صندوق در روز بازگشایی به فروش رسید. این صندوق‌ها تاثیر بسیار زیادی بر توسعه معاملات گواهی سپرده و بازار آتی خواهند داشت و می‌توانند باعث استانداردسازی بیشتر محصولات کشاورزی شده و به قیمت‌گذاری شفاف‌تر معاملات گواهی سپرده این محصولات بینجامند. این صندوق‌ها همچنین باعث رونق صنعت کشاورزی و کمک به کشاورزان خواهند شد.»

خبرخوان

برنامه قانون جدید برای چک‌های بی‌محل

دسته چک‌های جدید امروز توزیع می‌شوند

در قانون جدید چک محدودیت‌های بیشتر و شدیدتری برای دارندگان چک‌های برگشتی در نظر گرفته شده است به گونه‌ای که برای متقاضیان دسته چک براساس عملکرد اقتصادی و مالی آنها یک سقف اعتباری مجاز تعیین و هر دفعه که صادرکننده چک از دسته‌چک خود استفاده کند، از سقف اعتباری وی کم می‌شود. به گزارش ایسنا، نگاهی به آمارها نشان می‌دهد که در بهار سال ۱۳۹۵، چک برگشتی پنجمین مانع جدی فضای کسب‌وکار از نظر بنگاه‌های اقتصادی بوده که این عامل در نهایت با افزایش ریسک و معاملات و ناامنی در فضای کسب‌وکار، مانع رونق تولید و اشتغال‌زایی شده است. برای رفع این عامل مخرب، قانون چک با اشکالات قانونی که داشت در چندین مرحله مورد اصلاح قرار گرفت که آخرین اصلاح قانون چک به سال ۱۳۹۷ برمی‌گردد و توسط کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس و با همکاری نمایندگان شبکه بانکی کشور، مورد بازبینی و اصلاح قرار گرفت و در نهایت ۱۳ آبان ماه همان سال به تصویب نهایی رسید. پس از ابلاغ این قانون تاکنون بخشی از آن به صورت تدریجی اجرا شده و بخش دیگر نیز در حال اجراست که مسئولان بانک مرکزی یکی از ثمرات اجرای قانون جدید را در این می‌دانند که در انتهای سال ۱۳۹۶، نسبت تعداد چک‌های برگشتی به‌کل چک‌ها ۱۵.۴ درصد برآورد شده بود که به تازگی با اجرای بخش‌هایی از قانون جدید، این نسبت به ۸.۳ درصد کاهش یافته است. از نظر مبلغ نیز نسبت مبلغی چک‌های برگشتی به مبلغ کل چک‌ها از ۲۱.۵ درصد در سال ۱۳۹۶، با اجرای بخشی از قانون جدید به ۹.۹ درصد رسیده است. از سوی دیگر، بررسی قانون جدید بیانگر این است که تمرکز آن بر اعتبار و شفافیت در صدور و وصول چک‌ها است و برای رسیدن به این هدف، یکی اقدامات در نظر گرفته در این قانون این است که محرومیت‌ها و محدودیت‌های بیشتر و شدیدتری برای دارندگان چک‌های برگشتی تعیین کرده است. همچنین، قانون جدید برای اعتبارسنجی متقاضیان دسته‌چک، «سقف اعتباری مجاز» تعیین کرده است که در این راستا از گزارش‌های اعتبارسنجی و رتبه‌بندی اعتباری استفاده خواهد شد. به این ترتیب که برای متقاضیان دسته‌چک براساس عملکرد اقتصادی و مالی آنها یک سقف اعتباری مجاز تعیین و هر دفعه که صادرکننده چک از دسته‌چک خود استفاده کند، از سقف اعتباری وی کم می‌شود.

بیشتر متقاضیان بیمه بیکاری قرارداد موقت هستند

جغرافیای کرونایی بیمه بیکاری

نتایج یک پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین متقاضیان بیمه بیکاری کرونا را مردان ۳۰ تا ۴۰ ساله تشکیل می‌دهد که ۷۸ درصد آنها دارای قرارداد موقت بوده و در بخش‌های خدماتی اشتغال به کار داشته‌اند. به دنبال گسترش ویروس کرونا و تاثیرگذاری آن بر بسیاری از مشاغل مقرر شد تا بیمه بیکاری سه ماه اسفند ۹۸ و فروردین و اردیبهشت ۹۹ که ماه‌های اوج شیوع کرونا بود، به کارگران آسیب‌دیده از کرونا پرداخت شود. بر همین اساس وزارت کار اعلام کرد متقاضیان و کسانی که در این مدت دچار بیکاری و توقف فعالیت شدند به سامانه bimebikari.mcls.gov.ir مراجعه کنند و اطلاعات و درخواست بیمه بیکاری خود را به ثبت برسانند. دولت نیز به منظور حمایت از کارگران آسیب‌دیده و صنوف خدماتی و کسب و کارهای خرد و کوچک، مبلغ ۵۰۰۰ میلیارد تومان اعتبار برای کمک به صندوق بیمه بیکاری اختصاص داد. برابر اعلام معاونت اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، نزدیک به ۷۰ درصد زنان شاغل تحت تاثیر کرونا شغل خود را از دست داده و بیکار شدند که نشان می‌دهد زنان بیشترین آسیب‌دیدگان کرونا هستند؛ این در حالی است که براساس گزارش موسسه عالی پژوهش تامین اجتماعی بیشترین ثبت درخواست برای دریافت مقرری بیمه بیکاری کرونا در سامانه بیمه بیکاری وزارت کار از سوی مردان ۳۰ تا ۴۰ ساله بوده است به نحوی که در فاصله ماه‌های اسفند ۹۸ و فروردین و اردیبهشت ۹۹ که اوج شیوع کرونا در کشور بود، مردان ۳۰ تا ۴۰ ساله و عمدتا ساکن در نقاط شهری بیشترین متقاضی بیمه بیکاری بودند که ۷۸ درصد آنها دارای قرارداد موقت بوده و بیش از ۶۱ درصد در بخش‌های خدماتی اشتغال به کار داشته‌اند. استان‌های تهران، اصفهان، آذربایجان شرقی، خراسان رضوی و فارس پنج استانی هستند که بیشترین میزان پراکندگی جمعیت مذکور به آنها اختصاص دارد.

نوبت اول

وزارت نیرو
شرکت مدیریت منابع آب ایران
شرکت آب منطقه ای آذربایجان غربی

فراخوان ارزیابی کیفی (تجدید فراخوان)

شناسه آگهی ۱۰۷۴۶۸۰

شرکت آب منطقه‌ای آذربایجان غربی در نظر دارد عملیات تکمیل احداث خط ۲۰ کیلو ولت ایستگاههای پمپاژ کرم آباد پلدشت را از طریق فراخوان ارزیابی کیفی و براساس قانون برگزاری مناقصات مواد (۹ و ۱۰) آیین نامه اجرایی بند (ج) ماده (۱۲) قانون برگزاری مناقصات، به پیمانکاران واجد شرایط مطابق با بخشنامه شماره ۹۵/۵۷۶۷۵۶ مورخ ۱۳۹۵/۳/۳۱ سازمان برنامه و بودجه کشور با پایه ۵ و بالاتر در رشته نیرو، واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از دریافت و تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. اطلاعات و اسناد مناقصه عمومی پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه از طریق سامانه ستاد به مناقصه‌گران ارسال خواهد شد. متقاضیان با رعایت شرایط ذیل، می توانند از طریق سامانه مذکور اقدام نمایند:
- حداقل دارای ظرفیت ریالی آزاد به مبلغ ۴۸/۸۰۷/۸۸۲/۶۷۸ ریال (و حداقل یک کار آزاد) باشد.
- نام شرکت کنندگان در ارزیابی در سایت sajar.mporg.ir معتبر و مجاز می باشد.

«اطلاعات مناقصه و زمانبندی»
۱- موضوع مناقصه و محل آن: عملیات تکمیل احداث خط ۲۰ کیلوولت ایستگاههای پمپاژ کرم آباد پلدشت (تجدید مناقصه)
۲- کارفرما: شرکت آب منطقه ای آذربایجان غربی
۳- دستگاه نظارت: شرکت مهندسی مشاور آذر نماد انرژی
۴- مبلغ برآورد اولیه: حدود ۴۸/۸۰۷/۸۸۲/۶۷۸ ریال
۵- مدت اجرای کار: دو ماه
۶- مهلت دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: تا ساعت ۱۹ روز چهارشنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۴
۷- مهلت ارسال پاسخ استعلام ارزیابی کیفی: تا ساعت ۹ صبح روز پنجشنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۰۹
۸- قیمت اسناد ارزیابی کیفی: ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۹- با توجه به تجدید این ارزیابی لذا حد نصاب تعداد مناقصه گران برای برگزاری مناقصه مطابق مفاد بند (ب) ماده (۱۰) آیین نامه اجرایی بند (ج) ماده (۱۲) قانون برگزاری مناقصات دو مناقصه گر و کمتر (شرایط انحصار) مورد قبول می باشد.
- توجه شود که عودت اسناد در قالب سی دی و یا به صورت فیزیکی و همچنین بدون امضای دیجیتال در ستادیران مورد قبول نمی باشد و چنانچه مناقصه گران اسناد ارزیابی را به طریقی غیر از سایت مذکور تهیه نمایند و نام آنها به عنوان خریدار در سایت مذکور ثبت نشده باشد به مدارک ارسالی ترتیب اثر داده نخواهد شد. شرکت در فرآیند ارجاع کار به صورت گروه مشارکت مورد قبول نبوده و در صورت اقدام به صورت مذکور ترتیب اثر داده نخواهد شد. ضمنا اسناد ارزیابی مناقصه گران فاقد گواهینامه HSE صادره توسط ادارات تعاون کار و رفاه اجتماعی (یا فاقد نامه ای از ادارات مذکور مبنی بر بلامانع بودن ارایه پیشنهاد توسط مناقصه گر در این مناقصه) مردود خواهد شد.
- جهت دریافت اطلاعات بیشتر می توانند با نماینده مجری طرح به شماره تلفن ۰۴۴۳۱۹۸۷۳۴۸ تماس حاصل نمایند.
شماره تلفن های تماس شرکت مهندسی مشاور آذر نماد انرژی: ۰۴۱۳۳۲۰۱۰۳۴- ۰۴۱۳۳۲۰۱۰۳۵
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۴۱۹۳۴- ۰۲۱ دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۱۰/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۱۰/۲۳
۹۴۱
شرکت آب منطقه ای آذربایجان غربی

نوبت اول

شرکت توزیع نیروی برق استان همدان

آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ای همراه با ارزیابی کیفی به صورت فشرده

شماره ۹۹/۵۹ – ۹۹/۶۰ – ۹۹/۶۱ – ۹۹/۶۲

شرکت توزیع نیروی برق استان همدان در نظر دارد اقلام به شرح ذیل را از طریق مناقصه عمومی دو مرحله ای ، از فروشندگان ، تولید کنندگان و واجدین شرایط و از طریق فروش اسناد مناقصه خریداری نماید. لذا از کلیه تولیدکنندگان، فروشندگان و واجدین شرایط دعوت به عمل می آید، طی مدت ۵ روزازتاریخ انتشارآگهی با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد)به نشانی اینترنتی WWW.setadiran.ir ، نسبت به واریزمبلغ ۴۰۰۰۰۰ ریال به حساب سپهرشماره ۰۲۰۵۶۸۲۷۹۳۰۰۷ نزد بانک صادرات شعبه مهدیه همدان بنام شرکت توزیع نیروی برق استان همدان و خریداسنادمناقصه‌اقدام‌نمایند.

ردیف	شرح	تعداد	شماره مناقصه	آخرین مهلت تحویل پاکات	تاریخ جلسه بازگشائی پاکات			مبلغ ضمانت نامه بانکی (ریال)	توضیحات
					الف و ب	ج			
۱	انواع یراق آلات کابل خودنگهدار	۱۱۸۰۴۰ عدد	۹۹/۵۹	۹۹/۱۱/۰۹ تا ساعت ۱۲	۹۹/۱۱/۱۴ ساعت ۱۰	۹۹/۱۱/۲۰ ساعت ۱۰		۱،۰۷۱،۵۱۶،۰۰۰	سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است
۲	جعبه انشعاب کابل خودنگهدار	۴۰۰ عدد	۹۹/۶۰					۴۰۰،۰۰۰،۰۰۰	
۳	کابل مسی تک رشته ۶+۶*۱ میلی متر مربع	۱۶۰۰۰ متر	۹۹/۶۱					۳۶۰،۰۰۰،۰۰۰	
۴	کلید فیوز هوایی کابل خودنگهدار ۱۶۰آمپر و ۲۵۰آمپر	۳۸۰ عدد	۹۹/۶۲					۳۹۰،۰۰۰،۰۰۰	

توضیحات:
۱- به پیشنهادات فاقد امضاء مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت فراخوان وخارج ازسامانه ستادواصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۲- به پیشنهادات فاقد ضمانت نامه بانکی معتبر، ضمانت نامه مخدوش کمتر از مبلغ مقرر،چک شخصی و شرکتی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۳- اسناد در سایت ذیل قابل دسترس می باشد ، لذا جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۳۸۲۷۴۶۳۲- ۰۸۱ تماس حاصل فرمایید.
نشانی سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) www.setadiran.ir
درصورت عدم ثبت نام وعضویت مناقصه گران درسامانه ستاد ، ضروری است مراحل ثبت نام وعضویت در سامانه مذکورانجام ونسبت به دریافت گواهی امضاالکترونیک ازدفاترمنتخب اسنادرسمی اقدام گردد. بدیهی است درصورت عدم اخذگواهی امضا الکترونیک ، امکان ورودبه سامانه ستاد و شرکت درمناقصه فوق وجودنخواهدداشت.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۰/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۰/۲۱
روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان همدان

کلاف سردرگم قیمت‌گذاری فولاد باز می‌شود؟

نرخ‌گـذاری فولاد در بورس، صـادرات، دلال‌بـازی و افزایش قیمت به معمای تقریبا لاینحلی تبدیل شده و در این بین هر بخش براساس منافع خود به آن می‌نگرد؛ قیمت فولاد و محصولات پیرامونی آن هم در این گیر و دار هر از گاهی یک پله صعود می‌کنند.

به گزارش ایسـنا، با افزایش قیمت فولاد در روزهای اخیر، کشمکش بر سر نرخ‌گذاری و نحوه عرضه این کالا در بازارها کماکان ادامه دارد و به نظر می‌رسـد هر بخش براساس منافع، چالش‌ها و تجربیاتی که چرخه عرضه ایـن کالا با آن مواجه بوده، به آن می‌نگـرد. این واکنش‌ها پس از تعیین قیمت عرضه شمش فولادی در بورس کالا براساس ۷۰ درصد قیمت CIS که روز ۱۶ دی ماه ۱۳۹۹ از سوی رزم حسینی ـ وزیر صمت ـ اعلام شد، شدت گرفت.

بورسـی‌ها که بیشتر از منظر منافع سـهامداران به فولاد نگاه می‌کنند معتقدند نهادهای بالادستی نباید در فرآیندهای بازار رقابتی دخالت کنند، اما سـازندگان با این استدلال که بخش سـاختمان ۳۵ درصد اقتصاد را دربرمی‌گیـرد و مسـکن یکی از مهمتریـن نیازهای خانوارها محسـوب می‌شـود، می‌گویند که با دمیدن به تنور رشـد قیمت فولاد، قیمت تمام شده مسکن را بالا نبریم.

در این بین، مجلس و دولت هم به دنبال چاره‌جویی هسـتند و به نظر می‌رسد اتخاذ تصمیم بینابینی مشکل شده است! سازندگان، عرضه مصالح ساختمانی در بورس، صادرات، دپوی محصولات در کارخانجات تولیدی و فضای دلالی در بازار آزاد را در رشد قیمت فولاد موثر می‌دانند.

طی ماه‌های اخیر برای کنترل بازار مصالح سـاختمانی، جلسات متعدد کارشناسی در کمیسیون‌های مجلس برگزار شده و عوامل مختلف اثرگذار بر بازار فولاد بررسـی شده اسـت. برآورد جلسات این بود که اولا مازاد بر مصرف داخلی، صادر شود، دوما صادرات منوط به عرضه در بورس باشد و قیمت فولاد بیش از ۸۵۰۰ تومان نباشد. در نهایت پارلمانی‌ها طی روزهای اخیر پیشـنهاد کرده‌اند که صادرات تمام زنجیره فولاد، مشروط به عرضه در بورس باشد. فعالان صنعت ساختمان هم می‌گویند که مازاد نیاز داخلی باید صادر شود. البته بنا به گفته مسئولان ۳۰ میلیون تن فولاد در کشور تولید می‌شود که ۲۰ میلیون تن به مصرف داخلی و ۱۰ میلیون تن صادر می‌شود بنابراین مقادیر قابل توجهی فولاد بیش از نیاز مصرف داخلی در کشور وجود دارد.

داریوش اسماعیلی ـ معاون امور معدن و صنایع معدنی وزارت صمت ـ با بیان اینکه در این شرایط مردم انتظار قیمت پایین برای فولاد دارند و در این راسـتا قیمت فولاد به‌ویژه از خردادماه به بعد، قیمت‌های قابل قبولی نداشته اسـت، گفت: واقعیت به گونه‌ای بود که قیمت‌ها قابل قبول نبود. سـتاد اقتصادی دولت در هفتم مرداد سال جاری یک مصوبه ۵ بندی در ارتباط با کاهش قیمت محصـولات فولادی صادر کرد؛ تمام اینها در این راستا بود تا محصولات فولادی با قیمت مناسب به دست مردم برسد.

بهرام سـبحانی- رئیس انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران- هم معتقد اسـت: تا دو سال گذشته بورس کالا همچون ساعت کار می‌کرد اما از دو سال گذشته تاکنون بورس بازیچه دست سیاست‌گذاران شده است. بورس با دستورالعمل رقابت به قیمت عادلانه نمی‌رسد؛ لذا به نوعی قیمت‌سازی صـورت می‌گیـرد. زمانی که قیمت پایه را مشـخص می‌کنیم و همزمان قیمت جهانی بالا می‌رود و ما قیمت پایه را کاهش می‌دهیم، در حقیقت به نوعی قیمت‌سازی می‌کنیم. از یک سو می‌گوییم کالا بایستی به دست مردم برسـد اما از سوی دیگر قیمت شمش را پایین آورده و سپس آن را رها می‌کنیم.

سه روز قبل هم رسول خلیفه سلطانی ـ دبیر انجمن فولاد ـ اعلام کرد که فولادسازان برای اجرای کامل شیوه‌نامه دولت به میدان آمده‌اند.

اما حسـن قالیباف اصل ـ رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار ـ چندی پیـش با یادآوری پیامدهای منفی قیمت‌گذاری دسـتوری در عرضه‌های بورسی، نتیجه این اقدام را متضرر شدن سهامداران، عرضه این محصولات در بازار آزاد به قیمت‌های گزاف و نیز سـرازیر شـدن درآمدهای کلان به جیب واسطه‌ها و به زیان مردم دانست و از «نهادهای بالادستی» خواست برای مقابله با چنین پیامدهای ناخواسـته‌ای، در فرآیندهای بازار رقابتی دخالت نکنند.

از طرف دیگر، سـازندگان که صـادرات، دپوی کالا، دلال بازی و عرضه فولاد در بورس را از عوامل رشد قیمت عنوان می‌کنند، معتقدند اگر قرار است صادرات داشته باشیم باید تولید را افزایش دهیم. ایرج رهبر ـ نایب رئیس انجمن انبوه‌سازان اسـتان تهران ـ در این خصوص به ایسنا گفت: ¬در تصمیم‌گیری برای فولاد باید منافع همه مردم و متقاضیان مسـکن که از رشـد قیمت‌ها متضرر شـده‌اند را در نظر بگیریـم؛ نه اینکه منافع عده‌ای سهامدار. اینکه دائما فولاد را صادر کنیم تا شرکت‌های فولادی سود بیشتری ببرند و قیمت این کالا در بورس رشد کند راه حل مناسبی نیست.

وی با بیان اینکه تولیدکنندگان فولاد از انرژی ارزان قیمت براساس نرخ ریال استفاده می‌کنند و محصولات خود را با دلار می‌فروشند، افزود: طبق جلساتی که در کمیسیون عمران مجلس داشتیم براساس محاسبات تمامی هزینه‌های تولید، فولاد باید کیلویی ۸۵۰۰ تومان به دسـت مصرف‌کننده برسد؛ تازه ما دست بالا را گرفتیم. اما می‌بینیم که در یک حرکت انتقالی به بورس، قیمت‌ها دو برابر می‌شود تا جایی که هر کیلو فولاد در بازار آزاد طی روزهای اخیر به ۱۴ تا ۱۵ هزار تومان رسیده و البته هر کس هر چقدر دلش می‌خواهد می‌فروشد.

رهبر گفت: ابتدای صبح از فروشـندگان فولاد قیمت‌ها را می‌پرسـیم و عنـوان می‌کننـد بگذارید سـاعت ۱۱ به بعد قیمـت می‌دهیم. یعنی می‌خواهند ببینند قیمت فولاد در بورس چگونه اسـت و براساس آن نرخ بدهند. قبلا فقط طلا به طور روزانه قیمت‌گذاری می شد اما حالا می‌بینیم که مصالح ساختمانی هم به این گرفتاری دچار است.

با گرانفروشان بلیت هواپیما برخورد شد

پس از آنکه رئیس سـازمان هواپیمایی کشـوری گران‌فروشـی بلیت هواپیمـا را تایید و دسـتور معرفی و برخورد با آنهـا را صادر کرد، چهار آژانس‌های مسـافرتی تعلیق شده و دو سایت غیرقانونی فروش اینترنتی بلیت هواپیما به دستگاه قضایی معرفی شد.

به گزارش ایسـنا، چندی پیش برخی از نمایندگان مجلس نسبت به گران‌فروشی بلیت هواپیما انتقاد کردند و سازمان هواپیمایی کشوری را به عنوان متولی نظارت بر آنها مسئول رسیدگی و برخورد با این تخلفات دانستند.

در پـی این اظهارات تورج دهقان زنگنه - رئیس سـازمان هواپیمایی کشـوری - ضمن تایید موضوع گرانفروشی بلیت هواپیما از سوی برخی سـایت‌ها و آژانس‌های هواپیمایی از صدور دسـتور برای معرفی آنها به دستگاه قضایی برای برخورد با این تخلفات خبر داد.

وی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: گران‌فروشی بلیت هواپیما گزارش شـده و وجود دارد اما این اتفاق ربطی به شرکت‌های هواپیمایی ندارد و آنها این کار را انجام ندادند، بلکه این تخلف از سـوی برخی از سـایت‌ها و آژانس‌های هواپیمایی رخ داده و بر این اسـاس دسـتورات لازم برای شناسایی و معرفی آنها به دستگاه قضایی صادر شده است.

پس از پیگیری‌های خبرنگار ایسـنا، سازمان هواپیمایی کشوری اعلام کرد که پروانه فعالیت چهار شـرکت خدمات مسـافرت هوایی به علت گرانفروشـی بلیت هواپیما تعلیق شد. این سـازمان در بیانیه خود اعلام کرد که پیرو رصد درگاه‌های فروش بلیت هواپیما توسـط این سازمان و دریافت گزارش مبنی بر فروش بالاتر از نرخ مصوب بلیت، پروانه فعالیت شـرکت‌های خدمات مسافرت هوایی مقتدر سیر ایرانیان کیش در شهر کیش، عتیق گشـت اصفهان در شهر اصفهان، آرش پرواز آذرآبادگان در شـهر ارومیه و سپند پرواز شرق در شـهر تهران به مدت سه ماه تعلیق شدند. همچنین به شـرکت‌های هواپیمایی داخلی و خارجی اعلام شد فروش بلیت مسـتقیم یا غیرمسـتقیم آن شرکت‌ها توسـط دفاتر فوق غیرقانونی بوده و متخلفان مورد پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.

لذا از هموطنان گرامی تقاضا می‌شـود با توجه به تعلیق فعالیت دفاتر فوق به مدت ۳ ماه، از خرید بلیت از این دفاتر خودداری کنند. همچنین در صورت مشاهده هرگونه تخلف و گرانفروشی، خارج از نرخ‌نامه مصوب و مندرج در سـایت انجمن شـرکت‌های هواپیمایی، مراتب را از طریق سایت سازمان هواپیمایی کشوری به آدرس cao.ir اعلام تا با متخلفین برخورد قانونی انجام شود.

در ادامه این بیانیه آمده اسـت که فعالیت مجدد دفاتر فوق منوط به رعایت کامل مقررات و صدور گواهی توسط سازمان هواپیمایی کشوری است.

سازمان هواپیمایی کشوری در بیانیه‌ای دیگری از پیگیری قانونی برای برخورد قضایی با دو سایت غیرمجاز فروش بلیت هواپیما خبر داد.

در این اطلاعیه نیز سازمان هواپیمایی کشوری اعلام کرد: پیرو دریافت گزارش مبنی بر گرانفروشی بلیت هواپیما و رصد این سازمان، سایت‌های غیرمجـاز فروش بلیت چارتر ۷۲۴ و safarme.com، بدون اخذ مجوز از سازمان هواپیمایی کشـوری اقدام به فروش غیرقانونی و بالاتر از نرخ مصوب کرده بودند که در راستای تکالیف قانونی این سازمان به دستگاه قضایی جهت پیگرد حقوقی معرفی شدند.

همچنین به شرکت‌های هواپیمایی داخلی و خارجی اعلام شد فروش بلیت مسـتقیم یا غیرمستقیم آن شرکت‌ها توسـط سایت‌های نامبرده غیرقانونی بوده و متخلفان مورد پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.

لذا از هموطنان گرامی تقاضا می‌شود با توجه به فعالیت غیرمجاز سایت چارتر ۷۲۴ و safarme.com ، از خرید بلیت از این دو سایت خودداری کنند. همچنین در صورت مشاهده هرگونه تخلف و گرانفروشی، خارج از نرخ نامه مصوب و مندرج در سایت انجمن شرکت‌های هواپیمایی، مراتب را از طریق سـایت سازمان هواپیمایی کشوری به آدرس cao.ir اعلام تا با متخلفین برخورد قانونی انجام شود.

سـازمان هواپیمایی کشوری در پایان این گزارش خود نیز تاکید کرد که هرگونه سـایت فروش بلیت هواپیما با پیشـوند یا پسوند ۷۲۴ نیز غیرقانونی است.

کاهش محسوس قیمت موز در بازار

نیازی به ذخیره‌سازی میوه شب عید نداریم

دارایی‌نژاد از افت ۱۰ هزار تومانی قیمت موز در بازار خبر داد و گفت قیمـت کنونی هر کیلو موز هندی در میـدان مرکزی ۲۱ تا ۲۳ هزار تومان و موز فیلیپین ۲۶ هزار تومان است.

مصطفی دارایی‌نژاد، رئیس اتحادیه بارفروشـان میدان مرکزی میوه و تـره بار در گفت‌وگو با باشـگاه خبرنگاران جوان، از کاهش ۱۰ هزار تومانی قیمت موز در بازار خبر داد و گفت: طی هفته‌های اخیر قیمت موز در میدان مرکزی میوه و تره بار به ۳۵ تا ۳۷ هزار تومان رسـیده بودکه به واردکنندگان اعلام کردیم که اگر موز را به نرخ قبل در بازار برنگردانند، اجازه فروش در میدان را ندارند.

وی قیمـت کنونی هر کیلو موز اکوادور و فیلیپین در میدان مرکزی را ۲۶ هـزار تومان، موز هندی ۲۱ تا ۲۳ هزار تومان و موز داخلی ۱۵ تا ۱۷ هزار تومان اعلام کرد.

دارایی‌نژاد از کاهـش قیمت آناناس در بازار خبر داد و گفت: قیمت هـر کارتن آناناس ۶ تایـی از یک‌میلیون تومان بـه ۷۰۰ هزار تومان کاهش یافته است.

رئیس اتحادیه میوه و سـبزی با اشـاره به اینکه کمبودی در تولید مرکبـات داخل نداریم، بیان کرد: بنابـر آمار در مازندران ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تن و جنوب فارس ۵۰۰ هزارتن مرکبات تولید شـده که با این وجود کمبودی در تولید داخل نداریم.

وی مجموع تولید سیب امسال را یک میلیون و ۸۰۰ تا یک میلیون و ۹۰۰ هزار تن اعلام کرد و افزود: گرچه امسال تا حدودی تولید سیب دماونـد کاهش یافت، اما مابقی اسـتان‌ها همچون سـلماس، ارومیه، پیرانشهر، مراغه، مهاباد کیفیت سیب‌ها در کنار کمیت بسیار بالاست.

دارایی‌نـژاد قیمت هر کیلـو پرتقال را ۷ تا ۱۱ هزار تومان، سـیب درختی قرمز ۸ تا ۹ هزار تومان و سـیب درختی سـفید ۹ تا ۱۴ هزار تومان اعلام کرد. رئیس اتحادیه میوه و سبزی با اشاره به اینکه نیازی به ذخیره‌سـازی میوه شـب عید نداریم، بیان کرد: همه ساله سیب و پرتقال جز اقلام پرمصرف شـب عید اسـت که امسال به علت کرونا و کاهش مهمانی‌ها و میزان مناسب تولید، مصرف پایین می‌آیدکه با این وجود نیازی به ذخیره‌سازی نیست.

این مقام مسـئول در پایـان قیمت کنونی موز در بـازار را منطقی دانسـت و گفت: با توجه بـه واردات موز بـا ارز آزاد و افزایش قیمت کرایه‌های حمل و نقل، قیمت تمام شده واردات ۲۲ تا ۲۳ هزار تومان اسـت که درنهایت واردکنندگان با احتسـاب سود ۲ تا ۳ هزار تومانی اقـدام به عرضـه می‌کنند و از طرفی اتحادیه اجـازه افزایش قیمت را نمی‌دهد چرا که این موضوع بر نرخ سایر میوه‌ها در بازار اثرگذار است.

اخبـــار

جدیدترین قیمت گوشت، مرغ، ماهی، تخم مرغ و میوه در میادین

هرکیلو مرغ تازه ۱۸ هزار و ۹۰۰ تومان، هرکیلو تخم مرغ ۱۶ هزار و ۹۰۰ تومان، یک شانه ۳۰ عدد تخم مرغ با وزن یک کیلو ۹۰۰ گرم با قیمت ۳۲ هزار و ۱۰۰ تومان در میادین میوه و تره بار عرضه می‌شود.

به گزارش ایسـنا، براسـاس نرخنامه سـازمان میادین میوه و تره بـار قیمت هر کیلو ران تازه گوسـاله در میادیـن ۱۰۸ هزار تومان، ران تازه گوسـفندی ۱۲۶ هزار تومان، سردسـت تازه گوسـاله ۱۰۶ هزارتومان، سردسـت تازه گوسـفندی ۱۰۴ هزارتومان، مخلوط تازه گوسـاله ۹۹ هزار تومان، کف دست تازه گوسفندی ۱۲۵ هزارتومان، شقه گوسفندی ۱۰۳ هزارتومان، ران منجمد گوساله ۸۴ هزارتومان، ران منجمد گوسفندی ۹۳ هزارتومان، سردست منجمد گوساله ۸۲ هزارتومان، سردست منجمد گوسفندی ۸۱ هزارتومان است.

