روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۱ بهمن
۱۳۹۹

Wed.20 Jan 2021
۶ جمادی‌الثانی ۱۴۴۲ - سال هفتم
شماره ۱۷۱۰-۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال
www.forsatnet.ir

قیمت دلار تا کجا می‌ریزد؟

زمزمه دلار ۲۰ هزار تومانی

کاهش قیمت دلار در روزهای اخیر باعث بازگشت این اسکناس آمریکایی به قیمت دو سال گذشته خود شده است. شهریورماه ۹۷ بود که با اعلام شروع تحریم حداکثری آمریکا و در اوج التهابات اقتصادی و در حالی که کمتر از دو ماه از ورود عبدالناصر همتی...

۴

دریچه

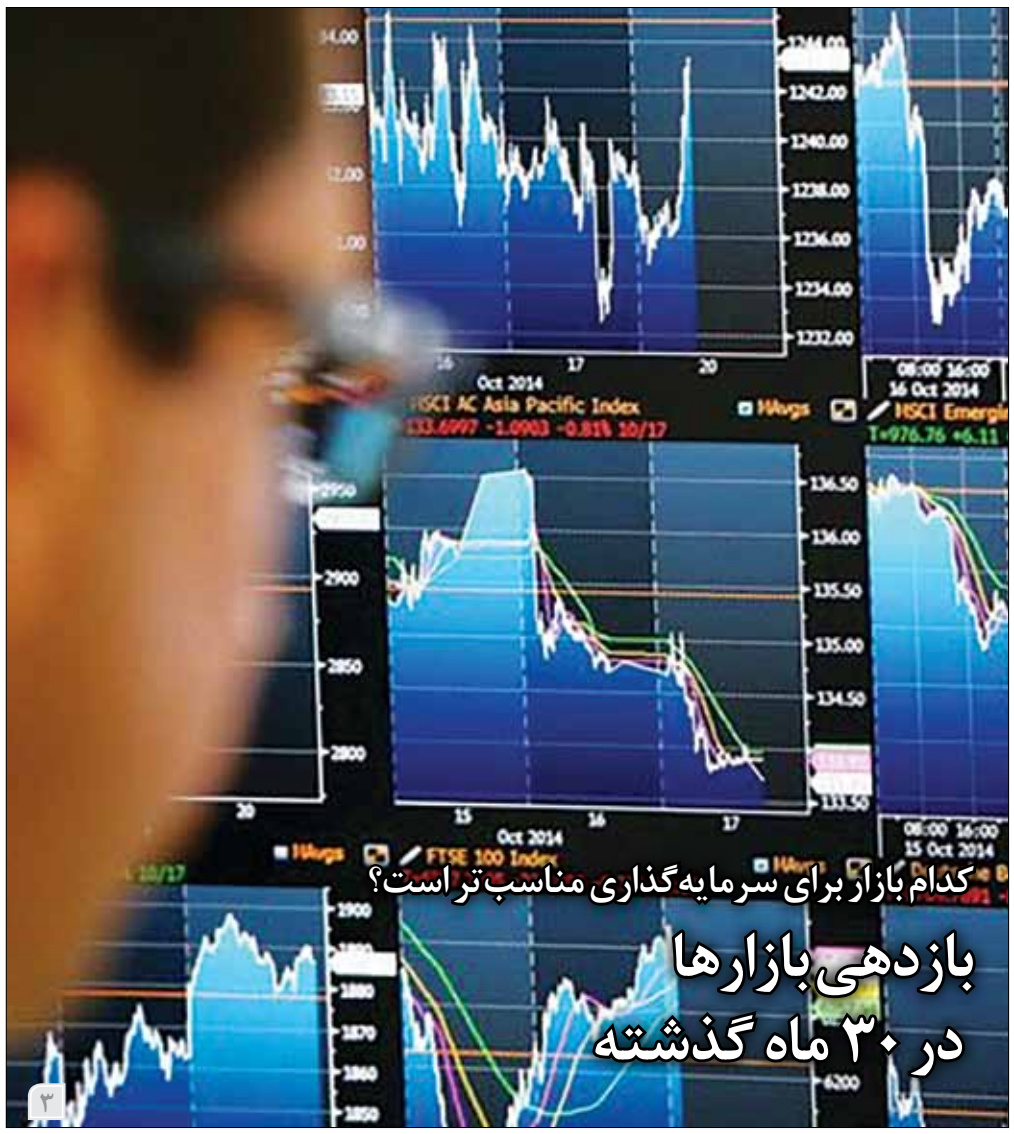
برندسازی بر سلامت مالی شرکت‌ها اثر مثبت دارد

از برندسازی تا برندسوزی

فرصت امروز: هفته گذشته و پس از صحبت‌های معاون اول رئیس‌جمهور در مراسم روز ملی صادرات بود که خلأ برندهای بزرگ ایرانی در بازارهای صادراتی، بار دیگر به بحث روز جامعه بدل شد و در میانه این هفته نیز رئیس پارلمان بخش خصوصی از سیاست‌های غلطی که باعث برندکُشی در ایران شده، صحبت کرد. غلامحسین شافعی در بیست و پنجمین جلسه هیأت نمایندگان اتاق مشهد، برندکُشی را معلول سیاست‌های غلط و بخشنامه‌های متعدد و خلق‌الساعه دانست و گفت که «در ایران برندکُشی راه انداخته‌ایم.»

موضوع برندسازی در سال‌های گذشته بارها در ارتباط با بحث صادرات کالاهای ایرانی مطرح شده و هر بار که خبرهای مختلفی از صادرات محصولاتی نظیر زعفران، پسته، فرش و دیگر محصولات شناخته شده ایرانی با نام و برند خارجی به میان آمده است، انتقادات از انفعال صادرکنندگان ایرانی و سوءاستفاده...

۳



کدام بازار برای سرمایه‌گذاری مناسب‌تر است؟

بازدهی بازارها در ۳۰ ماه گذشته

۳

مجلس چه طرحی برای تجمیع یارانه‌ها در سال آینده دارد؟

سناریوهای یارانه ۱۴۰۰

در حالی بهمن ماه امسال صد و بیستمین مرحله یارانه نقدی واریز می‌شود که از تصویب یک فوریت این قانون در مجلس ۱۲ سال می‌گذرد. لایحه هدفمند شدن یارانه‌ها با ۱۲۷ رأی مثبت، ۸۵ مخالف و ۷ ممتنع از مجموع ۲۲۰ نفر نماینده در جلسه روز ۱۰ دی ۱۳۸۷ به تصویب رسید و حالا نمایندگان مجلس به دنبال تغییرات اساسی در آن هستند، چنانچه رحیم زارع، سخنگوی کمیسیون تلفیق بودجه از تعیین دو سقف پرداخت برای یارانه نقدی در سال آینده خبر داده و گفته: «در صورت تأیید مصوبه کمیسیون در صحن مجلس، در سال آینده یارانه نقدی در ۲سقف پرداخت می‌شود که ۵۸ میلیون نفر یک مبلغ و از ۵۸ میلیون تا سقف ۸۰ میلیون نفر مبلغ کمتری دریافت خواهند کرد. منبع پیش‌بینی‌شده برای پرداخت یارانه‌ها در قالب تبصره۱۴ لایحه بودجه سال آینده ۴۶۳هزار میلیارد تومان است.» البته در روزهای گذشته به جز سخنان سخنگوی کمیسیون تلفیق، سناریوهای دیگری هم برای پرداخت یارانه در سال آینده مطرح شده است. پیگیری از اعضای کمیسیون تلفیق مجلس حاکی از آن است که این کمیسیون قصد دارد یارانه نقدی و یارانه معیشتی (بنزینی) و یارانه جدیدی که می‌خواهد به مردم بدهد، تجمیع کند و صرفا یک...

۳

چرا کانال مالی ویژه اروپا در احیای برجام ناموفق بود؟

نجات نافرجام برجام با اینستکس

۴

مدیریت و کسب‌وکار

- مگاترندهای اقتصاد دیجیتال معاصر
- اولین ریبرندینگ برگرکینگ پس از ۲۰ سال
- آغاز به کار داوری جشنواره وب و موبایل
- درس‌های روابط عمومی از ایلان ماسک
- ۴ ویژگی فروشنده‌های موفق
- راهکارهایی برای تعامل بهتر با مخاطب هدف

رئیس و وارث سامسونگ دوباره راهی زندان شد

۸ تا ۱۶

سهم سرمایه‌گذاران خارجی رمزارز از مصرف برق ایران چقدر است؟

علیه ماینرهای غیرمجاز

فرصت امروز: در حالی که دولت از برخورد جدی با استفاده‌کنندگان غیرمجاز برق برای استخراج بیت‌کوین خبر داده، سخنگوی صنعت برق از پرداخت جایزه ۲۰ میلیون تومانی برای معرفی مزارع بیت‌کوین غیرمجاز سخن گفته است. حال سوال این است که سهم دستگاه‌های مجوزدار استخراج رمزارزها از جمله بیت‌کوین و ماینرهای غیرمجاز در خاموشی‌های اخیر چقدر است و همچنین سرمایه‌گذاران خارجی رمزارز چقدر از برق غیریارانه‌ای استفاده می‌کنند؟ آیا همانطور که شایعه شده، ماینرهای چینی در حال بلعیدن مصرف برق کشور هستند و خاموشی‌های اخیر به همین علت رخ داده است؟

پاسخ این سؤال را می‌توان در ارقام مصرف برق کشور یافت. مصرف برق کشور در فصل زمستان معمولا کمتر از توان تولید آن است. با نگاهی به آمار شرکت مدیریت شبکه برق ایران می‌توان دریافت که سال گذشته در ۲۳ دی ماه پیک برق (اوج مصرف) برابر با ۳۶ هزار و۱۳۱ مگاوات بود و امسال در ۲۳ دی ماه یعنی همان روزی که خاموشی‌های پراکنده در سراسر کشور اتفاق افتاد، مصرف برق ۴۱ هزار و ۴۵۷ مگاوات بود. تقریبا میانگین ۲۳ روز ابتدای دی ماه دو سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ نیز نزدیک به همین ارقام است. این امر نشان می‌دهد که رشد مصرف امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵ هزار مگاوات است، اما با توجه به توان تولید ۵۹ هزار مگاواتی صنعت برق هنوز فاصله معناداری میان توان تولید و مصرف ۲۳ دی ماه وجود دارد و به همین خاطر خاموشی‌ها ناشی از ناتوانی صنعت برق در تولید نبوده است. اما درخصوص ماینرها و استخراج ارزهای دیجیتال باید گفت، ۳۱۰ مگاوات از این مصرف ۴۱ هزار مگاواتی را مزرعه یا «فارم»های مجاز و شناسایی شده به خود اختصاص می‌دهند که به گفته شرکت توانیر، اگر شرکتی خارجی مانند چینی‌ها با فعالان ایرانی جوینت شده باشند و در ایران فعالیت کنند، جزو این ۳۱۰ مگاوات (۲۴ مرکز استخراج رمزارز) هستند و از آنجایی که تعرفه برق همه مشترکین استخراج رمزارز با میانگین قیمت برق صادراتی محاسبه می‌شود، مانند این است که به آن کشور در حال صادرات برق باشیم.

البته مسئله استفاده‌کنندگان غیرمجاز نیز در این خصوص مطرح است؛ مزارعی که هنوز شناسایی نشده‌اند و دولت با جدیت دنبال شناسایی آنهاست و از مردم نیز در این زمینه کمک خواسته است؛ در قبال این کمک نیز حاضر است پاداش ۲۰میلیون تومانی به معرفی استخراج‌کنندگان غیرمجاز رمزارز بپردازد. این درحالی است که مدیرکل دفتر امور طرح‌های وزارت صمت، سهم سرمایه‌گذاران خارجی رمزارز از مصرف برق کشور را ناچیز می‌داند و می‌گوید: براساس اطلاعات سامانه، تعداد سرمایه‌گذاران غیرایرانی در این زمینه در مقابل متقاضیان ایرانی ناچیز است، اما براساس اعلام وزارت نیرو، حدود ۴۵ درصد قراردادهای برق غیریارانه‌ای، معادل ۱۴۰ مگاوات در زمینه استخراج رمزارز، مربوط به سرمایه‌گذاران خارجی است.