قیمت مرغ تازه نیز در میادین ۱۸ هزارو ۹۰۰ تومان و هر کیلو تخم مرغ ۱۶ هزار و۹۰۰ تومان، یک شـانه ۳۰ عدد تخم مرغ با وزن یک کیلو و ۹۰۰ گرم ۳۲ هزار و ۱۰۰ تومان، شقه بوقلمون ۳۳ هزارو۲۰۰ تومان است.

ماهـی قزل‌آلای رنگین‌کمان نیز با قیمت هر کیلو ۴۴ هزار و ۵۰۰ تومان و قزل‌آلای گوشت نارنجی نیز با قیمت هر کیلو ۴۷ هزار و ۵۰۰ تومان در میادین عرضه می شود.

همچنین در بخش میوه و صیفی‌جات نیز قیمت هر کیلو سـیب قرمـز در میادین ۸۵۰۰ تومان، سـیب زرد ۹۹۰۰ تومـان، پرتقال تامسـون شمال ۹۹۰۰ تومان، پرتقال تامسون جنوب ۱۲ هزارو۲۰۰ تومـان، نارنگی شـمال ۱۳ هـزارو۵۰۰ تومان،نارنگـی جنوب ۱۱ هزارتومان، لیموشیرین ۹۹۰۰ تومان، انار ممتاز ۱۴ هزارو۲۰۰ تومان، گلابی ۱۷ هزارو۹۰۰ تومـان، انگور ۱۲ هزارو۵۰۰ تومان، کیوی ۱۲ هزارو۷۰۰تومان، خرمالو ۱۴ هزارتومان، خیار رسـمی ۸۶۰۰ تومان، خیار گلخانه ۹۹۵۰ تومان، گوجه فرنگی بوته‌ای ۶۲۰۰ تومان، گوجه فرنگـی گلخانه ۸۹۰۰ تومان، بادمجان ممتاز ۴۵۰۰ تومان، سـیب زمینی ۴۵۰۰ تومان، پیاز زرد ۴۸۰۰ تومان، پیاز سفید ۵۱۰۰ تومان، لوبیا سبز ۹۷۰۰ تومان و سبزی‌های برگی ۴۶۰۰ تومان است.

۳ واحد مرغ تخم‌گذار گرفتار آنفلوآنزا شدند

معدوم‌سازی اخیر تاثیری در تولید تخم‌مرغ نداشت

معاون بهداشتی و پیشگیری سازمان دامپزشکی گفت طبق آخرین آمار سه واحد مرغ تخم‌گذار در استان خراسان جنوبی درگیر بیماری آنفلوآنزای حاد پرندگان شـدند که عملیات مهار و معدوم‌سـازی به پایان رسیده است.

بهمن نقیبی در گفت و گو با باشـگاه خبرنگاران جوان، از شـیوع آنفلوآنـزای حاد پرنـدگان در واحد طیور صنعتی خبـر داد و گفت: بنابر آخرین آمار سـه واحد مرغ تخم‌گذار در استان خراسان جنوبی شهرستان بیرجند درگیر این بیماری شدند که عملیات مهار و معدوم سـازی به پایان رسیده و هم‌اکنون مشـغول پایش واحدهای اطراف هستیم

وی افزود: در حال حاضر این احتمال وجود دارد که اطلاع‌رسـانی درخصوص تلفات دیر رسیده باشد و تا زمانی که پایش‌ها تمام نشود، نمی‌توان اظهار نظر دقیقی راجع به بیماری داشت چراکه هم احتمال توقف یا ابتلای چند واحد دیگر به بیماری وجود دارد.

نقیبی با تاکید بر رعایت توصیه‌های دامپزشکی بیان کرد: با وجود آنکه خریـد و فروش پرندگان به صورت دوره‌گـردی یکی از عوامل اصلی انتقال بیماری اسـت، از مردم تقاضـا داریم که به هیچ عنوان از دوره‌گـردان خریداری نکنند، محل نگهداری طیور بومی را مرتب ضدعفونـی کنند و از نگهداری طیور بومی با پرندگان آزاد پرواز جدا خودداری کنند، همچنین در صورت مواجه شدن با تلفات غیرعادی و غیرمتعارف موضوع را به ۱۵۱۲ اطلاع‌رسانی کنند.

معاون بهداشتی و پیشگیری سازمان دامپزشکی ادامه داد: با توجه به روند شیوع بیماری در واحدهای مرغ تخم‌گذار به مرغداران صنعتی توصیه می‌شـود که تاخیر یکروزه در اعلام تلفات ممکن است شیوع بیماری در آن منطقه را به حدی افزایش دهد که پیشگیری را دچار مشکل کند.

وی در پایان با اشـاره به اینکه معدوم‌سازی اخیر تاثیر چندانی در تولید تخم مرغ نداشته اسـت، تصریح کرد: معدوم‌سازی اخیر تاثیر زیادی بر تولید تخم مرغ نداشـته اسـت چراکه در خراسان جنوبی، تولید بیش از مصرف است، اما به طور کلی باید منتظر ماند و دید که در روزهای آتی چه اتفاقی می‌افتد.

اصلاح قانون خرید تضمینی محصولات کشاورزی به کجا رسید؟

مصوبه الگوی کشت با اصلاح قانون خرید تضمینی قابل اجراست

امسال با وجود اعتراض‌های شدید کشاورزان به اجرای قانون خرید تضمینی، دولت در ۱۲ آذرماه قانون اصلاح خرید تضمینی را ابلاغ کرد که متاسفانه تاکنون خبری از تشکیل شورای قیمت‌گذاری نیست.

به گزارش باشـگاه خبرنگاران جوان، طی سـال‌های اخیر، نرخ خرید تضمینی محصولات کشـاورزی با بی‌اعتنایی به قانون خرید بعد از زمان کشـت، بـدون توجه به هزینه‌هـای تولید و تورم اعلام می‌شـد که این امر با واکنش شـدید جامعه کشـاورزی رو به رو بود چرا که کشـاورزان به رغم مشـقت‌های فراوان تولید، عایدی چندانی ندارند. امسال با وجود اعتراض‌های شـدید کشاورزان به اجرای قانون خرید تضمینی، در نهایت دولـت در ۱۲ آذرماه قانون اصلاح خرید تضمینـی را ابلاغ کرد و اجرای این قانون در سال زراعی جدید را لازم‌الاجرا دانست که متاسفانه تاکنون خبری از تشکیل شورای قیمت‌گذاری نیست. بسیاری از مسئولان بر این باورند که برای نخسـتین بار در سـال جهش تولید، کشاورزان در تعیین سرنوشت خود به طور قانونی صاحب رأی و تضمیم شدند که این موضوع در استمرار پایداری تولید و خودکفایی محصولات استراتژیک تاثیر بسزایی دارد، چرا که طی سال‌های گذشته اعلام نامناسب قیمت خرید تضمینی محصولات کشاورزی بدون توجه به هزینه‌های تولید زمینه را برای خروج غیرقانونی محصولات و اسـتفاده به عنوان خـوراک دام و طیور به همراه داشـت و کار را به جایی رسـاند که دولت برای تامین ذخایر استراتژیک خود مجبور به واردات گندم از کشورها بیگانه و خروج ارز از کشور شد.

دلیل توقف فروش فوق‌العاده خودروسازان چیست؟

فعالان بازار خودرو واقعی کردن قیمت‌ها و نزدیک شدن قیمت کارخانه و بازار را عاملی برای تعادل قیمت‌ها عنوان و تاکید می‌کنند که قیمت‌ها می‌تواند به ثبات برسد و تا اندازه‌ای از التهاب بازار کاسته شود به شرط آن که عرضه از سوی خودروسازان به میزان کافی انجام شود. در این شرایط شاهد ترکیدن حباب قیمت‌ها در بازار خواهیم بود.

بـه گزارش پدال نیوز، هفته گذشـته و همزمان بـا اعلام فرمول جدید قیمت‌گـذاری خودرو، بازار خودرو که پس از ماه‌هـا روی آرامش را دیده بود دوباره دچار التهاب شـد و قیمت‌ها شـاهد رشـد ۱۰ تا ۱۵ درصدی شـدند به طوری کـه پراید پس از مدت‌ها دوباره بـه کانال ۱۰۰ میلیون تومان نزدیک شد.

هرچند این فرمول به دلیل ایرادهای وارده از سـوی سـازمان بازرسی و همچنین کارشناسـان صنعت خودرو به خودروسـازان ابلاغ نشـده اما شـنیده‌ها حاکی از آن است که خودروسـازان از اول بهمن ماه نسبت به اجرایی کردن این فرمول اقدام می‌کنند و به طور قطع باید از ۱۰ روز آینده شاهد موج جدید افزایش قیمت‌ها و التهاب بیشتر در بازار خودرو باشیم.

نگاهی به بازار خودرو نشـان می‌دهد که هم‌اکنون هر دستگاه پژو ۲۰۶ تیـپ دو در بازار به ۲۰۰ میلیون تومان رسـیده و پرایـد ۱۳۲ نیز با ۹۹ میلیون تومان به مرز ۱۰۰ میلیون تومان نزدیک شده است.

پژو ۴۰۵ با قیمت ۱۹۴ میلیون تومان رسـیده و پژو ۲۰۶ تیپ ۵ نیز با قیمت ۲۴۳ میلیون تومان در بازار عرضه می‌شود. تیبا صندوقدار هم‌اکنون ۱۲۳ میلیون تومان و تیبا دو نیز ۱۳۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان در بازار خرید و فروش می‌شود. ساینا ۱۳۷ میلیون، کوییک معمولی ۱۴۴ میلیون، کوییک آر ۱۵۱ میلیون همچنین پژو ۲۰۷ دستی معمولی ۲۹۶ میلیون، سمند دوگانه سوز ۲۳۴ میلیون، سمند EF7 بنزینی ۲۰۵ میلیون و سمند ال ایکـس ۱۸۵ میلیون تومـان از دیگر خودروهای پرتیـراژ بازار خودرو هسـتند که در هفته گذشته نوسـان ۱۰ تا ۱۵ درصدی قیمت را تجربه کرده‌اند. این شرایط در حالی است که نگاهی به سایت‌های خرید و فروش نشان از وارد شدن قیمت‌ها دارد به طوری که برخی از خودروها با قیمت اعلامی از سـوی خریدار آگهی شده‌اند که نشان می‌دهد منع درج قیمت در این سـایت‌ها برداشته شده است. در مقابل، بازار خودروهای وارداتی با عدم نوسان نرخ ارز روزهای باثبات‌تری را تجربه می‌کنند و با قطعی شدن ممنوعیت واردات خودرو در سال آینده، خریداران این خودرو دست به کار شده و نسبت به تامین نیاز خود اقدام کرده‌اند چرا که انتظارها برای رفع ممنوعیت و شکسـتن قیمت‌ها از بین رفته و در این میان نگرانی‌ها بابت پرداخـت مالیات خودروهای بالای ۲ میلیارد تومان افزایش یافته اسـت. بر این اسـاس شـاهد رونق خرید و فروش خودروهای کمتر از ۲ میلیارد تومان هستیم. در همین حال نعمت‌الله کاشانی نسب، نایب رئیس اتحادیه فروشـندگان خودروی تهران در گفت و گو با خبرنگار خودروکار با اشاره به برنامه‌ریزی انجام شـده با هدف واقعی شـدن قیمت‌ها در بازار خودرو می‌گوید: در صورت نزدیک شدن قیمت خودروها به قیمت بازار به صورت طبیعی شاهد به تعادل رسیدن قیمت‌ها در این بازار پرالتهاب خواهیم بود.

وی با تاکید بر فروکش کردن قیمت‌ها در بازار خودرو و رسیدن به یک ثبات نسبی می‌افزاید: در حال حاضر قیمت خودرو در بازار قابل پیش‌بینی نیست و ممکن است هر لحظه شاهد تغییرات قیمتی باشیم.

کاشانی نسب قیمت‌های فعلی بازار خودرو را در حال حاضر دارای حباب می‌داند و اظهـار می‌کند که در صورت افزایش عرضه، قیمت‌ها به مراتب کاهش خواهد یافت اما در بازار فعلی، رکود تا اندازه‌ای از بین رفته و خرید و فروش در میان خریداران واقعی دیده می‌شود.

تاکیـد بر افزایش عرضه از سـوی خودروسـازان در حالی اسـت که با وجود برنامه ۶ ماهه افزایش تولید از سـوی خودروسـازان هنوز برنامه‌ای برای افزایش عرضه عنوان نشـده و طرح‌هـای فروش فوق‌العاده همچنان با ظرفیت‌های پایین انجام می‌شـود این در حالی اسـت که از زمان اعلام فرمول جدید قیمت‌ها نیز طرح فروش فوق‌العاده متوقف و طرح‌های فروش یک ساله در حال انجام است.

تمامی دوربین‌های پایتخت، خودروهای فاقد معاینه فنی را شناسایی می‌کنند

مدیرعامـل سـتاد معاینه فنـی خودروهـای تهران گفـت تمامی دوربین‌هـای سـطح شـهر تهران چـه در محـدوده طـرح کاهش، دوربین‌هـای سـرعت، دوربین‌هـای چراغ قرمز و ... بـه صورت ۲۴ سـاعته و در هفت روز هفته، خودروهای فاقد معاینه فنی را شناسایی می‌کنند. بنا بر اعلام پایگاه خبری شـهرداری تهران، حسـین مقدم، مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای تهران در پاسخ به این پرسش که در این روزها، چه اقدامات سـخت‌گیرانه‌ای نسـبت به معاینه فنی صورت می‌گیرد؟، توضیح داد: انجام معاینه فنی مربوط به ستاد معاینه فنی می‌شود و موضوع نظارت بر معاینه فنی و جریمه به پلیس راهور برمی‌گردد. تمامی دوربین‌های سـطح شـهر تهران چـه در محدوده طرح کاهش، دوربین‌های سـرعت، دوربین‌های چـراغ قرمز و ... به صورت ۲۴ سـاعته و در هفت روز هفته، خودروهای فاقد معاینه فنی را شناسـایی می‌کنند. وی افزود: طی پروتکل مشـخصی، مشخصات خودرو به منظور اعمال قانون برای پلیس راهور ارجاع داده می‌شود.

مدیرعامـل سـتاد معاینه فنـی خودروهای تهران ضمن اشـاره به طـرح LEZ، گفت: سیسـتم LEZ که برای کنتـرل آلودگی هوا در کلانشـهرها بر دوربین‌های ثبت تخلفات نصب شـده نسبت به اعمال قانـون این موارد اقدام کـرده و برای دوربین فرقی ندارد که خودرو یا موتورسیکلت از مقابل آن رد می‌شود.

به گفته مقدم با توجه به مصوبه جدید کارگروه اضطرار آلودگی هوا و تأکیدات محسـنی بندپی، اسـتاندار تهران و همچنین گفته سردار هادیان‌فـر، فرمانده راهـور تهران بزرگ، پلیس راهور مکلف شـده تا کنتـرل موتورسـیکلت‌های دودزا و فاقد معاینه فنـی را در اولویت و دستور کار خود قرار دهد.

وی ضمن اشـاره به تردد ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار موتورسـیکلت در سـطح شهر تهران، گفت: از ابتدای امسـال تا آذر، حدود ۳۰ دستگاه موتورسـیکلت به مراکـز معاینه فنی شـهر تهران مراجعـه کرده‌اند. براساس تشدید نظارت پلیس راهور، مراجعه موتورسیکلت‌ها به مراکز معاینه فنی افزایش یافته اسـت. آمار مراجعه موتورسـیکلت‌ها تا ۱۴ دی برابر با ۶۰ دسـتگاه شـده اسـت. مقدم در ادامه بیان کرد: البته نمی‌تـوان گفت که این آمـار به معنای افزایش ۲۰۰ درصدی اسـت چراکـه ایـن عدد به یک هـزارم آن چیزی که در شـهر تهران وجود دارد، نرسـیده است. در نتیجه این افزایش قابل توجه نیست. اگر هزار دسـتگاه موتورسـیکلت هم به مراکز معاینه فنی شهر تهران مراجعه کنند در برابر ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار دسـتگاه موتورسـیکلت درحال تردد، باز هم عدد قابل توجهی نیسـت. مدیرعامل سـتاد معاینه فنی خودروهـای تهران در پایان مراجعه موتورسـیکلت‌ها به مراکز معاینه فنی با حجمی که در سـطح شهر درحال تردد هستند را قابل مقایسه و توجه ندانست.

شورای رقابت، صنعت خودرو را نمی‌شناسد

اسـتاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی گفت شورای رقابت صنعت خودرو را نمی‌شناسـد و مشکلات این صنعت با تصمیم‌گیری‌های آن قابـل حل نیسـت. به گزارش تیـن نیوز، در حالی کـه طی هفته‌ها و ماه‌های گذشـته بازار خـودرو در خواب عمیقی فـرو رفته و بهبود شـرایط را انتظار می‌کشـید، افزایش چند میلیون تومانی قیمت‌ها در بازار، نخستین عکس‌العمل بازار به اعلام چگونگی قیمت‌گذاری جدید خودروها از سوی شورای رقابت بود.

پس از اعلام نحوه قیمت‌گذاری‌های جدید خودروها از سوی شورای رقابـت کـه اکثر کارشناسـان آن را گنگ و نامفهـوم ارزیابی کردند، شـاهد روند صعودی قیمت‌ها در بـازار بودیم. این عکس‌العمل بازار با ابراز ناراحتی شـدید مشتریان واقعی خودرو همراه بود که در ماه‌های گذشته به امید بهبود شرایط دست از خرید کشیده و خرید خود را به آینده موکول کرده بودند.

رئیس شـورای رقابت هفته گذشته طی نشسـتی با برخی رسانه‌ها خاطرنشـان‌کرد: مطابق برنامه‌ریزی خودروسـازان ۵۵ درصد ظرفیت تولید به خودروهـای اقتصادی و تیراژ بالا که قیمت پایین‌تری دارند، اختصاص داده می‌شود که از دستورالعمل گذشته شورای رقابت یعنی «سـقف قیمتی» تبعیـت می‌کنند و خودروهای جدیـد و ویژه‌تر که ۴۵ درصـد تیراژ را تشـکیل می‌دهند، از دسـتورالعمل جدید تبعیت خواهند کرد.

برپایه اعلام رضا شـیوا، خودروهای پژو ۲۰۷ i اتوماتیک (هاچبک)، پژو ۲۰۷ پانوراما دسـتی (هاچبک)، سمند سورن پلاس، رانا پلاس با موتور EC۵، رانا پلاس با موتور TU۵، دنا پلاس توربوشـارژ دستی، دنا پلاس توربوشارژ اتوماتیک، هایما توربو S۵ دستی، هایما توربو S۷ اتوماتیک، K۱۳۱، سـاینا s، کوئیک، شاهین، آریا، برلیانس، چانگان و زوته مشمول فرمول جدید می‌شوند.

امرالله امینی، اسـتاد دانشـگاه در این زمینه بـه «ایرنا»، گفت: در شـرایط حاضر که خودروسـازان با مسائل و مشکلات عدیده‌ای دست و پنجه نرم می‌کنند، تصمیم‌گیری شـورای رقابت برای آنها مشـکلی دیگر است.

به گفته وی، مشکلات صنعت خودرو در کشور با شورای رقابت قابل حل نیسـت زیرا خودروسـازان علاوه بر عملکرد انحصاری، خود نیز با مشکلات ساختاری، مدیریتی و تولید مواجه‌اند.

استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی خاطرنشان‌کرد: خودروسازان داخلی در شـرایط ویژه‌ای به سر می‌برند، زیرا مطابق آمارهای بورس با زیاندهی مواجه شده، همچنین با تحریم‌های ظالمانه دست و پنجه گرم می‌کنند، از طرفی بدهی‌های زیادی به‌ویژه به قطعه‌سازان داشته و سرمایه‌گذاری‌های زیادی از آنها در گذشته از بین رفته است.

امینی یادآور شـد: بسیاری از سیاسـت‌ها در گذشته ناکارآمد بوده و بیشـترین حملـه را به تولید از جمله در صنعـت خودرو وارد کرده اسـت، در حالی که رهبر معظم انقلاب دسـت‌کم در سـال‌های اخیر مضامین شـعارهای سال را براساس تولید و توجه هرچه بیشتر به آن قرار داده‌اند.

وی گفت: این شـورا باید کارشناسـان متخصص داشته باشد که با موضوعـات بهـره‌وری، بازدهی و هزینه‌های سـربار در صنعت خودرو آشـنا باشند، اما اعضای شورای رقابت صنعت خودرو را نمی‌شناسند و هیچ‌وقت یک آنالیز کامل از قیمت‌های تولید خودروها ارائه نکرده‌اند.

این استاد دانشگاه، در عین حال مشکلات صنعت خودرو را مشخص و قابل حل برشـمرد و افزود: پیشکسوت‌هایی در این صنعت داریم که راهکارهای خوب برای خروج از مشکلات می‌توانند ارائه دهند

وی یادآور شـد: دو دهه پیش صنعت خودرو حرکت شتابانی را آغاز کرده بود، اما برخی سیاسـت‌گذاری‌های اشـتباه و عملکرد نامناسب خودروسازان و قطعه‌سازان آن را به حاشیه برد.

امینی گفت: زمانی در گذشـته شـرکتی با نام سـاپکو سـاماندهی قطعه‌سـازان و ارتباط آنان با خودروسـازان را برعهده داشـت، اما در ادامه رها شد و اکنون باید مجدد به سازماندهی قطعه‌سازان بازگردیم.

وی ادامه‌داد: در عین حال قطعه‌سازان نیز اشتباهاتی مرتکب شدند، از جملـه زمانی که قیمت ارز پایین بود قطعات چینی را به نام ایرانی وارد کردند و همه این مسـائل، سـبب شـده که امروز کمتر کسی به دنبال تولید باشد.

اخبار

خودروی شاهین تا پایان سال در کشور عرضه می‌شود

اسـتاد دانشـگاه علم و صنعت گفت خودروی شـاهین سـایپا تا پایان سـال عرضه خواهند شـد، البته دربـاره قیمت‌گذاری در بـازار خودروی ایران همچنان بحث وجود دارد و سیاسـت‌گذاران می‌گویند کـه قیمت خودرو را خودروسـازان تعیین کنند اما در نهایت مشخص نیست چه تصمیم‌های اتخاذ خواهد شد.

به گزارش مرور نیوز، اسـتاد دانشـگاه علم و صنعت با اشاره به اینکه اهداف تولیدی سـایپا در سـال ۹۹ در حال تحقق اسـت، گفت: خودروی شاهین سایپا تا پایان سال عرضه خواهد شد، البته درباره قیمت‌گـذاری در بازار خودروی ایران همچنان بحث وجود دارد و سیاست‌گذاران می‌گویند که قیمت خودرو را خودروسازان تعیین کنند اما در نهایت مشـخص نیست چه تصمیم‌های اتخاذ خواهد شد.

امیرحسـن کاکایی با بیان اینکه شـورای رقابـت قیمت‌گذاری خودرو را به روز کرده اسـت، افزود: سیاسـت‌گذاران برای تعیین قیمت خودرو هر چند وقت یک‌بار دستورالعملی را اعلام می‌کنند کـه کاملا گنگ و مبهم اسـت، بـرای نمونه فرمولی که شـورای رقابت تعیین کرده قیمت ۴۵ درصد از خودروهای تولید برمبنای تورم‌بخشی و... اعلامی بانک مرکزی انجام خواهد شد این در حالی اسـت که هنوز آمار تورمی بانک مرکزی منتشر نشده و این نشانه ضعف در تصمیم‌گیری‌هاست.

او افزود: طبق برآوردها در شرایط کنونی خودروسازها ۵۰ درصد از عملیات‌شان را زیان می‌کنند و در دو سال گذشته زیان انباشته آنهـا به ۶۰ هزار میلیارد تومان رسـیده که ادامـه آن امکان‌پذیر نیسـت، از این رو خودرو یا باید در حاشیه بازار قیمت‌گذاری شود یا در بورس به فروش برسد.

کاکایـی با اعلام اینکه برخی خودروها تیراژ بالا دارند که حدود ۵۵ درصد از مجموع تولید دو خودوساز را شامل می‌شوند، تصریح کرد: این خودروها قرار اسـت همچنان با قیمت‌گذاری‌های قبلی عرضه شـوند اما مابقی خودروها متنوع‌تر هستند و قیمت بالاتری دارند که شامل قیمت‌گذاری جدید خواهند شد.

فروش خودرو در حاشیه بازار یا بورس کالا

این کارشناس صنعت خودرو با اشاره به اینکه فروش خودرو در حاشـیه بازار یا بورس کالا می‌تواند زیان انباشـته خودروسازها را حذف کند، تصریح کرد: در حال حاضر سیاست‌گذاران تصمیم‌های فنی نمی‌گیرند و خودروسـازها همچنان در زیان هستند و صف ۵ تا ۶ میلیون نفری برای لاتاری خودرو وجود دارد.

او افزود: در یک ماه و نیم گذشته شاهد کاهش قیمت خودرو در بازار بوده‌ایم که علت اصلی آن این بود که بانک مرکزی افسار دلار را کشـید و قیمت ارز از ۳۰ هزار تومان به ۲۵ هزار تومان رسیده و همین مسئله باعث امیدواری بیشتر مردم شد و در واقع کاهش قیمت خودرو ربطی به عملکرد خودروسـازها نداشـت و ناشی از سیاست‌گذاری کلان بود.

کاهش نرخ ارزی محرکی برای کاهش قیمت خودرو

این اسـتاد دانشگاه با اشـاره به اینکه دلار ۲۵ هزار تومانی همچنـان بالاسـت امـا کاهـش نـرخ ارزی محرکـی برای کاهـش قیمت خودرو شـد، تصریح کرد: در شـرایط کنونی سیاسـت‌گذاری‌ها به جای اینکه مشـکل صنعـت خودرو را حل کننـد طرح تحقیق و تفحص از صنعـت خودرو را کلید زده‌انـد، آیا وزارت صنعـت از صنعت خودرو خبری ندارد؟ آیا مدیرعامل این خودروسـازی‌ها توسط وزارت صنعت و دولت تعیین نمی‌شوند؟

آزادشدن واردات خودرو در مصوبه کمیسیون تلفیق

آخرین مصوبات کمیسـیون تلفیق بودجه نشـان می‌دهد، واردات رسـمی خودرو از مناطق آزاد به سرزمین اصلی مجاز خواهد شد.

به گزارش پـدال نیوز، نگاهی به مصوبه کمیسـیون تلفیق لایحه بودجه سـال ۱۴۰۰ درباره میزان تعرفه تعویض پلاک خودروهـا نشـان می‌دهد، تعرفـه واگـذاری و تعویض پلاک خودرو برای خودروهای با قیمت تا ۲۰۰ میلیون تومان، ۲۰۰ هزار تومـان و برای خودروهای بالای ۲۰۰ میلیون تومان هم ۳۰۰ هزار تومان تعیین شـد که صددرصد مابه‌التفاوت درآمد حاصله به نیروی انتظامی اختصاص می‌یابد، همچنین تعیین قیمـت خودرو برمبنای فهرسـت بهای اعلامی سـازمان امور مالیاتی است.

از سـوی دیگر، دولت بـه منظور تنظیم بـازار خودروهای وارداتـی مکلف شـد، ضمن شناسـایی خودروهـای خارجی غیرآمریکایـی موجود در مناطق آزاد بـا اخذ حقوق گمرکی و سـود بازرگانی متناسـب با معیارهای مشخص شده، ظرف مدت یک ماه از تاریخ ابلاغ این قانون نسبت به ثبت سفارش و اجـازه واردات خودروهای غیرآمریکایـی موجود در مناطق آزاد تجاری و صنعتی اقدام کند.

همچنین نرخ سود بازرگانی در تناسب با نوع خودرو و سال ساخت باید به گونه‌ای تنظیم شود که در مقایسه با قیمت‌های کف بازار، منجر به سـود غیرمتعارف بیش از ۲۰ درصد برای واردکنندگان نشـده و در صورت مشاهده روند فزاینده تفاوت میان قیمت‌های کف بازار و وارداتی، دولت می‌تواند نسبت به تجدیدنظر در نرخ سود بازرگانی اقدام کند.

واردات خودروهـای موضوع این تبصره برای سـازمان‌های مناطـق آزاد تجـاری و صنعتی و شـرکت‌های تابعـه آنها و دسـتگاه‌های موضوع ماده ۵ قانون مدیریت خدمات کشوری و نهادهای عمومی غیردولتی و شـرکت‌های تابعه آنها ممنوع اسـت، همچنیـن واردات هرگونه خودرو در سـال ۱۴۰۰ به مناطق آزاد تجاری و صنعتی ممنوع است.

چندی قبل نیز اعلام شـد که نرخ حقـوق ورودی خودرو نسـبت به وضعیت فعلی کاهش قابل ملاحظه‌ای یافته و این موضوع مقدمه‌ای برای واردات خودرو است.

برگزاری دوره‌ها و سمینارهای خلاق حمایت می‌شود

در این برنامه آموزش‌ها بیشتر بر توانمندسازی شرکت‌ها و مسائل مهمی همچون بازاریابی و توسعه محصول و آموزش‌های تجاری و مدیریتی متمرکز است تا این شرکت‌ها بتوانند، بـه صورت مجموعه‌های اقتصادی پویا و کامـلاً موفق به فعالیت بپردازند. به گزارش بنیاد ملی نخبگان در این راسـتا، برنامه توسـعه زیست‌بوم شـرکت‌های خلاق، وابسته به ستاد فرهنگ‌سـازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، بخشی از برنامه تخصیص بسـته حمایتی به دوره‌ها و سـمینارها را برعهده خواهد گرفت. در این برنامه ۵۰ درصد از هزینه هر دوره آموزشی تا سقف ۵ میلیون ریال، به صورت کمک‌هزینه، پرداخت می‌شود. بـا توجه به برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشـی در حوزه‌های مختلف کسـب وکار که به عنوان شـالوده اصلی برنامه‌های توانمندسازی، نقش مهمی در راستای رشد و بالندگی کسب‌وکارها به عهده دارد.

دریچـــه

از دامنه تاثیر شیوع کرونا بر مهاجرت‌های بین‌المللی چه می‌دانیم

کرونا با روش‌های مختلفی بر گروه‌های گوناگون جهان و شـرایط اقتصادی تاثیرگـذار بود و یکی از مهمترین تاثیراتش را بـر جابه‌جایی‌های بین‌المللی نمایان کرد.

مهاجرت یکی از پدیده‌های اجتماعی مهمی اسـت که به شدت تحت تاثیر شـرایط جدید حاصل از محدودیت‌های این همه‌گیری قرار گرفته است. این تاثیرات از طریق اعمال قوانین و مقررات جدید در جابه‌جایی، سفر، اعطای ویزا و مجوزهای اقامت یا از طریق تاثیر بر حوزه‌های فعالیت مهاجران مانند بازار کار آنها، یا در مورد دانشجویان بین‌المللی در مقررات پذیرش و آموزش دانشجویان بین‌المللی بوده است.

بـه طور کلی جریان‌های مهاجرتی در دهه گذشـته افزایش چشـمگیری داشته‌اند و همراه با آن شرایط ادغام مهاجران در کشورهای میزبان در بسیاری از موارد بهبود یافته است، اما برخی از این دستاوردها تحت تاثیر همه‌گیری و رکود اقتصادی حاصل از آن درحال از دست رفتن است. چرا که برای دولت‌ها حمایت از مشاغل مهاجران و هزینه‌کرد برای ادغام اجتماعی، اقتصادی آنان تا حد زیادی سخت شده است.

در موج نخست همه‌گیری، کشورها اکثراً از پذیرش افراد خارجی خودداری کردنـد بنابراین انتشـار ویزاهـا و اجـازه اقامت‌ها در همه کشـورها کاهش چشمگیری یافت.

«مهاجران» قشر آسیب‌پذیر در رویارویی با کرونا

مهاجران به دلیل آسیب‌پذیری بیشتر در حوزه‌های مختلف، مانند زندگی و کار در محیط‌های اغلب پرتراکم‌تر که رعایت فاصله فیزیکی دشوار است، نسبت به افراد بومی بیشتر در معرض خطرات کرونا بوده‌اند. مطالعات انجام شده در کشـورهای OECD احتمال ابتلای مهاجـران را حداقل دو برابر افراد بومی نشـان داده است. به تبع آن نرخ مرگ و میر ناشی از کرونا نیز برای مهاجران نسبت به بومیان قابل توجه بوده است.

مهاجران در بازار کار نیز به صورت بالقوه، به دلیل شرایط شغلی با ثبات کمتر و سابقه کار اغلب پایین‌تر، در موقعیت‌های آسیب‌پذیرتری قرار دارند. مطالعات همچنین حاکی از آن است که تبعیض علیه مهاجران در زمان رکود بازار کار به شدت افزایش می‌یابد، همچنین برای یافتن شغل در دوره رکود، شبکه‌های ارتباطی اهمیت زیادی می‌یابـد که مهاجران کمتر از آن برخوردارند و از این جهت هم در موضع ضعف قرار می‌گیرند. این درحالی اسـت که مهاجران در کشـورهای اصلی مهاجرپذیر هنوز نقش مهمی در رشـد اقتصادی و نوآوری ایفا می‌کنند، همچنان که در پاسـخگویی سـریع به تغییرات بازار کار نقش مهمی دارند.

نیروی کار مهاجران در بسیاری از این کشورها در خط مقدم مقابله با بحران بوده‌اند. آنها سـهم بزرگی از نیروی کار سـلامت در کشورهای OECD را به خود اختصاص داده‌اند، در حدود یک چهارم از پزشکان و یک ششم پرستاران در این کشـورها مهاجر هستند. در برخی از کشورهای OECD بیش از یک سـوم نیروی کار در دیگر مشاغل کلیدی مانند حمل و نقل، بهداشت، صنایع غذایی و خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات را مهاجران تشکیل می‌دهند، با این حال مهاجران دوران سختی را در بازار کار طی می‌کنند. همه پیشرفتی که در دهه گذشته درخصوص کاهش نرخ بیکاری مهاجران به دست آمده بود، در دوره پاندمی از دست رفت.

همچنیـن اثر پاندمی بر بازار کار مهاجـران از آن جهت که تعداد زیادی از آنها در بخش‌هایی از اقتصاد که به شـدت تحت تاثیر کرونا قرار گرفته اسـت اشتغال داشته‌اند، بیشتر افزایش یافته است. به عنوان مثال در صنعت هتلداری و توریسم که آسیب جدی دیده است، یک چهارم شاغلین در اروپا نیروی کار خارجی هسـتند، که این نسبت تقریباً دو برابر نسبت کل اشتغال نیروی کار خارجی در بازار کار اروپا است.

افزایش نرخ بیکاری

با وجود اینکه هنوز برای ارزیابی کامل اثرات همه‌گیری کرونا بر ابعاد مختلف بازار کار، به ویژه در کشـورهای اروپایی OECD ، که طرح‌های حفظ شغل، تأثیر سریع قرنطینه‌ها بر مشاغل را تا حد خوبی کاهش داده است، زود است؛ شواهد موجود در مورد تأثیرات اولیه، درخصوص کشورهایی که داده‌های آنها در دسـترس بوده است، عوارض نامناسب منفی زیادی در بازار کار مهاجران، به ویژه در کشورهای جنوب اروپا، ایرلند، نروژ، سوئد و ایالات متحده را نشان می‌دهد. در همه این کشـورها بیکاری مهاجران بیش از بومیان افزایش یافته است. بیشترین بیکاری در کشورهای کانادا، نروژ، اسپانیا، سوئد و آمریکا بوده است.

همچنیـن با توجه به افزایش نرخ بیکاری در کشـورها و نقش سـفرهای بین‌المللی در گسترش اولیه بیماری همه‌گیر، واکنش شدید افکار عمومی علیه مهاجران در برخی از کشورها افزایش یافت. این امر نگرانی‌هایی از گسترش و مقبولیت سیاسـت‌ها و برنامه‌های ضد مهاجرتی دولت‌های دست راستی را به وجود آورده اسـت. همچنین به دلیل کاهش ارتباطات و تغییر در برنامه‌های طراحی شده برای ادغام اجتماعی مهاجران، روند ادغام و پیوستگی اجتماعی آنها نیز کند شده است.

دانشجویان بین‌المللی و تاثیرات ناشی از پاندمی

همه‌گیری کرونا بر آموزش عالی و دانشـجویان بین‌المللی نیز تاثیر زیادی داشـته اسـت، و علاوه بـر آنکه روش‌هـای تدریس و یادگیری را به سـمت آموزش‌هـای آنلایـن و بر بسـتر وب تغییر داده اسـت، روندهـای پذیرش دانشـجویان را نیز تحت تاثیر قرار داده اسـت، بسیاری از کشورهای دانشجو پذیر مانند آمریکا و آلمان از صدور یا تمدید ویزا برای دانشـجویان بین‌المللی که همه دوره آنها به صورت آنلاین برگزار می‌شـود، خـودداری کرده‌اند و در بسـیاری از کشورها ورود دانشجویان بین‌المللی در حال تحصیل که از کشور خارج شـده بودند به دلایل قرنطینه عمومی به مدت زیادی ناممکن شـد و بسیاری از دانشجویان بین‌المللی ترم تحصیلی گذشته خود را از دست دادند و یـا داوطلبانی که برای ثبت نام و حضور در دانشـگاه‌های خارجی برای ترم جدید برنامه‌ریزی کرده بودند، به دلیل شرایط رشته‌های تحصیلی در برگزاری آنلاین همه دروس یا عدم امکان حضور در کشور مقصد، از ثبت نام در این ترم تحصیلی صرف نظر کردند.

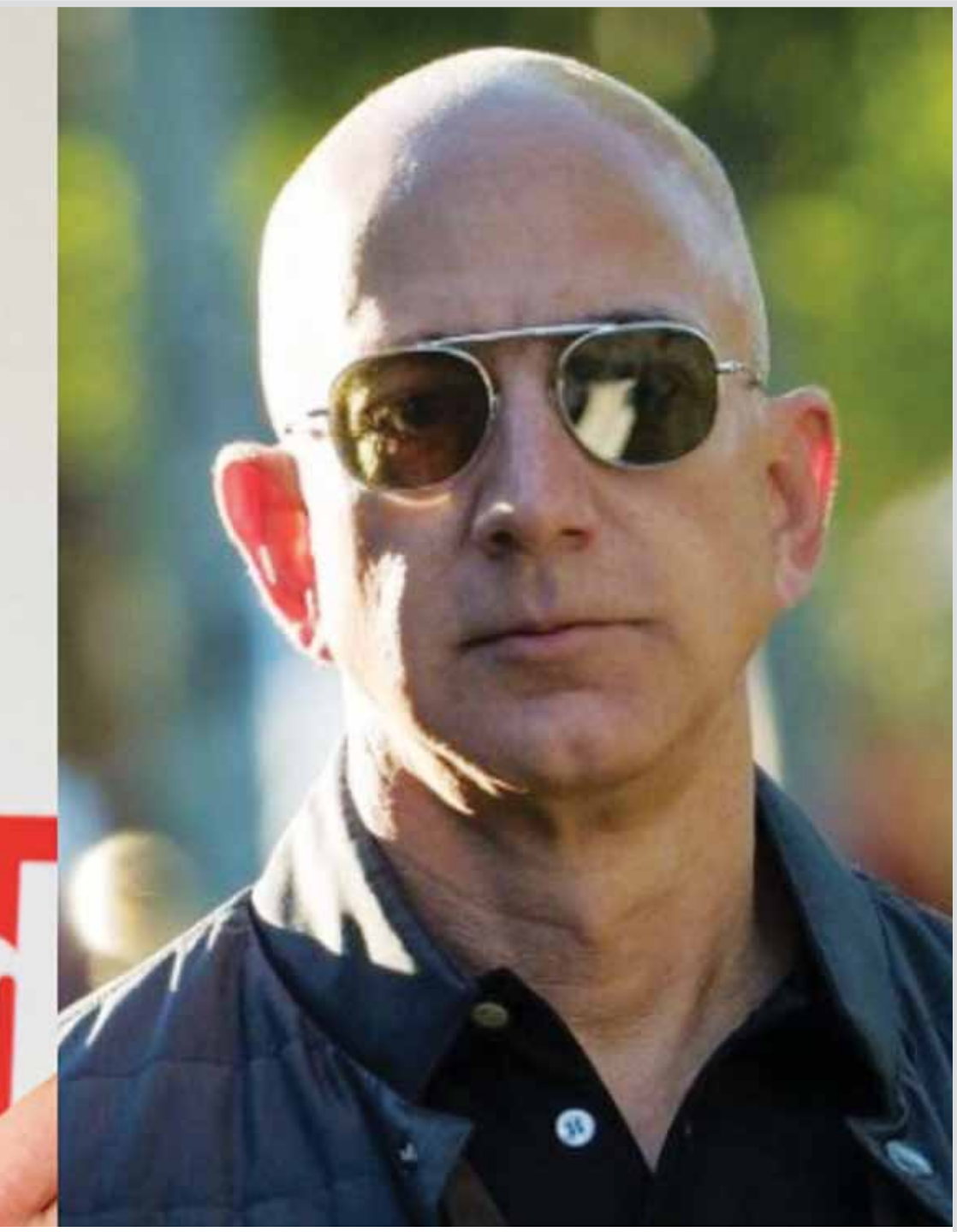
در این میان اقتصاد آموزش عالی بین‌المللی نیز به ویژه در دانشگاه‌هایی که تعداد زیادی دانشجویان بین‌المللی داشته‌اند و نتوانسته‌اند مقررات خود را برای حضور دانشجویان بین‌المللی با مقررات کشوری همگام سازند به شدت تحت تاثیر قرار گرفته است.

آمارها نشـان می‌دهد جریان مهاجرت پناهجویی نیـز در این دوره کاهش چشمگیری داشته است و ثبت پناهجوی جدید در دوره شیوع کرونا نسبت به دوره مشابه قبلی کاهش یافته است.

البته پیش‌بینی می‌شـود این کاهش جریان‌های مهاجرتی در جهان که با دوره رکود و کاهش رشـد اقتصادی به دلیل اثرات محدودیت‌های کرونا و به ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته همراه است، در دوره پس از همه‌گیری به نوعی با فشار مضاعف جریان‌های مهاجرتی همراه شود.

همچنین با توجه به فاصله زمانی و شـکاف بین کشورهای مختلف در دستیابی به واکسن کرونا و برنامه‌ریزی آنها در تزریق و ایمن سازی افراد، جریانی از سـفرها و فشـار مهاجرتی از کشورهای دارای تاخیر در دستیابی به کشورهای پیشـرو در برنامه واکسیناسیون با توجه به برنامه‌های این کشورها در فراهم‌سازی امکانات ایمن‌سازی برای اتباع خارجی وجود داشته باشد.

منبع: رصدخانه مهاجرت ایران



ایلان ماسک با عبور از جف بزوس

افزایش قیمت سرسام‌آور سهام تسلا باعث شد ایلان ماسک با پیشی گرفتن از جف بزوس، مدیرعامل آمازون به ثروتمندترین فرد جهان تبدیل شود.

به گزارش دیجیاتو، براساس رتبه‌بندی بلومبرگ، ایلان ماسک با ثروت ۱۸۸ میلیارد دلاری خود، ثروتمندترین فرد جهان است و پس از وی جف بزوس با ۱۸۷ میلیارد دلار در رتبه دوم قرار دارد.

سرمایه‌گذاری مهم ایلان ماسک، شرکت‌های تسلا و اسپیس ایکس است که تاکنون به موفقیت‌های چشمگیری دسـت یافته است. دلیل اصلی افزایش سرمایه وی، بهبود عملکرد تسـلا و رشد چشـمگیر ارزش سهام آن است. نزدیک به سـه چهارم دارایی خالص ماسـک را سهام تسلا تشـکیل می‌دهد که چهار برابر ارزش بیشتری نسبت به سهم آن در اسپیس ایکس دارد.

ایلان ماسـک در آبان‌ماه با عبور از بیل گیت
شـد. ثروت شـخصی مدیرعامل تسلا در سـ
داشت که مجددا به افزایش ارزش سهام تسـ
سـهام تسلا طی سال گذشـته میلادی به
ماسک با تغییر استراتژی خود، این شرکت را
خودروهای الکتریکی را به صورت چشمگیری
سـدان مدل ۳ مدل Y SUV است که باعث
جدید روی خوش نشان دهند.

حقوق تیم کوک در سال ۲۰۲۰ با افزایش ۲۸ درصدی به ۱۵ میلیون دلار رسید

مدیرعامل اپل سال گذشته میلادی نزدیک به ۱۵ میلیون دلار حقوق گرفته کـه با وجود کرونا افزایش تقریباً ۲۸ درصدی را در مقایسـه با سـال ۲۰۱۹ نشان می‌دهد.

به گزارش دیجیاتو، اپل اعلام کرد حقوق تیم کوک، مدیرعامل این شـرکت در سال ۲۰۲۰ با افزایش حدوداً ۲۸ درصدی به ۱۴.۷ میلیون دلار رسیده اسـت که افزایش قابل ملاحظه‌ای را در مقایسه با سال ۲۰۱۹ (۱۱.۵ میلیون دلار) نشان می‌دهد.

پنج مدیر ارشد اپل که شامل مدیرعامل، مدیر ارشد مالی، رئیس حقوقی، رئیس خرده‌فروشی و مدیر ارشـد عملیات می‌شوند، سال ۲۰۲۰ روی هم رفته ۱۱۹.۸ میلیون دلار حقوق گرفته‌اند که به طور میانگین نسبت به سال ۲۰۱۹ حدوداً ۱۳ درصد افزایش داشته است.

اوت سـال ۲۰۲۰ (مـرداد مـاه ۹۹)، کـوک به لطف افزایش درآمدهای شـخصی و بالا رفتن ارزش سـهام اپل به کلوپ میلیاردها پیوسـت. افزایش دسـتمزد کوک در حالی رخ داده است که اپل با وجود همه‌گیری کرونا سـال پردرآمدی را پشت سر گذاشت. این شرکت در سال ۲۰۲۰ با مشکلات متعددی از جمله تعطیلی فروشگاه‌ها در سراسر دنیا، مختل شدن زنجیره تأمین و نهایتاً عرضه آیفون ۱۲ با چند هفته تأخیر مواجه بود. پایه حقوق کوک در سال قبل ۳ میلیون دلار بوده که تفاوتی با سال‌های قبل نکرده اسـت. وی همچنین از حداکثر ۱۲ میلیون دلار بسـته‌های تشـویقی که مجاز به دریافت بـوده، ۱۰.۷ میلیـون دلار را دریافت کرده است.

اپل همچنین بیش از یک میلیون دلار صرف هزینه‌هـای مربوط به اسـتخدام مدیرعاملش کرده است که شامل ۴۷۰ هزار دلار هزینه‌های امنیتی و ۴۳۰ هزار دلار هزینه سفرهای هوایی شخصی می‌شوند. هیأت مدیره اپل سال ۲۰۱۷ کـوک را موظف کرد تا به دلایـل «امنیتی و بهره‌وری» فقط با هواپیمای شخصی مسافرت کند.

اپل می‌گوید کوک سـال گذشـته میلادی ۲۵۶ برابر بیشتر از یک کارمند متوسط این شرکت (با حقوق ۵۷ هزار و ۷۸۳ دلار) حقوق گرفته است. برای مقایسه کوک یک سال قبل (۲۰۱۹) دویست برابر بیشتر از یک کارمند معمولی این شرکت حقوق گرفته بود.

ستاری: برای فرهنگ‌سازی و تغییر نگرش در جامعه تلاش کردیم و تحول جدی با کمک دانش‌بنیان‌ها ایجاد شد

آیین بهره‌برداری از طرح‌های ملی توسط حجت الاسلام والمسلمین دکتر حسن روحانی رئیس جمهوری و با حضور معاون علمی و فناوری انجام شد.

در این مراسـم دو واکسـن دام و طیور در اسـتان البرز، بزرگ‌ترین سایت پرتودهـی گاما در چهارمحـال و بختیاری و دو کارخانه نوآوری در مشهد و شیراز به بهره‌برداری رسـید. برای تکمیل این طرح‌هـا ۴۵۲ میلیارد تومان سـرمایه‌گذاری شده و برای ۷هزار و ۱۵۰ نفر اشتغال ایجاد شده است.

سورنا سـتاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این مراسـم گفت: معاونت علمی و فناوری از سال‌های گذشـته برنامه گسترده‌ای را بـرای تغییر نگرش و فرهنگ‌سـازی اقتصاد دانش‌بنیان در کشـور آغاز کرد. می‌دانیم بودجه کشـور سـه پایه اصلی دارد که بـرای آموزش، بهداشت و دفاع است. کشور در حوزه آموزش کم خرج نمی‌کند و اگر در این حوزه سرمایه‌گذاری می‌کنیم باید نتیجه آن را در اقتصاد مشاهده کنیم.

سـتاری ادامه داد: اگر این اتفاق نمی‌افتد پس مشـکلی وجود دارد. کمتر کشوری مثل ما در حوزه آموزش خرج می‌کند. هدف از آموزش این است که مردم زندگی و اقتصاد بهتری را تجربه کنند.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین بیان کرد: معاونت علمی سعی کرد در این سال‌ها این فرهنگ‌سازی و تغییر نگرش را در تمام دستگاه‌ها به وجود آورد. نمونـه آن همکاری ما با وزارت کشـاورزی است. همکاری گسترده‌ای را با این وزارتخانـه در حوزه امنیت غذایی آغاز کردیم. برای تولید تمام نهاده‌های کشاورزی (بذر، کود و سم) برنامه‌ریزی شـد. تعداد زیادی شرکت خصوصی در حـوزه تولید واکسـن دام طیور و آبزیان توسـعه یافته‌اند و باعث تحول جدی شده است.

طرح خط تولید واکسـن تب برفکی (دامی) بـا ظرفیـت تولید سـالانه ۳۰ میلیـون دوز واکسـن، طرح تولید واکسـن آنفلوآنزای فوق حـاد (پرندگان) با ظرفیت تولید ۳۰۰ میلیون دوز واکسـن در سال در اسـتان البرز رونمایی شد. همچنین سامانه پرتودهی صنعتی چندمنظوره گاما برای استریل کردن تجهیزات پزشـکی، مواد غذایی و محصولات کشـاورزی در شهر شهرکرد در استان چهارمحال و بختیاری به بهره‌برداری رسید.

...س، ثروتمندترین فرد جهان شد

...تس به دومین فرد ثروتمند جهان تبدیل ...سال ۲۰۲۰ بیش از ۱۵۰ میلیارد دلار افزایش ...لا مربوط می‌شود.

...شکل باورنکردنی رشد کرده است. ایلان ...از حالت جهنم تولید خارج کرده و فروش ...ی افزایش داده است. یکی از این خودروها ...شد سرمایه‌گذاران بسیاری به خودروهای

افزایش ارزش سهام این مدیرعامل میلیاردر همچنان ادامه دارد. ثروت ایلان ماسک نیز مانند اکثر میلیاردرهای جهان، در جریان همه‌گیری کرونا افزایش یافت.

ثروت ایلان ماسک عمدتا به سهام تسلا و سایر شرکت‌های خصوصی مانند اسپیس ایکس و بورینگ وابسته است و پیشتر نیز گفته که از کمبود نقدینگی برای طرح‌های سرمایه‌گذاری خود در تنگنای مالی قرار دارد.

ایلان ماسک معتقد است به دارایی‌های منقول نیازی ندارد و اعلام کرده است که می‌خواهد زندگی خود را وقف سفر به مریخ و ماه کند. او به دنبال محقق ساختن رویای بزرگ‌تری است و قصد دارد دارایی‌های املاک و مستغلات خود را بفروشد تا در کارهای بزرگ‌تری سرمایه‌گذاری کند.

استفاده از هوش مصنوعی برای محاسبه خسارت پرداختی تصادفات

شرکت بیمه آی ای جی استرالیا اعلام کرده هوش مصنوعی را در روندهای مختلف محاسبه خسارت پرداختی بعد از وقوع تصادف‌های رانندگی به کار می‌گیرد. به گزارش مهر، هوش مصنوعی این شرکت با بررسی اسناد یک تصادف به این جمع‌بندی می‌رسد که آیا خسارت وارده به یک خودرو تا بدان حد جدی است که اعزام آن به تعمیرگاه برای تعمیر قبل از ارزیابی فنی مقدار خسارت وارده ضروری باشد یا خیر. بر این اساس احتمال فریب و کلاهبرداری کارشناسان ارزیابی خسارت این شرکت بیمه به حداقل می‌رسد.

همچنین از این طریق مدت‌زمان موردنیاز برای تخمین خسارات وارده و برآورد مبلغ قابل پرداخت به مالکان خودروها نیز از بیش از سه هفته به تنها چند روز کاهش می‌یابد.

یادداشت

بزرگترین سایت پرتودهی گامای کشور کار خود را آغاز کرد

سامانه چند منظوره پرتودهی گاما با فرمان حجت الاسلام والمسلمین دکتر حسن روحانی رئیس جمهوری و با حضور معاون علمی و فناوری کار خود را آغاز کرد. این فرمان بهره‌برداری رسمی از طریق ویدئوکنفرانس انجام شد. گسترده‌ترین سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و یک شرکت دانش‌بنیان در حوزه انرژی هسته‌ای برای «طرح کلان ملی فناوری سامانه پرتودهی گاما» اتفاق افتاد. طرحی که باعث اشتغال‌زایی مستقیم ۶۰ نفر و غیرمستقیم حدود ۳ هزار و ۵۰۰ نفر نیروی انسانی شده است. همچنین ایجاد این سایت به کاهش ارزبری ۱۰ میلیون دلاری انجامید. این طرح در سایت شهید دکتر مجید شهریاری، در منطقه ویژه اقتصادی استان چهارمحال و بختیاری با تلاشی دانش‌بنیان به عنوان یک طرح کلان ملی فناوری راه‌اندازی شد. طرحی که به تامین امنیت غذا، اقدامات درمانی و ذخایر راهبردی و مورد نیاز کشور می‌انجامد. همچنین در دوران شیوع ویروس کرونا، این سایت توانسته است با پرتودهی و استریل عام‌المنفعه بیش از ۳ میلیون قطعه ماسک، شان و گان بیمارستانی، اهمیت خود را بیش از پیش نمایان کند.

تامین غذای موردنیاز مردم سرعت گرفت

با توجه به افزایش جمعیت، تامین غذای موردنیاز مردم، انبار و نگهداری صحیح و بدون ضایعات این مواد، افزایش سطح بهداشت عمومی و جلوگیری از بروز عفونت در بدن افراد سالم به یکی از دغدغه‌های اصلی دولت‌ها بدل شده است. این هدف مهم در ایران هم با تلاشی دانش‌بنیان و راه‌اندازی بزرگترین سایت پرتودهی گاما میسر شد. این سایت از اساسی‌ترین زیرساخت‌ها در تحقق بند ۷ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در حوزه «تامین امنیت غذا و درمان» و «ایجاد ذخایر راهبردی برای افزایش کمی و کیفی تولید» به حساب می‌آید. این مرکز تحت نظارت مرکز نظام ایمنی هسته‌ای کشور و با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری احداث شده است. همچنین در مسیر احداث این طرح کلان ملی، ۳،۵۰۰،۰۰۰ دلار منابع ارزی و همچنین مبلغ ۲۴ میلیارد تومان منابع ریالی صرف شده است.

آسیب‌های حوزه عفونت‌های بیمارستانی کمتر می‌شود

سیستم پرتودهی گاما با قابلیت چند منظوره بودن آن، با توان، ظرفیت و سرعت بالا در زمینه‌های زیر به طور موثر کاربرد دارد:

۱-استریل کردن تجهیزات یک بار مصرف بیمارستانی و جراحی و ملزومات اتاق عمل و کاهش آسیب‌های وارده در حوزه عفونت‌های بیمارستانی.

۲-استریل کردن مواد غذایی و افزایش زمان نگهداری و ماندگاری: این روش در کنترل میکروارگانیسم‌های امل فساد با منشأ غذایی موثر بوده و مواد غذایی را عاری از وجود باکتری‌های بیماریزا، مخمرها، کپک‌ها و حشرات می‌کند. در نتیجه رسیدگی، پیری و جوانه‌زنی میوه‌ها و سبزی‌های تازه را کنترل و ترکیب مواد غذایی را در جهت بهبود کیفیت تغییر می‌دهد. ۳-صنایع پلیمر ،کامپوزیت وکارخانجات تولید قطعات پایه پلیمری و کامپوزیتی مربوط به صنعت خودرو، نظیر باک بنزین و تجهیزات پلیمری نسوز در راستای بهبود خواص نهایی فیزیکی، مکانیکی و حتی بیولوژیکی با ایجاد تغییراتی در ساختار شیمیایی آنها.

مصرف سموم شیمیایی کاهش می‌یابد

این مجموعه فناور با انعقاد تفاهم‌نامه همکاری با شرکت‌های هندوستانی، روسیه‌ای و مجارستانی و با همت کارشناسان و متخصصان خود به عنوان تنها دارنده دانش فنی طراحی، ساخت و بهره‌برداری از سامانه‌های پرتودهی گاما در بخش خصوصی کشور معرفی شده است.

این سامانه مصرف سموم شیمیایی که برای ماندگاری و استریل مواد غذایی استفاده می‌شود را کاهش می‌دهد و زیرساخت مهمی برای افزایش ماندگاری این مواد است. همچنین تلاش این شرکت در کاهش مصرف آب و ضایعات پس از تولید در حوزه کشاورزی و مواد غذایی هم اثرگذار است.

کارخانه‌های نوآوری مشهد و شیراز گشایش یافت

حجت الاسلام والمسلمین دکتر حسن روحانی رئیس جمهوری دستور افتتاح کارخانه‌های نوآوری در دو استان را با حضور معاون علمی و فناوری صادر کرد. این افتتاح از طریق ویدئوکنفرانس در استان‌های خراسان رضوی و فارس انجام شد. این کارخانه‌ها که با مشارکت و سرمایه¬گذاری فعال بخش خصوصی و هدایت و حمایت معاونت علمی راه‌اندازی شدند محلی برای تجمع کسب وکارهای نوپا وشرکت‌های خلاق و تیم¬های نوآور و ارائه خدمات متمرکز به آنها هستند و مفهوم نوینی از هم¬افزایی را برای استارت‌آپ¬ها به همراه دارند. با بهره‌برداری از کارخانه نوآوری مشهد و شیراز برگ تازه‌ای در زیست‌بوم نوآوری این شهرها رقم خورد و ظرفیتی تازه برای تبدیل ایده‌های نوآورانه به کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و خلاق فراهم شد.

کارخانه‌ای برای گرد هم آوردن نوآوران مشهد

کارخانه نوآوری مشهد با گرد هم آوردن استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، شتاب‌دهنده‌های نوآوری، شرکت‌های خلاق و صنایع نرم و فرهنگی و دیگر اجزای زیست‌بوم نوآوری سعی دارد خلاقیت را در سطح شهر جاری و تمام مسیرهای دور یا پراکنده اشتغال‌زایی را در یک جا متمرکز کند. برای راه‌اندازی کارخانه نوآوری مشهد که توسط شهرداری مشهد و در زمینی در ۳،۷ هکتار احداث شده است، فعالیت‌های عمرانی گوناگونی صورت گرفته که بخشی از این اقدام‌ها به دست شرکت‌های دانش‌بنیان به سرانجام رسیده است. در این کارخانه نوآوری، با در نظر گرفتن ۲،۷ هکتار فضای سبز، دو سوله نوآوری به مساحت ۱ هکتار فضایی است تا گروه‌های دانش‌آموخته، جوان و خلاق بتوانند از ایده‌های‌شان محصول و خدمت فناورانه حاصل کنند.

از نوشابه تا نوآوری!

نخستین کارخانه نوآوری در محل پیشین یکی از کارخانه‌های تولید نوشابه راه‌اندازی شده است. این فضا که برای مدت‌ها بدون استفاده مانده بود، توسط شهرداری مشهد و با حمایت معاونت علمی با بهسازی و تحول در ساختار، به محلی برای پرورش ایده‌های استارت‌آپی و نوآورانه، شتابدهی ایده‌ها و رسیدن آنها به بازار کسب و کار می‌شود. ایده راه‌اندازی کارخانه نوآوری مشهد، نخستین بار سال ۱۳۹۷ با حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و توسط شهرداری مشهد شکل گرفت و با پیگیری‌ها و حمایت از آغاز اجرای طرح کارخانه نوآوری در سال ۱۳۹۸، پس از یک سال کار مستمر، این کارخانه اکنون با شکل، ماهیت و ساختاری نو آماده بهره‌برداری است.

در کارخانه نوآوری مشهد، علاوه بر اینکه ۴۰۰مترمربع به سالن اجتماعات، ۱۲۰ مترمربع سالن ارائه، ۶۲۰ مترمربع فضای کار اشتراکی و بالغ بر ۱۲۷ مترمربع آزمایشگاه ساخت اختصاص یافته است. در کارخانه نوآوری مشهد، تمام امکانات برای رفع نیازهای کسب و کار خلاق و نوآورانه مهیا است. در این کارخانه، چگونگی شروع کسب و کار، انتخاب مسیرهای توسعه اشتغال، استفاده از فضاهای اشتراکی، بازاریابی خدمات، معرفی بهترین راه‌های تبلیغات و سایر نیازهایی که یک شهروند خلاق در جهت ایجاد اشتغال نوآورانه نیاز دارد، فراهم است.