علیرضا هادی درباره تعداد صدور جواز استخراج بیت کوین در کشور به ایسنا، گفت: صدور جواز تأسیس استخراج رمزارز از تاریخ ۲۸ آبان ماه سال گذشته در سامانه بهین‌یاب آغاز شده و تاکنون ۱۳۸۰ فقره جواز تأسیس صادر شده است تا متقاضیان بتوانند زیرساخت‌های موردنیاز مانند زمین، ساختمان، برق و ... را فراهم کرده و تجهیزات لازم را خریداری کنند و پس از آن با دریافت پروانه بهره‌برداری، امکان آغاز فعالیت مجاز داشته باشند. در حال حاضر هیچ‌یک از متقاضیان پروانه بهره‌برداری دریافت نکرده‌اند. او همچنین درباره کشورهایی که در زمینه استخراج بیت کوین در ایران فعالیت می‌کنند، افزود: صرفاً دارندگان شناسه ملی (اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی) امکان دریافت مجوز در سامانه را دارند و براساس دستورالعمل صدور مجوز فعالیت استخراج رمزارز مورخ ۲۸ آبان سال گذشته وزارت متبوع، اشخاص غیرایرانی در قالب اشخاص حقوقی امکان سرمایه‌گذاری دارند. براساس اطلاعات سامانه، تعداد سرمایه‌گذاران غیرایرانی در این زمینه در مقابل متقاضیان ایرانی ناچیز است. البته براساس اعلام وزارت نیرو، حدود ۴۵ درصد قراردادهای برق غیریارانه‌ای (با نرخ متوسط ۹۶۵۰ ریال برای هر کیلووات-ساعت) معادل ۱۴۰ مگاوات در زمینه استخراج رمزارز، مربوط به سرمایه‌گذاران خارجی است. برای مقایسه ابعاد این عدد با مقدار مصرف برق کشور باید گفت که در روزهای تابستان امسال که اوج مصرف برق است، رکورد روزانه مصرف برق بالغ بر ۵۳ هزار مگاوات بوده است. به گفته مدیرکل دفتر امور طرح‌های وزارت صمت نرخ برق غیریارانه‌ای براساس مصوبه هیأت وزیران به شماره ۵۸۱۴۴/ت۵۵۶۳۷هـ در تاریخ ۱۳ مرداد ۱۳۹۸به نرخ متوسط صادراتی در نظر گرفته شده که براساس محاسبه وزارت نیرو به‌طور متوسط ۹۶۵ تومان برای هر کیلووات-ساعت است و بالغ بر ۱۴ برابر نرخ برق صنعتی است. البته تخفیفات تعرفه‌ای فنی نظیر ولتاژ اتصال و تخفیف مصرف در ماه‌های غیرگرم نیز توسط وزارت نیرو اعمال می‌شود که نرخ را در هشت ماه غیرگرم، به حدود ۴۸۰ تومان (بیش از ۷ برابر نرخ برق صنعتی) کاهش می‌دهد. همه مصرف‌کنندگان اعم از ایرانی و غیرایرانی مشمول پرداخت این نرخ غیریارانه‌ای هستند. او با بیان اینکه متقاضیان استخراج رمزارز در سراسر کشور جواز تأسیس دریافت کرده‌اند، گفت: در استان‌های خراسان رضوی ۲۵۱ فقره (۱۸ درصد کل جوازها)، تهران با ۱۴۸ فقره (۱۱ درصد کل جوازها)، زنجان با ۱۰۹فقره (۸ درصد کل جوازها)، آذربایجان‌شرقی ۱۰۸ فقره (۸ درصد کل جوازها) آذربایجان‌غربی ۹۵ فقره (۷ درصد کل جوازها) جواز تأسیس صادره شده است. هادی درباره انتقاداتی که نسبت به‌سختی شرایط دریافت مجوز تولید بیت کوین مطرح شده نیز تصریح کرد: صدور مجوز استخراج رمزارز به‌صورت کاملاً الکترونیکی و از طریق سامانه بهین‌یاب با سهولت در حال انجام است و هیچ‌گونه محدودیت و یا دشواری در این زمینه وجود ندارد و از آذر ۱۳۹۸ تاکنون ۱۳۸۰ فقره جواز تأسیس در سامانه صادر شده و همچنان ادامه دارد. گفتنی است در پی قطع گسترده برق در چند کلانشهر ایران در هفته گذشته، گزارش‌هایی از حضور چینی‌ها برای استخراج بیت‌کوین در ایران منتشر شد و سپس این گمانه‌زنی مطرح شد که یکی از دلایل قطعی گسترده برق در سال ۹۹، افزایش چشمگیر استخراج رمزارزها به صورت قانونی و غیرقانونی است بنابراین در روزهای گذشته اخباری از برخورد با برخی از ماینرهای غیرمجاز منتشر و اعلام شد که در راستای مدیریت مصرف برق و جلوگیری از خاموشی با استخراج‌کنندگان رمزارز مجاز مذاکره شد تا در این زمان فعالیت خود را متوقف کنند و در این راستا فعالیت استخراج‌کنندگان رمزارز چینی هم متوقف شده است. هرچند قطع برق منازل مسکونی به گستردگی هفته گذشته در این هفته ادامه نیافت، اما همچنان برق مشترکان پرمصرف و حتی واحدهای تولیدی در شهرک‌های صنعتی در ساعاتی از روز قطع می‌شود، با این حال تاکنون توضیح قانع‌کننده‌ای درباره چرایی قطع برق اعلام نشده است.

زنان بیشتر از مردان شغل خود را در حوزه فناوری از دست داده‌اند

شکاف جنسیتی در بحران کرونا

بحران کرونا دردسرهای زیادی در جهان ایجاد کرده که یکی از مهمترین آنها، افزایش نرخ بیکاری است و البته زنان در این زمینه بیش از مردان آسیب دیده‌اند. حوزه فناوری نیز از این قاعده مستثنی نیست و در بحران کرونا، زنان شاغل در این بخش بسیار بیشتر از مردان آسیب دیده‌اند. تازه‌ترین گزارش مؤسسه Harvard Business نشان می‌دهد در سال ۲۰۲۰ میلادی زنان ۱٫۶ بار بیشتر از مردان همکارشان در حوزه تکنولوژی شغل خود را از دست داده‌اند که نماد بارز نابرابری و شکاف جنسیتی به شمار می‌رود، اما محققان در همین گزارش مدعی شده‌اند که بحران کرونا می‌تواند زمینه‌ساز اشتغال پایدار برای زنان در آینده نیز باشد، به شرط آنکه به حوزه علم، پژوهش و فناوری(STEM) و هوش مصنوعی ورود کنند.

سوال اما این است که چرا اشتغال زنان در حوزه فناوری تا این حد شکننده بوده است؟ در بحران کرونا زنان بسیار بیشتر از مردان آسیب دیده‌اند که برخی کارشناسان، دلیل این موضوع را آن می‌دانند که از پذیرش زنان برای فعالیت در حوزه فناوری زمان زیادی نگذشته است. برخی دیگر هم می‌گویند هرچند حالا دیگر زنان بیشتری در حال تلاش برای کاهش شکاف در شغل‌های علمی، فنی، مهندسی و ریاضیات هستند ولی در دوران کرونا و به دلیل دورکاری، مسئولیت تعداد زیادی از آنها در خانه بسیار زیاد شده تا جایی که مدیران تصمیم به حذف آنها گرفتند. برخی حتی پا را فراتر گذاشته و معتقدند اگر اوضاع به همین منوال پیش برود وضعیت اشتغال زنان در حوزه فناوری ۱۰ سال به عقب بازمی‌گردد. در سوی مقابل، عده دیگری عدم تمایل زنان به تحصیل و فعالیت در مشاغل فناوری و کم‌تعداد بودن آنها در محل کار را عامل تعدیل بیشتر زنان نسبت به مردان می‌دانند. مطالعات مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد درحالی که ۵۵ درصد از فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها در جهان زنان هستند ولی حدود یک سوم آنها رشته‌های STEM را انتخاب می‌کنند که در این میان، ۳ درصد زنان در رشته آی‌سی‌تی، ۵ درصد در رشته‌های علم و ریاضیات و ۸ درصد هم در رشته‌های مهندسی تحصیل می‌کنند.

از سوی دیگر، مردان در رده‌های بالای شغلی فناوری به طور متوسط حقوق ۷۳ هزار دلاری دارند درحالی که این مبلغ برای زنان ۶۵ هزار و ۳۰۰ دلار است و این رقم نشان‌دهنده یک شکاف ۱۱درصدی است. البته گفتن این نکته ضروری است که حقوق زنان در مشاغل STEM حدود ۳۵ درصد بیشتر از سایر فرصت‌های شغلی است و همین موضوع می‌تواند عاملی برای تشویق زنان برای ورود به تحصیل و کار در این حوزه باشد. همچنین تحقیقات مؤسسه پژوهشی TrustRadius نشان می‌دهد در سال ۲۰۲۰ عمدتا شغل فناوری زنان جوانی که به تازگی به محل کار وارد شده بودند از دست رفت و در این بین، زنان رنگین‌پوست، بیشترین آسیب را به ویژه در آمریکا دیده‌اند.

با اینکه بحران کرونا بر اغلب کسب و کارها و صنایع تاثیر مخربی داشته و تعداد زیادی شغل را از بین برده است، اما یک صنعت تاب‌آوری بالایی داشت و حتی شاهد رشد آن در بحبوحه کرونا نیز بوده‌ایم که آن هم هوش مصنوعی(AI) است و بسیاری برای مشاغل مرتبط با آن، آینده‌ای بسیار مناسب و خوب پیش‌بینی می‌کنند. در حال حاضر، میزان تقاضا برای افراد دارای مهارت در حوزه هوش مصنوعی، روندی صعودی و حتی انفجاری دارد. طبق مطالعات مؤسسه Harvard Business، بازار هوش مصنوعی در سال ۲۰۲۱ رشد ۱۶ درصدی خواهد داشت و به موازات توسعه بازار کار و اشتغال، فرصت‌های شغلی برای زنان نیز در حوزه هوش مصنوعی وجود دارد. درحال حاضر همچون سایر بخش‌های فناوری، در حوزه هوش مصنوعی نیز با نابرابری جنسیتی مواجه هستیم به گونه‌ای که کمتر از ۲۶ درصد شغل‌های هوش مصنوعی در اختیار زنان قرار دارد. کم‌تعداد بودن زنان شاغل در این حوزه در کنار افزایش ظرفیت شغلی، پنجره‌ای به سوی اشتغال زنان می‌گشاید تا به فناوری روی خوش نشان دهند. محققان این مؤسسه معتقدند زنان نقش کلیدی در توسعه فناوری هوش مصنوعی و علم داده(دیتا) دارند و برای پاسخ به تقاضای کار در حوزه هوش مصنوعی، باید زنان بیشتری از فرهنگ‌ها و سنین مختلف تشویق شده و وارد رشته‌های فناوری و هوش مصنوعی شوند. بنابراین باید دختران را از سن پایین به علم و ریاضیات ترغیب کرد تا دریچه‌ای از فرصت‌ها به روی آنان باز شود و در آینده، شغل‌های مناسبی در حوزه هوش مصنوعی و فناوری به دست بیاورند و به این ترتیب، تعداد زنان شاغل در این بخش افزایش یافته و نابرابری و شکاف جنسیتی روز به روز کمتر شود. زنان شاغل در حوزه فناوری هم می‌توانند آموزش‌های لازم را ببینند و به هوش مصنوعی ورود کنند که در این زمینه استفاده از Google AI بهترین راهکار است تا مهارت‌های اساسی هوش مصنوعی را از راه دور یاد بگیرند.

ریتیکا گونار، معاون داده و هوش مصنوعی کمپانیIBM در این باره گفت: «پاندمی کرونا سبب عدم اطمینان زیاد و بالا رفتن میزان تقاضا برای هوش مصنوعی در جهان شده است که این روند ادامه خواهد داشت. تاکنون برای مقابله با کرونا از هوش مصنوعی استفاده زیادی شده و هنوز هم می‌توان از آن بهره بیشتری برد. بیمارستان‌ها از هوش مصنوعی برای شناسایی بیماران استفاده می‌کنند و دولت‌ها هم در اپ‌های ردیابی بیماران کرونایی از این فناوری پرکار بهره می‌برند. در این مدت کمپانی‌های کوچک و بزرگ هم از هوش مصنوعی استفاده کردند تا بتوانند برای نخستین بار در تاریخ همه کارمندان خود را دورکار کنند.»

به اعتقاد گونار، «برای رفع تبعیض‌ها باید زنان بیشتری به حوزه علم و تکنولوژی ورود کرده و در رشته‌های STEM تحصیل کنند. طبق تحقیق IBM حدود ۸۵ درصد از متخصصان حوزه هوش مصنوعی معتقدند که در این صنعت در سال‌های اخیر تنوع جنسیتی بهتری نسبت به سایر بخش‌های فناوری ایجاد شده و این موضوع تأثیر مثبتی بر تکنولوژی داشته است. ۸۶ درصد از ۳ هزار و ۲۰۰ نفری که در آمریکای شمالی، اروپا و هندوستان در نظرسنجی این کمپانی شرکت کردند گفتند که بدون هیچ تعصبی به توانایی‌های هوش مصنوعی در تصمیم‌گیری اعتماد دارند ولی باید تلاش بیشتری انجام شود تا دختران از سن کم با حوزه هوش مصنوعی آشنا شوند. در حالی که ۴۶ درصد مردان حاضر در این نظرسنجی از دوران دبیرستان یا حتی زودتر به فناوری علاقه‌مند بوده‌اند ولی ۵۳ درصد زنان تنها به عنوان یک مدرک به آن نگاه می‌کرده‌اند.

اهمیت موضوع شکاف جنسیتی در حوزه فناوری تا آنجاست که مجمع جهانی اقتصاد سال گذشته بر لزوم پیوستن زنان به برنامه‌های متمرکز بر شغل‌هایSTEM تأکید کرد و سپس کمپین‌های بین‌المللی در این زمینه در چندین کشور ایجاد شد. از کمپانی‌های بزرگ فناوری فعال در این زمینه می‌توان به IBM،IPsoft و مایکروسافت اشاره کرد. از استرالیا تا عربستان و کانادا رهبران زن موفق در حوزه هوش مصنوعی و STEM دختران و زنان را به این موضوع تشویق کرده‌اند تا فرصت‌های شغلی مهندسی، هوش مصنوعی و علم را اشغال کنند. در کاخ سفید نیز ایوانکا ترامپ در قالب برنامه ابتکاری WGDP تلاش‌هایی برای جذب زنان به این حوزه انجام داده است. در قالب این برنامه قرار است تا سال ۲۰۲۵ حدود ۵۰میلیون زن در جوامع در حال توسعه به شغل‌های حوزه تکنولوژی ورود کنند که با آموزش و اعطای وام تا پایان سال ۲۰۲۰، این موضوع برای حدود ۱۲میلیون نفر تحقق پیدا کرد. این برنامه بیشتر در جوامعی اجرا می‌شود که نابرابری جنسیتی در آنها بیشتر دیده می‌شود.

جالب است بدانید هرچند در بسیاری از کشورهای جهان شاهد اخراج و تعدیل زنان در حوزه فناوری هستیم، اما در بریتانیا وضعیت دیگری را شاهد هستیم. در کمال ناباوری تعداد زنان شاغل در حوزه آی تی در بریتانیا در سال ۲۰۲۰ بیش از سال ۲۰۱۹ بوده است. با وجودی که در بیشتر نقاط دنیا زنان در صنایع گوناگون و صنعت آی تی بیش از مردان شغل خود را از دست داده‌اند، اما در بریتانیا درصد زنان شاغل در حوزه تکنولوژی ۲۰درصد افزایش داشت درحالی که این رقم افزایش در سال ۲۰۱۹ حدود ۱۹درصد بود.

هندوستان نیز از دیگر کشورهایی است که زنان فعال در حوزه تکنولوژی از بحران کرونا آسیب زیادی ندیده‌اند. شیوع کرونا زمینه‌ساز تغییرات مثبتی برای زنان در صنعت سرویس‌های تکنولوژی هندوستان به ارزش ۲۰۰ میلیارد دلار شده است. در جامعه سنتی هندوستان دورکاری هرگز پذیرفته نشده بود و بسیاری از زنان تحصیلکرده نیز به دلیل شرایط زندگی خود و اجبار به مراقبت از کودکان یا سالمندان گاه مجبور بودند قید کار را بزنند، اما حالا با توجه به پذیرش دورکاری به عنوان شیوه نوین اشتغال، سدها و موانع زیادی از مقابل زنان هندی برداشته شده است.