گردهم آمدن نوآوران شیرازی

کارخانه نوآوری شیراز نیز در ۱۷ هزار متر مربع زیربنا با حمایت کارخانجات مخابراتی ایران و حمایت معاونت علمی راه‌اندازی شد تا محلی برای تجمع فعالان حوزه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی ،کشاورزی، سلامت، گردشگری ، اقتصاد دریا و انرژی باشد.

کارخانه‌ای که در محل کارخانه‌های مخابراتی ایران- شهر شیراز راه‌اندازی شد. این کارخانه ظرفیت استقرار ۵۰۰ استارت‌آپ، شرکت فناور و شتاب‌دهنده را دارد. میزان اشتغال‌زایی مستقیم برای ۴ هزار و ۱۰۰ نفر برنامه‌ریزی شده است.

برگزیدگان «تحلیل رفتار جامعه ایرانی در بحران کرونا» تقدیر شدند

برگزیدگان فراخوان ملی شناخت و تحلیل گفتمان و رفتار جامعه ایرانی در بحران کرونا با حضور سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری تقدیر شدند. ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری این فراخوان را منتشر کرد تا مطالعه‌ای دقیق در حوزه اثر شرایط کرونا بر دینامیک رفتاری، نگرش و گفتمان جامعه باشد.

در این مراسم سید کمال خرازی مشاور معاون علمی و فناوری در حوزه علوم شناختی، پرویز کرمی دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق و مجید نیلی احمدآبادی دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری حضور داشتند.

پرویز کرمی مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این مراسم از اصحاب رسانه برای حضور پررنگ و موثر پوشش برنامه‌های حوزه علم و فناوری قدردانی کرد و گفت: اهالی رسانه مشوقی برای گسترش فعالیت‌ها در حوزه علم و فناوری هستند، چراکه اگر نویسندگان این حوزه نبودند این موضوع همه گیر و برجسته نمی‌شد. از حضور این افراد در این برنامه نیز قدردانی می‌کنم.

در ادامه مجید نیلی احمدآبادی دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این مراسم گفت: اکنون در دورانی به سر می‌بریم که دادگان عظیمی از فضای مجازی در دسترس محققان قرار دارد. تاکنون این داده‌ها صرفاً با استفاده از هوش مصنوعی و علوم داده تحلیل و ویژگی‌های انسان کمتر مد نظر قرار می‌گرفت، اما در حال حاضر با ورود مدل‌های شناختی و با استفاده از روش‌های تلفیقی می‌توان این دادگان را برای درک بهتر ذهنیت جامعه به این حوزه نو «داده کاوی هوشمند به توان شناختی» گوییم.

نیلی با بیان اینکه داده کاوی هوشمند به توان شناختی به عنوان فناوری جدیدی در حال ظهور است، ادامه داد: پس می‌توان گفت که ما در حال ورود به دوران پسا AI و فراهوش مصنوعی هستیم. دورانی که ما را به سمت درک عمیق‌تر و معنایابی از تحلیل گفتمان ذهنیت افراد جامعه سوق می‌دهد. هدف ستاد توسعه نظام نوآوری مناسب در این دوران جدید است. داده شود.

افزودنی‌های طبیعی ایران‌ساخت بهره‌وری محصولات را بالا برد

یک شرکت دانش‌بنیان موفق شد با تولید داخلی پری‌بیوتیک‌ها در داخل، کشور را از واردات این گونه محصولات بی‌نیاز کند.

محسن نیک‌خواه مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان بهان کیمیا آنزیم گفت: پری‌بیوتیک‌ها به زبان ساده، برخی افزودنی‌های طبیعی برای افزایش سلامت محصولات حیوانی و تقویت سیستم ایمنی او و همچنین افزایش بهره‌وری محصول هستند. در واقع افزودنی‌های پری‌بیوتیک، باعث افزایش بهره‌وری می‌شود.

وی همچنین بیان کرد: با این محصول مصرف آنتی‌بیوتیک در حیوان کاهش می‌یابد و باعث می‌شود در نهایت غذای سالم‌تری به مصرف انسانی برسد. این محصول در پرورش دام و طیور، زنبورداری و برای هر نوع حیوانی کاربرد دارد و انسان‌ها نیز از پری‌بیوتیک، استفاده می‌کنند.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان بهان کیمیا آنزیم ادامه داد: این محصول بین ۴۰ تا ۸۰ درصد از محصول مشابه خارجی ارزان‌تر است و با توجه به اینکه خدمات گسترده‌ای در این شرکت به دامداری‌ها و مصرف‌کنندگان، ارائه می‌شود، محصول ما برتری‌های بسیاری نسبت به محصول و رقیب مشابه خارجی دارد.

به گفته وی، هر اقلیم و منطقه آب و هوایی کشور، نیاز به مصرف نوع و میزان مشخصی از اینگونه محصولات دارد و با توجه به این حقیقت این شرکت به هر منطقه، خدمات خاص و موردنیاز آن منطقه را ارائه می‌کند.

نیک‌خواه ضمن اشاره به تحقیقات صورت گرفته در این شرکت گفت: به دلیل اینکه هنوز برخی مجوزها صادر نشده است و کارهای اداری انجام نگرفته است، علی‌رغم داشتن ظرفیت‌های بالای صادراتی، موفق به صادرات نشده‌ایم، اما به خاطر کیفیت خوب محصول ایرانی در داخل، بازار قابل توجهی برای محصولات این شرکت وجود دارد.

این فعال دانش‌بنیان در ادامه افزود: این شرکت حاصل همکاری چند فعال باسابقه حوزه صنعت و حسن ساجدی عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت مدرس است. این همکاری موجب شد تا یک شرکت دانش‌بنیان تمام عیار شکل بگیرد و در حال حاضر چند نوع محصول مختلف توسط این شرکت تولید می‌شود.

کارگاه برندینگ

موفقیت بازاریابی شیائومی در نیویورک

به قلم: توماس انجی کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل علی

شـیائومی یکی از برندهای محبوب در حوزه تکنولوژی است. این برند چینی در طول چند سـال اخیـر با معرفی محصولات دیجیال کاربردی و باکیفیت دامنه وسـیعی از مشـتریان جهانی را به خود جلب کرده اسـت. اگر از طرفـداران پاوربانک های جدید باشـید، بـه خوبی از ظرفیت بـالای آنها خبر دارید. امروزه شـیائومی یکی از برندهـای معتبر در زمینـه تولید انواع پاور بانک محسـوب می شـود. این برند برای بازاریابی در طول کریسمس برنامه منحصر به فردی داشـت. محور اصلی این برنامه بازاریابـی نارضایتی کاربران از نگهداری شـارژ پایین گوشـی های شان بود. بر این اساس سری جدید پاورپانک های شـیائومی در سـال ۲۰۲۱ با ظرفیت بیشـتر و وزن کمتر به بازار معرفی شـدند. کمپین رسـمی شیائومی برای کریسـمس با محوریت شـهر نیویورک برگزار شد. این امر به دلیل اهمیت این بازار برای شیائومی و به طور کلی تمام کسب و کارهای سراسر دنیاست.

کمپین رسـمی شیائومی برای پاوربانک های ۲۰۲۱ به طور ویژه ای بر روی سنت های مرسوم کریسمس تکیه داشت. بر این اساس از یک بابائول در ویدئوی رسمی این کمپین استفاده شد. همچنین صحنه درخواسـت کودکان از بابانئول برای دسترسی به پاورپانکی بـا حجم بالاتـر نیز یادآوری خاطـرات خوش کودکی بسـیاری از مشتریان این برند است.

یکی از نکات جالب بازاریابی شـیائومی تمرکز بر روی تیک تاک اسـت. بدون تردید بسـیاری از کاربران تیک تاک را به عنوان یک پلتفرم موزیکال می شناسـند. مسـئله مهم در این میان سـرمایه گـذاری بازاریابی برخـی از برندها در تیک تاک اسـت. باتوجه به مالکیـت تیـک تاک از سـوی یک شـرکت چینی و دفتر رسـمی شـیائومی در این کشور مانعی بر سـر همکاری نزدیک میان این ۲ برند وجود ندارد.

یکی از ویژگی های کمپین بازاریابی شـیائومی برای سال ۲۰۲۱ تمرکز بر روی ویدئوهای کوتاه در تیک تاک اسـت. بر این اسـاس علاوه بر ویدئوی رسـمی بازاریابی این برند در تیک تاک نیز شمار بالایـی از ویدئوهای کاربـران پیرامون پاوربانک هـای این برند در دسترس اسـت. همکاری با اینفلوئنسـرهای مختلف در تیک تاک یکـی از بخش های جدایـی ناپذیر کمپین ای بازاریابی شـیائومی محسـوب می شـود. در این رابطه کمپین بازاریابی شیائومی برای کریسمس نیز همین ویژگی را دارد.

منبع: brandingforum.org

همکاری تبلیغاتی باجت دایرکت و استودیو مولن لُو

به قلم: جاشوا هیوز کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل علی

باجت دایرکت به عنوان یک موسسـه فعال در حوزه بیمه شـاید جذابیت چندانی برای مشتریان در حالت معمولی نداشته باشد، اما مهـارت قالب ملاحظه ای برای تبدیل ایـده های کوچک به مزیت هـای بازاریابی و تبلیغات قابل ملاحظـه دارد. یکی از فعالیت های جالب این موسسـه بیمه هکاری با استودیو مولن لُو است. استودیو مـورد نظر در زمینه طراحی و اجـرای برنامه های تبلیغاتی کارنامه موفقی دارد. همکاری با برخی از برندها معتبر در سراسر دنیا اعتبار مولن لُو را به طور قابل ملاحظه ای افزایش داده است.

یکـی از نگرانی های مداوم مردم در زمینه بهره مندی از خدمات بیمه مربوط به مشکلات پرداخت خسارت یا جبران ضرهای مختلف اسـت. دایرکت باجت در ایـن میان با همکاری اسـتودیو مولن لُو دسـت به طراحی ویدئویی جذاب زده اسـت. بر این اساس صحنه حمله دایناسـورها، مانند آنچه از پارک ژوراسـیتک در ذهن داریم، نمایش داده می شود. سپس کارشناس های بیمه باجت دایرکت در صحنه حاضر شـده و به خانواده ای که خودروی شان آسیب دیده کمک می کنند. در نهایت نیز شـعار تبلیغاتی این برند نمایان می شـود: در زمان صدمه خودروی تان تا هنـگام تعمیر کامل از یکی از خودروهـای باجت دایرکت اسـتفاده نمایید. ایـن ویدئو در عین جذابیت های بصری دارای پیامی جذاب و سـاده اسـت. همین امر موجب تاثیر گذاری مناسب اش بر روی مخاطب هدف شده است.

منبع: brandingforum.org

موفقیت بازاریابی در سالی فاجعه بار

بهترین برندهای سال ۲۰۲۰ در عرصه بازاریابی

به قلم: ایلسی لیفرینگ کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل علی

سـال ۲۰۲۰ با تمام اتفاقات عجیب و غریب اش به پایان رسید. عرصه بازاریابی در نهایت با عملکرد مناسـب برخی از برندها سـال گذشته را به خاطرات معی مشتریان اضافه کرد. بدون تردید وضعیت فعالیت بازاریابی در طول یک سال اخیر به طور مداوم تغییر کرده است. بحران کرونا تمام برنامـه های بازاریابی و کاری برندها را با مشـکل مواجه کرد. با این حال چنین امری مانع از عملکرد مناسـب برخـی از برندها در زمینه بازاریابی نشد. سال ۲۰۲۰ علاوه بر بحران کرونا با عملکرد مطلوب برخی از برندها در زمینه بازاریابی نیز به یاد آورده خواهد شد. در ادامه به بررسی برخی از عملکردهای موفق در زمینه بازاریابی از سوی برندها در سالی که گذشت خواهیم پرداخت.

۱. Ben & Jerry: تلاش برای اصلاح وضعیت عدالت

شرکت بستنی سازی Ben & Jerry در طول سال های اخیر کمپین های بازاریابی بسـیار جذابی را راه انازی کرده اسـت. یکی از کمپین های جذاب این برند در طول سـال گذشته به بحث عدالت اجتماعی پرداخت. شـاید کمتر مشـتری انتظار چنین کمپینی از سوی یک شرکت بستنی سازی واقع در ورمانت را داشته باشد. درست بع همین خاطر کمپین مورد نظر با استقبال مناسب کاربران مواجه شد.

برنـد Ben & Jerry در طـول تبلیغات انتخاباتی نامزدهای ریاسـت جمهوری ایالات متحده در سـال گذشته به طور مداوم به اهمیت برنامه های مربوط به عدالت اجتماعی، دفاع از حقوق اقلیت ها و همچنین بحران تغییرات آب و هوا اشـاره داشـت. یکی از اتفاقات بحث برانگیز در سـال گذشته مربوط به کمپین دفاع از حقوق سیاه پوستان بود. این امر با کشته شـدن جورج فلوید در ایالات متحده شروع شد. برند Ben & Jerry نیز در ادامه روند حمایت از مشتریان دست به اعتراض نسبت به تبعیض نژادی سیسـتماتیک در این کشور زد. بر این اساس در کمپین Ben & Jerry تقاضا برای رفع تبعیض نژادی و سلطه سفید پوستان در برابر دیگر گروه ها دسـت زد. این کمپین به دلیل زمان بندی درست به طور گسترده ای مورد توجه کاربران در شبکه های اجتماعی قرار گرفت.

کمپین Ben & Jerry به اندازه کافی برای بازنشـر گسـترده در میان کاربران شـبکه های اجتماعی ساده بود. بر این اساس کاربران در اعتراض به تبعیض سیسـتماتیک و سلطه سفی پوستان اقدام به بازنشر شعارهای ضد نژادپرسـانه می کردند. این امر در طول مدت زمانی اندک میلیون ها محتوا در سراسـر دنیا را پدید آورد. عملکرد برند Ben & Jerry در این میان نمونه بارز حضور در کنار مشتریان به هنگام زمان های سخت است.

۲. رایان رینولدز: بازاریابی با چاشنی طنز

رایان رینولدز در طول سـال های اخیر حضور فعالی در عرصه بازاریابی داشته است. وی به عنوان یک هنرمند توانایی جلب نظر میلیون ها نفر را دارد. همین امر موجب همکاری برخی از برندها با رینولدز شده است. رایان رینولدز از مدت ها قبل در زمینه کسب و کار نیز فعال بوده است. بنابراین وی جزو آن دسـته از هنرمندان دارای کسب و کار مستقل محسوب می شـود. وی با تکیه بر شـمار بالای فالوورهای اش در شبکه های اجتماعی اقدام به تبلیغ برای محصولات و خدمات شرکت اش می کند.

شاید مشاهده یک سلبریتی در زمینه تبلیغات امری رایج محسوب شود. نکته مهم در این میان داسـتان های جذاب در تبلیغات رایان اسـت. این امر موجب جلب نظر مخاطب هدف به داستان ویدئوی بازاریابی و تماشای یک کلیپ کوتاه می شود. در نهایت نیز تاثیر گذاری مورد نظر برای ترغیب مخاطب هدف به سـوی خریـد روی خواهد داد. بسـیاری از برندها باید مانند رایان رینولدز عمل نمایند. متاسفانه برخی از برندها در عمل توانایی پیگیری این عملکرد جذاب را ندارند. دلیل ای امر فقدان ایده مناسب برای داسـتان سرایی است. با این حسـاب در آینده نیز شاهد عملکرد مناسب رینولدز در زمینه بازاریابی خواهیم بود.

یکـی از نکات جذاب در مورد عملکـرد رینولدز مربوط به توجه اش به موضوعات اجتماعی اسـت. وی بارها از شـخصیت محبوب دِد پول برای جلب نظر مخاطب به مسائل مهم اجتماعی و فرهنگی استفادهَ کرده است. همین امر موجب توجه گسترده کاربران به عملکرد وی در سایر حوزه های بازاریابی شده است.

۳. نتفلیکس: اوقات خوش

نتفلیکـس در زمینه بازاریابی یکـی از بهترین تیم ها را در اختیار دارد. عملکرد آنها در زمینه بازاریابی در طول چند سال گذشته به خوبی بیانگر این موضوع اسـت. نتفلیکس همیشـه در اسـتفاده از میم های جذاب و ترندهای برتر برای کاربران مهارت داشته است. دلیل این امر ارزیابی دقیق رفتار کاربران در شـبکه های اجتماعی و تولید محتوا درسـت بر اسـاس سلیقه آنهاسـت. همین امر نتفلیکس را بدل به یکی از برندهای محبوب برای مخاطب هدف در طول سال های متمادی کرده است.

تیم بازاریابی نتفلیکس برعمس سایر برندها در تلاش برای تحقق اهداف بلند پروازانه نیسـت. اهداف نتفلیکس برای بازاریابی بسیار ساده و کوتاه مدت تعیین می شـود. نکته جالب اینکه جمع اهداف کوچک نتفلیکس بای سرگرم ساختن مخاطب هدف در نهایت موجب تاثیر گذای شگرف بر روی مخاطب هدف می شود. نتفلیکس با عملکردی خیره کننده در زمینه بازاریابی موفق به جلب ۷۳ میلیون فالوور در فیسبوک و ۲۶ میلیون فالوور در اینستاگرام شده است. این امر به خوبی تحقق مناسب اهداف بازارایبای نتفلیکس را نشان می دهد.

۴. توییتر: حفظ وجه واقعی

توییتر در طول یک سال اخیر مورد ارزیابی و داوری های بسیار زیادی قرار گرفته اسـت. هرچه به زمان برگزاری انتخابات ریاسـت جمهوری در ایالات متحده نزدیک می شـدیم، اهمیت توییتر بیشـر نمایان می شد. بسیاری از رهبران و سیاستمداران مهم برای اظهار نظر از توییتر استفاده می کنند. این امر موجب حساسیت گسترده بر روی وضعیت فعالیت این برند شـد. بر این اساس حتی برخی از ناظرات خواهان بسته شدن توییتر برای یک ماه به منظور برگذاری بهتر انتخابات شدند. در نهایت نیز توییتر با اعمال محدودیت های گسترده بر روی انتظار محتوا در زمینه انتخابات ریاست جمهوری به فعالیت اش ادامه داد.

یکـی از نکات مهم در خصوص توییتر عدم مسـدود سـازی اکانت ها به دلیل انتشـار اخبار پیرامون انتخابات بـود. این امر به گردش اطلاعات و دسترسـی کاربـران به اطلاعات تازه کمک مـی کرد. همچنین موجب پایبندی توییتر به ارزش ها و شـعارهای اصلی اش نیز شـد. بدون شک توییتر در طول سال های اخیر اکانت های بسیار زیادی را بن کرده است، اما این استراتژی به دلیل انتشار محتوای غیر اخلاقی یا توهین آمیز بوده است. در غیر این صورت توییتر هیچ کاربری را به دلیل اظهار نظر یا ارائه برخی از اطلاعات بن نمی کند. همین امر بدل به بهترین مزیت بازاریابی برای توییتر شد. بسیاری از برندها در طول یک سال اخیر از توییتر برای بازاریابی اسـتفاده کرده اند. همچنین ماجرای انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده نیز بر دامنه محبوبیت توییتر افزود. با این حسـاب وضعیت توییتر در مقایسـه با رقبای اش در زمینه شـبکه های اجتماعی به طور قابل ملاحظه ای بهبود یافته اسـت. این امر با توجه به ماجراهای امنیتی و درز اطلاعات فیسـبوک افق بسیار روشـن تری نیز در اختیار این برند قرار داده است.

۵. چیپوتل: توجه به فرهنگ های مختلف

برندهای بزرگ به طور مداوم با مشتریان دارای فرهنگ ها و سلیقه های مختلف در تعامل هسـتند. گاهی اوقات بازاریابی ها تلاش برای توجه به وضعیت تغییر سلیقه مشتریان را کافی ارزیابی می کنند. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به تفاوت های فرهنگی اسـت. این امر در بسیاری از اوقا موجب ایجاد تفاوت های معنادار در حوزه بازاریابی برندها شده است. چیپوتـل در میان برندهای مختلف یکـی از بهترین عملکردها در زمینه توجه به تفوت های فرهنگی در عرصه بازاریابی به طور کلی کسب و کار را داشته است. این برند در زمینه استخدام کارمندان در تلاش برای گردآوری ترکیبی از فرهنگ های مختلف اسـت. بنابراین امکان ساماندهی امور به صورت مناسب فراهم می شـود. وقتی اعضای تیم بازاریابی دارای تفاوت های فرهنگی مشـخصی باشـند، کار بر روی عرصه کسب و کار و تولید محتوا بسیار ساده تر خواهد شد.

تیک تاک در طول چند سال گذشته یکی از پلتفرم های مناسب برای بازاریابـی بوده اسـت. این امر مزیت های بسـیار زیادی بـرای برندها در راسـتای بازاریابی و تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به همراه داشـته است. همکاری برندها با اینفلوئنسرها و کاربران مشهور در تیک تاک بیشتر حالت غیر مستقم دارد. دلیل این امر دشواری های تولید محتوای جذاب از سوی برندها به طور مستقیم است. تیک تاک در این راستا بر روی کاربران و اینفلوئسرهایی با فرهنگ های متفاوت سرمایه گذاری کرده است. درست به همین خاطر کمپین های بازاریابی آنها مورد پسـند دامنه وسـیعی از مشتریان قرار می گیرد.

بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی با مشکل ناتوانی در درک تفاوت های فرهنگی مواجه هسـتند. این امر موجب نوعی تبعیض در زمینه بازاریابی می شـود. بنابراین برخی از مشـتریان به طور مداوم محتوای هماهنگ با فرهنگ بومی شان دریافت می کنند، اما دامنه دیگری از مشتریان چنین تجربه ای را نخواهند داشت. ریزس مشتریان در این وضعیت امری طبیعی محسوب می شود. مگر اینکه یک برن در تلاش برای ایجاد تغییرات سریع و کاربردی باشد.

۶. اورئو: خلاقیت برتر سال

اورئو به عنوان یک شـرکت تولید بیکویت و انـواع تنقلات میان وعده در زمینه بازاریابی و تولید محتوادر شـبکه های اجتماعی عملکرد بسیار مطلوبی از خود بر جای گذاشـته است. این امر شامل استفاده از ترندهای بازاریابی جذاب و همچنین استفاده از میم های خلاقانه است. بدون تردید بازاریابی درچنین شـرایطی برای هر برندی دشوار خواهد بود. با این حال اورئو موفق به ترکیب ایده های خلاقانه با سلیقه منحصر به فرد مشتریان اش شد.

بحـران کرونا وضعیت کسـب و کار و بازاریابی برندهـا را به طور قابل ملاحظه ای تحت تاثیر قرار داده است. اورئو در این میان به استفاده هرچه بهتر از مسـائل مهم برای مشتریان در طول دوران کرونا روی آورده است. این امر موجب نمایش تلاش های این برند برای حفاظت از مشـتریان در طو این دوران سـخت شده است. بنابراین میزان اعتماد مشتریان به برند اورئو در طول یک سال اخیر افزایش قابل ملاحظه ای داشته است.

عملکرد مناسب در حوزه بازاریابی همیشه بر اساس معیار افزایش فروش سنجیده نمی شود. بسیاری از برندها به حای فروش از طریق بازاریابی باید به دنبال جلب اعتماد مشتریان باشند. اگر یک برند موفق به جلب اعتماد مشتریان شود، در نهایت شانس بالاتری برای تاثیر گذاری بر روی آنها در تمام زمینه ها خواهد داشـت. نمونه اورئو و تلاش اش در طول یک سـال اخیر به خوبی این مفهوم را بیان می کند.

۷. وندیز: ایجاد جلوه ای جوان پسند از کسب و کار

اگر یک ترند تازه در شـبکه های اجتماعی ایجاد شود، به احتمال زیاد بازاریاب های ودیز در تلاش برای استفاده از آن خواهند بود. امروزه شمار بسـیار بالایی از بازاریاب ها در تـلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از ایده های تازه می کنند، اما در این میان بسیاری از کسـب و کارها موفق به کسـب نتایج دلخواه نمی شوند. دلیل این امر ارزیابی اشتباه عرصه بازاریابی و سرمایه گذاری بر روی ترندهای نادرست اسـت. بدون تردید در عرصه بازاریابی ترندهای بسیار زیادی در دسترس اسـت. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از بهترین ترندهاست. این امر به معنای ارزیابی شمار بالای ترندها و سپس استفاده از چند ترند برتر است.

وندیز با راه اندازی یک تیم بازاریابی ویژه برای ارزیابی ترندهی مختلف در شـبکه های اجتماعی به خوبی ترندهای کاربردی را از دیگر نمونه ها تفکیک می کند. درسـت به همین خاطر اغلب کمپین های بازاریابی این برند تاثیر گذاری بالایی بر روی مخاطب هدف به همراه دارد.

شاید استفاده از توپج به عنوان یک پلتفرم اجتماعی مخصوص استریم گیم از سـوی وندیز یک نکته عجیب باشـد. با این حال وندیز در عمل از توپـج به عنوان یکی از پلفترم های محبوب در میان کاربرن نسـل جوان سـود می برد. این امر موجب تاثیر گذاری مناسب بر روی مخاطب هدف شـده است. همکاری با گیمرهای حرفه ای وجه جذابی به وندیز در میان مشتریان نسل جوان داده است. بسیاری از مشتریان این برند به طور مداوم ویدئوهای انحصاری وندیز با گیمرهای مشـهور جهان در توپج را مشاهده می کنند. بدون شک انتخاب توپج یک گزینه استراتژیک برای وندیز بود. این امر موجب جلب نظ دامنه تازه ای از مشـتریان به برند وندیز شـد. بر این اساس وندیز دیگر به عنوان یک برند قدیمی و مناسب برای مشتریان میانسال شناخته نمی شود. برخی از برندها برای ایجاد چنین چشم اندازی و تغییری در وضعیت شان نیازمند سرمایه گذاری گسترده و سال ها انتظار هستند. با این حال وندیز با سرمایه گذاری مناسب در این عرصه موفق به انجام این امر در مدت زمانی بسیار کوتاه شد.

۸. استیک اوم: اطلاع رسانی مناسب

شـاید در نگاه نخست برند استک اوم به عنوان یک کسب و کار محلی فقط مشـغول فروش استیک های منجمد باشـد، اما در زمینه بازاریابی عملکردی فراتر از یک برند کوچک داشـته است. امروزه مرز میان کسب کارهای بزرگ و کوچک برداشته شده است. بر این اساس شمار بالایی از برندهای کوچک با فعالیت مناسـب در زمینه بازاریابی تاثیر گذاری حتی بیشتر از کسب و کارهای بزرگ ایجاد کرده اند.

اسـتیک اوم در نگاه نخست حتی فالوورهای پرشـماری نیز ندارد. این برنـد با ۱۷۳ هـزار فالوور در توییتر و ۹۳ هزار فالـوور در تیک تاک یک کسب و کار معمولی محسوب می شود. همین امر بازاریاب های این برند را به سـوی فعالیت منحصر به فرد در عرصه بازاریابی و تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف سـوق داد. یکی از دغدغه های مهم در عرصه بازاریاب مربوط به گردش اطلاعات نادرسـت در میان کاربران است. این امر اغلب اوقات شایعات بسـیار عجیبی را دامن می زند. فعالیت اصلی استیک اوم در زمینه ترغیب کاربـران برای مطالعه اخبار و دریافت اطلاعات از منابع مطمئن است. این امر موجب توجه دامن وسیعی از کاربران در شبکه های اجتماعی به فعالیت این برند شـد. سـال ۲۰۲۰ از نظر گسترش ویروس کرونـا در بخش های مختلف جهان برای تمام مردم آزار دهنده بود. نکته مهم در این میان تلاش استیک اوم برای اطلاع رسانی درست به مخاطب هدف بود.

بدون تردید فعالیت در زمینه اطلاع رسـانی درسـت به مخاطب هدف فراتر از انتظار مشتریان نسبت به یک کسب و کار فعال در زمینه استیک های منجمد اسـت. شاید درسـت به همین خاطر توجه دامنه وسیعی از مشتریان را جلب کرد. استفاده از عنصر غافلگیری نقش مهمی در عرصه بازاریابی دارد. بنابراین شاید شما نیز در کسب و کارتان نیاز به استفاده از چنین استراتژی داشته باشید.

۹. مون پای: سرگرمی و دیگر هیچ

یکی از انتظارات مشتریان از برندها مربوط به حوزه سرگرمی است. اگر یک برند جذابیت کافی برای مشتریان از نقطه نظر سرگرمی نداشته باشد، به احتمال زیادی اسـتقبال چندانی از ان نخواهد شد. مون پای به عنوان یک برند فعال در زمینه تولید انواع کیک و شیرینی استراتژی های جذابی برای تعامل با مشـتریان اش در پیش گرفته اسـت. سال ۲۰۲۰ همراه با اوقات فراوانی از انه نشینی برای تمام مردم دنیا بود. یکی از استراتژی های جذاب مون پای در این میان برگاری اواع مسابقه در شبکه های اجتماعی بود. همچنین به برخی از مناطق محروم شـمار قابل ملاحظه ای از بسته های خوراکی توزیع کرد.

تعهـد مون پای به ایجـاد لحظاتی خوش برای مشـتریان و همچنین کمک به مردم مختلف در شـرایط سـخت کرونایی موجب افزایش قابل ملاحظه محبوبیت این برند در طول سال اخیر شد. بسیاری از کارشناس ها نسـبت به عملکرد این برند دید بسـیار خوش بینانـه ای پیدا کردند. هرچا باشد، مون پای در طول سال ۲۰۲۰ به خوبی شرایط کرونایی را در عرصه بازاریابی مدیریت کرد. با توجه به محبوبیت بالای این برند در میان مشتریان باید منتظر غافلگیری های بیشتر از سوی تیم بازاریابی این برند در سال ۲۰۲۱ باشیم.

امروزه بازاریابی بدل به کاری دشوار و پیچیده شده است. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای الگوبرداری از برندهای بزرگ و موفق است. بررسی نمونه های مندرج در این مقاله شروع مناسبی برای بازاریاب ها و برندهای تازه کار خواهد بود. بسیاری از کارشناس های کسب و کار سال ۲۰۲۰ را از نظ بازاریابی فاجعه بار توصیف کرده اند. نکته مهم در این میان موفقیت بازاریابی برخی از برندهای بزرگ و کوچک در این میان است. با این حساب سرمایه گذاری درست در عرصه بازاریابی، حتی در سال فاجعه باری مانند ۲۰۲۰، نیز امکان کسب موفقیت را به همراه دارد.

منبع: adage.com

برترین بازاریاب‌های دیجیتال توضیح می‌دهند:

بازاریابی دیجیتال با توصیه‌های طلایی

به قلم: میشله گارت کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی در سال‌های اخیر دستخوش تغییرات بسیار زیادی شده است. ایـن امر موجب بیگانگی برخـی از بازاریاب‌ها با فضای کلـی بازاریابی و تبلیغات شـده است. مشـاهده ترندهای تازه در عرصه بازاریابی برای هر کارشناسی امری جذاب است، اما بازاریاب‌ها در عمل باید نسبت به ارزیابی ترندهای تازه حساسیت بسیار زیادی نشان دهند. این امر در کنار بحران کرونا در طول یک سـال اخیر شـرایط بازاریاب‌ها را به شدت دشوار کرده است. بدون تردید در این میان استفاده از کمک‌های بازاریاب‌های حرفه‌ای انتخاب مناسبی خواهد بود.

امروزه برخی از بازاریاب‌های حرفه‌ای در وبلاگ یا اکانت رسمی‌شان در شـبکه‌های اجتماعی برخی از توصیه‌های مهم را به اشـتراک می‌گذارند. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسـی برخی از توصیه‌های برتر بازاریابی از سوی کارشناس‌های حرفه‌ای و بازاریاب‌های موفق است بنابراین در ادامه تکنیک‌های طلایی بازاریابی دیجیتال را با هم مرور خواهیم کرد.

راند فیشکین: موسسه بازاریابی اسپارک تورو

سـال ۲۰۲۱ با شرایط ویژه‌ای شروع شـده است. بسیاری از بازاریاب‌ها نسبت به چشم‌انداز آتی احساس ناخوشایندی دارند. دلیل این امر شرایط ویژه سـال پیش روی است. بسیاری از کسـب و کارها سال گذشته را با شـرایط بسیار نامناسـبی به پایان رسـانده‌اند. همین امر موجب کاهش هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات در سـال کنونی شـده است. اگر این امر تا مدت‌های طولانی ادامه پیدا کند، بسیاری از بازاریاب‌های دیجیتال مجبور به تغییر حوزه فعالیت‌شـان خواهند شد. نکته مهم در این میان ضرورت تقویت مهارت‌های بازاریابی برای بقا در چنین بازاری است.

شـناخت دوباره مخاطب هدف یکی از نیازهای اصلی هر کسب و کاری محسوب می‌شـود. امروزه برخی از بازاریاب‌ها نسبت به توانایی‌شان برای شناخت مخاطب هدف اطمینان بیش از اندازه‌ای دارند. این امر اغلب اوقات موجب بروز مشـکلات بسیار جدی می‌شود بنابراین بازاریاب‌ها در صورت تمایل برای ادامه فعالیت در این عرصه باید به طور مداوم شناخت تازه‌ای از مشتریان پیدا کنند.

داگ کسلر: موسس برند ولوسیتی

اگر شـما نیز مانند من در عرصه بازاریابی B۲B فعالیت دارید، ماه‌های آتـی دارای اهمیـت حیاتـی برای کسـب و کارتان خواهد بـود. یکی از مهمترین نکات در زمینه بازاریابی در شـرایط کنونی مربوط به برندسازی اسـت. سـطح رقابت در زمینه بازاریابی B۲B در طول یک سال اخیر به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته اسـت. برندسازی فقط در حوزه کسب و کارهای معمولی یا سنتی کاربرد ندارد، در حوزه بازاریابی نیز موسسه‌ها باید نسبت به بهبود وضعیت کاری‌شان اقدام نمایند.

سرمایه‌گذاری برندها در حوزه B۲B، برخلاف حوزه B۲C، مانند سایر حوزه‌ها نیسـت. این امر شـاید در نگاه نخسـت موجب شگفتی شود، اما تعداد پیشنهادهای همکاری یا فرصت‌های طلایی پیش روی بازاریاب‌های B۲B به شـدت کمتر اسـت، با این حال میزان سـود نهایی هر پیشنهاد کمبود عـددی را جبـران خواهد کرد. با این حسـاب برندسـازی برای دریافت پیشنهادهای هرچه بهتر ضروری خواهد بود. اگر این نکته مدنظر بازاریاب‌ها قرار نداشته باشد، به زودی با ریزش مشتریان و در نهایت کمبود منابع مالی مواجه خواهند شد.

یان کلیری: موسس برند ریزر اودیت

بازاریابـی دیجیتال بـه معنای ضرورت حضور در فضای آنلاین اسـت. بسـیاری از برندها حضور مناسـبی در فضای آنلاین ندارند. بدون تردید تکنیک‌های بسیار زیادی برای بازاریابی دیجیتال به صورت کاربردی وجود دارد. اگر یک کسب و کار نسبت به استفاده از چنین توصیه‌هایی بی‌توجه باشـد، در نهایت وضعیتش در فضای آنلاین به شدت تاسفبار خواهد بود. سالانه بسیاری از مردم در تعطیلات کریسمس تعهدات تازه‌ای برای خود ایجاد می‌کنند. این تعهدات شـامل برخی از اهداف شـخصی و همچنین حوزه کاری می‌شود. بازاریاب‌ها و برندها نیز در این بازه زمانی باید نسبت به ایجاد تغییرات اساسی در نحوه فعالیت‌شان اقدام نمایند.

سالانه شمار بالایی از کسـب و کارها در طول دوران سخت ورشکسته می‌شوند. این امر در طول یک سال اخیر به طور بسیار رایجی تکرار شده اسـت. مهمترین مسئله در این میان استفاده از تکنیک‌های بازاریابی تازه برای کاهش احتمال مواجهه با شکست است. این امر شاید در ابتدا بسیار سخت باشـد، اما به مرور زمان برای اجرا سـاده‌تر خواهد شد. مهمترین مسـئله در ایـن میان تلاش برای حفـظ دید مثبت به عرصـه بازاریابی دیجیتال و همچنین انگیزه کافی برای ایجاد تغییرات کاربردی است. اگر این نکات مدنظر بازاریاب‌ها قرار داشته باشد، فرآیند ارتقای سطح عملکرد بازاریابی‌شان به خوبی دنبال خواهد شد.

دیوید اسکات: بازاریاب و خبرنگار وال استریت ژورنال

بازاریابی و روابط عمومی شاخه‌های اصلی تبلیغات و تعامل با مشتریان هسـتند. بسیاری از کسـب و کارها برای فعالیت مناسـب در این حوزه سـرمایه‌گذاری بسـیار زیادی انجام می‌دهند. سـال گذشـته با افزایش حساسیت‌ها نسبت به مسائل نژادپرستانه نیاز به توجه به این حوزه افزایش یافته است. برخی از کسب و کارها در طول چند سال گذشته به طور مداوم دچار اشـتباهات نژادپرستانه شده‌اند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسـب و کارها ایجاد می‌کند. حتی اگر اشتباهات موردنظر غیرعمدی نیز باشد، مشتریان برخوردهای بسیار سختی با برندها خواهند داشت بنابراین کسـب و کارها باید تلاش‌شـان برای بهبود شرایط را انجام دهند. در غیر این صورت شـاید به زودی با برخوردهای بسیار سختی از سوی مشتریان مواجه شوند.

بازاریابی دیجیتال به دلیل ماهیت آنلاین دارای سـهولت بازنشر بسیار زیادی اسـت. برخی از کاربران برای بازنشر محتوای مربوط به برندها نیاز به دلیل محکمی دارند. اگر در این میان یک برند محتوای نژادپرستانه‌ای را تولید نماید، دلیل موردنظر در اختیار کاربران قرار خواهد گرفت. امروزه رهایی از شـهرت منفی برای برندهای امر بسیار دشواری است بنابراین از همان ابتدا باید نسبت به رفع پرهیز از این امر اقدام کرد.

دیوید برکویتز: موسس برند سریال مارکتینگ

بازاریابی دیجیتال همواره در تعامل با ارزش‌های مختلف اسـت. دامنه ارزش‌های موردنیاز برای تولید محتوای جذاب به طور مداوم در حال تغییر اسـت. همین امر حوزه بازاریابی را بدل به یکی از دشـوارترین حوزه‌های فعالیت کرده است. اگر بازاریاب‌ها نسبت به عملکرد مطلوب در این زمینه توجه نداشته باشند، محتوای‌شان پس از مدت زمانی کوتاه برای مخاطب هدف جذاب نخواهد بود.

بسـیاری از برندهـا با صرف هزینه‌های گزاف اقـدام به تولید محتوای بازاریابی می‌کنند. این امر در صورت عدم توجه به اسـتفاده از ارزش‌های مناسب در حوزه بازاریابی همراه با مشکلات بسیار زیادی خواهد بود. برخی از برندها در طول زمان برای به روز رسـانی کیفت محتوای بازاریابی‌شان اقدام به آپدیت محتوای قدیمی می‌کنند. شـاید این امر در ابتدا بسـیار زمانبر باشد، اما موجب تقویت و ماندگاری بیشتر محتوای قدیمی می‌شود. برندهـا به این ترتیب توانایی تولید محتوای جذاب برای مخاطب هدف را پیدا می‌کنند. نکته جالب اینکه به‌روز رسـانی محتوای قدیمی هزینه‌های به مراتب کمتری برای کسب و کارها به همراه دارد بنابراین از این نظر نیز جایی برای نگرانی نخواهد بود.

کریستوفر پن: رئیس موسسه آمری دیتا ساینتیست

استفاده از داده‌های معتبر در حوزه بازاریابی دارای اهمیت بسیار زیادی اسـت. امروزه بسیاری از برندها نسبت به استفاده از داده‌های معتبر اقدام می‌کنند. اگر این امر به درستی مورد استفاده قرار گیرد، بازاریاب‌ها توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شـیوه هـای کاربردی‌تر را خواهند داشـت. نکته مهم در این میان استفاده نادرست از شیوه‌های موردنظر در عرصه بازاریابی است. بسیاری از برندها در زمینه استفاده از داده‌های معتبر در عمل از داده‌های قدیمی استفاده می‌کنند. همچنین فرآیند استخراج و دسترسی به داده‌ها نیز بسیار بحث‌برانگیز است. اگر برندها به این نکته مهم توجه کافی نداشـته باشند، امکان مواجهه با شکست علی رقم استفاده از داده‌های کاربردی را خواهند داشت بنابراین پیش از هر نکته‌ای باید نسبت به استفاده از داده‌های مناسب در حوزه بازاریابی اقدام نماییم. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی برای برند ایجاد خواهد شد.

بهترین توصیه در زمینه استفاده از داده‌های معتبر تلاش برای دسترسی به چنین داده‌هایی براسـاس اسـتفاده از منابع دسـت اول است. این امر شامل طراحی انواع نظرخواهی از مشتریان و همچنین توجه به شیوه‌های گزینش داده‌های مختلف است. اگر این ۲ شیوه فوق به طور درستی مدنظر برندها قرار گیرد، امکان پرهیز از کاربرد داده‌های نامناسب یا قدیمی فراهم خواهد شد.

آماندا میلیگان: مدیر اجرایی موسسه فرکتل

اگر کسـب و کار شما در زمینه مواجهه با ویروس کرونا فعالیت دارد، باید نسـبت به پوشـش مناسـب اقدامات‌تان توجه نمایید. بسیاری از برندها در زمینه مقابله با کرونا فعال هستند، اما تمام آنها دارای شهرت مناسـبی در عرصه کسـب و کار نیسـتند. این امر مشکلات زیادی در زمینه جلب اعتماد مخاطب هدف ایجاد خواهد کرد. یکی از مزیت‌های اصلی فضای آنلاین امکان اطلاع‌رسـانی دقیق به مخاطب هدف اسـت بنابرایـن برندهای فعـال در عرصـه بازاریابی باید دسـت‌کم اقداماتی محدود برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براسـاس اطلاع‌رسانی کاربردی داشته باشند.

یکی از فاجعه‌های عرصـه بازاریابی مربوط به مخابره اخبار یک برند از سـوی کسب و کارهای دیگر یا حتی خبرگزاری‌هاست. این امر به معنای ناتوانی برند موردنظر برای اطلاع‌رسـانی مناسب به مخاطب هدف است. کسـب و کارها در صورت مواجهه با این شـرایط بایـد ارزیابی دوباره‌ای درباره اسـتراتژی‌های بازاریابی‌شـان داشـته باشند. بسـیاری از کسب و کارها در این شـرایط با مشـکلات عمیـق مواجه می‌شـوند بنابراین در صورت ناتوانی برای ارزیابی درسـت شرایط باید دست‌کم نسبت به کمک گرفتن از کارشناس‌های بیرون برندتان اقدام نمایید. همچنین همکاری با کارشناس‌های حرفه‌ای در بخش روابط عمومی نیز شرایط را بهتر خواهد کرد.

میشل لین: رئیس بخش طراحی استراتژی منتیس

طراحی اسـتراتژی‌های بازاریابی باید در اولویت هر برندی قرار داشـته باشـد. بسیاری از موسسـه‌های بازاریابی درست به همین خاطر در میان برندهای بزرگ و کوچک شـهرت دارند. اگر یک کسـب و کار در زمینه طراحی اسـتراتژی از شکسـت یا موفقیت‌های قبلی‌اش درس نگیرد، به زودی با مشکلات عمیقی مواجه خواهد شد. نکته مهم در این میان تلاش بـرای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اسـت. بدون تردید کار با برنامه دارای اهمیت بسـیار زیادی اسـت. اگر برنامه مناسبی در زمینه فعالیت کاری در دسـترس نباشـد، در نهایت تمام تلاش‌ها و زحمات افراد نقش بر آب خواهد شد.

طراحی اسـتراتژی کار سـاده‌ای نیست. بسـیاری از بازاریاب‌ها در این حوزه با مشـکلات زیادی مواجه هسـتند بنابراین اسـتفاده از کمک‌های دیگران امری ضروری خواهد بود. یک نکته جالب در این میان تلاش برای الگوبرداری از برندهای موفق است. اگر این امر مدنظر برندها قرار نداشته باشـد، باید فرآیند آزمون و خطای کسب و کارهای موفق را دوباره تکرار نمایند. بدون شک این فرآیند هزینه و زمان بسیار زیادی را طلب می‌کند.

لو هافمن: رئیس و مدیرعامل آژانس بازاریابی هافمن

نمایش نکات و ارزش‌های مختلف به مخاطب هدف امری حیاتی است. امروزه مشتریان دیگر حوصله مشاهده پیام‌های تبلیغاتی مختلف و بدون هرگونه اقدام عملی از سـوی کسب و کارها را ندارند بنابراین برندها باید تجدیدنظر اساسی در زمینه فعالیت‌شان صورت دهند. در غیر این صورت کمتر کسب و کاری حاضر به همکاری با آنها برای بازاریابی خواهد شد.

عرصه بازاریابی دیجیتال هماهنگی بسـیار زیادی با اهداف برندها برای پوشـش رسانه‌ای اقدامات‌شان دارد بنابراین هر کسب و کار پس از اجرای یکی از تعهداتش باید نسبت به پوشش مناسب آن در فضای آنلاین اقدام نماید. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در سال پیش روی خواهد داشت. اغلب کاربران حتی نسبت به مشاهده محتوای بازاریابی برندها نیز حساسیت به خرج می‌دهند. دلیل این امر عدم علاقه کاربران برای مشاهده محتوای بازاریابی کم‌ارزش است. ارزیابی هر محتوای بازاریابی از سوی کاربران براساس میزان هماهنگی‌اش با اصل «عمل به جای حرف زدن» است بنابراین بازاریاب‌ها و برندها باید بیشتر به دنبال عمل کردن، به جای حرف زدن صرف باشند.

کیتی پین: مدیرعامل موسسه پین

تکرار اشتباهات گذشته امری دردناک است. بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی و کسـب و کار به دنبال بهبود شـرایط کلی کسـب و کارشـان هسـتند. این امر شـامل تلاش برای تاثیرگذاری بـر روی مخاطب هدف براساس استفاده از هر تکنیک کاربردی است. وقتی از عبارت هر تکنیکی برای بازاریابی بهتر استفاده می‌کنیم، همیشه احتمال بروز خطا وجود دارد. اگر کسب و کار به این نکته مهم توجه کافی را نداشته باشند، به طور مداوم با مشکل مواجه خواهند شد.

اشـتباهات گذشته در زمینه بازاریابی همیشـه به دلایل مشابهی روی نمی‌دهـد، اما یکی از نکات مهم در این میـان ارزیابی بازاریاب‌ها از حوزه کسـب و کارشـان به عنوان امری سـاده اسـت. این نکته موجب تلاش بازاریاب‌ها برای کاربسـت هر نوع تکنیک بازاریابی می‌شود. با این حساب اگر وضعیت بازاریابی برندها در زمینه درس گرفتن از اشتباهات دیگران و تلاش برای پرهیز از تکرار آنها به سرعت عملیاتی نشود، مشکلات عرصه بازاریابی ادامه خواهد یافت.

مهمترین مسئله در زمینه اسـتفاده از تکنیک‌های کاربردی در زمینه بازاریابی نیاز به یادگیری اصول تازه است. این امر به معنای ناتوانی بسیاری از بازاریاب‌ها برای اجرای طرح‌های قبلی در عرصه بازاریابی است بنابراین اگر برندها در زمینه بازاریابی اقدام درستی نکنند، باید در بلندمدت تاوانش را پس دهند.

فرانک استرانگ: موسس و مدیر آژانس مشاوره‌ای اسکریپت

دریافت مشاوره در حوزه بازاریابی امر رایجی است. مهمترین مسئله در این میان توجه به منبع دریافت مشاوره است. اگر کسب و کارها در زمینه دریافت مشاوره اقدام مناسـبی انجام ندهند، پس از مدت زمانی اندک با مشـکلات بسیار زیادی مواجه خواهند شـد. این امر اغلب اوقات کسب و کارها را به سوی همکاری با موسسه‌های مشاوره‌ای ترغیب می‌کند. ارزیابی کیفیت و اعتبار هر موسسه مشاوره‌ای نیازمند صرف زمان قابل ملاحظه‌ای است. بدون تردید کمتر برندی دارای زمان کافی برای ارزیابی شرایط است بنابراین باید به دنبال راهکارهایی مطمئن برای یافتن برندهای مناسـب در کمترین زمان ممکن باشیم. این امر شامل تلاش برای ارزیابی شرایط بازاریابی برندها براسـاس سابقه همکاری‌شـان با برندهای مختلف است. همچنین توجه به میزان رضایـت برندهای قبلی از چنین همکاری‌هایی ضـروری خواهد بود. اگر این نکته مدنظر برندها قرار نداشـته باشـد، به احتمال فراوان در نهایت به سوی همکاری با موسسه‌ای غیرحرفه‌ای تمایل پیدا خواهند کرد. هزینه‌های از دست رفته در این حوزه نیز برای هر برندی گزاف خواهد بود.

دوروتی کرنشاو: موسس برند روابط عمومی کرنشاو

عرصه روابط عمومی و بازاریابی در طول سال‌های اخیر شباهت بسیار زیـادی به هم پیدا کرده‌اند. ایـن امر موجب افزایش تمایل برندها برای ایجاد هماهنگی هرچه بیشـتر میان این دو بخش شـده است. کسب و کارها در طول سـال‌های اخیر نیاز اساسـی به بازاریابی دیجیتال پیدا کرده‌انـد. این امر همراه بـا موج انتقال خدمات روابـط عمومی و امور مشـتریان به شبکه‌های اجتماعی همراه بوده اسـت. اگر برندها به این نکته مهم توجه لازم را نداشـته باشـند، درگیـر مدیریت عرصه روابط عمومی به شـیوه‌های سـنتی خواهند شـد. امروز اغلب مشتریان برای پیگیری درخواست‌های‌شـان از برندها به اکانت رسـمی آن کسـب و کار در شـبکه‌های اجتماعی مراجعه می‌کنند. ایـن امر همراه با انتظار مشتریان از دریافت پاسـخ‌های دقیق در کمترین زمان ممکن از سوی کسب و کارهاسـت بنابراین اگر در زمینه ارائه پاسخ تاخیر ایجاد شود، عواقب بسیار خطرناکی برای کسب و کارها خواهد داشت.

کریستینا گارنت: طراح استراتژی بازاریابی در موسسه ویزیت

فهم نیازها و سـلیقه منحصر به فرد هر گروه از مشتریان دارای اهمیت است. برخی از برندها در این رابطه به طور مداوم با مشکل مواجه هستند. برخی از برندها پس از یک بار پژوهش درباره سلیقه و نیازهای مشتریان‌شان دیگر به دنبال تعامل با آنها نیستند. این امر در بلندمدت مشکلات بسیار زیادی ایجاد می‌کند. ارزیابی وضعیت مشتریان کار ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر بسـیاری از برندها نسـبت به اجرای آن بی‌توجه هستند. مهمترین مسـئله در اینجا فهم تاثیر شناخت درست و دقیق مخاطب بر روی فعالیت بازاریابی است. این امر به بیانی ساده موجب تاثیرگذاری بهتر و سریع‌تر بر روی مخاطب هدف خواهد شد، با این حساب هرچه تعامل و شناخت نزدیک‌تری از مشتریان داشته باشیم، سطح تاثیرگذاری نهایی‌مان بهبود خواهد یافت.

امروزه عرصه بازاریابی سـختی‌های بسیار زیادی به همراه دارد. این امر موجب چشم‌پوشـی برخی از برندها نسـبت به حضور در عرصه بازاریابی دیجیتال می‌شـود. مهمترین مسئله در این میان استفاده از تکنیک‌های کاربردی برای ساده‌سازی و افزایش تاثیرگذاری بازاریابی برندمان بر روی مخاطب هدف اسـت. برخی از بازاریاب‌های موفق در طول سال‌های اخیر در بخش‌های فوق بهترین ایده‌ها و توصیه‌های بازاریابی دیجیتال را مرور کردند بنابراین اگر شـما در این حوزه با مشکل مواجه هستید، استفاده از توصیه‌های مورد نظر بهتری ایده خواهد بود.

منبع: prdaily.com

ایستگاه بازاریابی

۶ تکنیک قدردانی از مشتری

به قلم: لری آلتون کارآفرین
مترجم: امیر آل علی

اگر به دنبال جلب رضات بیش تری از مشـتریان خود نباشـید، بدون شک بازار را از دست خواهید داد. در این راستا فراموش نکنید که قدردانی یکی از سـاده ترین اقدامات محسوب شده و تاثیر فوق العاده ای را به همراه دارد. در ادامه ۶ نمونه ساده برای موفقیت در این زمینه را بررسی خواهیم کرد.

۱-بر اساس اصل پارتو اقدام نمایید

برطبـق این قانون ۸۰ درصد از نتایج در هر زمینه ای تنها از ۲۰ درصد اقدامات به دست می آید. برای مثال ۸۰ درصد سود شرکت تنها از ۲۰ درصد از مشـتریان شـما خواهد بود. تحت این شـرایط نگاهی یکسان به مشتریان، اشتباهی بسیار بزرگ بوده و لازم است تا قدردانی شـما نیز تفاوت هایی را داشته باشد. درواقع ۲۰ درصد اصلی، باید در مرکز توجهات شـما و بالاترین سطح اقدامات باشند. با این دسـته بندی، انجام هر اقدامی شـانس کسب بالاترین نتایج را خواهد داشـت. در نهایت چنین رفتاری خود باعث خواهد شد تا مشتریان دیگر، مایل داشته باشند تا در دسته خواص قرار گیرند.

۲-منحصر به فرد باشید

اگرچه توجه به اقدامات انجام شـده از سـوی سـایر برندها یک اقدام منطقی محسـوب می شـود، با این حال نکته ای که باید به آن توجه داشـته باشید این اسـت که بالاترین حد تاثیرات را تنها از اقدامـات منحصر به فرد می توان انتظار داشـت. دراقع اقدامات تکراری، مزیت رقابتی برای شـما ایجاد نکرده و این امر بدون شک شـرایط را سخت خواهد کرد. در این راستا فراموش نکنید که برای قدردانی الزامی به اقدامات پزهزینه وجود نداشـته و با خلاقیت می توان فوق العاده ظاهر شد.

۳-دست نوشته ارسال کنید

متن هایی که تایپ شده اند قادر به انتقال احساسات نیستند. در این راسـتا اگر قادر به پر کردن تمامی نامه ها با خط خود نخواهید بود، توصیه می شـود که از یـک نمونه آن کپی گرفته و تنها نام را عـوض کنید. درواقع این نامه باید حـاوی پیام قدردانی بابت خرید مشـتری باشـد. برای این اقدام نیازی به چاپ کردن موارد نبوده و حتی ارسال آن از طریق ایمیل نیز کاملا مناسب خواهد بود. درواقع شیوه انتقال آن موضوعی فرعی بوده و اصل مهم، محتوا خواهد بود.

۴-از دیدار مستقیم غافل نشوید

اگرچـه اینترنت سـرعت را افزایش داده و فاصلـه را نیز بی معنا سـاخته است. با این حال شما نباید صر فا به آن محدود باشید. در این راسـتا توصیه می شـود که مشـتریان را در گوره های مختلف قرار داده و اقداماتی برای دیدار مستقیم داشته باشید. در این راستا لازم اسـت تا به دنبال بهانه ای باشـید. برای مثال می توانید افراد را براسـاس ماه تولدشان، دسـته بندی کرده و یک جشن مشترک بگیرید. درواقع ارتباط مسـتقیم، ضامن وفاداری مشتری نسبت به برند شـما خواهد شـد. با این حال این نمونه، تنها یک مثال بوده و شما می توانید اقدامات به مراتب بیش تری را نیز انجام دهید.

۵-از اعیاد غافل نشوید

هر بهانه ای برای تبریک گفتن، خود باعث اسـتحکام ارتباط شما با مشـتری خواهد شـد. در این راسـتا توصیه می شود که اعیاد را مـورد توجه جدی خود قـرار داده و حداقل یک تبریک دوسـتانه را داشـته باشـید. با این حال اگر در این زمینه بودجه ای را جهت اقدامات بزرگتر تعیین نمایید، بدون شک ضرر نخواهید کرد.

۶-از تاثیر سورپرایز های کوچک غافل نشوید

انجـام یک اقدام هنگامی که افراد توقع ندارند، بدون شـک تاثیر بسـیار خوبی را به همراه خواهد داشـت. در این راسـتا توصیه می شـود که از موارد بسـیار کوچک، یک سـورپرایز ایجاد نمایید. این مـوارد برای برند هزینه ای را در بر نـدارد، با این حال تاثیر آن ها بسیار زیاد است.

در نهایت نکته ای که باید بهر ان توجه داشـته باشـید این است که تاثیر تمامی اقدامات را بسـنجید. این امر باعث خواهد شد تا در تصمیمات آتی خود بتوانید از آن ها اسـتفاده کرده و با اشـتباهات کم تری مواجه شوید.

منبع: alllbusiness.com

رهبری

۵ پیش‌بینی در مورد تغییرات سیستم حمل و نقل در دوران پسا کرونا

حدود یک سال است که همه‌گیری کرونا تغییرات بسیاری در نحوه زندگی اکثر شهروندان کره زمین ایجاد کرده اما در دوران پساکرونا شاهد چه تغییراتی در زندگی شهروندان مردم سراسر جهان خواهیم بود؟

پاندمی کرونا طی یک سال گذشته تاثیر زیادی بر شرایط اقتصادی و زندگی مردم سراسر جهان گذاشته است. امید آن می‌رود همه‌گیری کرونا از شرایط بحرانی خارج شود و زندگی به روال عادی خود بازگردد؛ اما آیا همه چیز به شرایط قبل کرونا بازخواهد گشت؟ چه تغییراتی ممکن است در سبک زندگی مردم در دوران پساکرونا به وجود بیاید؟ در این مطلب ۵ پیش‌بینی د رمورد دوران پسا کرونا ارائه شده است.

کاهش ترافیک در مرکز شهرها

در شرایط کرونا بسیاری از کسب و کارها مجبور شدند نیروهای انسانی خود را تعدیل کرده یا از بقیه بخواهند به صورت دورکار و پاره وقت فعالیت کنند. ممکن است در دوران پساکرونا نیز مجددا همین روال ادامه داشته باشند. برخی کسب و کارها با تعداد نیروی انسانی کمتر و مجددا به صورت دورکار، فعالیت‌ها را پیش ببرند. در نتیجه انتظار می‌رود در دوران پسا کرونا حجم ترافیک در مراکز شهری کاهش پیدا کند.

احتمال دارد بعد از کرونا نیز مجددا رستوران‌ها و خرده فروشی‌ها مشتری کمتری داشته باشند. هرچند به نظر می‌رسد برنامه‌هایی مثل کنسرت‌ها و جشنواره‌ها رونق خوبی پیدا کنند و پیش‌بینی می‌شود با رفع محدودیت‌های کرونایی، بسیاری از شهروندان از حضور در چنین برنامه‌هایی استقبال کنند.

سرویس‌های آنلاین رونق بیشتری پیدا می‌کند

شرایط همه گیری کرونا باعث شد بسیاری از مشاغل به سمت دورکاری و ارائه خدمات از راه دور روی بیاورند. برخی مشاغل از رویکرد جدید استقبال کردند و به نظر می‌رسد در دوران پسا کرونا نیز با همین روال کار را پیش ببرند.

بسیاری از رستوران‌ها، مراکز خرید و فروشگاه‌ها در حال حاضر خدمات خود را به صورت آنلاین و غیر حضوری ارائه می‌دهند و شهروندان بسیاری از این روال خرید رضایت دارند. پیش بینی می‌شود بسیاری از مشاغل همین روند را بعد از کرونا نیز ادامه بدهند.

در حال حاضر کارمندان بسیاری از شرکت‌ها برای دورکاری و ارائه خدمات آنلاین آموزش دیده‌اند و می‌توانند به خوبی مسایل مربوط به چنین شرایطی را مدیریت کنند. هرچند در دوران پسا کرونا برخی دیگر از مشاغل وضعیت متفاوتی را تجربه می‌کنند. مراکز ورزشی، تفریحی کتابخانه‌ها و آرایشگاه‌ها احتمالا به روال قبلی باز می‌گردند. البته پیش بینی می‌شود برخی از این مشاغل به صورت سیار و بدون اختصاص دفتر ثابت به کار خود ادامه بدهند.

کرونا باعث شد بسیاری از این مشاغل دفاتر کاری خود را تعطیل کنند. شاید در دوران پساکرونا چنین کسب و کارهایی به این نتیجه برسند که به جای تجهیز مجدد دفتر کار، به صورت سیار یا در دفاتر اشتراکی به کار خود ادامه بدهند.

تغییراتی در روند پروازهای هوایی رخ می‌دهد

در دوران کرونا حجم سفرهای هوایی به شدت کاهش یافت. آژانس‌های هوایی تدابیری برای مواجه با کرونا در نظر گرفتند. قبل از کرونا برخی اوقات مسافران مجبور بودند ساعت‌ها منتظر بمانند ولی در شرایط کرونا، بسیاری از فرآیندها تغییر کرد و اصلاح شد.

به نظر می‌رسد در دوران پساکرونا نیز مسافران راحت‌تر از دوران قبل کرونا می‌توانند سفر کنند. شاید دیگر شاهد حجم زیاد مسافران در صف‌های ورود به هواپیما نباشیم.