نگاه

اقتصاد ایران چگونه در مقابل تحریم و کرونا تاب آورد؟

تاب‌آوری اقتصادی ایران به روایت علی سرزعیم

ایـن روزها در کنار تحریم و شـیوع بیمـاری کرونا و تبعات آن بـر تولید و اقتصاد عده‌ای از رونق تولید سـخن می‌گویند، اما وضعیت امروز اقتصاد ایران چگونه اسـت؟ در پاسخ به این سـوال، یک اقتصاددان می‌گوید: افت نسبتاً کم تولید ناخالص داخلی بدون نفت در دو سال گذشته و عدم افت جدی اشتغال نشـان داد که اقتصاد ایران در برابـر تحریم مقاوم‌تر از چیزی اسـت که در ابتدا به نظر می‌رسـید. برخی از تهدیدها که در شـرایط عادی به ضـرر اقتصاد اسـت، در دوره بحران فرصت تاب‌آوری را بالا برد.

علی سرزعیم در تحلیل وضعیت اقتصادی کشور، از تاب‌آوری اقتصاد سخن می‌گوید و می‌افزاید: اقتصاد ایران در برابر تحریم مجدد آمریکا و پدیده کرونا تاب‌آوری خوبی داشته که هم باید مورد توجه و تقدیر قرار گیرد و هم باید تحلیل شود.

به اعتقاد سرزعیم، افت نسبتاً کم تولید ناخالص داخلی بدون نفت در دو سال گذشته و عدم افتَ جدی اشتغال نشان داد که اقتصاد ایران در برابر تحریم مقاوم‌تر از چیزی است که در ابتدا به نظر می‌رسـید. در قضیه کرونا اگرچـه در ابتدای امر نوعی سـردرگمی بود اما نظام تصمیم‌گیری به سـرعت به خود آمد و موفق شـد وضعیت را مدیریت کند. عدم غارت فروشگاه‌ها و وفور اجناس نشـان از این داشت که تدابیر به کار گرفته شده در ایران موفق‌تر از کشورهای توسعه‌یافته بوده است.

بـه غیر از نقاط قـوت اقتصاد ایران، ناکارایی‌ها و اشـکالاتی که در نظام اقتصادی ایران وجود داشـته چیست و چگونه این ناکارایی‌ها در مقابل تاب‌آوری اقتصاد قرار نگرفته اسـت؟ این اقتصاددان پاسـخ می‌دهـد: یکی از مهمترین اشـکالات نظام سیاسـت‌گذاری ایران، تثبیت نرخ ارز در شـرایط تورمی بوده اسـت. این امر موجب تضعیف تولید داخـل و ترغیب واردات بوده اسـت. پیامد مسـتقیم این امر تضعیف جامعه مهندسی و تولیدکنندگان داخلی بوده اسـت. جهش شـدید نرخ ارز که به‌تبع تحریم رخ داد موجب شد واردات گران شود و همچنین ارسـال آن به ایران با مشـکل مواجه شـود، اما همین مسئله زمینـه‌ای را فراهم کرد تا بنگاه‌ها برای تأمین این اقلام متوجه داخل شوند و از توان مهندسی موجود در بنگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان یاری بخواهند. نتیجه این وضعیت رونقی شـد که به این واسـطه در برخی صنایع به وجود آمد و به شرکت‌های دانش‌بنیان خون تازه‌ای تزریق کرد.

یعنی باید در آینده دوباره نرخ ارز سـرکوب شـود؟ سرزعیم پاسـخ می‌دهد: اگر تحریم‌ها مرتفع شـد، اصلا صلاح نیسـت سیاسـت‌گذار به دنبال کاهش نرخ ارز برود، بلکه بهتر اسـت مزیت ایجادشـده را حفظ کند و بر تثبیت نرخ ارز در شـرایط تورمی اصرار نورزد.

او سـپس به انبارداری اشاره می‌کند و در گفت‌وگو با پایگاه خبری اتاق ایـران ادامه می‌دهد: یکی از پدیده‌های عجیب در اقتصاد ایران، انباشت مواد اولیه در انبارهاست. این امر به دلیل هراس از تأمین آن به‌واسـطه تحریم و همچنین نگرانی نسبت بـه تحولات نرخ ارز صورت می‌گیـرد. پیامد منفی این امر آن است که بخشی از سرمایه در گردش بنگاه‌ها به این شکل قفل می‌شـود زیرا بنگاه‌ها بیش از مقدار بهینه، مواد اولیه نگهداری می‌کنند. این اشکال در شرایط خاص کرونا به داد اقتصاد ایران آمـد زیرا در شـرایطی که زنجیره تأمین مواد اولیه به‌واسـطه کرونا قطع شده به صنایع ایران کمک کرده تا کماکان تولیدات خود را انجام دهند و از این پدیده متأثر نشوند. تا وقتی شرایط تحریمی اسـت چاره‌ای جز آن نیست اما به‌محض مرتفع شدن تحریم، باید این وضعیت اصلاح شود.

سـرزعیم با اشـاره به فرصت‌ها و تهدیدهـای همزمان مازاد نیروی انسـانی می‌گوید: یکی از مشـکلات دولـت، بنگاه‌های دولتـی و عمومی این اسـت که با پدیده نیروی انسـانی مازاد مواجه اسـت. این امر هزینه‌های دولت را در سـرفصل جاری زیـاد کرده و در مقابل منابع ناچیزی برای هزینه عمرانی باقی گذاشته اسـت. در سطح بنگاه پیامد این وضعیت آن است که هزینه‌های بنگاه بالا رفته و بنگاه با کمبود سرمایه در گردش یا کمبود منابع برای سـرمایه‌گذاری مواجه می‌شود. این وضعیت در وضعیـت کرونا به کار کشـورداری و بنگاه‌داری می‌آید زیرا به‌سـادگی می‌توان با شـیفتی کردن کارکنـان، تداوم تولید و فعالیـت اقتصادی را تضمین کـرد و درعین‌حال خطر ابتلای کرونا پایین باشد و نیازی به حضور همه افراد در جامعه نباشد.

به اعتقاد وی، باید بخش دولتی را چابک کرد و بنگاه‌ها را از شـر نیروی مازاد رها کرد. برای این مقصود ضروری اسـت که نظام بیمه بیکاری اصلاح شود. از سوی دیگر، شیوه رایج دولت در تأمین مالی کسـری بودجه، استقراض از بانک مرکزی بوده اسـت. این امر همواره موجب شده تا نرخ تورم ایران تک‌رقمی نشود یا تک‌رقمی نماند.

ایـن کارشـناس اقتصـادی ادامـه می‌دهد: شـیوه صحیح اسـتقراض دولت، انتشـار اوراق بدهی اسـت. تا پیش از این، دولت خیلی از این امکان اسـتفاده نکرد. در شرایط تحریم که نرخ تورم به نزدیک ۵۰ درصد رسـید، تداوم این روند چندان به صلاح نبود زیرا می‌توانسـت کشور را به مرز تورم‌های شدید بکشـاند. به همین دلیل دولت، از راه بدیل یعنی انتشار اوراق برای تأمین مالی کسـری بودجه استفاده کرد و تاکنون از این راه مشکلات خود را حل کرده است.

اما آیا صلاح است که این مسیر همچنان ادامه یابد؟ سرزعیم پاسـخ می‌دهد: قطعاً انتشار اوراق مسـیر درستی است اگر با عملیات بازار باز همراه باشـد و منابع حاصل از آن صرف ایجاد زیرساخت‌های توسعه‌ای شـود تا بتواند ظرفیت رشدی ایجاد کند که دولت از محل مالیات آن پول و سود اوراق را برگرداند. درصورتی‌که اگر عملیات بازار باز صورت نگیرد این امر موجب بالارفتـن نرخ بهـره و افـت فعالیت‌های اقتصادی می‌شـود. همچنین اگـر منابع حاصل از اوراق صـرف هزینه‌های جاری شود، دولت از یکجا به بعد در بازپرداخت اصل و سود این اوراق دچار مشکل خواهد شد.

کدام کشورها بالاترین شاخص تاب‌آوری را دارند؟

درجه تاب‌آوری اقتصادها

فرصـت امروز: تـاب‌آوری اقتصادهـای دنیا برای مقابله بـا بحران‌های اقتصـادی و طبیعـی مختلف، یکی از فاکتورهای مهم اقتصادی اسـت و موضوعی اسـت که در سـال‌های اخیر بارها مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته اسـت. سؤال این است که یک کشـور چگونه می‌تواند قدرت خود را برای مواجهه با بحران‌های اقتصادی و طبیعی پیش‌بینی‌نشـده افزایش دهد و در صورت آسیب دیدن بتواند به‌سرعت به وضعیت عادی بازگردد؟ بدون شک دارا بودن زیرساخت‌های توسعه‌یافته یک عامل بسیار مهم است ولـی عامل مهم‌تر را می‌توان در برنامه‌ریزی برای آینده و ارزیابی خطرات و احتمالات مختلف در صورت وقوع مشـکلات پیش‌بینی‌نشـده دانست؛ مسئله‌ای که نیاز به آموزش، مهارت و توانمندی دارد.

در این راسـتا، مرکـز مطالعات «کارفـون ویرهاوس» اخیـرا اقدام به رده‌بندی ۳۰ کشـور برمبنای سـطح تاب‌آوری اقتصادی آنها کرده است. در ابتدای این گزارش در مورد شـاخصی صحبت شـد که به این موسسه امکان می‌داد تا کشـورها را با هم مقایسه کند و در تهیه این شاخص ۱۵ زیربخش مهم مورد بررسـی قرار گرفت. امتیاز هر فاکتور بین صفر تا ده بود و مجموع امتیاز این ۱۵ شـاخص برای هر کشور می‌توانست شاخص تاب‌آوری اقتصادی را ایجاد کند. این شاخص عددی بین ۰ تا ۱۵۰ بود و هرچه به ۱۵۰ نزدیک‌تر بود نشـان‌دهنده قدرت بیشتر کشور برای مقابله با بحران‌های آتی بود. نکته مهم این است که هیچ‌یک از کشورها به عدد ۱۵۰ نزدیک هم نشـده‌اند و تنها پنج کشور توانسته‌اند شاخص تاب‌آوری اقتصادی بالاتر از ۱۰۰ را به خود اختصاص دهند.

شاخص تاب‌آوری چگونه محاسبه می‌شود؟

برای بررسـی شاخص تاب‌آوری اقتصادی، وضعیت کشورها از دو جنبه مورد مطالعه قرار گرفته اسـت. از یک طرف، قدرت مقابله آنها با بحران‌ها در آینده نزدیک یعنی ۱۰ تا ۲۰ سال آینده در نظر گرفته شده و از طرف دیگر قدرت آنها برای مقابله با تحولات پیش‌بینی‌نشده در آینده دورتر از ۲۰ سال بررسی شده است. کشورهایی که از نظر زیرساخت‌های فیزیکی و تکنولوژیکی در سـطح بالایی قرار داشته باشـند و سرمایه‌های لازم در این حوزه‌ها را در اختیار داشته باشند، می‌توانند در مقابل چالش‌های آتی مقاومت کنند.

برای تهیه شـاخص تاب‌آوری اقتصادی، فاکتورهای مختلفی در اقتصاد کشـورها در نظر گرفته‌شده که عبارتند از توسـعه زیرساختی، ارتباطات و تکنولوژی، سیاسـت‌های زیسـت‌محیطی، حقوق انسانی، سیاست‌های اقتصادی و زیرسـاخت‌های بهداشتی و درمانی. این فاکتورها برای ارزیابی میزان تاب‌آوری اقتصادی کشورها در آینده نزدیک یا به تعبیر بهتر، میزان آمادگی کنونی آنها بـرای مقابله با حوادث غیرقابل‌پیش‌بینی مورد توجه قرار گرفته اسـت و فاکتورهای دیگر برای تعیین شاخصی که توانایی آنها بـرای مقابله با تحولات منفی آتی را مورد مطالعه قرار می‌دهد، اسـتفاده شده است.

فاکتورهایی که برای تهیه شـاخص تاب‌آوری اقتصادی کشـورها در آینده یا پتانسـیل آنها برای مقابل با بحران‌های آتی استفاده شده است می‌توان به سـطح توسعه‌یافتگی زیرساخت‌های سـایبری در کشورها، زیرسـاخت‌های نظامی، شـاخص صلح جهانی، نرخ رکـود اقتصادی و میزان ذخایر طبیعی موجود در کشـورها که به آنها امکان کسب درآمد در شـرایط سخت اقتصادی را می‌دهد، اشاره کرد. از طرف دیگر، سطح احتمال مواجهه با شـرایط نامناسب جوی و بحران‌های طبیعی، امنیت بهداشتی و در نهایت شمار تلفن‌های موجود در کشورها به ازای هر یک از سـاکنین آنها نیز از دیگر فاکتورهایی اسـت که در تهیه این شاخص مدنظر قرار گرفته است.

مرکز مطالعاتی «کارفون ویرهاوس» در گزارش خود نوشت: «تاب‌آوری به معنای میزان مقاومت اقتصادی یک کشور در برابر حوادث طبیعی یا بحران‌های بزرگ است. این شاخص به بررسی این مسئله می‌پردازد که بعد از یک بحران چقدر طول می‌کشـد تا اقتصاد یک کشور به وضعیت عادی بازگردد و از بحران خارج شـود. سـرعت احیای اقتصاد کشورها بعد از تجربه بحران‌ها فاکتور مهمی اسـت به‌خصوص در این روزها که تغییرات جوی چالش بزرگی برای دنیا ایجاد کرده است و احتمال وقوع سیل‌ها و توفان‌های مختلف می‌تواند کار و زندگی در بسیاری از شهرها و مراکز را برای مدت‌های زیادی تعطیل کند. کشـورها موظف هستند زیرسـاخت‌های اقتصادی و تکنولوژیکی خود را به‌گونه‌ای توسعه دهند که در شرایط بحرانی برنامه جایگزینی برای کار وجود داشته باشد. یکی از این ابزارهای جایگزین امکان دورکاری و استفاده از دنیای تکنولوژی برای انجام کار است که با شیوع کرونا از آن استفاده شد. امکان تدریس به‌صورت آنلاین و امکان برگزاری جلسـات با استفاده از امکانات به‌روز تکنولوژیکی از مسائلی اسـت که می‌تواند قدرت تاب‌آوری اقتصادها را در برابر بحران‌ها بیشتر کند.»

نروژ بالاترین میزان تاب‌آوری در جهان را دارد

در سال ۲۰۲۰ نروژ به‌عنوان کشوری که بالاترین تاب‌آوری را برای مقابله با بحران‌های آتی دارد، معرفی شده است. این کشور در جریان همه‌گیری کرونا هم آسیب زیادی متحمل نشد و با استفاده از سیاست‌های اقتصادی صحیح توانست از تشدید رکود اقتصادی جلوگیری کند. این کشور از نظر شاخص‌های مرتبط با سیاست‌های زیست‌محیطی، منابع طبیعی و توانایی مقابله با شـرایط سخت جوی در سطح بالایی قرار دارد و به همین دلیل توانسته جایگاه اول فهرست را به خود اختصاص دهد. نروژ توانسته است از نظر سیاست‌های مرتبط با محیط‌زیست و حقوق بشر امتیاز ۱۰ را کسب کند و از نظر سیاست‌های اقتصادی و تکنولوژی‌های ارتباطی و مخابراتی به ترتیب امتیاز ۹.۲۹ و ۹.۲۸ را به خود اختصاص داده است.

در جایگاه دوم این فهرست کشور کانادا قرار دارد که از نظر عملکرد بخش منابع طبیعی، زیرسـاخت‌های سـایبری و در نهایت کارایی سیاست‌های اقتصادی در سطح بالایی قرار دارد و توانسته در صدر کشورهای قاره آمریکا قرار بگیرد. بالاترین امتیاز این کشـور در حوزه زیرسـاخت‌های سایبری اسـت (امتیاز ۹.۵۹). در سومین جایگاه این فهرست، فرانسه قرار دارد. در این کشـور شمار گوشی‌های هوشـمند به ازای هر فرد بسیار زیاد است و زیرسـاخت‌های بهداشت و درمان بسیار توسعه‌یافته است. زیرساخت‌های توسعه‌یافته شـهری و صنعتی و حجم بالای منابع طبیعی در این کشور باعث شده است تا جایگاه سوم به این کشور اروپایی اختصاص داشته باشد. کشـور آلمان هم در این رده‌بندی جایگاه چهارم را دارد و توانسـته است در شـمار زیادی از فاکتورهای سازنده شـاخص، سطوح بالایی را به خود اختصاص دهد. این کشور از نظر زیرساخت‌های سایبری، شهری و صنعتی بسیار توسعه‌یافته است و سیاست‌های اقتصادی در این کشور با درایت و در زمان مناسب وضع و اجرا می‌شود. این کشور توانایی بالایی برای مقابله با شرایط بد جوی و حتی وضعیت بد سلامتی دارد و توسعه‌یافتگی سیستم بهداشـت و درمان هم در این کشـور صنعتی اروپایی باعث جذاب شدن اقتصاد آن برای سرمایه‌گذاری شده است.

اسـترالیا در این رده‌بندی جایگاه پنجم را دارد و از نظر توسعه‌یافتگی زیرسـاخت‌ها و وضعیت بهداشـت و درمان در میان برترین کشـورهای دنیاسـت ولی شـاخص ارتباطات و تکنولوژی در این کشور از ۱۰ برابر با ۸ است و شاخص سیاست‌های اقتصادی و زیرساخت‌های سایبری هم در همین سطح قرار دارد. نکته مهم این است که حداکثر شاخص تاب‌آوری برابر با ۱۵۰ اسـت و تنها ۵ کشـور نروژ، کانادا، فرانسه، آلمان و استرالیا توانسته‌اند شاخص بالاتر از ۱۰۰ را به دست آورند.

جایگاه پنجم تا دهم متعلق به کدام کشورهاست؟

کشور سوییس در این رده‌بندی جایگاه ششم را به خود اختصاص داده و شاخص تاب‌آوری این کشور ۹۹.۴۴ است. این کشور یکی از کشورهای طرفدار صلح در دنیاسـت و همین مسـئله باعث شده تا موقعیت خوبی داشته باشد، اما کم بودن حجم منابع طبیعی موجود در این کشور باعث شده است تا نتواند در میان پنج کشور اول فهرست قرار بگیرد. این کشور از نظر نوع سیاسـت‌های اقتصادی اجراشـده در کشور و توانایی بالا برای مقابله با شـرایط بد جوی وضعیت بسـیار خوبی دارد. هلند نیز هفتمین کشـور این فهرسـت اسـت که سـطح بالای تکنولوژی‌های ارتباطاتی و مخابراتی، کارآمدی سیاسـت‌های اقتصـادی و حجم بالای منابع طبیعی باعث قرار گرفتن این کشـور در این جایگاه شـده است. این کشور از نظر سـطح خدمات‌رسانی در حوزه بهداشـت و درمان نیز در میان کشورهای برجسته دنیاست.

بریتانیا در این رده‌بندی جایگاه هشـتم را دارد و از نظر توسـعه‌یافتگی زیرساخت‌ها، سطح تکنولوژی‌های مخابراتی و اطلاعاتی و زیرساخت‌های سایبری کشوری قدرتمند است. در جایگاه نهم سنگاپور قرار گرفته است که تنها کشوری بعد از نروژ است که در بیش از یکی از فاکتورهای سازنده شاخص تاب‌آوری اقتصادی توانسته است امتیاز ۱۰ را به دست آورد و این امتیاز برای آمادگی کشور برای تغییرات ناگهانی جوی و وضع سیاست‌های مناسب اقتصادی و در سریع‌ترین زمان ممکن کسب کرده است. این کشور زیرساخت‌های توسـعه‌یافته‌ای دارد و از نظر سطح تکنولوژی و مخابراتی هم بسیار پیشرفته است. اسپانیا نیز در این رده‌بندی جایگاه دهم را دارد و امتیاز کامل را از نظر توسـعه‌یافتگی زیرساخت‌ها دارد. امتیاز این کشور برای زیرساخت‌های بهداشت و درمان ۹ است.

آمریکا از نظر شـاخص تاب‌آوری اقتصادی جایگاه یازدهم دنیا را دارد و این شـاخص برای آمریکا ۸۹.۹۵ اسـت. این کشور از نظر تکنولوژی‌های مخابراتی و اطلاعاتی و سـطح خدمات‌رسـانی در حوزه بهداشت و درمان جایـگاه خوبـی دارد ولی از نظر سـطح توسـعه‌یافتگی زیرسـاخت‌ها با کشورهای اول این فهرست قابل‌مقایسه نیست. جذب سرمایه‌گذاری کلید موفقیت این کشـور در توسعه زیرسـاخت‌ها و افزایش شاخص تاب‌آوری اقتصادی اسـت. کره جنوبی سیزدهمین کشور فهرست است و امارات با داشتن شاخص ۷۲.۹۵ توانست جایگاه پانزدهم را به خود اختصاص دهد. ژاپن شـانزدهمین کشور این فهرست است و کشورهای ترکیه و چین به ترتیب جایگاه‌های بیسـت‌ویک و بیسـت و دوم را دارند. بزرگی شاخص تاب‌آوری اقتصادی برای کشـور ترکیه ۶۶.۹۰ است و برای چین به سطح ۶۶.۵۱ رسـیده است. همچنین عربسـتان جایگاه بیست و چهارم و هند جایگاه بیست و پنجم را دارد.

مرکز مطالعاتی «کارفون ویرهاوس» برای تهیه این گزارش ۳۰ کشـور را مورد مطالعه قرار داد و بزرگی اقتصاد این کشـورها در سـال ۲۰۳۰ را به‌عنوان فاکتوری مهم برای مطالعه قدرت آنها برای مقابله با تحولات آتی در نظر گرفت، اما سه کشوری که در انتهای این فهرست قرار دارند یعنی جایگاه‌های بیست و هشتم تا سی‌ام را دارند عبارتند از بنگلادش، نیجریه و گوایانا که هر سه اقتصادی بسیار ضعیف و زیرساخت‌های آسیب‌دیده‌ای دارند.

کشورها چگونه می‌توانند برای آینده آماده شوند؟

آماده شـدن برای آینده بـه معنای فراهم کردن زیرسـاخت‌های لازم بـرای مواجهه با چالش‌های غیرقابل‌پیش‌بینی اسـت. این زیرسـاخت‌ها شـامل زیرساخت‌های شـهری، ارتباطاتی، اطلاعاتی و تکنولوژیکی است و توسـعه‌یافتگی این زیرسـاخت‌ها کاملاً در ارتباط مسـتقیم با میزان سـرمایه‌گذاری در ایـن بخش‌ها اسـت. به‌عنوان مثال، کشـورهایی که بیشـترین سرمایه‌گذاری را در حوزه افزایش دسترسی به تکنولوژی نسل پنجم یا 5G انجام می‌دهد یا کشورهایی که بیشترین سرمایه‌گذاری را در افزایش ضریب نفوذ گوشی‌های هوشمند در جامعه دارند و تلاش می‌کنند تا بخش وسیع‌تری از جمعیت کشور به اینترنت و خدمات آنلاین دسترسی داشته باشند، همه در زمره کشورهایی هستند که برای آینده آماده‌اند.

مطالعات نشـان می‌دهد سـنگاپور پیشـگام‌ترین کشـور دنیـا از نظر سـرمایه‌گذاری در حوزه زیرساختی است و کشـورهای نروژ و فرانسه در رده‌هـای بعـدی قرار دارند. از میان ۳۰ کشـور مـورد مطالعه نیز آمریکا کمترین سـرمایه‌گذاری در حوزه زیرساختی را انجام می‌دهد درحالی‌که از نظر سـطح توسعه‌یافتگی زیرسـاخت‌ها ضعف‌های زیادی دارد و چین هم از نظر میزان اندک سـرمایه‌گذاری در زیرسـاخت‌ها بعـد از آمریکا، پایین‌ترین جایگاه را دارد. در حوزه سـطح توسـعه‌یافتگی تکنولوژی‌های اطلاعاتی و مخابراتی، امارات جایگاه اول را دارد و کشـورهای کره جنوبی و نروژ به ترتیب جایگاه دوم و سـوم را دارند. پایین‌ترین کشـورها از نظر سـطح توسعه‌یافتگی تکنولوژی‌ها و مخابراتی کشـورهای اتیوپی، هند و روآندا هستند.

متیو گریفیـن، یکی از پژوهشـگران حوزه آینده‌پژوهی معتقد اسـت برای اینکه برای مواجهه با دنیای آینده آماده شـویم باید با علم روز دنیا و دنیای کامپیوتر بیشـتر خو بگیریم و این کامپیوترهای توسـعه‌یافته و تکنولوژی‌های مرتبط با آن به اولین و اصلی‌ترین وسیله موردنیاز ما برای کار و زندگی تبدیل شود. ازجمله کشورهایی که برای حرکت به این سمت سرمایه‌گذاری‌های زیادی کرده‌اند می‌توان به چین، عربستان، سنگاپور و امارات اشاره کرد. به‌عنوان مثال، عربستان ۵۰۰ میلیارد دلار برای ساخت شـهر هوشـمند Meon سـرمایه‌گذاری کرده و در دوبی و سنگاپور هم سیستم تاکسی‌های رباتی به کار گرفته شده است تا برای دنیای آینده و خودروهای بدون راننده آماده شوند.

البته سیاست‌ها سنگ بنای هر کشور هستند. از سیاست‌های مرتبط با محیط‌زیست گرفته تا سیاست‌های اقتصادی و سیاست‌های حوزه بهداشت و درمان. هر کشوری که سیاست‌های بهتری وضع کند و قدرت اجرای آنها را داشته باشد می‌تواند قدرت بیشتری برای مقابله با چالش‌های آتی دنیا در خود ایجاد کند. مطالعات نشان داده کشورهایی می‌توانند برای مواجهه با چالش‌های آینده آمادگی بیشتری داشته باشند که سیاست‌های بهتری در حوزه اقتصاد و محیط‌زیست وضع و اجرا کنند، مثلا سنگاپور از کشورهایی اسـت که برترین سیاست‌های اقتصادی را اجرا کرده و کشورهای آلمان و سـوییس از این نظر در رده‌های بعدی قرار دارند. در انتهای این فهرست کشـور گوایانا قرار دارد که یک کشـور کوچک در آمریکای جنوبی است. از نظر وضع و اجرای سیاسـت‌های زیسـت‌محیطی که این روزها از آنها به‌عنوان مهمترین مسئله دنیا نام برده می‌شود، نروژ جایگاه اول را دارد و سوییس و برزیل به ترتیب جایگاه دوم و سوم را به خود اختصاص داده‌اند. دلیل قـرار گفتن برزیل در جایگاه سـوم را هم می‌توان سـرمایه‌گذاری کلان این کشـور در تولید انرژی‌های احیاشـدنی دانست که باعث شد تا وابستگی این کشور به سوخت‌های آلاینده و فسیلی برای تأمین نیاز انرژی کشـور کمتر شود. کشـوری که از نظر وضع و اجرای سیاست‌های حافظ محیط‌زیست در انتهای فهرست قرار دارد، امارات است و این ضعف امارات زمینه را برای کاهش کیفیت هوا در این کشور فراهم کرده است.

کدام بازار برای سرمایه‌گذاری مناسب‌تر است؟

بازدهی بازارها در ۳۰ ماه گذشته

فرصت امروز: با اینکه بورس در هفته‌های گذشته افت زیادی کرده است و از کاهش نرخ دلار تا قیمت‌گذاری دستوری فولاد به عنوان عوامل دخیل در این ریزش یاد می‌شود، اما بازار سرمایه همچنان در رتبه نخست بازدهی بازارهای مالی ایستاده و چند برابر بازارهای دیگر رشد کرده است. بررسی بازارها از ابتدای تابستان ۹۷ تا پایان پاییز ۹۹ نشان می‌دهد بازار سرمایه با ۶۴۲ درصد، مسکن با ۱۴۳ درصد، سکه با ۹۸ درصد و بازار ارز با ۵۷ درصد به ترتیب بیشترین بازدهی را در طول دو سال و نیم گذشته داشته‌اند و در این بین، بیشترین بازدهی با اختلافی چشمگیر به بازار سرمایه تعلق دارد. به عبارت دیگر، بازار سهام در ۳۰ ماه گذشته ۴،۴ برابر رشد بازار مسکن، ۱۱،۲ برابر رشد بازار ارز، ۶،۵ برابر رشد بازار سکه و ۱۷،۸ برابر رشد تورم نقطه به نقطه رشد کرده است. در طول دو سال و نیم گذشته سطح عمومی قیمت‌ها تا حد قابل توجهی افزایش یافت، تورم نقطه به نقطه که در سال ۱۳۹۶ تا ۷ درصد کاهش یافته بود، در سال ۱۳۹۷ از ۵۳ درصد هم عبور کرد. هرچند در سال ۱۳۹۸ روند نزولی نرخ تورم دوباره آغاز شد، اما تورم در سال ۱۳۹۹ دوباره به آستانه ۵۰درصد رسید.