تغییراتی در بازرسی امنیتی فرودگاه‌ها

نه تنها انتظار می‌رود بعد از کرونا شاهد صف‌های طولانی مسافر در فرودگاه‌ها نباشیم و احتمالا فرآیندهای کاری فرودگاه‌ها بهتر از قبل خواهد شد؛ بلکه تغییراتی در پروسه‌های بازرسی امنیتی نیز رخ می‌دهد.

کرونا باعث شد فرآیندهای جدیدی برای بازرسی امنیتی فرودگاه‌ها در نظر گرفته شود. انتظار می‌رود همین روندها در دوران پسا کرونا نیز ادامه پیدا خواهد کرد.

به شهروندانی تمیزتر تبدیل می‌شویم

همه گیری کرونا باعث شد که مردم سراسر جهان به پاکیزگی توجه بیشتری نشان بدهند. بسیاری از دفاتر کاری، رستوران‌ها و مراکز ورزشی بهداشت را به شکلی که باید رعایت نمی‌کردند. دوران کرونا تغییراتی بنیادی در توجه شهروندان به پاکیزگی ایجاد کرد. به نظر می‌رسد در دوران پساکرونا نیز کماکان بیشتر مردم به تمیزی و پاکیزگی توجه نشان بدهند.

منبع: fastcompany/digiato

توصیه های کارآفرینی

در سال ۲۰۲۱ این کارها را انجام ندهید!

مترجم:عاطفه‌جولانی

همه ما می دانیم که سال ۲۰۲۰، سالی سرشار از چالش های مختلف در فضای کارآفرینی و کسب و کار در سراسر جهان بوده است. آنچه در ادامه آورده شده، ۱۵ کاری است که به عنوان کارآفرین در سال ۲۰۲۱، بهتر است از آن ها اجتناب کنید:

۱- از دست دادن تمرکز

زمان که شما به نقطه ای برسید که فراموش کنید چرا از ابتدا وارد این کسب و کار شده اید، در واقع در نقطه شکست کسب و کار خود ایستاده اید. به عنوان مثال می توان به عدم توانایی در پاسخگویی به نگرانی ها و نیازهای مشتریان و در نهایت از دست دادن آنها اشاره کرد. تلاش کنید که همواره نیاز مشتریان خود را در مرکز توجه قرار دهید و این نکته را به واحد توسعه ی محصولات و خدمات شرکت هم گوشزد کنید. هم چنین مطمئن شوید که به طور مداوم شرکت شما در حال تماس با مشتریان خود بوده و دائما ارزیابی کنید که آیا در مسیر درستی حرکت می کنید یا خیر؟

۲- عدم توانایی در رهبری کسب و کار

رهبری سازمانی مفاهیم و آرمان های بی شماری را در بر می گیرد، مفاهیمی مانند فروش، بازاریابی، عملکرد و مدیریت پرسنل فقط بخش کوچکی از این مفهوم را می رساند، مانند آنچه در قله کوه یخ قابل دیدن است! زمانی که سازمان ها و رهبران آن ها شروع به تصمیم گیری های اشتباه می کنند، درست در آغاز یک مسیر رو به شکست قرار دارند. پس در سال ۲۰۲۱ برای ایجاد ارزش و درک مفاهیم رهبری سازمانی، زمان بگذارید.

۳- عدم توجه به کارکنان و تیم های کاری

به عنوان یک کارفرما، باید این مسئله را بدانید که اگر کارمندان شما خوشحال، با انگیزه و درگیر کار نباشند، غیر ممکن است که هر روز با پشتکار و انرژی بالا به مشتریان شما خدمات رسانی کنند. به یاد داشته باشید که موفق ترین سازمان ها، پیش از شروع هرگونه فعالیت به منظور کسب درآمد و مقابله با اهداف بزرگتر، روی ساختار داخلی و ارتباطات درونی کارمندان خود تمرکز می کنند.

۴- عدم همکاری با شرکا

سازمان های موفق همواره به دنبال فرصت هایی برای کار با دیگران هستند. هم چنین رهبران موفق می دانند که پیروزی در گرو همکاری با افراد موفق دیگر است. در این زمینه می توانید کار خود را با جست و جوی ۱۰ فرصت مشارکت با شرکای بالقوه آغاز کنید و برای شروع کار در زمینه های کوچک، با دیگران همکاری کنید! فراموش نکنید که سازگاری، کلید پیروزی در کسب و کار و تجارت جهانی است.

۵- ساختن دیوار بین خود و سهام داران شرکت

سازمان های موفق تلاش می کنند تا دیوارها و سدها را از میان بردارند، پس هرگز بین خود و سهام داران شرکت، دیوار نسازید! این بحث شامل رقابت ها، سازمان های صنعتی، انجمن ها، رسانه ها و هر سازمان دیگری است. تلاش کنید تا تبدیل به کسی شوید که دیوارهای مانع را خراب می کند تا صنعتی بهتر و یکپارچه ایجاد کند. رهبری باشید که دیگران می توانند به عملکرد او نگاه کنند و از او کمک بخواهند، زیرا آن ها به شما برای از بین بردن سدها و موانع اعتماد پیدا می کنند.

۶- نادیده گرفتن مشتریان

هرگز از مشتریان خود غافل نشوید! بسیاری از اوقات، سازمان ها بیش از اندازه روی مسائل داخلی شرکت تمرکز می کنند. به عنوان مثال شرکتی را در نظر بگیرید که مدام بر روی بهتر شدن محصولات و فرآیند های داخلی خود، که بسیار پیچیده تر از حد نیاز است، زمان می گذارند. این امر سبب می شود تا این شرکت کم کم از گوش دادن به مشتریان خود غافل شده و به آنچه که در نهایت بر طرف کننده ی نیازهای مشتری است، توجه نکنند! اما نتیجه چه خواهد بود؟ کاهش درآمد و تخریب سازمانی!

۷- از دست دادن بازخورد مشتریان

مسئولیت پذیری، کلید موفقیت سازمانی است! کارشناسان اعتقاد دارند که پاسخگویی یکی از مهمترین دلایل موفقیت کسب و کار ها است. بر اساس آخرین تحقیقات مشخص شده است که تعهد به کار و مسئولیت پذیری ۶۵ درصد شانس دستیابی به هدف را افزایش می دهد. همچنین مطالعات بسیاری نشان داده است که مسئولیت پذیری شخصی، مسئولیت پذیری سازمانی و استفاده از مربیان پاسخگویی برای آموزش نحوه پاسخگویی به مشتریان توسط کارمندان، احتمال رسیدن به اهداف کسب و کار را به نحو چشمگیری بیشتر می کند. شما می توانید با ایجاد فرهنگ پاسخگویی، مسئولیت پذیری سازمان خود را بالا ببرید.

۸- عدم توجه به محدودیت زمانی برای اجرای برنامه ها:

تعهد به زمان تعیین شده برای انجام کارها، احتمالا مهمترین عنصر در دستیابی موفقیت آمیز به هدف است. بسیاری از کارآفرینان بی وقفه برنامه ریزی می کنند و این امر بخش زیادی از زمان اجرا را به خود اختصاص می دهد تا آنجا که دیگر برای اجرای برنامه ها زمان زیادی باقی نمی ماند!

پس با پایبندی به تعهد زمانی از آن به عنوان ابزاری برای پیشی گرفتن و بکارگیری بهینه منابع استفاده کنید. هم چنین تلاش کنید به قول هایی که به مشتریان، کارمندان و سهام داران خود داده اید، با اجرای درست و به موقع وظایف خود عمل کنید.

۹- ترس و فرار از ریسک های کسب و کار:

امروزه بسیاری از صنایع و کسب و کارها، به دلیل فضای بی ثبات ناشی از شیوع کرونا در سطح جهان، از ریسک گریزی خود رنج می برند! هم چنین برخی کسب و کارهای خدماتی مانند خدمات حقوقی و حسابداری، در حال مبارزه ی بی وقفه با فناوری و مقاومت در برابر مدل های کسب و کار مدرن هستند. این سازمان ها معمولا از انطباق با روش های جدید برای انجام کارها خودداری می کنند.

به یاد داشته باشید که منظور از ریسک کسب و کار، صرفا ریسک های مالی نیست، بلکه کشف و ایجاد فرصت های جدید کسب و کار، ایجاد جریان های درآمدی جدید و کاوش در مسیرهایی است که پیش از این تجربه نشده اند نیز به نوعی ریسک کسب و کار محسوب می شوند.

۱۰- عدم توجه به تدوین استانداردها:

آیا تاکنون نام شرکت خودرو سازی را شنیده اید که استانداردهای ایمنی برای آن تعریف نشده باشد؟ یا شرکت هواپیمایی که استاندارد عملیاتی نداشته باشد؟ رعایت نکردن استانداردهای مشخص، برای برخی صنایع غیر ممکن است، زیرا فقدان استاندارد می تواند عواقب ناگواری را به دنبال داشته باشد.

همیشه در فرایندهای کاری خود این اطمینان را حاصل کنید که در سطح استانداردهای مناسب کار می کنید! این امر به معنای انجام بهترین عملکرد، انتظار بهترین نتیجه، ایجاد طرز تفکر با کیفیت و حفظ حداقل استانداردهای قابل قبول در داخل سازمان و در سراسر هیئت مدیره است.

۱۱- بی تفاوتی نسبت به عملکرد قلدرهای سازمانی:

قلدرهای سازمانی، افرادی هستند که همیشه راه خود را می روند. شاید این افراد در سازمان شما موقعیتی قوی داشته و عادت کرده اند از عملکرد در چهارچوب استانداردها و قوانین شرکتی طفره بروند. زدودن زورگویی های این افراد از فرهنگ سازمان، می تواند برای رهبران وظیفه سختی باشد.

با این حال، مسئله مهم این است که همه ی کسانی که به نوعی درگیر و عضوی از کسب و کار شما هستند، باید از ارزش ها و فرهنگ سازمانی شما آگاه باشند و به آن عمل کنند. افراد باید در برابر استراتژی های کسب و کار، چشم انداز رهبری و آنچه که شما به عنوان رهبر یا مدیر ارشد ایجاد کرده اید رفتار محترمانه داشته باشند.

۱۲- تمرکز بیش از حد بر رقابت:

برخی صنایع بر بازار رقابتی بیش از اندازه متمرکز می شوند. در یک بازار کوچک که مملو از شرکت هایی است که محصولات یکسانی را ارائه می دهند و اساسا تعداد بسیار کمی از جامعه ی مشتریان را هدف قرار می دهند، رقابت و پیشی گرفتن از یکدیگر، به نوعی مسئله مرگ و زندگی است.

با این حال اگر تمام تمرکز شما صرفا بر روی رقابت با دیگران باشد، از تفکر نوآورانه و خارج از چارچوب عقب می مانید. در این حال بهتر است همه توجه خود را به مساله رقابت معطوف نکنید! بلکه بر عملکردهای درون سازمانی، توسعه ی محصول و کشف راه حل های جدید برای ایجاد ارزش افزوده و جذب مشتری بکوشید و در نهایت استانداردهای خود را در بازار ارتقا دهید.

۱۳- نادیده گرفتن منتقدان خود

آیا تاکنون منتقدانی داشتید که مشتاقانه عملکرد شما در بازار را بررسی کنند؟ اگر جواب منفی است پس باید بدانید که در واقع تاثیر خاصی در صنعت خود نداشته اید! مسلما این طرز تفکر کمی با تفکر سنتی، متفاوت است. همیشه باید منتقدانی داشته باشید و در کنار آن ها افرادی که شما را به مسیر درست راهنمایی می کنند و به شما کمک می کنند که هم زمینه هایی را شناسایی کنید که در آن ها با چالش های کسب و کار خود روبرو هستید و هم زمینه هایی که در آنها فرصت رشد برای شما وجود دارد. به کسانی که پیگیر کار شما هستند توجه کنید. این امر به شما کمک می کند مسیر صحیح را پیدا کنید.

۱۴- بی توجهی به مسوولیت اجتماعی کسب و کار!

در سال ۲۰۲۱، شما می بایست به سازمانی تبدیل شوید که بیش از پیش به مسوولیت اجتماعیش توجه دارد. معنای این جمله این است که باید در کسب و کار خود، حامی اهداف اجتماعی باشید، با افرادی با علایق مشابه خود ملاقات کنید، به کارمندان خود در تغییرات جامعه کمک کنید و در ابتکارات و ایده هایی که فراتر از عملکرد شما به عنوان یک کسب و کار مستقل و حرفه ای است، مشارکت کنید.

به عنوان مثال در یک سطح محلی، ممکن است یک تیم ورزشی را در یک مدرسه پیدا کنید که نیاز به پشتیبانی دارد، یا پروژه های دانش آموزی یا فردی که برای کمک های داوطلبانه نیاز به حمایت دارند. این پروژه ها و حمایت ها، وسیله ای است برای جذب کارمندان شما و هم چنین همکاری نزدیک شما را با جامعه ای فراهم می سازد که می تواند از شما به عنوان یک سازمان حمایت کند.

پس درگیر جامعه باشید و تلاش کنید به سازمانی غیر قابل انطباق با فضای جامعه تبدیل نشوید.

۱۵- توقف در فرایند یادگیری:

اگر به عنوان کارآفرین یا کسب و کار سازمانی، فرایند یادگیری را متوقف کردید، نمی توانید کار زیادی برای پیشرفت تان انجام دهید. اگر به جامعه کسب‌وکارها نگاه کنید، متوجه صنایع و مشاغلی می‌شوید که دچار مرگ تدریجی شده اند، مثلا مشاغل حسابداری! موسسه‌های حسابداری سنتی برای بقا در محیط کسب و کار، مراحل دشواری را پیش رو دارند، زیرا فناوری تهدید بزرگی برای شرکت‌هایی است که از تغییر و انطباق با شیوه‌های جدید تجارت خودداری می‌کنند.

همیشه به عنوان کسب و کار برای یادگیری حریص باشید و اطمینان حاصل کنید که کارمندان شما در حال یادگیری مفاهیم و مهارت‌های جدید هستند.

برای موفقیت سازمان ها و کسب و کارها در سال ۲۰۲۱ موارد مختلفی وجود دارند که باید مورد توجه قرار بگیرند. اما در مجموع باید گفت فرصت های زیادی برای پیشرفت وجود دارد که با کشف آنها می توانید در سال ۲۰۲۱ به عنوان کارآفرین یا کسب و کار موفق شناخته شوید.

منبع: entrepreneur.com/modirinfo

اخبار

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق مازندران خبر داد:

صرفه‌جویی ۴۴۴ مگاوات ساعت توزیع برق مازندران با تعدیل حدود ۱۸ هزار لامپ روشنایی معابر

ساری – دهقان: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق مازندران از برنامه‌ریزی برای کاهش مصرف برق در استان با برنامه‌ریزی برای کاهش مصرف در مصارف عمومی و دستگاه‌های اداری خبر داد و گفت که تعدیل هزاران لامپ از روشنایی معابر استان یکی از این موارد است. قطعی‌های برق که طی روزهای اخیر در برخی نقاط استان و همچنین سایر استان‌های کشور رخ داد سبب شده اقدامات فوری و گسترده‌ای از سوی وزارت نیرو و سایر نهادهای مرتبط برای کاهش مصرف برق در بخش مصارف عمومی انجام شود که به گفته مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق مازندران، در این استان نیز منجر به تعدیل ۱۷ هزار و ۸۷۹ لامپ در معابر استان شد. فرامرز سپری در جلسه ستاد اضطراری مدیریت سوخت نیروگاه‌ها، صنایع و مدیریت مصرف انرژی کشور که به صورت ویدیو کنفرانسی با مدیران شرکت توانیر برگزار شد اظهار کرد: با توجه به این که در مازندران چند شهر با وضعیت قرمز کرونایی داریم و وضعیت استان نیز در موضوع کرونا مساعد نیست، تلاش کردیم که مدیریت مصرف را جدی بگیریم تا از بروز هر گونه مشکل برای شهروندان در بحث انرژی برق جلوگیری شود. وی افزود: یکی از اقدامات مهمی که انجام شد تعدیل روشنایی معابر طی چند روز اخیر بود. با شناسایی نقاط دارای قابلیت تعدیل لامپ‌ها در معابر سراسر استان، ۱۷ هزار و ۸۷۹ لامپ حذف شد که حاصل این تعدیل‌ها ۴۴۴ مگاوات-ساعت صرفه‌جویی بود.

خاموشی بامدادی/ این مسئول با بیان این که برای کنترل بار ادارات بود هماهنگی‌های لازم با استانداری انجام شد، خاطرنشان کرد: خاموشی در ساعات کم مصرف برق هم از دیگر اقداماتی است که طبق برنامه زمان‌بندی اجرا می‌شود. بامداد امروز طی سه نوبت خاموشی در نقاط مختلَف استان از ساعت صفر تا ۴:۴۸ بامداد ۳۱۳ مگاوات-ساعت در مصرف برق صرفه‌جویی شد. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق مازندران تصریح کرد: با توجه به اجرای خاموشی در برخی نقاط استان طی ساعات کم‌مصرف، برای پیشگیری از سرقت شبکه برق علاوه بر افزایش گشت‌های مربوطه، هماهنگی‌های لازم با نیروی انتظامی و استانداری انجام شد. خوشبختانه در ساعات خاموشی بامداد امروز هیچ سرقتی از شبکه برق استان رخ نداد.

افزایش مصرف گاز عامل کاهش تولید برق/ این مسئول در تشریح دلایل ایجاد این شرایط با بیان این که حدود ۷۰ درصد گاز کشور در بخش خانگی و تجاری مصرف می‌شود، اظهار کرد: افزایش شدید مصرف گاز در بخش خانگی و تجاری، تحویل گاز به نیروگاه‌ها را با محدودیت مواجه کرده و به ناچار در نیروگاه‌ها، سوخت مایع جایگزین گاز شده است. از طرفی با توجه به شرایط کرونایی، آلودگی هوا و محدودیت‌های تنفسی و به منظور تامین برق پایدار، مصرف انرژی کشور باید کاهش یابد.

روش‌های مدیریت مصرف در زمستان/ این مسئول خاطرنشان کرد: علاوه بر صرفه‌جویی در مصرف گاز، درست مصرف کردن انرژی برق نیز از دیگر نکاتی است که همواره برای پیشگیری از خاموشی‌های شبکه برق بر آن تأکید می‌شود. انتخاب دمای مناسب برای سیستم گرمایشی اعم از گازی و برقی در منازل کمک زیادی به کاهش مصرف انرژی و پیشگیری از خاموشی‌ها می‌کند. این موضوع به ویژه در منازل و اماکنی که از سیستم گرمایشی اسپلیت یا شوفاژ استفاده می‌کنند حائز اهمیت است.

رایزنی‌های شهردار رشت در تهران جهت جذب اعتبارات ملی برای پروژه‌های بازآفرینی و پسماند

رشت – خبرنگار فرصت امروز: رایزنی‌های شهردار رشت در تهران جهت جذب اعتبارات ملی برای پروژه‌های بازآفرینی و پسماند شهردار رشت در راستای جذب اعتبارات ملی برای پروژه‌های بازآفرینی و پسماند با مسئولان مربوطه در وزارت راه و شهرسازی و سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور دیدار و گفت‌وگو کرد. ۱۳۹۹/۱۰/۱۵ به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری رشت، سید محمد احمدی شهردار رشت امروز (دوشنبه ۱۵ دی) در راستای انجام یکسری رایزنی‌ها جهت جذب اعتبارات ملی برای پروژه‌های بازآفرینی و پسماند در تهران با مسئولان مربوطه در وزارت راه و شهرسازی و سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور دیدار و گفت‌وگو کرد. شهردار رشت در نخستین جلسه خود با سید حبیب راضی مدیرکل دفتر هماهنگی عمرانی و خدمات شهری سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور دیدار کرد. در این جلسه، دو طرف در مورد موضوعاتی شامل تخصیص اعتبار برای راه‌اندازی دستگاه زباله‌سوز سایت سراوان و پروژه افزایش ظرفیت کارخانه کودآلی لاکان مذاکراتی را انجام دادند. در همین راستا و با دعوت شهردار رشت، قرار شد سید حبیب راضی مدیر کل دفتر هماهنگی عمرانی و خدمات شهری سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور هفته آینده جهت بازدید از پروژه‌های مرتبط با پسماند با تیم همراه خود به رشت سفر کند. سید محمد احمدی شهردار رشت همچنین رایزنی‌هایی هم با برخی مدیران وزارت راه و شهرسازی داشت و در خلال آن قرار شد مهدی عبوری معاون وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل شرکت بازآفرینی شهری ایران نیز اواخر همین هفته از رشت بازدید به عمل آورد. به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری رشت، جذب اعتبارات ملی و بررسی پروژه‌های بازآفرینی شهری از جمله مهم‌ترین برنامه‌های سفر کاری معاون وزیر راه و شهرسازی به رشت است.

توضیحی در خصوص خاموشی بخش هایی از امیدیه

اهواز – شبنم قجاوند: مدیر امور بهره برداری ناحیه شرق شرکت برق منطقه ای خوزستان با ارائه توضیحی در خصوص حادثه رخ داده در پست برق امیدیه ۱، گفت: در کمتر از دو ساعت قطعات معیوب جدا و خاموشی که در بخش هایی از شهرستان امیدیه رخ داده بود، برطرف شد. محمد سلبی توضیح داد: شب گذشته به علت معیوب شدن کلید هوایی و کلید قدرت ۲۳۰ کیلو ولت پست ۴۰۰ امیدیه ۱، کل پست مذکور خاموش و به تبع آن، پست های تابعه این ایستگاه نیز خاموش شدند. وی افزود: بلافاصله در محل حاضر و قطعات معیوب جداسازی و تعویض شد و در کمتر از دو ساعت پست امیدیه ۱ و دیگر پست هایی که خاموش شده بودند به مدار برگشتند و خاموشی های ایجاد شده برطرف شد. مدیر امور بهره برداری ناحیه شرق شرکت برق منطقه ای خوزستان بیان کرد: در حال حاضر کلیه پست های ناحیه در مدار هستند و مشکلی در این زمینه وجود ندارد.

پنجمین جلسه کارگروه انرژی و آب شورای پدافند غیرعامل استان مرکزی در شرکت گاز استان برگزار شد

اراک – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی جلسه کارگروه انرژی و آب با حضور محمدرضا سمیعی مدیرعامل شرکت گاز استان مرکزی واعضای این کارگروه از ادارات مختلف استان در سالن اجتماعات این شرکت برگزار گردید. برپایه این گزارش در این جلسه که با حضور نمایندگان دستگاهای دولتی برگزار شد اعضای جلسه در خصوص پدافند غیرعامل ومقاوم سازی دستگاه های دولتی درخصوص مقابله با تهدیدات دشمن مطالبی را عنوان نمودند.لازم به ذکر است در این جلسه تصمیمات لازم در خصوص اتخاذ رویکرد و آمادگی جهت انجام عملیات پیشگیرانه ، ارتقای هوشیاری در مقابله با مخاطرات و تهدیدات از سوی دشمن گرفته شد تا از غافلگیری عملیاتی جلوگیری بعمل آید.

واکسیناسیون پاکبانان شهرداری گرگان به طور رایگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: موسی الرضا صفری معاون خدمات شهری شهرداری گرگان اظهار کرد: تمامی ۵۴۸ پاکبان مناطق سه گانه شهرداری به صورت رایگان واکسن آنفولانزا تزریق خواهد شد.صفری افزود: عملیات واکسیناسیون این پاکبانان زحمتکش از روز گذشته آغاز شده و تا اواخر ماه جاری ادامه خواهد داشت.معاون خدمات شهری شهرداری گرگان تصریح کرد: این واکسیناسیون در راستای اجرای تفاهم نامه همکاری مشترک بین مرکز بهداشت و شهرداری گرگان آغاز شده است.صفری هدف از انعقاد این تفاهم نامه را ارتقای سلامت کارکنان خدمات شهری و همچنین کاهش هزینه پزشکی این زحمتکشان از طریق واکسیناسیون آنفولانزا ذکر کرد.به گفته وی، این تفاهم نامه مشترک به امضای دکتر دادبود شهردار گرگان و مرتضی غلامی سرپرست مرکز بهداشت رسیده است.

شهردار گرگان:

فاز نخست شهربازی گرگان بهار ۱۴۰۰ به بهره برداری می رسد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: دکتر عبدالرضا دادبود شهردار گرگان در خصوص بازدید امروز از پروژه بزرگ شهربازی گرگان اظهار کرد: طبق قراردادی که با قرارگاه سازندگی خاتم الانبیا (ص) داریم به محل ساخت پروژه آمدیم و موضوعاتی که مربوط به آن است را مورد بررسی قرار دادیم.دادبود با بیان اینکه بخش اول پروژه شهربازی در حوزه زیرساخت های آن است گفت: امیدوارم با برگزاری جلسات هفتگی مستمر، مشکلات پروژه به طور کامل برطرف شود و سرعت ساخت آن شتاب بیشتری پیدا کندوی خاطرنشان کرد: قرار شد بخشی از تجهیزات لازم که در بضاعت شهرداری است را تهیه و نصب کنیم و تحت عنوان فاز اول شهربازی به بهره برداری برسانیم.شهردار گرگان در خصوص زمان بهره برداری پروژه تصریح کرد: عملیات خاکبرداری، خاکریزی، دیواره سازی و تراس بندی محوطه ۱۵ هکتاری و راه های دسترسی در حال اجراست و امیدوارم در بهار ۱۴۰۰ بخش اول این پروژه را از قرارگاه تحویل بگیریم.

در اجلاس مدیران راه آهن های مرزی ایران و ترکیه مقرر شد؛

افزایش حجم مبادلات کالا میان دو کشور تا سالانه یک میلیون تن

آذربایجان شرقی – فلاح: راه های افزایش مبادله کالا و مسافر از طریق راه آهن دو کشور ایران و ترکیه در نشست کاری اجلاس روسای راه آهن های مرزی دوکشور در تبریز مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

در این نشست کاری که به مدت دو روز برگزار می شود، محمدرضا قربانی، مدیرکل راه آهن منطقه آذربایجان از طرف ایران و مظفر کوچ، مدیر راه آهن منطقه مالاتیا از طرف ترکیه باتفاق هیئت های همراه، مسایل مربوط به مشکلات فنی در تبادل واگن قطارهای باری، تخلیه و بارگیری و اجرای دقیق مفاد موافق نامه منعقده بین دو کشور را بررسی کردند .

در این نشست که چهلمین اجلاس روسای راه آهن های مرزی دو کشور بعد از موافقت نامه منعقده بین دو کشور در سال ۱۹۸۹ میلادی محسوب می شد، در خصوص مشکلات مربوط به گمرک، بازاریابی و مشکلات مربوط به نحوه انتقال کالاهای تجاری بین دو کشور و راههای توسعه و روانسازی حمل و نقل ریلی بحث و بررسی شد. محمدرضا قربانی مدیرکل راه آهن منطقه آذربایجان در حاشیه این اجلاس گفت: تلاش برای افزایش حجم مبادلات کالا بین دو کشور ایران و ترکیه از طریق راه آهن از جمله اهداف این نشست بود.

قربانی افزود: حجم مبادلات کالا از طریق راه آهن بین دو کشور در ۹ ماهه سال جاری میلادی ۵۰۰ هزار تن کالا بوده است که ۳۳۵ هزار تن آن واردات از کشور ترکیه و ۱۵۵ هزار تن آن صادرات کالا به ترکیه بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۰۵ درصد افزایش داشته است. وی اظهار امیدواری کرد با تلاش دو کشور میزان جابجایی کالا بین دو کشور را به یک میلیون تن در سال برسانند و حجم مبادلات کالا بین دو کشور از سال های آینده به بیش از دو برابر حجم کنونی افزایش یابد.

"مظفر کوچ" مدیرکل راه آهن ناحیه ۵ مالاتیای ترکیه نیز با مثبت ارزیابی کردن چهلمین نشست مقامات و کارشناسان راه آهن های مرزی دو کشور نسبت به اجرای دقیق مفاد موافقت نامه منعقده بین دو طرف قول مساعد داد و از تلاش راه آهن ترکیه به افزایش مبادلات به میزان یک میلیون تن کالا در سال بین دو کشور اظهار امیدواری کرد. در این نشست مدیران راه آهن های دو طرف نسبت به توسعه خطوط ریلی در ایستگاههای رازی و کاپیکوی بر دستیابی به اهداف این جلسه و جابجایی یک میلیون تن کالا در سال را ضروری اعلام کردند. اجلاس مقامات راه آهن های مرزی ایران و ترکیه از سال ۱۹۸۹ میلادی تاکنون هر شش ماه یکبار در مرکز استان های مرزی دو طرف برگزار شده است.

چهارمین سفر معاون کل وزیر بهداشت به استان قزوین

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: نشست ستاد استانی پیشگیری و مقابله با کرونای استان قزوین با حضور دکتر حریرچی، معاون کل وزیر بهداشت و ناظر کشوری اجرای طرح محله و خانواده محور شهید سلیمانی و اعضای این ستاد صبح شنبه ۱۳ دی ماه ۹۹ در سالن جلسات استانداری قزوین برگزار شد. در این نشست که استاندار، نمایندگان مردم قزوین، البرز و آبیک و تاکستان نیز حضور داشتند؛ ابتدا دکتر پیمان نامدار، رئیس دانشگاه علوم پزشکی قزوین، ضمن خیر مقدم، گزارشی از وضعیت استان، توانمندی ها، مشارکت جمعی، و آمار بیماران و فوتی ها را همراه با تحلیل ارایه کرد، و معاون بهداشت و درمان سپاه، مدیر عامل جمعیت هلال احمر، مدیر کل سازمان تبلیغات اسلامی و جانشین فرماندهی نیروی انتظامی گزارش فعالیت های خود در طرح شهید قاسم سلیمانی را بیان کردند. دکتر ایرج حریرچی، معاون کل وزیر بهداشت و ناظر کشوری اجرای طرح محله و خانواده محور شهید قاسم سلیمانی نیز در این نشست، هدف از دومین سفر خود به استان قزوین از آغاز این طرح را بررسی روند کنترل و پیشگیری بیماری کرونا اعلام کرد و افزود: ما از طرف دو گروه از مبتلایان نگرانی نداریم، یکی آنان که در بیمارستان بستری هستند و رفت و آمد نیروهای درمانی و خانواده ها تحت کنترل است و دیگری بیمارانی که در منزل قرنطینه هستند و ارتباطشان با بیرون محدود یا قطع است. معاون کل وزیر بهداشت، خطر انتقال و گسترش ویروس را در افرادی دانست که بی علامت یا کم علامت هستند و در جامعه تحرک دارند و ادامه داد: ویروس در وضعیت عادی در بیرون زیاد ماندگاری ندارد و بزرگ ترین خطر انتقال زمانی است که در بدن افراد فعالیت دارد و این افراد بی علامت یا کم علامت عامل اصلی گسترش و انتقال ویروس هستند و متاسفانه در همه جای جامعه نیز در حال تحرک هستند.