مسکن با رشد ۱۴۳ درصدی در رتبه دوم ایستاد

افزایش نرخ تورم هرچند در قالب گرانی کالاها و خدمات خود را نشان داده است، اما روی دیگر سکه افزایش تورم، افزایش قیمت دارایی‌ها بوده است. بنابراین افزایش سطح عمومی قیمت‌ها در دو سال گذشته یعنی از تابستان ۹۷ تا پاییز ۹۹ در رشد قابل توجه بازدهی بازارهای مسکن، ارز، سکه و بورس موثر بوده است. در این بین، مسکن پس از بازار سرمایه در رتبه دوم بازدهی بازارها در دو سال گذشته ایستاده است.

بازار مسکن در سال‌های اخیر از دو جهت افزایش داشته است؛ نخست، کاهش محسوس عرضه یا ساخت و ساز و دوم، افزایش هزینه‌های ساختمانی. البته بین سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ میانگین تعداد پروانه‌های احداث ساختمان حدود ۴۰ هزار واحد بود که با توجه به اضافه شدن سالانه حدود ۵۰۰ تا یک میلیون متقاضی مسکن در بازار مسکن، عدد قابل توجهی به شمار نمی‌آید. هرچند همه تقاضای مسکن از طریق واحدهای جدید پوشش داده نمی‌شود اما با توجه به رشد هر ساله تقاضا باید روند رو به رشدی در عرضه مسکن وجود داشته باشد. از سوی دیگر، شاخص قیمت نهاده‌های ساختمانی نیز در همین بازه زمانی (جدیدترین آمار منتشرشده) بیش از ۱۲۰درصد رشد داشته است. به عبارت دیگر، هزینه ساخت مسکن طی دو سال گذشته بیش از دو برابر شده است. بر این اساس، طبیعی است که درجا زدن پروانه‌های احداث ساختمان در کنار افزایش محسوس شاخص قیمت نهاده‌های ساختمانی، به افزایش قیمت مسکن منجر شود. آمارهای رسمی از افزایش قیمت مسکن نیز نشان می‌دهد بر اثر عوامل یادشده (کمبود عرضه و افزایش شاخص قیمت نهاده‌ها) از تابستان ۹۷ تا پاییز ۹۹ قیمت هر متر مربع خانه ۲۸۵ درصد افزایش یافته است.

وقتی قیمت سکه از نرخ دلار پیروی می‌کند

زمانی که نرخ تورم افزایش پیدا می‌کند، قدرت خرید مردم در برابر ارزها کاهش پیدا می‌کند؛ یعنی وقتی یک سبد کالایی در دو کشور با n تومان خریداری می‌شود، بعد از وقوع تورم در یکی از این کشورها، آن کشور برای تهیه همان سبد کالایی، بیشتر از n تومان باید هزینه کند بنابراین قدرت خرید پول در کشوری که تورم داشته کاهش می‌یابد. برهمین اساس، زمانی که تورم رخ می‌دهد ارزش پول ملی به طور خودکار کاهش پیدا می‌کند. با این حال، اگر دولت‌ها با افزایش عرضه ارز یا سیاست‌های دستوری مانع تغییر نرخ برابری ارزها شوند، یعنی از کاهش ارزش پول داخلی در برابر ارزهای خارجی جلوگیری کنند، به طور کوتاه‌مدت عوارض کاهش ارزش پول پنهان می‌ماند، هرچند این سیاست منجر به جهش قیمتی در بازه‌های میان‌مدت یا بلندمدت خواهد شد.

با توجه به این توضیحات، افزایش قابل توجه نرخ تورم از سال ۹۷ تا ۹۹ موجب افزایش قیمت دلار از حدود ۱۰ هزار تومان به ۲۵ هزار تومان شد؛ البته بین سال‌های ۹۲ تا ۹۶ نیز افزایش تورم وجود داشت، اما با عرضه گسترده ارز در بازار، نرخ‌ها پایین نگه داشته شده بود. در این شرایط، بروز شوک ارزی مانع پایداری نرخ‌ها شد. طبق بررسی‌های صورت گرفته، در بازه‌ای که تورم قابل توجهی وجود داشت (۱۳۸۶ تا ۱۳۹۷) نرخ ارز تقریبا ثابت ماند و دلیل این اتفاق هم عرضه بالای ارز (سرکوب قیمتی) در بازار بود. همچنین در سال‌های ۱۳۸۲ و ۱۳۹۲ که نرخ ارز در بازار تقریبا به طور آزاد تعیین می‌شد، شاهد کمترین مداخلات دولتی (ارزپاشی) بوده‌ایم. با توجه به اینکه قیمت سکه بهار آزادی متأثر از قیمت طلای جهانی است و برای تبدیل نرخ جهانی به ریال، از قیمت دلار استفاده می‌شود، می‌توان گفت که تغییر قیمت دلار تاثیر مستقیمی بر تغییر قیمت سکه می‌گذارد. از این رو در دو سال اخیر یعنی از تابستان ۹۷ تا پاییز امسال، قیمت سکه از ۵ میلیون تومان به مرز ۱۱،۸ میلیون تومان افزایش پیدا کرده است.

بیشترین بازدهی ۲ سال اخیر به بورس رسید

همانطور که در ابتدای گزارش اشاره شد، بازار سرمایه با اختلاف بسیار بالایی بیشترین بازدهی را در بین بازارها داشته است. ارزش بازار در دو سال گذشته یعنی از تابستان ۹۷ تا پاییز ۹۹ نزدیک به ۱۱۰۰ درصد افزایش یافته است. رشد قابل توجه بازار سرمایه مرهون ورود نقدینگی مردم به بورس (افزایش تقاضا)، سوددهی برخی شرکت‌های بزرگ بورسی (نظیر شرکت‌های پتروشیمی) و تاثیر افزایش قیمت‌های جهانی (در بازار کامودیتی‌ها مانند سنگ آهن، اسلب، مس و روی) از جمله دلایل رشد قابل توجه بورس بوده‌اند. همچنین شاخص‌های قیمت، قیمت هم وزن، صنعت، مالی و کل هم در این بازه زمانی به طور محسوسی افزایش یافتند. به عنوان نمونه، شاخص کل بورس تهران که در تابستان ۹۷ بیش از ۱۱۲ هزار واحد بود، در پاییز امسال به یک میلیون و ۴۳۹ هزار واحد ارتقا یافت تا بیش از ۱۲،۸ برابر شده باشد. هرچند در فصل آخر مورد بررسی یعنی پاییز سال جاری بازار سرمایه با افت مواجه شد، اما به طور کلی، در بازه تابستان ۹۷ تا پاییز ۹۹، شاخص قیمت ۹۹۷ درصد، شاخص قیمت هم وزن ۲۰۳۸ درصد، شاخص صنعت ۱۱۴۵ درصد و شاخص مالی نیز ۱۱۱۰ درصد رشد کردند. بنابراین در دو سال و نیم اخیر بازارهای مسکن، سکه، دلار و بورس رشد قابل توجهی داشتند. این رشد برای هر بازار، تا حدی مرهون افزایش تورم و تا حدی هم عوامل درون‌زا بود. به عبارت بهتر، تمام بازدهی در این بازارها به دلیل تورم نبوده است؛ به طور مثال کاهش عرضه ارز و کاهش عرضه مسکن روی قیمت این دو بازار تاثیر گذاشت. از طرف دیگر، سوددهی و عوامل بنیادی برخی شرکت‌ها نیز در رشد بازار سرمایه موثر واقع شد؛ ضمن اینکه در برخی موارد قیمت‌های جهانی هم بر نرخ داخلی اثرگذار بود (مانند تاثیر قیمت اونس جهانی بر نرخ سکه). یکی از دلایل اینکه بازدهی همه این بازارها بیشتر از نرخ تورم بوده نیز همین است. در واقع، اختلاف رشد در این بازارها با نرخ تورم، نشان‌دهنده میزان بازدهی واقعی این بازارهاست.

نگاهی کلی به بازدهی این بازارها نشان می‌دهد که بازارهای مسکن، ارز، سکه و سرمایه به ترتیب با ۱۴۳ درصد، ۵۷ درصد، ۹۸ درصد و ۶۴۲ درصد بازدهی متفاوتی نسبت به یکدیگر داشته‌اند که با توجه به میانگین ۳۶ درصدی نرخ تورم در دو سال اخیر، می‌توان گفت بازدهی واقعی همه این بازارها مثبت بوده است. در این بین، بیشترین رشد با اختلاف بالایی به بازار سرمایه اختصاص داشته و این بازار با بازدهی ۶۴۲ درصدی در طول دو سال و نیم گذشته ۴،۴ برابر رشد بازار مسکن، ۱۱،۲ برابر رشد بازار ارز، ۶،۵ برابر رشد بازار سکه و ۱۷،۸ برابر رشد تورم نقطه به نقطه رشد کرده است.

مجلس چه طرحی برای تجمیع یارانه‌ها در سال آینده دارد؟

سناریوهای یارانه ۱۴۰۰

در حالی بهمن ماه امسال صد و بیستمین مرحله یارانه نقدی واریز می‌شود که از تصویب یک فوریت این قانون در مجلس ۱۲ سال می‌گذرد. لایحه هدفمند شدن یارانه‌ها با ۱۲۷ رأی مثبت، ۸۵ مخالف و ۷ ممتنع از مجموع ۲۲۰ نفر نماینده در جلسه روز ۱۰ دی ۱۳۸۷ به تصویب رسید و حالا نمایندگان مجلس به دنبال تغییرات اساسی در آن هستند، چنانچه رحیم زارع، سخنگوی کمیسیون تلفیق بودجه از تعیین دو سقف پرداخت برای یارانه نقدی در سال آینده خبر داده و گفته: «در صورت تأیید مصوبه کمیسیون در صحن مجلس، در سال آینده یارانه نقدی در ۲سقف پرداخت می‌شود که ۵۸ میلیون نفر یک مبلغ و از ۵۸ میلیون تا سقف ۸۰ میلیون نفر مبلغ کمتری دریافت خواهند کرد. منبع پیش‌بینی‌شده برای پرداخت یارانه‌ها در قالب تبصره۱۴ لایحه بودجه سال آینده ۴۶۳هزار میلیارد تومان است.»

البته در روزهای گذشته به جز سخنان سخنگوی کمیسیون تلفیق، سناریوهای دیگری هم برای پرداخت یارانه در سال آینده مطرح شده است. پیگیری از اعضای کمیسیون تلفیق مجلس حاکی از آن است که این کمیسیون قصد دارد یارانه نقدی و یارانه معیشتی (بنزینی) و یارانه جدیدی که می‌خواهد به مردم بدهد، تجمیع کند و صرفا یک یارانه برای مردم واریز شود. با توجه به اینکه مجموع منابع پیش‌بینی شده بابت پرداخت یارانه نقدی و معیشتی در بخش «مصارف» در جدول تبصره ۱۴ لایحه بودجه ۱۴۰۰ حدود ۷۴ هزار میلیارد تومان است و همچنین ۱۰۶ هزار میلیارد تومان از محل مابه‌التفاوت ناشی از محاسبه ۸ میلیارد دلار از منابع نفتی با ارز ۴۲۰۰ تا ۱۷۵۰۰ تومانی در لایحه بودجه سال آینده ایجاد می‌شود، انتظار می‌رود میزان بودجه‌ای که سال آینده بابت توزیع یارانه نقدی در بین مردم اختصاص خواهد یافت حداکثر حدود ۱۸۰ هزار میلیارد تومان باشد. البته از آنجایی که بابت مدیریت هزینه‌های ناشی از حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی دارو، بخشی از منابع جدید ایجاد شده باید به بخش سلامت یعنی بیمه‌ها اختصاص یابد، این احتمال وجود دارد که رقم مذکور به حدود ۱۵۰ هزار میلیارد تومان کاهش یابد.

در این بین، چند سناریو مطرح است؛ طبق سناریو اول، پرداخت یارانه به صورت مساوی انجام می‌شود و بر این اساس به تمامی یارانه‌بگیران فعلی که طبق آمارهای رسمی بالغ بر ۷۷ میلیون نفر هستند، یارانه‌ای به صورت مساوی پرداخت می‌شود. در این حالت، قرار است به هر فرد ماهانه ۱۵۰ هزار تومان یارانه نقدی پرداخت شود و مجموعا حدود ۱۳۸،۵ هزار میلیارد تومان در سال بابت پرداخت یارانه به مردم اختصاص می‌یابد. در این حالت یارانه افرادی که یارانه معیشتی نمی‌گیرند (حدود ۱۷ میلیون نفر)، بیش از سه برابر شده ولی یارانه افرادی که جزو دریافت‌کنندگان یارانه معیشتی هستند (حدود ۶۰ میلیون نفر)، حداقل ۵۰ درصد افزایش می‌یابد.

در سناریو دوم نیز صرفا افزایش یارانه افرادی که یارانه معیشتی می‌گیرند، لحاظ می‌شود. مطابق این سناریو، ۱۷ میلیون نفری که صرفا یارانه نقدی ۴۵۵۰۰ تومانی می‌گیرند، همچنان این یارانه را دریافت می‌کنند (بار مالی سالانه حدود ۹.۲ هزار میلیارد تومان) ولی میزان یارانه افرادی که هم یارانه نقدی و هم یارانه معیشتی می‌گیرند و حدود ۶۰ میلیون نفر هستند، به ۲۰۰ هزار تومان در ماه افزایش می‌یابد. مجموعا بار مالی اجرای این سناریو، حدود ۱۵۳ هزار میلیارد تومان است. در این حالت یارانه افرادی که یارانه معیشتی نمی‌گیرند (حدود ۱۷ میلیون نفر)، ثابت باقی می‌ماند ولی یارانه افرادی که جزو دریافت‌کنندگان یارانه معیشتی هستند (حدود ۶۰ میلیون نفر)، حداقل ۲ برابر می‌شود.

همچنین در سناریو سوم، پرداخت یارانه متناسب با وضعیت مالی خانوارها خواهد بود. البته طبق این سناریو، یارانه به صورت پله‌ای به گروه‌های سه‌گانه پرداخت می‌شود. در گروه اول، افرادی هستند که یارانه کمک معیشت کرونا نمی‌گیرند. این گروه از افراد حدود ۴۳ میلیون نفر هستند. یارانه این افراد به ۱۰۰ هزار تومان در ماه افزایش می‌یابد. در واقع، یارانه نیمی از این افراد که «صرفا» یارانه نقدی می‌گرفتند ۲.۲ برابر می‌شود و یارانه نیمی دیگر از این افراد که هم یارانه نقدی و هم یارانه معیشتی می‌گرفتند، حداقل ۵۰ درصد افزایش می‌یابد.

در گروه دوم نیز افرادی قرار دارند که هم یارانه نقدی و معیشتی و هم به صورت موقت یارانه کمک معیشت کرونا می‌گیرند ولی تحت پوشش بهزیستی و کمیته امداد قرار ندارند. این افراد که اخیرا شناسایی شده‌اند و اولین مرحله از یارانه کمک معیشت کرونا به آنها پرداخت شده است، حدود ۲۵ میلیون نفر هستند. این افراد، بیمه و درآمد ثابت نداشتند و از نظر دهک‌های بانکی در شرایط پایین جامعه بوده‌اند. یارانه این افراد به ۲۰۰ هزار تومان در ماه افزایش می‌یابد یعنی حداقل ۲ برابر می‌شود.

نهایتا در گروه سوم، افرادی هستند که تحت پوشش بهزیستی و کمیته امداد قرار دارند و هم یارانه نقدی و معیشتی و هم به صورت موقت یارانه کمک معیشت کرونا می‌گیرند. این گروه از افراد هم حدود ۹ میلیون نفر هستند. یارانه این افراد به ۲۵۰ هزار تومان در ماه افزایش می‌یابد یعنی حداقل ۲،۵ برابر می‌شود. مجموعا بار مالی اجرای این سناریو حدود ۱۴۹،۵ هزار میلیارد تومان است.

البته در سال‌های گذشته هم شاهد بوده‌ایم که نمایندگان مجلس در زمان بررسی لایحه بودجه درباره تغییرات یارانه سناریوهای متعددی را پیشنهاد داده‌اند ولی درنهایت به روش اول که همان پرداخت نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی است، عمل شده و تغییری صورت نگرفته؛ حال باید دید آیا نمایندگان مجلس یازدهم تغییری در پرداخت یارانه صورت می‌دهند یا همه این حرف‌ها صرفا گمانه‌زنی است.

دریچه

برندسازی بر سلامت مالی شرکت‌ها اثر مثبت دارد

از برندسازی تا برندسوزی

فرصت امروز: هفته گذشته و پس از صحبت‌های معاون اول رئیس‌جمهور در مراسم روز ملی صادرات بود که خلأ برندهای بزرگ ایرانی در بازارهای صادراتی، بار دیگر به بحث روز جامعه بدل شد و در میانه این هفته نیز رئیس پارلمان بخش خصوصی از سیاست‌های غلطی که باعث برندکُشی در ایران شده، صحبت کرد. غلامحسین شافعی در بیست و پنجمین جلسه هیأت نمایندگان اتاق مشهد، برندکُشی را معلول سیاست‌های غلط و بخشنامه‌های متعدد و خلق‌الساعه دانست و گفت که «در ایران برندکُشی راه انداخته‌ایم.»

موضوع برندسازی در سال‌های گذشته بارها در ارتباط با بحث صادرات کالاهای ایرانی مطرح شده و هر بار که خبرهای مختلفی از صادرات محصولاتی نظیر زعفران، پسته، فرش و دیگر محصولات شناخته شده ایرانی با نام و برند خارجی به میان آمده است، انتقادات از انفعال صادرکنندگان ایرانی و سوءاستفاده کشورهای خارجی در حوزه‌هایی که به نام ایران شناخته می‌شود، بالا می‌گیرد. کما اینکه هفته گذشته و در مراسم روز ملی صادرات، اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهور به تحریم روسیه از سوی آمریکا و نیاز این کشور به تامین برخی مواد اولیه و غذایی از دیگر کشورها اشاره کرد و گفت که «اگر ایران برندی جهانی یا بزرگ داشت که امکان رقابت با دیگر کشورها را به وجود می‌آورد، امکان استفاده از این بازار و سایر بازارهای بزرگ بیش از پیش فراهم می‌شد.»

پس از گذشت یک هفته از سخنان جهانگیری، روز دوشنبه رئیس اتاق بازرگانی ایران نیز گفت که «دلیل نبود برندهای بزرگ در کشور را باید در سیاست‌های غلط و مشکلات طولانی گذشته دید.» شافعی با اشاره به برندکُشی به جای برندسازیِ در ایران گفت که «متأسفانه به‌جای برندسازی در کشور ما، برندکُشی رقم می‌خورد. به‌دفعات دیده‌ایم و شنیده‌ایم که یک فعال اقتصادی، عمر خود را صرف توسعه و حضور در یک بازار بین‌المللی و جلب اعتماد مشتریان خارجی خود نموده اما یک مقررات یا بخشنامه یا دستورالعمل جدید (بی‌توجه به شرایط بخش خصوصی) صادرات کالای او را ممنوع و تجارت وی را نابود کرده است. همین حالا هم نمی‌دانیم اگر امشب سر بر بالین بگذاریم، فردا صبح با چه شوک جدیدی مواجه خواهیم شد. در چنین شرایطی، سرمایه‌گذاری لازم برای ایجاد شرکت‌های بزرگ صادراتی و برندسازی در این عرصه، پرریسک تلقی می‌شود و طبیعتا افراد به سمت‌وسوی آن نمی‌روند.»

به اعتقاد شافعی، «تا سیاست‌گذاری‌های ما از بی‌ریشگی رنج می‌برد، ظرفیت تازه و شاخصی در عرصه سرمایه‌گذاری و صادرات شکل نمی‌گیرد. مشکلات موجود در حوزه سیاست‌گذاری و بخشنامه‌های غیرکارشناسی و خلق‌الساعه به برندکشی و حذف بازارهای صادراتی منجر می‌شود و چنان ریسک‌های غیرمترقبه و جدید به فعالان اقتصادی وارد می‌کند که فرصتی برای ایجاد ظرفیت تازه در عرصه سرمایه‌گذاری، صادرات و برندسازی ایجاد نمی‌شود.»

سال‌ها پیش علی رضاقلی کتابی به نام «جامعه‌شناسی نخبه‌کشی» نوشت که به چاپ‌های متعدد رسید. او در این کتاب، ریشه‌های تاریخی را دلیل اصلی عقب‌ماندگی و توسعه‌نیافتگی ایران معرفی کرد و از قائم‌مقام فراهانی، امیرکبیر و محمد مصدق به عنوان مصداق‌های روشنی از نخبگان ایرانی یاد کرد که مغضوب عرصه سیاست شده و با دسیسه‌های داخلی و خارجی از صحنه قدرت حذف شدند. به نظر می‌رسد موضوع برندکشی نیز بی‌ارتباط با این بحث نیست و مقایسه این دو مفهوم آنقدرها هم قیاس مع‌الفارق به حساب نمی‌آید، چراکه در مقوله برندسازی نیز این تلاش نخبگان اقتصادی یک جامعه است که به خلق برند در بازارها می‌انجامد.

نبود برندهای بزرگ و شناخته شده در سطح کشور در شرایطی است که لزوم مطالعه و پژوهش در این زمینه به شدت احساس می‌شود. برند در سال‌های گذشته به یکی از داغ‌ترین موضوعات در بازاریابی تبدیل شده و مطالعات نشان می‌دهد برند، نوعی دارایی نامشهود شرکت‌هاست که سرمایه‌گذاری بر آن می‌تواند بر سلامت مالی شرکت‌ها هم اثر مثبت بگذارد. در این راستا، یک پژوهش، تاثیر سرمایه‌گذاری بر نام تجاری یا همان برند را بر سلامت مالی آتی شرکت‌ها بررسی کرده است. پژوهشگران در این تحقیق وضعیت شرکت‌ها از سال ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۵ را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که برند یکی از ارزشمندترین دارایی‌های نامشهود هر شرکت است که مدیریت مناسب آن می‌تواند راه را برای رسیدن به سهم بیشتر بازار و نقدینگی بیشتر در هر صنعتی هموار کند. تبلیغات و سرمایه‌گذاری‌های دیگر برای برند و بهبود سهام برند مشتری‌محور، افزایش جریان نقدی و سلامت مالی شرکت در آینده را به دنبال خواهد داشت.

پژوهشگران همچنین دریافتند که بین سرمایه‌گذاری بر نام تجاری شرکت با نسبت بدهی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد. یکی از باارزش‌ترین دارایی‌های شرکت برای افزایش بهره‌وری برنامه‌های بازاریابی، داشتن برندی است که بر اثر برنامه‌های بازاریابی شرکت در ذهن مصرف‌کننده ایجاد شده است.

نویسندگان این پژوهش در ادامه بررسی خود یک فرضیه دیگر را هم آزمودند. فرضیه سوم آنها این بود که بین سرمایه‌گذاری بر نام تجاری با ارزش بازار سهام شرکت رابطه معنادار وجود دارد و این فرضه هم تایید شده است. یافته‌های آنها نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری شرکت‌ها بر برند آنها بدون تردید بر سلامت مالی آنها اثرگذار است و غفلت شرکت‌ها از برند، به معنای محرومیت آنها از آثار مثبت سرمایه‌گذاری بر آن است. دارایی‌های نامشهود از ریشه‌های خلق ارزش برای شرکت‌هاست. در واقع، این دارایی‌ها به عنوان محرک اصلی رشد و ایجاد ارزش در بسیاری از بخش‌های اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. پژوهشگران می‌گویند ارزش برند و وفاداری نمایندگان فروش ارتباط معنادار وجود دارد. بین کیفیت برند و وفاداری نمایندگان فروش ارتباط معناداری وجود دارد. در مورد بعضی کسب وکارها مثل هتل‌ها و رستوران‌ها نیز برند به تنهایی می‌تواند بار وفاداری مشتری را به دوش بکشد. علاقه‌مندان برای مطالعه بیشتر می‌توانند به مقاله «اثر سرمایه‌گذاری روی نام تجاری بر سلامت آتی شرکت‌ها» مراجعه کنند که در نشریه تحقیقات حسابداری و حسابرسی در پاییز امسال منتشر شده است.

بانک نامه

نگاهی به مزایای کیف پول بانک پاسارگاد

کیپاد و خاطری که آرام‌تر می‌شود

با تشدید رقابت بین بانک‌ها در ارائه خدمات خلاقانه و نوین، بانکی موفق‌تر خواهـد بود که بتواند به اکثر نیازهای مالی و بانکی مشـتریان در هر نقطه مکانـی و در کمترین زمان ممکن پاسـخ بدهد و بخشـی از دغدغه ذهنی مشتریان را در این زمینه رفع کند.

به گزارش پایگاه خبری نقدینه، در راستای ربودن گوی رقابت از رقبا، اکثر بانک‌هـا، این ضرورت یعنی ارائه خدمـات خلاقانه و جدید را درک کرده‌اند، امـا الزاماً درک موضوع به معنای موفقیت در انجام آن کار نیسـت و بانکی توانسـته سـهم خود را از بازار رقابت به دست آورد که نیازسنجی درستی از خواسـته‌های مشتریان انجام داده و در اجرا سـریع‌تر و دقیق‌تر عمل کرده اسـت. بانک پاسـارگاد از جمله بانک‌هایی اسـت که از همان بدو تأسیس، چشم‌اندازهایی آینده‌نگرانه و مطابق با نیازهای حال و آینده مشتریان طراحی کـرده و با آینده‌نگری به حوزه‌هـای نوین ورود کرده اسـت و البته در این حوزه‌ها، موفقیت‌های خوبی نیز به‌دسـت آورده که نمونه آنها، طراحی کیف پول الکترونیک با علامت اختصاری «کیپاد» است. کیپاد، خدمتی است که با اتکا به توان و دانش بومی جوانان فعال در گروه مالی پاسارگاد، با هدف ایجاد تحول در عرصه پرداخت‌های خرد روزمره، عرضه شده که البته فقط مختص مشـتریان این بانک خصوصی نیست و همه علاقه‌مندان دارای کارت بانکی هر یک از بانک‌ها، می‌توانند نسبت به نصب و بهره‌برداری از آن اقدام کنند.

با این کیف پول، مشـتریان و مخاطبان می‌توانند به راحتی و بدون اتلاف وقت، پرداختی سریع، امن و خوشایند را در حوزه‌های گوناگون تجربه کنند و با خاطری آرام به اداره امور خود بپردازند. در حقیقت اپلیکیشن کیپاد امنیت پول و تسهیل خدمات را به صورت همزمان برای مشتریان به همراه می‌آورد و با به‌کارگیری سطوح احراز هویت قوی براساس شناخت از مشتریان و عدم نیاز به ذخیره‌سازی اطلاعات بانکی در تلفن همراه و عدم نیاز به ورود رمز در هر تراکنش، امنیت را برای حفظ پول و تراکنش‌های افراد افزایش می‌دهد.

همچنین با توجه به اینکه خدمات این اپلیکیشن از طریق تلفن همراه ارائه می‌شود و تلفن همراه همواره به عنوان یک وسیله شخصی در دسترس دارنده کیف پول الکترونیک است، امکان پرداخت در همه جا برای دارنده این کیف پول فراهم است و این امر کمک می‌کند فرد تماس کمتری با شکل فیزیکی پول و کارت بانکی داشـته باشـد. در عین حال، این یک مزیت به‌خصوص برای شـرایط کنونی شیوع بیماری کرونا اسـت و خطر گسترش بیماری از طریق تبادل شکل فیزیکی پول را از بین می‌برد. کیپاد، از نظر اقتصادی هم منافع ملی و فردی زیادی را به همراه دارد و باعث صرفه‌جویی در هزینه‌های میلیاردی اسـتهلاک اسکناس در هر سال می‌شـود ضمن اینکه افرادی که قبلاً همواره از پول و کارت‌بانکی اسـتفاده می‌کردند دیگر نگران گم‌شدن یا ضدعفونی کردن آنها نیسـتند و این کیف پول، هزینه‌های جانبی به دارنده، تحمیل نخواهد کرد. از جمله نقاط‌قوت کیپاد قابلیت‌های متنوع و کاربردی آن است. از جمله این قابلیت‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره داشت:

* انتقـال وجـه کارت به کارت: امکان انتقال‌وجـه کارت به کارت در این نرم‌افزار به‌سادگی در اختیار افراد قرار گرفته است. برای این کار، کافی است شـماره کارت مبدأ، کارت مقصد و مبلغ دلخـواه انتقال‌وجه را وارد کنید و انتقال‌وجه خود را انجام دهید.