ناظر کشوری اجرای طرح شهید سلیمانی در استان های شمال غرب کشور افزود: ویروس سوار آدم ها می شود و منتقل می گردد و اگر ما این افراد را با انجام تست های سرپایی شناسایی و جابجایی آنان را کنترل کنیم، می توانیم خیلی راحت تر و بی هزینه تر از گسترش بیماری جلوگیری کنیم. دکتر حریرچی با اشاره به آمار بستری بیماران کرونایی گفت: زمانی که بستری های ما کم می شود، اگر چه برای حوزه سلامت خبر خوبی است، اما خطر انتقال بیشتر است و بهترین راه ما برای مقابله این است که افراد را در مرحله اول شناسایی کنیم که اگر این کار را نکنیم، دوباره مجبوریم ممنوعیت ها و محدودیت ها را اعمال کنیم. فاطمه محمدبیگی و رجب رحمانی نمایندگان مردم در مجلس شورای اسلامی نیز در این نشست با تاکید بر الزام مردم به رعایت پروتکل های بهداشتی از معاون کل وزیر بهداشت درخواست کردند تا ضمن تقویت سیستم بهداشتی استان و تداوم طرح محله و خانواده محور، نگاه ویژه ای به استان قزوین داشته باشند، زیر این استان چهار راه عبور یازده استان کشور است. گفتنی است از زمان همه گیری کرونا، معاون کل وزیر بهداشت چهار بار به استان قزوین سفر داشت که این حضور در چهل روز گذشته، دومین بازدید ایشان از استان قزوین است.

استفاده از سازه‌های کشاورزی برای جلوگیری از وقوع سیلاب در شهر قم

قم – خبرنگار فرصت امروز: معاون خدمات شهری شهرداری قم با تأکید برساخت سازه‌های طبیعی کشاورزی برای جلوگیری از وقوع سیلاب در شهر از مکث ۱۵۰ مترمکعب پشت سازه‌های ساخته شده منابع طبیعی خبر داد. سید امیر سامع در گفت و گو با روابط عمومی شهرداری قم با اشاره به تدوین برنامه جامع جمع آوری و دفع آبهای سطحی قم اظهار داشت: رویکرد کلی اقدامات شهرداری در راستای جمع‌آوری آبهای سطحی تا سالهای گذشته بر هدایت آب بود اما در طرح مطالعاتی جدید رویکرد به جذب آب تغییر کرده است. سامع افزایش میانگین بارندگی در مدت زمان اندک را یکی از دلایل این تغییر رویکرد دانست و افزود: با توجه به تغییر الگوی بارش ما ۲۰ میلیمتر بارندگی را در چند دقیقه ثبت کرده‌ایم که برای این میزان از بارندگی نیاز به کانال‌های با قطر دو تا سه متر وجود دارد. وی بر استفاده از ظرفیت کشاورزها در جمع‌آوری و دفع آبهای سطحی تأکید کرد و گفت: در بسیاری از کشورها کشاورزها خودشان در این زمینه مطالعه دارند و گوراب‌هایی را برای جمعآوری آب ایجاد می‌کنند. سامع بر ضرورت ایفای نقش جهاد کشاورزی در این زمینه تأکید کرد و گفت: اقداماتی در همین راستا هم انجام شد و آبی که قرار بود از رینگ منطقه دو به حرکت دربیاید در همه مناطق بچرخد و از شهر خارج شود با هماهنگی‌هایی که با جهاد کشاورزی به وجود آمد و با ایجاد خروجی‌هایی در کانال، به زمین کشاورزها در طول مسیر هدایت شد که اتفاقاً کشاورزها هم به این امر هیچ اعتراضی نداشتند. وی افزود: این امر می‌تواند به عنوان یک برنامه هماهنگ بین شهرداری و جهاد کشاورزی مطرح شود که از این طریق از موضوعی که فکر میکنیم یک آسیب است استفاده درستی داشته باشیم. معاون خدمات شهری شهرداری قم بابیان اینکه در تدوین طرح جامع جمع‌آوری و دفع آبهای سطحی این موضوعات دیده شده است، ادامه داد: منابع طبیعی هم سازه هایی با همین رویکرد ایجاد کرده است که به جای اینکه اجازه دهیم آب برسد به رودخانه و از این طریق از شهر خارج شود می‌توانیم به گونه طراحی را پیش ببریم که آب در یک سری نقاط نگهداشته شوند. سامع افزود: این اتفاق هم از وقوع سیلاب جلوگیری می کند هم اکوسیستم و محیط طبیعی خوبی هم برای حضور پرندگان ایجاد می کند و هم گاهی محلی برای تفریح مردم خواهد بود. وی بابیان اینکه با همین اقدام منابع طبیعی بخشی از خطر سیلاب در شهر رفع شده است تأکید کرد: ظاهراً ۱۵۰ مترمکعب از سیلابی که در صورت وقوع بارندگی‌های شدید وارد شهر میشد از این طریق پشت این سازه‌ها متوقف می‌شوند که هم تالابی ایجاد خواهد شد و هم امکان تزریق و نفوذ آب به سفره‌های آب زیرزمینی ایجاد می‌شود.

در دیدار مدیرعامل آبفا با امام جمعه شهرستان خمیر مطرح شد:

مطالبه گری منطقی مردم خمیر برای مجموعه آبفا انگیزه کار بیشتر می‌دهد

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان در سفر به شهرستان خمیر با حجت الاسلام والمسلمین صالحی امام جمعه این شهرستان دیدار کرد.

به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان، امام جمعه شهرستان خمیر در این دیدار با بیان اینکه فعالیت شرکت آب و فاضلاب ملموس است، افزود: وضعیت فعلی آب در این شهرستان نشان می دهد که فرایند خوبی برای خمیر رقم خورده که با وجود دغدغه آب در جای جای استان هرمزگان، منطقه خمیر شرایط مطلوب تری نسبت به دیگر مناطق دارد.

حجت الاسلام والمسلمین صالحی، شرایط فعلی آب خمیر را ناشی از مدیریت خوب شرکت آب و فاضلاب عنوان کرد و گفت: خوشبختانه با ورود مدیرعامل آبفا و عملکرد مناسب مدیر آب و فاضلاب شهرستان خمیر، منطقه کشار نیز به نقطه رضایت بخشی در تامین آب رسیده است که امیدواریم با برنامه های در دستور کار و اضافه شدن ظرفیت های جدید، تحول بزرگی در این شهرستان رخ دهد. در ادامه این دیدار، امین قصمی مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان با بیان اینکه جلب اعتماد مردمی یکی از دلایل تحقق برنامه های رفع تنش آب شهرستان خمیر بوده است، افزود: تا دو سال پیش شهرستان خمیر با مشکلات زیادی در تامین آب مواجه بود که با ایجاد ظرفیت های جدید، مسئله آب خمیر مرتفع شد. وی با بیان اینکه طی یک و نیم سال گذشته بیش از ۴۵۰ میلیارد ریال پروژه های آبرسانی در شهرستان خمیر اجرا شده است، تصریح کرد، مردم با دیدن فعالیت های عمرانی آب و فاضلاب به آینده امیدوار و در راستای تحقق برنامه ها با ما همراهی می کنند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان از مطالبه گری مردم شهرستان خمیر با عنوان مطالبه گری معقولانه و منطقی یاد کرد و گفت: این نوع مطالبه گری انگیزه مضاعف به مجموعه آب و فاضلاب می دهد تا کارها با سرعت و حساسیت بیشتری دنبال شود.

از ابتدای شیوع ویروس کرونا و در ۱۴ مرحله؛

سپاه ناحیه امامت تبریز ۷۲ هزار بسته معیشتی توزیع کرد

آذربایجان شرقی – فلاح: فرمانده سپاه ناحیه امامت تبریز گفت: این مجموعه از ابتدای شیوع ویروس کرونا تاکنون در ۱۴ مرحله بیش از ۷۲ هزار بسته معیشتی با کمک خیرین و گروه های جهادی بین نیازمندان توزیع کرده است. سرهنگ پاسدار حسن صفدری در مراسم آغاز توزیع ۶ هزار بسته معیشتی توسط سپاه امامت تبریز، افزود: از ابتدای شیوع ویروس کرونا و فرمان مقام رهبری مبنی بر لزوم توجه به معیشت افراد آسیب دیده از این شرایط، سپاه پاسداران در خط مقدم جمع آوری و توزیع بسته های معیشتی در مناطق آسیب پذیر و محروم حضور یافته است و این حرکت همچنان ادامه دارد. وی با بیان اینکه این حرکت عظیم و تأثیرگذار که آوازه آن در آن سوی مرزها هم بازتاب وسیعی داشت، بار دیگر بر نوع دوستی مردم ایران صحه گذاشت، اظهار داشت: در سطح شهر تبریز هم توسط ارگان ها و نهادهای مختلف، تشکل های مردمی و خیرین دهها هزار بسته معیشتی برای خانواده های کم بضاعت توزیع شده است. صفدری ادامه داد: با شهادت سردار سلیمانی، هزاران حاج قاسم در عرصه های مختلف رشد و تربیت خواهند یافت که نقشه های شوم دشمنان اسلام را نقش بر آب خواهند کرد. وی اضافه کرد: در قرارگاه «لبیک یا امام خامنه ای» سپاه ناحیه امامت تبریز هم قسم شده ایم که راه حاج قاسم را زنده نگه داریم و لحظه ای در دفاع از این آرمان ها درنگ نخواهیم کرد. مسئول دفتر نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز نیز در این مراسم، اظهار داشت: تأثیرگذاری که انقلاب اسلامی و شخصیت های انقلابی بر مردم جهان گذاشته، در تاریخ جهان بی سابقه است که یکی از این شخصیت ها سردار سلیمانی است. حجت الاسلام علی فقیه گفت: یکی از شخصیت های برجسته انقلاب که در دنیا، راه و روش او به الگو تبدیل شده است، سردار رشید اسلام قاسم سلیمانی است که اینک همه آزادی، خواهان افسوس فقدان ایشان را می خورند. وی با قدردانی از فعالیت های سپاه ناحیه امامت در رزمایش کمک مؤمنانه، افزود: همه ارگان ها به خصوص سپاه در شرایط بحرانی کرونا با جان و دل به کمک محرومان آمدند و این همت و حمیت نمونه ای از نوع دوستی مردم ایران زمین است.

خدمات به استارت‌آپ‌های دیگر؛ مدل درآمدی پرسود

استارت‌آپ‌های جدید سیلیکون‌ولی با انتخاب مدلی برای ارائه خدمات به شرکت‌های دیگر، جریان درآمدی مناسبی در دوران سخت دنیای فناوری ایجاد می‌کنند. وضعیت کنونی شرکت‌های فعال در حوزه فناوری شاید در نگاه اول آنچنان مناسب به‌نظر نرسد. غول‌های بزرگ بازار هر کدام درگیر دعواهای حقوقی و تنظیم قانون هستند و آینده‌ای دشوار پیش رو دارند. به‌علاوه، برخی از آنها در درگیری‌های سیاسی نیز وارد شده‌اند. به‌هرحال در چنین وضعیتی، شاید خوش‌بین‌ترین کارشناسان و علاقه‌مندان به دنیای فناوری هم پیشرفت و موفقیت استارت‌آپ‌ها را دور از ذهن بدانند. در همین اوضاع، شرایط برای بسیاری از کارآفرینان آسان به‌نظر می‌رسد؛ چراکه با مدل‌های درآمدی مناسب، روند رشد و موفقیت خود را تا حدودی تضمین کرده‌اند.

هنریک دوبوگراس و پدرو فرانچسکی، دو کارآفرین ۲۳ ساله فعال در سان‌فرانسیسکو هستند که هر دو از دانشگاه استنفورد انصراف داده‌اند. آنها استارت‌آپی به‌نام برکس (Brex) راه‌اندازی کرده‌اند که درحال‌حاضر، به‌عنوان یکی از فعالان خبرساز سیلیکون‌ولی شناخته می‌شود. استارت‌آپ برکس محصولی به‌صورت کارت اعتباری دارد که برای ارائه سرویس به استارت‌آپ‌های دیگر طراحی شده است. بنیان‌گذاران برکس به موفقیت استارت‌آپ خود بسیار باور داشتند و امروزه با خدمات بانکی درخورتوجه، به بازیگری شناخته‌شده در میان شرکت‌های نوپا تبدیل شده‌اند.

مرکز فعالیت استارت‌آپ نوپای برکس در سان‌فرانسیسکو قرار دارد و بنیان‌گذاران آن با جذب میلیون‌ها دلار سرمایه در جدیدترین دور جذب، ارزشش را به ۲.۶ میلیارد دلار رسانده‌اند. ارزش‌گذاری جدید شرکت دارایی هر یک از بنیان‌گذاران را به ۴۳۰ میلیون دلار رسانده است.

برکس را می‌توان مثالی روشن از انرژی درخورتوجه در حال جریان در سیلیکون‌ولی دانست. با وجود روزهای نسبتا دشواری که برای دیگر فعالان دنیای فناوری، به‌ویژه شرکت‌های بزرگ سپری می‌شود، چنین استارت‌آپ‌هایی نماد فرصت‌های بیشماری هستند که هنوز در این فضا وجود دارد. در نیمه اول سال جاری میلادی، استارت‌آپ‌ها موفق شده‌اند ۵۵ میلیارد دلار سرمایه جذب کنند که از سال ۲۰۰۰ به بعد، این میزان بی‌سابقه بوده است. نکته جالب این است که حجم عظیمی از استارت‌آپ‌های کنونی در حال رشد، بازار مهمی به‌نام «استارت‌آپ‌های دیگر» را هدف قرار داده‌اند.

استارت‌آپ دیگری به‌نام Certa وجود دارد که مانند برکس، اکوسیستم استارت‌آپی را هدف قرار می‌دهد. آنها خدمات مدیریت دارایی را برای کارمندان استارت‌آپ‌ها عرضه می‌کنند و اکنون ۱.۷ میلیارد دلار ارزش دارند. از فعالان مشابه دیگر می‌توان به Guideline با مأموریت خدمات بازنشستگی برای استارت‌آپ‌ها و همچنین کپی‌هایی از برکس اشاره کرد. اینترپرایم (InterPrime) از استارت‌آپ‌های مشابه دیگر محسوب می‌شود که «سرمایه ساکن» شرکت‌های نوپا را مدیریت می‌کند و اکنون بیش از ۵۰مشتری دارد.

کانیشکا ماهشواری، از بنیان‌گذاران اینترپرایم، اعتقاد دارد استارت‌آپ‌ها بازار مناسبی هستند و هنوز خدمات زیادی برای ارائه به آنها وجود دارد. او که شرکتش را در منلوپارک کالیفرنیا تأسیس کرده است، بازخورد مناسب کارمندان و مدیران شرکت‌های نوپا را هم از دلایل مناسب‌بودن بازار مذکور می‌داند. داستان برکس از برزیل، محل تولد دوبوگراس و فرانچسکی، شروع شد. فرانچسکی از ۱۲سالگی به‌طور جدی در دنیای نرم‌افزار فعالیت می‌کرد و اولین تجربه‌ها را هم در جیلبریک‌کردن آیفون به‌دست آورد. دوبوگراس در ۱۴ سالگی شرکت بازی‌سازی تأسیس کرد که بعدا به‌دلیل مشکلات کپی‌رایت تعطیل شد. این دو نفر در توییتر با هم آشنا شدند و استارت‌آپی فعال در حوزه پرداخت به‌نام Pagar.me در سائوپائولو تأسیس کردند. استارت‌آپ آنها وقتی ۲۰ ساله بودند، به شرکت بزرگ پردازش کارت‌های اعتباری برزیل، Stone، فروخته شد.

بنیان‌گذاران برکس در سال ۲۰۱۵ به سیلیکون‌ولی رفتند تا در دانشگاه استنفورد ادامه تحصیل دهند. تحصیل در استنفورد برای آنها مانند رؤیا بود. هر دو نفر به سریال تلویزیونی Chuck علاقه‌مند بودند که شخصیت اصلی آن هکر فارغ‌التحصیل استنفورد بود. البته آنها پس از هشت ماه، رؤیای تحصیل در استنفورد را رها کردند. مقصد بعدی، شتاب‌دهنده وای کامبینیتور (Y Combinator) بود که دوستان برزیلی با ایده استارت‌آپی در حوزه واقعیت مجازی به آن وارد شدند.

دوبوگراس و فرانچسکی پس از مدتی فعالیت در فضای استارت‌آپی، به مشکلات مالی و اعتباری بنیان‌گذاران پی بردند. آنها به این نتیجه رسیدند که سیستم سنتی برای اعطای اعتبار و امتیازهای بانکی به کارآفرینان کارآمد نیست. بانک‌ها از بنیان‌گذاران مواردی همچون ضمانت‌نامه و سابقه اعتبار درخواست می‌کردند که با توجه به سن کم اکثر آنها، تأمین‌کردنی نبود. درنهایت، استارت‌آپ دوستان برزیلی که Veyond نام داشت، به حوزه اعتبارات بانکی وارد شد و امروزه، نام برکس را یدک می‌کشد.

ایده اولیه برکس ارائه خدمات اعتباری سریع به استارت‌آپ‌ها بود تا بنیان‌گذاران بدون نیاز به ارائه اسناد سنتی، نیازهای بانکی خود را برطرف کنند. اولین همکاری بانکی برکس با بانک Sutton در اوهایو بود تا کارت‌های اعتباری از طریق آنها صادر شوند. شرکت برای حفظ اعتبار و امنیت خود به‌صورت دائمی حساب‌های بانکی مشتریان را بررسی و محدودیت‌های اعتباری آنها را تنظیم می‌کند. به‌علاوه، استارت‌آپ‌ها باید هزینه‌های اعتباری خود را به‌صورت ماهانه پرداخت کنند تا خللی در روند تأمین اعتبار ایجاد نشود.

هر استارت‌آپ تا پنج عضو یا کارمند را به‌رایگان به سیستم برکس اضافه می‌کند و پس از آن، هر عضو جدید هزینه پنج‌دلاری در سال خواهد داشت. کانال اصلی درآمد برکس دریافت کارمزد خرید از فروشندگان خدمات و محصولات است. بنیان‌گذاران برکس اکنون به‌صورت اشتراکی مدیریت شرکت را برعهده دارند. دوبوگراس وظیفه مدیریت قراردادهای شراکت و افزایش سرمایه و ارتباطات و فرانچسکی مدیریت فناوری و عملیات را برعهده دارد.

آنو هاریهاران، از شرکای وای کامبینیتور که در برکس سرمایه‌گذاری کرده است، رشد آنها را بسیار سریع ارزیابی می‌کند. از نگاه او، تقاضا برای خدمات برکس با سرعت زیادی افزایش یافت و حتی مدیریت تقاضا به‌نوعی از کنترل خارج شد. Hims، استارت‌آپ فعال در حوزه خدمات پزشکی آنلاین و SoFi، استارت‌آپ فعال در حوزه مدیریت دارایی‌های شخصی وClassPass، استارت‌آپ فعال در حوزه سلامت و تناسب‌اندام، از اولین مشتریان برکس بودند.

استارت‌آپ Boxed یکی از مشتریان اصلی برکس بود که از سال گذشته، از کارت‌های اعتباری آنها برای خریدهای خود، ازجمله انبارداری و تبلیغات دیجیتال، استفاده می‌کنند. چی هوانگ، مدیر اجرایی Boxed، می‌گوید امکانات خرید اعتباری در کنار فروش نقدی، سرمایه مناسبی در اختیار آنها قرار داد که روند رشد را با سرعت بیشتری پیش برد. او امکان استفاده از خدمات کار به‌صورت غیرفیزیکی را هم از مزیت‌های مهم برکس می‌داند. شایان ذکر است Boxed با سرمایه‌گذاری نزدیک به ۲۵۰ میلیون دلاری، اکنون درآمد سالانه‌اش تقریبا ۱۰۰ میلیون دلار است.

لاریسا مارانهائو روکا، اولین کارمند استارت‌آپ برکس و مدیر ارتباطات شرکت است. او استخدام اولین مهندسان در استارت‌آپ را چالشی بسیار بزرگ می‌داند که رقابت شدید برای جذب استعداد در اکوسیستم استارت‌آپی، یکی از دلایل آن بود. لاریسا می‌گوید در روزهای ابتدایی، هیچ‌کس آنها را نمی‌شناخت و در نتایج گوگل هم ظاهر نمی‌شدند؛ به همین دلیل، جذب متخصصان حرفه‌ای برای توسعه کسب‌وکار بسیار دشوار بود. اولین سرمایه‌گذاری‌های مهم در برکس در فوریه و اکتبر سال گذشته انجام شد. آنها تنها پس از شش ماه فعالیت، به ارزش یک میلیارد دلار رسیدند و اصطلاحا یونیکورن شدند. از میان سرمایه‌گذاران اصلی می‌توان به پیتر تیل و مکس لوچین، بنیان‌گذارهای پی‌پال، اشاره کرد.

برکس پس از جذب سرمایه چشمگیر، تمرکز خود را روی تبلیغات گذاشت و در مکان‌های متنوع از ایستگاه‌های اتوبوس و پایانه‌های فرودگاه‌ها تا بیلبوردهای شهری، لوگو و شعار خود را به استارت‌آپ‌های دیگر نشان داد. دوبوگراس چند ماه بعد در کنفرانسی اعلام کرد بیلبوردهای شهری روش ارزان‌تری در مقایسه با تبلیغات دیجیتال برای جذب کارمندان و مشتریان بالقوه بودند. او می‌گوید همین اظهارنظر به افزایش قیمت بیلبوردها در سان‌فرانسیسکو منجر شد. او امروز قانونی دارد: «هیچ‌گاه درباره تبلیغات مفید و کارآمد صحبت نکنید.»

برکس امروز ۲۲۰ کارمند دارد و احتمالا تا پایان سال جاری، تعدادشان به ۴۰۰ نفر افزایش یابد. افزایش شهرت و اعتبار اولیه به‌مرور سرمایه‌گذاران بیشتری را به آنها علاقه‌مند کرد که البته بنیان‌گذاران، بسیاری از آنها را رد کردند. نکته جالب اینکه مدیران برکس از جلسه با سرمایه‌گذاران خطرپذیر برای نمایش خدمات خود به استارت‌آپ‌های موردحمایت آنها استفاده می‌کردند. یکی از جلسه‌های برکس با استارت‌آپ‌ها در کافی‌شاپی در ساوث‌پارک سان‌فرانسیسکو برگزار شد که جمعیت مناسبی در آن حضور یافتند. استقبال مناسب از جلسه معرفی باعث شد برکس سالنی را در بالای همان کافی‌شاپ برای رویدادهای خود در اختیار بگیرد.

برکس برای سالن رویدادهای خود نام اتاق بیضی (Oval Room) را انتخاب کرد که علاوه بر وجه تسمیه‌ای شبیه به اتاق بیضی کاخ سفید، به شکل ساوث‌پارک نیز بی‌شباهت نیست. سالن مذکور در میان خدمات برکس برای استارت‌آپ‌ها قرار دارد. از سرویس‌های دیگر می‌توان به اعتبار تهیه فضای ابری و تخفیف در فضاهای کاری WeWork و حتی امتیازهایی برای اجاره اسکوتر برقی اشاره کرد.

رشد و موفقیت استارت‌آپ برکس برای بنیان‌گذارانش با درآمد و ثروت مناسبی همراه بود. بااین‌حال، ادامه روند موفقیت و درآمدزایی آنها هنوز کاملا روشن نیست، چراکه درصد زیادی از استارت‌آپ‌ها شکست می‌خورند. به بیان دیگر، مشتریان برکس با احتمال بسیار فراوان شکست و خارج‌شدن از روند کاری روبه‌رو هستند که درنهایت، به کاهش درآمد آنها هم منجر می‌شود.

فرانچسکی درباره رفتار شرکتش با استارت‌آپ‌های در حال شکست اعتقاد دارد که رویکردی متفاوت با شرکت‌های اعتباری سنتی انجام می‌شود. آنها برخلاف شرکت‌های سنتی در زمان کاهش اعتبار مشتریان و نزدیک شدن شکست، اعتبار آنها را قطع نمی‌کنند. درواقع، برکس حتی کارآفرینان شکست‌خورده را نیز به‌عنوان مشتریان بالقوه آتی می‌داند و آنها را از برنامه‌ریزی‌های خود خارج نمی‌کند. بنیان‌گذاران برکس می‌دانند هر کارآفرین استارت‌آپی شاید روزی دیگر با ایده‌ای جدید به کسب‌وکار بازگردد.

دوبوگراس اعتقاد دارد سرمایه‌گذاری خطرپذیر هنوز به‌عنوان بازیگری مهم در اکوسیستم استارت‌آپی و درنتیجه، در فهرست مشتریان آنها حضور خواهد داشت. درواقع، تا زمانی‌که برکس خدمات سریع و عالی به استارت‌آپ‌های موردحمایت سرمایه‌گذاران ارائه کند، بخت جذب مشتری دارد. به‌علاوه آنها با توجه به آمارهای اعتباری شرکت‌ها می‌توانند کاهش درآمد یا خطر شکست آنها را متوجه شوند که در برنامه‌ریزی‌های آتی مفید خواهد بود.

برکس امروز استارت‌آپی غیرسودده محسوب می‌شود و تنها با جذب سرمایه توانایی تأمین هزینه‌های خود را دارد و در جدیدترین دور نیز از شرکت‌هایی همچون DST Global و Kleiner Perkins حدود ۱۰۰ میلیون دلار سرمایه جذب کرده است. دور اخیر، مجموع سرمایه‌های جذب‌شده در برکس را به ۳۱۵ میلیون دلار رساند که بدهی‌های شرکت نیز جزو آن محسوب می‌شوند.

نیل متا، از سرمایه‌گذاران Greenoaks Capital است که در دور جذب سرمایه برکس در اکتبر حضور داشت. او ایده و تجربه کاربری عالی برکس را به‌عنوان دلیلی اصلی سرمایه‌گذاری بیان کرده و آن را با اولین رویارویی خود با اوبر یا خودروهای تسلا مقایسه می‌کند. متا اعتقاد دارد برکس در ابتدای مسیر فعالیت است و آینده‌ای روشن انتظار آنها را می‌کشد.

در سال جاری، برکس بخشی از تمرکز خود را به خدمت‌رسانی به شرکت‌های تجارت الکترونیک اختصاص داد که اکنون ۳۰درصد از کسب‌وکار آنها را پوشش می‌دهند. در ماه‌های گذشته، برخی شرکت‌های سهامی عام پیشنهادی برای کارت‌های اعتباری برکس ارائه کرده‌اند که البته با مخالفت مدیران روبه‌رو شده است. فرانچسکی در پایان مصاحبه درباره استارت‌آپش، حفظ نظم و باقی‌ماندن در مسیر اصلی را چالش و وظیفه اصلی برکس می‌داند. او اعتقاد دارد بسیاری از استارت‌آپ‌های سیلیکون‌ولی پس از مدتی مأموریت اصلی خود را فراموش می‌کنند که به‌نوعی اولین قدم‌ها به سمت شکست را تشکیل می‌دهد.

مطالعه داستان استارت‌آپ برکس نکته مهمی درباره ظرفیت چشمگیر بازار B۲B برای استارت‌آپ‌ها دارد؛ بازاری که در آن شرکت‌ها هدف قرار می‌گیرند و در صورت ارائه خدمات و محصولات مناسب، جریان درآمدی پایدارتر و بزرگ‌تری برای استارت‌آپ فراهم می‌کنند.

منبع: NYTIMES/zoomit

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

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۸۹۰۸ مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۱۴ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای اسماعیل مشعوفی سیاه رودکناری فرزند حسین به شماره شناسنامه ۱۰۶۹ صادره از رشت در قریه شالکو در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۸۹۰۹۲ متر مربع پلاک فرعی ۲۴۱۱ از اصلی ۵۸ مفروز مجزی از پلاک ۴۲ باقیمانده از اصلی ۵۸ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی کاس آقا زاهدی منگودهی محرز گردیده است، لذا به منظور اطلاع عموم، مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند، میتوانند از تارخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند، بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۰/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۱/۰۵

حسین اسلامی کجیدی
رئیس ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت
م الف :۲۸۷۳

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۰۰۱۰۰۲۳۰۷ مورخه ۱۳۹۹/۰۹/۲۵ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حمید رضا یعقوبی بالاگفشه به شناسنامه شماره ۲۴۲۴ کدملی ۲۵۹۱۶۱۱۱۶۵ صادره از رشت فرزند زلفعلی در ششدانگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۵۰۲/۴۵ متر مربع به شماره پلاک فرعی ۳۴۵ از پلاک شماره ۱ و ۵۴ از اصلی ۲ واقع در بالاگفشه لشت نشاء بخش ۱۱ گیلان حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت به نام مالک رسمی اولیه صدری خانم هاشمی کنارسری، احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نماید. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۰/۲۰
تاریخ انتشار دوم: ۱۳۹۹/۱۱/۰۵

سید محمد فرزانه شال
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک رشت
از طرف ایرج پور احمد کلشتری
م الف : ۲۸۵۰

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای حمید پور احمد لشکامی به عنوان وکیل خانم فرزانه حردانی با وکالتنامه شماره ۱۳۶۸۳۱- ۹۹/۹/۲ دفترخانه ۶۳ تهران با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق که تحت شماره ۸۶۰۶۳ مورخ ۹۹/۸/۱۰ دفتر اسناد رسمی ۶۳ تهران و برگ تقاضای وارده ۲۸۱۵۲ مورخ ۹۹/۹/۱۶ مدعی فقدان سند مالکیت ششدانگ یک انبار تجاری به مساحت ۱۱/۵ متر مربع به شماره ۲۱ فرعی از ۳۰۵۲- اصلی مفروز از ۱ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران که ذیل چاپی ۳۴۳۰۹۳/ج ۹۶ بنام محمدحسن سماواتیان ثبت و سند صادر و تسلیم گردیده است این ملک برابر سند ۱۳۶۱۲۸- ۹۹/۵/۱۴ دفترخانه ۶۳ تهران به فرزانه حردانی منتقل شده است. سپس وی به علت جابجایی سند مالکیت خود را گم و درخواست صدور سند مالکیت المثنی نموده است. لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم غیر از اسناد فوق و یا وجود سند مالکیت مذکور نزد خود باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم و رسید دریافت نمائید تا مورد رسیدگی قرار گیرد به اعتراض بدون ارایه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد. پس از انقضای مهلت مزبور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

۱۶۵۴۱ م الف
شهمیرزادی- رییس ثبت اسناد و املاک نارمک

شناسه آگهی ۱۰۷۳۶۲۰

سازمان آگهی ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

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

برابرکلاسه پرونده شماره۱۳۹۸۱۱۴۴۱۰۰۱۹۰۰۰۳۱۲ ورای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۰۰۱۸۰۰۸۴۸۵هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک عباس اباد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی اقای/خانم حمید رضا سمیعی به شماره شناسنامه ۸۳۳۱ کد ملی ۰۰۶۶۷۵۸۱۱۴ فرزند غلامرضا نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت پانصدو پنجاه و یک متر مربع (۵۵۱) متر مربع قسمتی از پلاک ۱۳۰فرعی از ۱۷۱ اصلی واقع در قریه سر لنگا بخش دو ثبت عباس اباد خریداری از محدوده مالکیت مشاعی خودش محرز گردیده است .. . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض دادخواست خود را به مراجه قضایی تقدیم نمایند . بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهدشد.