* مدیریـت و فـروش سـهام عدالت: در ایـن نرم‌افزار بـا انتخاب گزینه سـهام‌عدالت، امکان مشاهده و مدیریت سـبد دارایی سهام، ارزش و قیمت روز آن برای مشـمولینی که روش سهامداری مستقیم را انتخاب نموده‌اند، فراهم شده است.

*پرداخت آنلاین عـوارض آزادراه‌ها: مالکان خودروهایی که قصد عبور از آزادراه‌های مجهز به سـامانه پرداخت الکترونیکی عوارض آزادراهی را دارند، می‌تواننـد با نصب اپلیکیشـن کیپاد، ضمن ثبت شـماره پـلاک خودرو یا خودروهـای خود و انتخاب آزادراه‌های عبوری، نسـبت به پرداخت عوارض آزادراه‌ها اقدام کرده و با خیالی آسوده از گذرگاه‌های الکترونیکی عبور کنند.

* اسـتعلام رایگان و پرداخت خلافی خـودرو: جریمه رانندگی، از جمله مواردی اسـت که هر روز تعداد زیادی از رانندهها با آن سـر و کار دارند. با ثبت بارکد پشـت کارت خودرو و یا اسـکن آن در قسمت خلافی، می‌توان نسـبت به اسـتعلام رایگان خلافی خودرو اقدام و در نهایت خلافی خودرو را پرداخت کرد.

* انتقال به حسـاب: یکی از قابلیت‌های منحصر به فرد اپلیکیشن کیپاد، انتقال موجودی کیف پول به حسـاب کاربر اسـت. با این قابلیت می‌توان در صورت لزوم با مراجعه به قسـمت انتقال حساب، مبلغ اعتبار کیف پول را از طریق کد شبا (ثبت شده در قسمت پروفایل)، به حساب بانکی خود انتقال داد.

*پرداخـت عوارض طرح ترافیک: از آنجایی کـه در طول روز افراد زیادی جهت انجام امور روزمره خود نیاز به رفت و آمد در محدوده طرح ترافیک و یا آلودگی هوا را دارند؛ اپلیکیشـن کیپاد امکان پرداخت بدهی عوارض طرح ترافیک را فراهم کرده اسـت. از این طریـق می‌توان به راحتی با مراجعه به قسمت عوارض طرح ترافیک، پلاک خودروی خود را ثبت کرده و نسبت به استعلام و پرداخت بدهی اقدام شود.

*پرداخت مبتنی بر کد تصویـری: پرداخت از طریق کدQR، یکی دیگر از خدمات کیف پول همراه پاسـارگاد اسـت که با هدف حذف پول نقد در پرداخت‌های خرد روزمره، امکان خرید از فروشـگاه‌های تحت پوشـش و یا پرداخت هزینه وسایل حمل‌ونقل عمومی را فراهم کرده است.

* انتقـال پول به دیگر کاربران: انتقال اعتبار به کاربری دیگر بدون انتقال به درگاه پرداخت و تنها با انتخاب فرد موردنظر از فهرست تماس‌ها و یا وارد کردن شماره تماس فرد موردنظر، قابلیتی است که کیپاد برای کاربران خود فراهم ساخته است.

*شـارژ کارت‌های شهروندی: در صورتی که گوشی موبایل شما مجهز به فناوری NFC باشـد، می‌توانید با استفاده از کیپاد کارت شهروندی خود را در شهرهای مشهد و قزوین شارژ کنید. برای این کار کافی است با استفاده از گزینه خرید شارژ، مبلغ موردنیاز خود را وارد کنید و پس از کسر مبلغ شارژ از کیف پول، کارت شـهروندی خود را به پشت تلفن همراه نزدیک کنید تا بدون نیاز به مراجعه کیوسک‌های شارژ بتوانید کارت‌های بلیت خود را شارژ کنید. لازم به ذکر اسـت شـارژ کیف پول و یا انتقال اعتبار نیاز به پرداخت کارمزد ندارد و امکان ارائه این خدمت به شهروندان دیگر شهرهای کشور نیز در آینده نزدیک فراهم خواهد شد.

* اشـتراک و پخش آنلاین فیلم و سـریال آیو: در اپلیکیشن کیپاد علاوه بر خرید اشتراک آیو این امکان وجود دارد که تنها با یک کلیک، برنامه‌های اولین تلویزیون اینترنتی ایران (آیو) را مشـاهده کنید. اپلیکیشـن کیپاد را می‌تـوان از طریق برنامه‌های مجاز ارائه نرم‌افزار، سـایت بانک پاسـارگاد به نشانیbpi.ir و سایت کیپاد به نشانی kipod.ir دریافت کرد. همچنین برای کسب اطلاعات بیشتر درخصوص جزییات خدمات ارائه شده در این برنامه، مرکز تماس مشتریان شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد به شماره ۲۳۵۰۵ آماده پاسخگویی به سؤالات شما هستند.

چرا کانال مالی ویژه اروپا در احیای برجام ناموفق بود؟

نجات نافرجام برجام با اینستکس

فرصت امروز: آخرین سال از دهه ۹۰ شاید دشوارترین سال برای اقتصاد ایران باشـد. اگر ایران در سـال‌های گذشته به صورت جسته و گریخته با تبعات تحریم روبه‌رو بود و در دو سه سال گذشته این تحریم اقتصادی به واسـطه خروج آمریکا از برجام به جنگ اقتصادی تبدیل شد، حالا اقتصاد ایران در انتهای این دهه دشوار علاوه بر مسئله تحریم‌ها با رکود ناشی از شیوع کرونا نیز دست به گریبان است. آنچه در گزارش اخیر بانک جهانی از دورنمای اقتصادی جهان در پایان سال ۲۰۲۰ نیز هویدا بود و بانک جهانی بحران کرونا و تغییرات ژئوپلیتیکی را مهمترین ریسک‌های اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۱ معرفی کرد.

آخرین بودجه قرن در حالی در کمیسیون تلفیق بودجه مجلس یازدهم هم‌اکنون در حال جرح و تعدیل اسـت که دولت حسن روحانی در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ به دنبال بازگشت به مسیرهای عادی تامین مالی است و به تعبیری در سـال پایانی فعالیتش سیاسی‌ترین بودجه خود را تدوین کرده است. اعداد و ارقام بودجه ۱۴۰۰، مفهوم چندگانه‌ای را در خود جای داده‌اند که باید آن را فراتر از تعریف سیاست‌های اقتصادی در سال آینده دانست. پس از سه سال ریاضت اقتصادی در دخل و خرج سالانه که تامین منابع بودجه از راه‌های غیرمعمول را به دنبال داشـت، دولت برای سـال آینده به ریل اصلی بازگشته است و روش‌های مرسوم تامین مالی ازجمله فروش نفت را به کار گرفته است.

از خروج آمریکا از برجام تا تولد اینستکس

ابتدای سال ۹۷ بود که با خروج آمریکا از برجام به دستور دونالد ترامپ، توافق هسته‌ای سـال ۲۰۱۵ به محاق رفت و آمریکا تحریم‌های گسترده نفتـی و بانکی بار دیگر علیـه ایران بازگرداند. ترامپ برجـام را توافق بد می‌نامیـد و با خروج از آن مترصد توافقی جدید با ایران بود. در این بین، تروئیـکای اروپایی با خروج آمریکا از برجام تلاش کردند تا با طراحی یک کانال مالی ویژه موسوم به اینستکس، توافق برجام را زنده نگه دارند. حالا ایـن کانال مالی ویژه که قرار بود نجات‌دهنده برجام باشـد، هم‌اکنون به محل مجادله ایران و اروپا تبدیل شده است، به طوری که چند روز پیش بانـک مرکزی در واکنش به ادعاهای قائم‌مقـام وزارت امور خارجه آلمان در رابطه با متهم کردن ایران برای عملیاتی نشـدن سـازوکار اینستکس اعلام کرد: «کانال اینستکس برای نجات برجام کار نکرد چون کشورهای اروپایی شجاعت کافی برای اعمال قدرت اقتصادی ملی و مستقل خویش را نداشتند.»

قائم مقـام وزارت امور خارجـه آلمان اخیرا ادعا کرده، سـازوکار مالی اینستکس که دو سال پیش با هدف میسر کردن مبادله تجاری بین اروپا و ایران ایجاد شده بود، مؤثر نبوده و ایران مسئول عملکرد ناموفق اینستکس اسـت چون با معاملات آن موافقت نکرده اسـت. در همین ارتباط بانک مرکزی روز دوشـنبه در حساب رسـمی توئیتری خود ضمن رد این ادعا نوشـت: «کانال اینسـتکس برای نجات برجام طراحی شـد، اما کار نکرد چون کشـورهای اروپایی شجاعت کافی برای اعمال قدرت اقتصادی ملی و مسـتقل خویش را نداشتند. همچنین آنان هیچ راهی برای تأمین مالی اینستکس نیافتند. مشخص است که ایران تنها برای حفظ کانال اروپایی و واردات کالاهایی که قادر اسـت از کانال‌های دیگر تأمین کند، حاضر به جابه‌جایی منابع مالی خود نیست. اینستکس قرار بود روابط تجاری ایران و اروپا را فارغ از تحریم‌های آمریکا شکل دهد نه آنکه آن را تحت تحریم‌ها تعریف کند.»

اینستکس (INSTEX) مخفف عبارت Instrument in Support of Trade Exchanges به معنای «ابزار پشـتیبانی مبادلات تجاری» اسـت. اینستکس از ابتدا بانک محسوب نمی‌شـد و یک «شرکت تسویه مالی» بود. به عبارت دیگر، این شرکت قرار بود وظیفه تسویه حساب بین شـرکت‌های ایرانی و اروپایی که در زمینه صادرات و واردات به یکی از دو مقصد را دارند به عهده گیرد. اینستکس ۱۴ ماه پس از ایجاد و در مارس ۲۰۲۰ توانست اولین و تنها تراکنش خود را با ایران درخصوص تجهیزات درمانی انجام دهد.

بـا این حال از ابتدای ثبت اینسـتکس، این نکته که عملیاتی شـدن آن زمانبر خواهد بود، هم برای مسـئولان و هم فعالان اقتصادی مشـخص بود. بانک مرکزی ایران نیز قرار بود همچون اروپایی‌ها شـرکتی در تهران ایجاد کند که طرف حساب اینستکس باشد. برهمین اساس، شرکت سازوکار ویژه تجارت و تامین مالی ایران و اروپا (ساتما) با سرمایه اولیه یک میلیارد ریال و به مدیرعاملی «علی اصغر نوری»، نهم اردیبهشت سال گذشته در تهران به ثبت رسید. اگرچه آغاز به کار مبادلات مالی میان ساتما و اینستکس متأثر از مسائل سیاسی بود، اما به گفته علی‌اصغر نوری، هماهنگی‌های عملیاتی و رفع موانع فنی نیز لازمه آغاز همکاری بوده است، چراکه «برای یک معامله تجاری صحیح، استانداردهایی در سطح دنیا تعریف شده است که مهمترین آنها مربوط به تطبیق و راسـتی‌آزمایی اسـت؛ در حال حاضر هم بانک‌های ایرانی این اسـتانداردها را رعایت می‌کنند و فراتر از آن در کشـورهای دنیا، شرکت‌های بزرگ نیز ملزم به تبعیت از این استانداردها هستند.»

علاوه بر این، همان‌طور که در بیانیه اروپایی‌ها نیز آمده بود، اینستکس قرار بود در چارچوب قوانین مربوط به شـفافیت مالی عمل کند و از این رو ایران باید برای بهره‌گیری از خدمات این نهاد جدید، برنامه اقدام خود در زمینـه گروه کاری اقـدام مالی (FATF) را اجرا کند. در این راسـتا، سـال ۱۳۹۶ دولـت لوایح چهارگانه «اصلاح قانون مبـارزه با تأمین مالی تروریسـم»، «اصلاح قوانین مبارزه با پولشـویی» ،«الحاق به کنوانسیون پالرمـو» و همچنین «الحاق به کنوانسـیون بین‌المللی منع تأمین مالی تروریسـم» را به مجلس ارائه کرد که پس از چند بار رفت‌وبرگشت میان مجلـس و شـورای نگهبان در نهایـت دو لایحه «مبارزه بـا تأمین مالی تروریسـم» و «مبارزه با پولشـویی» مورد تأیید قرار گرفت، اما سرنوشت دو لایحه دیگر به شکلی دیگر رقم نخورد و به دلیل اختلاف میان مجلس و شـورای نگهبان، بررسی این موضوع به مجمع تشخیص مصلحت نظام سپرده شد. تا اینکه دوم اسفندماه پارسال با اتمام فرصت گروه ویژه اقدام مالی به ایران، کشـورمان در لیست سیاه FATF قرار گرفت. با این حال، پنجم آذرماه امسال لعیا جنیدی، معاون حقوقی رئیس‌جمهوری از موافقت مقام معظم رهبری با درخواسـت دولت برای تمدید مهلت بررسی لوایح «اف ای تی اف» خبر داد.

فاصله اینستکس با انتظارات فعالان اقتصادی

فعالان بخش خصوصی از همان ابتدا اعلام کردند اینستکس یک تعامل دو طرفه است که نیاز به همراهی شرکت‌های اروپایی دارد و تنها حمایت دولت‌ها برای فعالیت آن کافی نیست. اگر موانع فعالیت آن برطرف شود، بخش خصوصی ایران آماده فعالیت با این ساز و کار است، با این حال آنها تاکید داشتند این مکانیزم نخستین باری است که در دنیا پیش‌بینی شده و تجربه مشـابه قبلی در این زمینه تاکنون وجود نداشـته است بنابراین اجرایی کردن آن مسـتلزم جزییاتی اسـت که به سادگی میسر نیست و بـا چالش‌های اجرایی روبه‌رو خواهد بود. از جمله فریال مسـتوفی، عضو هیأت نمایندگان اتاق ایران در یادداشتی نوشت: «از چالش‌های عملیاتی شدن اینستکس، پذیرفتن ریسک تجارت با ایران توسط شرکت‌های بزرگ اروپایی اسـت که بـه دلیل ترس از جریمه‌های آمریکا یا از دسـت دادن بـازار خود در آمریکا، صورت نمی‌پذیرد بنابراین باید پذیرفت که مراودات اینسـتکس با ایران در سطح شـرکت‌های کوچک و متوسط اروپایی که مراوده خاصی با آمریکا ندارند، انجام‌پذیر خواهد بود.»