م الف : ۱۹۹۰۸۴۸۲
تاریخ انتشار اول: ۲۰-۱۰-۱۳۹۹
تاریخ انتشار دوم: ۰۴-۱۱-۱۳۹۹

ابراهیم حسین زاده سرپرست ثبت اسناد و املاک عباس آباد

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

برابرکلاسه پرونده شماره۱۳۹۸۱۱۴۴۱۰۰۱۸۰۰۱۰۹۵ ورای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۰۰۱۸۰۰۸۶۶۵هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک عباس اباد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی اقای/خانم حسین موسوی خرزوقی فرزند اقا علی به شماره شناسنامه ۱۲۹و کد ملی ۵۱۱۰۳۹۴۴۲۳ صادره از برخوار ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت سیصدو پنجاه و پنج متر مربع (۳۵۵) قسمتی از پلاک ۱۶۴ اصلی واقع در قریه عثمانسرا بخش دو ثبت عباس اباد خریداری مبایعه نامه عادی از محدوده مالکیت رسمی نعمت میرزابابائی محرز گردیده است .. . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض دادخواست خود را به مراجه قضایی تقدیم نمایند . بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهدشد.

م الف : ۱۹۹۰۸۴۷۶
تاریخ انتشار اول: ۲۰-۱۰-۱۳۹۹
تاریخ انتشار دوم: ۰۴-۱۱-۱۳۹۹

ابراهیم حسین زاده سرپرست ثبت اسناد و املاک عباس آباد

آگهی فقدان سند مالکیت

نظربه اینکه آقای محمد ابراهیم اله داد برابر وکالتنامه به شماره کد رهگیری QvGH۳ZH۵BSGF مورخه ۱۳۹۹/۰۹/۲۵ که در دفتر خانه ۶۰ نوشهر تایید گردیده به وکالت از آقای صمد رحیمی آبسردی مالک پلاک ۶۷۷ فرعی از ۱۹ اصلی بخش ۴ قشلاقی نوشهر اعلام داشتند که سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۸۱۸,۱۰۶ متر مربع و به شماره چاپی ۵۴۵۴۹۱ الف ۹۶ بنام آقای صمد رحیمی آبسردی سابقه ثبت داشته و در باز داشت نمی باشد که نامبرده با ارائه دو برگ استشهادیه تکمیل شده که صحت امضا شهودین را دفتر خانه اسناد رسمی ۶۰ نوشهر گواهی نموده اعلام داشته اصل سند مالکیت به علت اسباب کشی مفقود گردیده ./. لذا مراتب طبق ماده ۱۲۰ اصلاحی قانون ثبت در یک نوبت ده روزه آگهی میگرددو چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله و یا وجود سند مالکیت نزد خود بوده می تواند مدارک اعتراضی خود را به این اداره ارسال و رسید دریافت دارد در غیر اینصورت سند مالکیت المثنی طبق قانون صادر میگردد ا.ح

م الف : ۱۹۹۰۸۲۸۰
تاریخ انتشار : ۱۳۹۹/۱۰/۲۰

فرامرز کلبادی نژاد رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر

آگهی فقدان سند مالکیت

نظربه اینکه آقای محمد ابراهیم اله داد برابر وکالتنامه به شماره کد رهگیری QvGH۳ZH۵BSGF مورخه ۱۳۹۹/۰۹/۲۵ که در دفتر خانه ۶۰ نوشهر تایید گردیده به وکالت از آقای صمد رحیمی آبسردی مالک پلاک ۶۵۴ فرعی از ۱۹ اصلی بخش ۴ قشلاقی نوشهر اعلام داشتند که سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۶۱۳,۱ متر مربع و به شماره چاپی ۱۴۸۹۴۱ ب ۹۵ بنام آقای صمد رحیمی آبسردی سابقه ثبت داشته و در باز داشت نمی باشد که نامبرده با ارائه دو برگ استشهادیه تکمیل شده که صحت امضا شهودین را دفتر خانه اسناد رسمی ۶۰ نوشهر گواهی نموده اعلام داشته اصل سند مالکیت به علت اسباب کشی مفقود گردیده ./. لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ اصلاحی قانون ثبت در یک نوبت ده روزه آگهی میگرددو چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله و یا وجود سند مالکیت نزد خود بوده می تواند مدارک اعتراضی خود را به این اداره ارسال و رسید دریافت دارد در غیر اینصورت سند مالکیت المثنی طبق قانون صادر میگردد ا.ح

م الف : ۱۹۹۰۸۲۷۶
تاریخ انتشار : ۱۳۹۹/۱۰/۲۰

فرامرز کلبادی نژاد رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر

آگهی تغییرات شرکت مهندسی و بازرگانی ابزار صنعت لیان با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۴۸۹۸۲۱ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۷۴۹۱۵۱

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۹,۰۹,۲۴ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : -خانم ریحانه قمی به شماره ملی ۶۲۵۹۹۱۱۷۹۳ با پرداخت مبلغی به صندوق شرکت میزان سهم الشرکه خود را به مبلغ ۷۹۶۰۰۰۰۰۰۰ریال افزایش داد. - در نتیجه سرمایه شرکت از مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به ۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید. - لیست شرکاء و میزان سهم الشرکه هر یک پس از افزایش به شرح زیر می باشد: - خانم ریحانه قمی به شماره ملی ۶۲۵۹۹۱۱۷۹۳ دارای ۷۹۶۰۰۰۰۰۰۰ریال -آقای احمد قمی به شماره ملی ۶۲۵۰۰۳۳۷۵۰ دارنده ۴۰۰۰۰۰۰۰ ریال

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران (۱۰۷۴۳۳۹)

آگهی

جناب آقای رضا شعریاف- با سلام- باستحضار میرساند: نظر به اینکه بموجب دادنامه شماره ۹۹۰۹۹۷۰۲۲۸۷۰۰۶۵۴- ۹۹/۰۵/۲۸ صادره از شعبه ۲۷ دادگاه عمومی تهران و اجرائیه کلاسه ۹۹۱۰۴۲۰۲۲۸۷۰۰۳۲۷- ۹۹/۹/۱۶ و نامه شماره ۱۳۹۹۱۶۸۰۱۴۲۷۱۹۱۷ اجرای احکام مجتمع قضائی شهید مدنی محکوم به انتقال ششدانگ یکدستگاه اتومبیل سواری پژو پارس پلاک ۹۲ م ۷۱۶ ایران ۹۹ در حق آقای احسان فرنوش شده اید لذا بدینوسیله به شما اخطار میگردد ظرف مدت ۵ روز از تاریخ ابلاغ این اخطاریه جهت امضا سند در این دفتر حاضر گردید در غیر اینصورت طبق مقررات اقدام خواهد شد.

نشانی دفترخانه: تهران کارگر شمالی مقابل مرکز قلب تهران پلاک ۴۳۹ تلفن: ۸۸۰۲۲۵۵۵- ۸۸۰۲۲۹۷۰ تلفکس ۸۸۰۰۱۰۰۱ کدپستی: ۱۴۱۳۶۷۳۴۹۶

۱۶۵۴۰ م الف
با تشکر -سردفتر اسناد رسمی ۱۳۱ تهران

شناسه آگهی ۱۰۷۳۶۱۰

آگهی فقدان سند مالکیت‌المثنی

آقای میثم یوسفلی وکالتا از طرف خانم ها فاطمه حسین مردی و زینب تیموری برابر وکالتنامه شماره ۳۲۸۷۸ مورخ ۱۳۹۹/۰۸/۰۶ دفترخانه ۱۱۹۴ تهران با اعلام گم شدن اسناد مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۱۹۹۶۵ و ۱۹۹۶۶ مورخ ۹۹/۰۶/۱۶ و ۲۰۴۲۶ مورخ ۹۹/۱۰/۰۳ دفترخانه ۱۱۹۴ تهران طی درخواست وارده ۱۰۲۳۰۱۷۸۷۸ مورخ ۹۹/۰۶/۱۹ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ملک مذکور را نموده که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح آتی آگهی می گردد: ۱- نام و نام خانوادگی: خانم فاطمه حسین مردی مالک یکدانگ و نیم مشاع و خانم زینب تیموری مالک سه دانگ مشاع از ششدانگ ۲- شماره پلاک: ۱۱۸/۹۹۱ که در اجرای بخشنامه استانداردسازی به پلاک ۱۱۸/۳۴۹۵۷ تبدیل گردید واقع در بخش ۱۱ تهران ۳- علت گم شدن: سهل انگاری ۴- خلاصه وضعیت مالکیت: اسناد مالکیت ۴/۵ دانگ مشاع از ششدانگ یکدستگاه آپارتمان واقع در شرق طبقه دوم بمساحت ۱۴۰/۶۴ متر مربع که مقدار ۶/۲۴ متر مربع آن بالکن است قطعه چهارم تفکیکی شماره ۱۱۸/۹۹۱ که در اجرای بخشنامه استانداردسازی به پلاک ۱۱۸/۳۴۹۵۷ تبدیل گردید واقع در بخش ۱۱ تهران بانضمام یک واحد پارکینگ بمساحت ۱۱ متر مربع شماره چهارم واقع در شرق زیرزمین جنوب تاسیسات و یکباب انباری بمساحت ۱۶/۹۶ متر مربع شماره یک واقع در شمال شرقی زیرزمین ذیل ثبت ۲۹۸۵۳۲ دفتر ۸۵۸ صفحه ۵۹ بشماره چاپی ۰۱۴۱۸۶۷ به میزان ۱/۵ دانگ مشاع از ششدانگ بنام خانم فاطمه حسین مردی و ذیل ثبت ۲۹۸۵۳۳ دفتر ۸۵۸ صفحه ۶۲ بشماره چاپی ۰۱۴۱۸۶۸ به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ بنام خانم زینب تیموری صادر و تسلیم گردیده است ضمنا در قید رهن و بازداشت نمی باشد. لذا با توجه به اعلام فقدان اسناد مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست صدور اسناد مالکیت المثنی آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده یا مدعی وجود آن نزد خود می باشد باید ظرف ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه اصل اسناد مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض و یا در صورت اعتراض اصل اسناد مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی اسناد مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۶۵۴۲ م الف
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کن تهران

شناسه آگهی ۱۰۷۳۶۳۲

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای قادر کریمی با اعلام گم شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۱۱۱۹۳ مورخ ۱۳۹۹/۹/۱۹ دفترخانه ۱۶۰۳ تهران طی درخواست وارده ۲۲۸۰۷ مورخ ۱۳۹۹/۹/۲۲ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت را نموده اند که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر اگهی می گردد:

۱- نام و نام خانوادگی: آقای قادر کریمی مالک ششدانگ
۲- شماره پلاک: ۲۵ فرعی از ۳۷۳۷ اصلی واقع در بخش پنج تهران
۳- علت گم شدن: جابجایی
۴- خلاصه وضعیت مالکیت: المثنی سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه اول بمساحت ۶۷/۶۱ متر مربع قطعه دوم تفکیکی به شماره پلاک ثبتی ۲۵ فرعی از ۳۷۳۷ اصلی مفروز و مجزی شده از ۲ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش پنج تهران بانضمام ششدانگ یک واحد پارکینگ به مساحت ۱۱/۵ متر مربع قطعه دوم تفکیکی واقع در طبقه زیرزمین و ششدانگ یکباب انباری بمساحت ۳/۳۰ متر مربع قطعه دوم تفکیکی واقع در طبقه زیرزمین با قدرالسهم از عرصه و سایر مشاعات و مشترکات طبق قانون تملک آپارتمانها و آئین نامه اجرائی آن ذیل ثبت ۸۴۸۲۹ صفحه ۲۳۹ دفتر املاک ۲۶۴ شماره چاپی ۵۲۲۴۸۷ بنام آقای قادر کریمی صادر و تسلیم شده است. و برابر گواهی دفتر بازداشتی ملک مذکور بازداشت ندارد. لذا با توجه به اعلام فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست صدور المثنی آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا 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 اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

نشانی ثبت محل: خیابان شیخ هادی نرسیده به خیابان جمهوری نبش کوچه رجب بیگی پلاک ۳۶۶ اداره ثبت اسناد و املاک مولوی

۱۶۵۳۸ م الف
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک مولوی تهران

شناسه آگهی ۱۰۷۳۵۹۶

آگهی فقدان سند مالکیت

محمدرضا اشرفی غرقه فرزند مباحعلی با تسلیم یک برگ استشهاد مصدق بشرح وارده بشماره ۱۰۷۸۰۳۱۵۶۲ مورخ ۹۹/۰۹/۳۰ اعلام نموده که سند مالکیت یکدانگ و نیم مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مساحت ۸۰ متر مربع پلاک شماره ۵۴۵۶۷ فرعی از ۲۳۹۸ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۳۲۳۵ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۰ تهران مورد ثبت شماره ۵۷۸۹۷ صفحه ۲۰۲ دفتر ۳۷۵ املاک دارای شماره چاپی ۱۹۱۶۸۸ د ۹۳ محمدرضا اشرفی غرقه ثبت و سند صادر و تسلیم گردیده است و طبق گواهی دفتر املاک برابر سند شماره ۱۳۴۸۴۲ مورخ ۹۴/۱۰/۱۲ دفترخانه ۸۴۲ تهران در رهن می باشد به علت نقل و انتقال مفقود گردیده تقاضای صدور المثنی سند مالکیت نموده است. لذا طبق ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله ای کرده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود میباشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۶۵۴۳ م الف
کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران

شناسه آگهی ۱۰۷۳۶۲۳

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۴۵۳۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای داود اسکندری فرزند رضا بشماره شناسنامه ۲۲۳ در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۶۵۴/۴۲ متر مربع پلاک شماره فرعی از ۸- اصلی واقع در قریه جعفرآباد اخوان بخش حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت ناصر خلفرخانی فرزند اسداله محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۰/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۱/۵

۴۸۳ م الف
رئیس ثبت اسناد و املاک – محمد رحیم پوررایینی

۹۳۶

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

کلاسه پرونده:۹۹-۷۴۲ شعبه: سوم شورای حل اختلاف شهرستان قروه

خواهان: ابراهیم رضایی فرزند حبیب الله خوانده: احمد صحرایی فرزند اسکندر نظر به اینکه خواهان دادخواستی به طرفیت خوانده به خواسته : انتقال سند به این شعبه تقدیم نموده و به کلاسه ۹۹-۷۴۲ ثبت و به تاریخ ۹۹/۱۱/۲۶ روز یکشنبه ساعت ۹ و ۳۰ دقیقه صبح وقت رسیدگی تعیین گردیده است با توجه به مجهول المکان بودن خوانده بنا به درخواست خواهان دادگاه به استناد ماده ۷۳ ق آیین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور مدنی مراتب برای یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار درج تا با اطلاع از وقت رسیدگی ظرف مدت یک ماه قبل از حلول وقت جهت دریافت برگ دادخواست و ضمائم و اعلام آدرس به این شورا مراجعه نماید . عدم حضور مانع از رسیدگی نخواهد بود .

دفتر شورای حل اختلاف شعبه سوم شهرستان قروه

۳ درس پاندمی کرونا برای مدیران

به قلم: مورا شیفر نویسنده حوزه کسب و کار / مترجم: امیر آل علی

بحران کورنا را می توان عجیب ترین بیماری همه گیر تاریخ به حساب آورد که تمام جهان را درگیر خود کرده است. در این راستا طبیعی است که بسیاری از مدیران با شرایطی مواجه شوند که بسیار گیج کننده محسوب می شود. با این حال اگر از هر بحران، نکاتی را یاد نگیرید، همواره احتمال تکرار آن وجود دارد. در ادامه ۳ مورد از درس های کرونا برای مدیران را بررسی خواهیم کرد.

۱-تنوع در اقدامات الزامی است

با نگاهی به برندهایی که با مشکلاتی مواجه شده اند، به این نکته پی خواهید برد که تمامی آن ها تنها در یک حوزه فعالیت دارند. درواقع تک محصولی بودن همواره با ریسک بالایی همراه بوده و به همین خاطر لازم است تا تنوع در اقدامات داشته باشید. با این اقدام حتی اگر یک حوزه وارد بحران شودف سودآری شرکت نابود نخواهد شد. همچنین فراموش نکنید که در جهان امروز، اینترنت حرف اول را می زند. به همین خاطر نیز ضروری است تا از این بستر نهایت استفده را کرده و فروش اینترنتی خوبی را داشته باشید. درواقع برندهایی نظیر آمازون، با این ویژگی موفق به کسب سودهای کلا شده اند.

۲-ذخیره درآمدی نیاز هر برندی است

برندهایی که صندوقی برای مواقع بحرانی دارند، بدون شک حتی کرونا نیز نتواسنته است تا آن ها را وارد بحران نماید. در این راستا فراموش نکنید که به عنوان مدیر شرکت لازم است تا همواره منابع مالی شرکت را در سطح خوبی قرار دهید. بنا بر یک استاندارد جهانی، شما باید بتوانید بدون هیچگونه درآمدی، با ذخایر مالی خود بتوانید تا ۲ سال هزینه ها را پرداخت نمایید. در این راستا فراموش نکنید که اگرچه ممکن است تصور نمایید در شرایط بحرانی می توان با تعدیل نیرو؛ هزینه ها را کاهش داد، با این حال چنین اقدامی رویه سایر کارمندان را نیز تضعیف خواهد کرد. با این حال کاهش هزینه ها در هر شرایطی مهم بوده و باعث خواهد شد تا ثروتی را در اختیار داشته باشید که پشتیبان شما در روزهای سخت خواهد بود.

۳-شناخته شده بودن یک مزیت بزرگ است

در شرایط حال حاضر کم تر کسی حاضر است تا از برندهای ناشناخته خرید نماید. علت این امرد به این خاطر است که بحران الی برای مشتریان نیز بوده و آن ها ترجیح می دهند تا دقت بیش تری را داشته باشند. همچنین احتمال رعایت پروتوکل های بهداشتی توسط این برندها، بیش تر است. این موضوع یک نکته مهم را نشان می دهد که اگر برای شناخته شدن در جامعه هدف خود، برنامه نداشته باشید، در روزهای سخت ابدا نمی توانید به بقای خود اطمینان داشته باشید. در نهایت برندهایی که به جای بیان مشکلات، راه حل هایی را ارائه دهند، بدون شک اعتماد مشتری را نیز حتی در بدترین شرایط خواهند داشت.

منبع: allbusiness.com

پدیده دورکاری، ترند ماندکار دنیای کسب و کار

به قلم: ایوان ویدجایا – کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com / ترجمه: علی آل علی

دورکاری در میان کارمندان حوزه های دیجیتال امری رایج محسوب می شود. بروز بحران کرونا در طول یک سال اخیر این پدیده را در میان دیگر حوزه های کسب و کار نیز رونق داده است. اگرچه برخی از کسب و کارها نگران تاثیر منفی دورکاری بر روی کیفیت نهایی فعالیت تیم های شان هستند، اما در شرایط بحرانی کنونی گزینه های دیگری در دسترس نیست. تحلیل ها در مورد امکان بازشت دوباره عرصه کسب و کار به وضعیت فعالیت حضوری مختلف است. با این حال نکته اساسی و مورد اجماع ماندگاری طولانی مدت ترند دورکاری در عرصه کسب و کار است. بنابراین برندها باید آماده سازگاری هرچه بیشتر با این ترند مهم شوند.

دورکاری به چه معناست؟

اگرچه فرانید دورکاری در طول سال های اخیر به طور مداوم مد نظر برندها قرار داشته است، اما تعریف دقیقی از آن در دسترس نیست. بسیاری از برندها نسبت به تعریف این مفهوم با مشکل مواجه می شوند. ما در اینجا یک تعریف ساده و گسترده را مد نظر قرار می دهیم. بر این اساس تععریف مد نظر ما در این مقاله بر روی توسعه کسب و کارهای مختلف و افزایش رقابت به عنوان عامل اصلی تقویت دورکاری تاکید دارد. دورکاری به هرگونه فعالیت کاری خارج از دفتر رسمی شرکت، شامل خانه یا هر مکان دیگری، گفته می شود. بنابراین دانه وسیعی از کارها در این تعریف قرار می گیرند.

آیا دورکاری کاربردی است؟

پاسخ به چنین پرسش هایی امر دشواری است. بسیاری از حوزه های فعالیت در دنیای کسب و کار بدون کارآیی معنایی ندارند. عرصه دورکری نیز همین وضعیت را دارد. بدون شک اگر دورکاری خالی از هرگونه مزیتی بود، کمتر برندی به سوی آن کشیده می شد. شاید در این میان وضعیت کرونایی را به عنوان یک بحران فلج کننده مد نظر قرار دهیم. این امر بیانگر ضرورت استفاده از دورکاری از سوی برندهاست. با این حساب برخی از کسب و کارها به اجبار و با آگاهی از معایب این امر تن به آن داده اند. این امر بدون تردید مشکلات بسیار زیادی به همراه خواهد داشت. بنابراین کسب و کارها باید بازنگری اساسی در زمینه فعالیت دورکاری انجام دهند.

یکی از ایرادات انتقاد به دورکاری بر اساس ارزیابی شرایط به صورت نامساعد و اجباری مربوط به رواج این ترند حتی قبل تر از شیوع کروناست. بر این اساس دورکاری امری رایج در عرصه کسب وکار محسوب می شود. این امر ارتباطی با شیوع کرونا نیز ندارد. مهم ترین مسئله در این میان تاثیر کرونا بر روی ارزیابی کسب و کارها نسبت به نیاز هرچه بیشترشان به دورکاری است. بنابراین در عمل بحران کرونا جهت گیری به سوی استفاده از این ترند را سرعت بخشیده است.

دورکاری امکان صرفه جویی در هزینه ها مدیریت کسب و کار را به همراه دارد. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای هر برندی است. با این حساب در طول سال های آتی شاهد افزایش دورکاری در میان کسب و کارها خواهیم بود.

منبع: noobpreneur.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
شنبه | ۲۰ دی ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۰۲ | 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

قرنطینه به این ۴ روش، کیفیت رابطه‌ی شما را مورد آزمایش قرار می‌دهد

واقعیت زندگی طی چند ماه محتول‌کننده و سرنوشت‌ساز، به کل تغییر کرده است. این واقعیت جدید، روابط را نیز تغییر داده است. برخی از زوج‌ها به دلیل قوانین سفت و سخت قرنطینه، نمی‌توانند یکدیگر را ببینند. برخی دیگر نیز با یکدیگر زندگی می‌کنند و این قرنطینه را باهم شریک هستند.

و نتایج هم ترکیبی است: به همان میزان که آمار تولد نوزادان در دوران کرونا افزایش یافته، به همان اندازه هم آمار طلاق زوج‌ها بالا رفته. این‌طور که معلوم است، آمار طلاق در چین پس از قرنطینه به اوج خود رسیده است. به همان میزان هم تا سال ۲۰۳۳ با نسل جدیدی از کودکانی که در دوران قرنطینه به دنیا آمده‌اند روبه‌رو خواهیم شد.

قرنطینه، آزمون بسیار بزرگی برای روابط است. آیا رابطه‌ی شما پایدار خواهد ماند؟ پایداری رابطه‌تان به این بستگی دارد که بتوانید این ۴ چالش اصلی را پشت سر بگذارید.

۱. تنش، همیشه وجود دارد

بسیاری از روابط با وجود غنی، مفید و دوست‌داشتنی بودن، محدودیت‌هایی دارند. مثلا ممکن است از قهوه خوردن با یکی از دوستانتان بسیار لذت ببرید، اما او را با خود به عنوان همسفرتان به یک مسافرت طولانی نبرید. هیچ‌گاه یک هم‌اتاقی بهترین دوستتان نمی‌شود. هیچ دو رابطه‌ای یکسان نیست، چرا که هر فردی، خصوصیات منحصر به فرد خودش را دارد و رابطه‌اش با شما نیز، منحصر به فرد است.

یکی از شوخی‌های رسانه‌ای که این روزها زیاد به چشم می‌خورد، این است که بعد از قرنطینه، همه برای زندگی مشترک به این فکر می‌کنند که آیا می‌توانند با طرف مقابل در قرنطینه بمانند یا نه. با این‌که این فقط یک شوخی است، اما حقیقت است. تعداد افرادی که حاضریم همراه آنها در قرنطینه بمانیم (اگر اصلا کسی باشد)، انگشت‌شمار است، چرا که پیدا کردن فردی که زندگی با او همراه با دعوا و درگیری نباشد، بسیار کم است.

در نتیجه، هماهنگی رابطه‌ی شما آزمایش می‌شود. اگر بین شما مشکلی وجود داشته باشد، نیازی به نگرانی نیست. اما اگر این مشکلات، بخش‌هایی از رابطه که تا حالا مخفی بوده را آشکار کنند، در این صورت باید کمی حواستان را جمع کنید. اگر شما بتوانید در این موقعیت پراسترس هماهنگی خود را با یکدیگر حفظ کنید و نزدیکی، صمیمیت و احساس باهم بودن را گسترش دهید، یعنی رابطه‌ی شما خاص و عمیق است.

۲. ناملایمات زندگی، ما را وادار به سوال و پرسش از خودمان می‌کند

همه‌ی ما همیشه به خودمان می‌گوییم که زندگی ثبات دارد؛ می‌دانیم که چه کسی هستیم، هویتی ثابت داریم و می‌توانیم به آن تکیه کنیم. با هر اختلال بزرگی در ثبات زندگی، مثل مرگ یکی از عزیزان، از دست دادن شغل، یا یک بیماری همه‌گیر جهانی، ناگهان همه‌ی هویت خود را زیر سوال می‌بریم. صورت‌های مختلف زندگی که آنها را بخشی از خود پذیرفته بودیم، دیگر آن‌قدرها هم قابل‌اعتماد نیست و ما شروع به زیر سوال بردن کل کائنات می‌کنیم.

در طول قرنطینه، ما مجبوریم با چهره‌های زندگی خود که تا حالا از آنها بی‌خبر بودیم، رو به رو شویم. با زمان زیادی که برای فکر کردن به خودمان و عادت‌هایمان داریم، ممکن است از خود بپرسیم که دقیقا کجای زندگی هستیم. آیا من از کار، انتخاب‌ها و حتی شریک زندگی‌ام راضی‌ام؟

این چیزی نیست که از آن بترسیم. هیچ رابطه‌ای زوری نیست. این‌که هر از گاهی چک کنید تا ببینید آیا این شخص، همان شریکی است که واقعا می‌خواهید، کار بسیار درستی است. زیر سوال بردن یک رابطه، نشانه‌ی رابطه‌ای بی‌سرانجام و بد نیست. این کار، حقیقت قلب را آزادانه و صادقانه جستجو می‌کند. آیا این کار شما را به شریک زندگی‌تان نزدیک‌تر می‌کند یا از او دور می‌شوید؟ طبیعی است که این دوره، بازتابنده‌ی زمانی است که با شریک زندگی‌تان سپری کردید.

۳. وابستگی، ریسک انعکاس احساسات را به همراه دارد

یک رابطه‌ی متعادل، رابطه‌ای است که در آن هردو طرف زندگی تأمینی دارند، احساس استقلال می‌کنند و تصمیم می‌گیرند در کنار یکدیگر پیشرفت کنند و پشتیبان هم باشند. با این حال، این کار اصلا آسان نیست و باید همیشه برای جلوگیری از مشکلات وابستگی و انعکاس، آماده باشیم. اگر نتوانیم روابط اجتماعی خود را با دوستانمان حفظ کنیم و روتین زندگی‌مان بهم بخورد، ممکن است فقط برای برآورده کردن نیازهایمان، به رابطه روی بیاوریم.

با اینکه این اصلا چیز بدی نیست و همین که رابطه‌ی شما می‌تواند تا این حد از شما حمایت کند و به شما قوت قلب ببخشد، عالی است. اما باید حواستان باشد که از رابطه‌تان انتظارات غیر واقعی نداشته باشید. حتی اگر یک دفعه اتفاق غیر قابل پیش‌بینی هم افتاد، شریک زندگی شما مسئول احساسات شما نیست و وظیفه ندارد که شما را شاد می‌کند یا بیست و چهار ساعت شبانه‌روز را پیش شما باشد. مسئول همه چیز، خود ما هستیم.

علاوه بر این، همین وابستگی، به انعکاس احساسات ما نیز ختم می‌شود. ما به شریک زندگی خود نگاه می‌کنیم و انتظار داریم او دقیقا متوجه احساسات ما بشود یا احساسات اضطراب یا نا امیدی خودمان را به او نیز منعکس می‌کنیم و او را به خاطر احساسی که داریم، سرزنش می‌کنیم.

حالا این چیزها نمک زندگی است و کمش مشکلی ندارد، اما باید توجه کنید که واقعیت شما با واقعیت شریک شما فرق دارد و نباید از آن غافل شوید. راه حلش هم پاک کردن صورت‌مسئله و فرار از مشکلات نیست، بلکه باید درباره‌ی احساساتتان با شریکتان صحبت کنید و نیازهای خود را خیلی صریح بیان کنید. در اینجا واکنش دو طرف امتحان می‌شود.

۴. کیفیت ارتباطاتتان سنجیده می‌شود

ارتباطات ، همه چیز یک رابطه است. اما ارتباطات ضعیف بین دو عاشق، همیشه از همان ابتدا، مخصوصا در دوران ماه عسل مشخص نیست. معمولا، کیفیت واقعی ارتباطات در سختی‌ها و بدبختی‌ها آشکار می‌شود. در طول قرنطینه، احساسات انسان فوران می‌کند و کسی دیگر به روتین همیشگی‌اش پایبند نیست. این یعنی کیفیت ارتباط که اساس یک رابطه است، آزمایش می‌شود.

آیا رابطه‌ی شما پایدار خواهد بود یا از هم می‌پاشد؟ امکانش هست که در سبک‌های ارتباطی، ثبات کاملی وجود داشته باشد و بتوان با آن آینده‌ی رابطه را پیدا کرد. قرنطینه، مشکلات پنهان رابطه را ترمیم می‌کند. آیا قرنطینه شما را از هم جدا می‌کند یا باعث می‌شود به یکدیگر نزدیک‌تر شوید؟

این همیشه تلاشی دو طرفه است

اگر هر دو طرف مایل به یادگیری باشند، مشکلات را راهی برای رشد و توسعه می‌بینند، چه با هم و چه به تنهایی. گاهی اوقات لحظات دشوار، رابطه‌ای قدرتمند، پیوندی ناگسستنی یا یک عشق بی‌چون و چرا را به ارمغان می‌آورد.

اگرچه زمان دشواری است، اما به زودی برمی‌گردید، به گذشته نگاه می‌کنید و اگر توانستید از آزمون قرنطینه سربلند بیرون بیایید، توانایی انجام هرکاری را دارید.

منبع: GoalCast/ucan