اینکه اینسـتکس کالاهایی را که تحت تحریم آمریکا هسـتند پوشش نمی‌دهد، از جمله موضوعاتی بود که فعالان اقتصادی با تکیه بر آن معتقد بودند این سـازوکار حتی اگر عملیاتی هم شـود، فاصلـه قابل توجهی با انتظـارات فعـالان اقتصادی دارد، چراکه نفـت و فرآورده‌های نفتی که با اختلاف فاحش نسبت به سایر کالاها مهمترین اقلام صادراتی ایران به اروپا محسوب بوده‌اند نیز اکنون در فهرست کالاهای تحریمی قرار دارند بنابراین ایران باید پافشاری کند که اینستکس به جز اقلام بشردوستانه اقلام دیگر را نیز پوشش دهد و مکانیزمی باشد که امکان تجارت همه کالاهای مجاز طبق برجام فراهم شـود و این انتظاری است که تجار ایرانی از اینستکس دارند. بر همین اساس از همان ابتدا موضع فعالان اقتصادی که اینستکس نفت در برابر غذا نیست، مشخص بود؛ چون به دلیل تحریم‌ها نفتی در آن فروخته نمی‌شد که پولش به غذا یا چیز دیگر تبدیل شود.

قیمت دلار تا کجا می‌ریزد؟

زمزمه دلار ۲۰ هزار تومانی

کاهـش قیمـت دلار در روزهای اخیر باعث بازگشـت این اسـکناس آمریکایی به قیمت دو سال گذشته خود شده است. شهریورماه ۹۷ بود که با اعلام شـروع تحریم حداکثری آمریکا و در اوج التهابات اقتصادی و در حالی که کمتر از دو ماه از ورود عبدالناصر همتی به ساختمان لاجوردی بانک مرکزی در میرداماد گذشـته بود، دلار در بازار آزاد به مرز ۱۹ هزار تومان رسـید. اغلب فعالان اقتصادی، کنترل بازار ارز در آن دوره حساس را امری دشوار برای مدیریت جدید بانک مرکزی می‌دانستند، اما تا میانه آبان ماه قیمت دلار تثبیت شـد. علت این موضوع به اعتقاد کارشناسان، اقدامات سـریع بانک مرکزی در تعیین و ابلاغ سیاست‌های جدید ارزی، راه‌انـدازی بازار ثانویه و مدیریت توأمان بـازار ارز و پول خصوصا در حوزه تراکنش‌های ریالی بود که به تدریج بانک مرکزی را به بازار مسلط و نرخ ارز را تعدیـل کـرد به گونه‌ای که تا ماه‌ها پـس از آن نرخ ارز در محدوده ۱۱ تا ۱۲ هزار تومان تثبیت شـد. امـا در ماه‌های اخیر، بازار ارز بار دیگر التهاب قیمتی را تجربه کرد و قیمت‌ها در بازار ارز برخلاف ماه‌های گذشته بالا رفت. کارشناسـان علت این امر را در چند موضوع می‌دانند؛ از جمله افزایش قیمت بنزین و التهابات ناشی از آن و متعاقب آن قرار گرفتن ایران در لیسـت سـیاه FATF. این موضوعات قیمت ارز را متأثر کرد و سپس از ابتدای سـال ۹۹ شـیوع کرونا و کاهش قیمت نفت در کنار قفل شدن منابع بانک مرکزی در خارج از کشـور موجب التهابات جدید در بازار ارز شـد. از سوی دیگر، رشد انتظارات تورمی و رشد نجومی و شتابان قیمت سهام در بازار بورس و سایر دارایی‌ها نیز مزید بر علت شدند و رشد نرخ ارز را به نوبه خود تقویت کردند، با این حال بار دیگر قیمت ارز کاهش یافت و بـه کنترل بانک مرکزی درآمد. کارشناسـان معتقدند که با پایان دوره ریاست جمهوری دونالد ترامپ هم‌اکنون اقتصاد ایران در انتهای راه فشار حداکثری قرار گرفته اسـت و با کاهش انتظـارات تورمی و روند تحولات سیاسی در آمریکا و احتمال کاهش فشارها، به نظر می‌رسد که به تدریج بانک مرکزی بتواند سیاست‌های ارزی خود را همانند سال ۹۷ در راستای ثبات‌بخشی بازار ارز پیش ببرد. حالا که قیمت دلار در این روزها به کانال ۲۱ هزار تومان وارد شـده و به قیمت خود در تابسـتان سال ۹۷ نزدیک شده است، باید منتظر ماند و دید این بار بانک مرکزی در چه نرخی بازار ارز را تثبیت خواهد کرد. در این بین، زمزمه دلار ۲۰ هزار تومانی نیز در این روزها به گوش می‌رسـد و به نظـر می‌آید دلار می‌تواند تا قیمت‌های بیشـتری نیز (همانطور که رئیس‌جمهوری چند روز قبل به دلار ۱۵ هزار تومانی اشاره کرد) پایین بیاید، کما اینکه نرخ دلار روز گذشته (سه‌شنبه) در آستانه ورود به کانال ۲۰ هزار تومانی قرار گرفت. هر دلار در این روز در صرافی‌های بانکی ۲۱ هزار و ۳۹۰ تومان معامله شد که قیمت آن نسبت به روز دوشنبه ۶۱۰ تومان کاهش داشت و نرخ هر یورو نیز به ۲۵ هزار و ۹۰۰ تومان رسید. قیمت فروش یورو نیز در آخرین روز دی ماه با کاهش ۷۰۰ تومانی نسبت به روز قبل به ۲۵ هزار و ۹۰۰ تومان رسید.

بورس تهران دیروز نزولی آغاز شد و صعودی به پایان رسید

سبزپوشی بورس در آخرین روز دی

فرصت امروز: شاخص بورس تهران سرانجام پس از چهار روز افت متوالی وارد مدار صعودی شد و در آخرین روز دی ماه به رشد ۳۸۵ واحدی بسنده کرد. فعالان بازار سرمایه، کاهش قیمت دلار را عامل عمده افت این روزهای بورس می‌دانند. به اعتقاد آنهـا، کاهش نرخ ارز به افت پیش‌بینی درآمدی شرکت‌های بزرگ و تاثیرگذار حاضر در بورس که عمدتا بازار صادراتی دارند، منجر شده و از این‌رو سهامداران پیش‌بینی می‌کنند که درآمد آنها در روزها و ماه‌های آینده افت کند. به موازات این دیدگاه، برخی دیگر از کارشناسان نیز قیمت‌گذاری دستوری فولاد توسـط وزارت صمت را دلیل ورود بورس به فاز اصلاح می‌دانند. آنها به ریزش بورس در تابسـتان امسـال به واسطه اختـلاف نظر وزارت نفـت و اقتصاد در عرضه صندوق موسـوم به دارایکم اشاره می‌کنند و می‌گویند مشابه این اختلاف نظر حالا میان وزارت صمت و متولی بازار سـرمایه ایجاد شـده و همین باعث از دست رفتن کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحدی در ابتدای این هفته شـده اسـت. روز گذشته (سه‌شنبه) همچنین رئیس سـازمان بورس استعفا کرد و استعفای خود را تقدیم وزیر اقتصاد کرد. حسن قالیباف اصل در نامه استعفای خود یادآوری کرده که او یک بار دیگر در روز چهارم آذرماه نیز اسـتعفا داده بود و اکنون به دلیل فراهم نشدن شرایط حمایت از صنایع، بازار سرمایه و سرمایه‌گذاران درخواسـت کناره‌گیری دارد. این اسـتعفا در حالی است که بورس شرایط پرنوسانی را سپری می‌کند و در چند روز گذشته برخی از سهامداران خرد و زیاندیده مقابل سازمان بورس دست به تجمع زده‌اند.

بورس به رشد ۳۸۵ واحدی بسنده کرد

بازار سرمایه در آخرین روز دی ماه روزی پرنوسان را پشت سر گذاشت و در حالی که شـاخص کل در سـاعات میانی تا یک میلیون و ۱۲۹ هزار واحد کاهش یافته بود، در ساعات پایانی سه‌شنبه روندی صعودی به خود گرفت و به رقم یک میلیون و ۱۵۰ هزار واحد رسـید. نهایتا شاخص کل دیروز به رشـد ۳۸۵ واحدی بسـنده کرد و در ارتفاع یک میلیون و ۱۵۰ هزار واحد ایستاد. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۶ هزار و ۴۶۲ واحد کاهش به ۴۳۰ هزار و ۴۲۰ واحد و شـاخص قیمت (هم وزن) با ۴ هزار و ۲۲۸ واحد افت به ۲۸۱ هزار و ۶۲۸ واحد رسید. شاخص بازار اول ۷ هزار و ۶۹۹ واحد افزایش و شاخص بازار دوم ۲۵ هزار و ۱۶۸ واحد کاهش داشت. در معاملات روز سه‌شـنبه بیش از ۱۱ میلیارد و ۱۷۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۹۸ هزار و ۳۸۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهـای فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۲ هزار و ۴۶ واحد، شـرکت سـرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شسـتا) با ۸۶۳ واحد، معدنی و صنعتی گل گهـر (کگل) با ۸۵۹ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۷۱۰ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۶۸۱ واحد، فولاد خوزستان (فخوز) با ۶۵۲ واحد، پتروشیمی پردیس (شـپدیس) با ۵۴۹ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیـر) بـا ۴۸۸ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شـبندر) با ۴۶۸ واحد و پالایش نفت تهران (شـتران) با ۴۵۷ واحد بیشـترین تاثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند.

در سـوی مقابل، نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۲ هزار و ۱۷ واحد، پتروشـیمی نوری (نوری) با ۴۰۴ واحد، فولاد خوزستان (فخس) با ۳۶۱ واحد، گروه صنعتی پاکشـو (پاکشو) با ۳۳۱ واحد، مبین انرژی خلیج فارس (مبین) با ۳۳۰ واحد، تولیدی فولاد سـپید فراب کویر (کویـر) با ۲۹۰ واحد، گـروه بهمن (خبهمن) با ۲۸۸ واحد، کشـتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۲۵۴ واحد و بانک تجارت (وتجارت) با ۲۲۴ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه بودند.

همچنین شرکت سـرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، ملی صنایع مس ایران (فملی)، سـایپا (خساپا)، بانک تجارت (وتجارت)، گروه دارویی برکـت (برکت)، پالایش نفت تهران (شـتران) و بهسـاز کاشـانه تهران (ثبهسـاز) از جمله نمادهای پربیننده بودند. گروه خودرو هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۳میلیارد و ۳۵۴ هزار برگه سهم به ارزش ۱۳ هزار و ۴۸۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس بیش از ۹۴ واحد افزایش داشـت و بـر روی کانال ۱۷ هـزار و ۵۳۰ واحد ثابت مانـد. در این بازار ۲میلیارد و ۳۵۳ هزار برگه سـهم به ارزش ۵۲ هزار و ۵۸۷ میلیارد ریال داد و سـتد شد. نمادهای پلیمر آریا ساسول (آریا)، سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، بیمه پاسـارگاد (بپاس)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، هلدینگ صنایـع معدنی خاورمیانـه (میدکو)، فـولاد هرمزگان جنـوب (هرمز)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان) با تاثیر مثبت بر شاخص این بازار همراه بودند. همچنین نمادهای پتروشیمی مارون (مارون)، گروه سـرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا)، بیمه کوثر (کوثر)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، توریل (توکاریل)، صنعتی مینو (غصینو)، توسـعه و عمران اسـتان کرمان (کرمان) و صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا) تاثیر منفی بر شاخص این بازار را داشتند.

تقابل تازه دولت و مجلس در زمین بورس

افت شدید شاخص سـهام در روزهای گذشته سبب شده تا بسیاری از سهامداران خرد با افت شدید قیمت سهام خود مواجه شده و بخش عمده‌ای از سـرمایه‌های خود را از دست بدهند؛ به خصوص اینکه تحلیلگران بازار سرمایه بر این باورند که افت کنونی شاخص، مبنای تکنیکال یا فاندامنتال ندارد. به همین دلیل بسیاری از سهامداران معتقدند که افت ادامه‌دار بازار سـرمایه با هیچ منطق اقتصادی همخوانی نداشـته و نمادهایی وارد صف فروش شـده‌اند که گویی تازه شـروع ریزش در شاخص ۲میلیون و ۱۰۰ هزار واحدی اسـت. بر این اساس برخی از سهامداران بورسی روز دوشنبه مقابل شرکت بورس تهران تجمع کردند و در نهایت علی صحرایی به میان تجمع‌کنندگان آمد و با آنها صحبت کرد.

در این زمینه، مصطفی صفاری، کارشـناس بازار سرمایه درباره وضعیت حاکم بر بورس به خبرآنلاین، گفت: تا دعوای دولت و مجلس حل نشـود وضعیت همین خواهد بود. مجلس به دنبال استیضاح وزیر اقتصاد به عنوان رئیس شـورای بورس اسـت. از آن طرف وزیر صنعت، معدن و تجارت به دنبال قیمت‌های دسـتوری در بورس کالا است. مجموع اینها باعث شده که بورس از شـرایط داخلی بترسد. اگرچه ریسک بین‌المللی کمتر شده، نرخ ارز کاهش پیدا کرده اما ترس بر اکثر سهامداران مستولی شده است.

او ابراز امیدواری کرد که مسئولان سریع‌تر دخالت کنند و دولت هم لازم است سیاسـت‌های حمایتی خود را از بازار اعلام کند، چراکه به عنوان مثال پالایش یکم را به مردم فروخته و این همه ضرر را به سهامداران تحمیل کرده است و از این رو لازم است اقداماتی برای حمایت از بازار در دستور کار قرار گیرد.

بـه گفته صفاری، از لحاظ بنیادی همه شـرکت‌ها در بـازار می‌ارزند و سـودآوری خیلی خوبی دارند. هیچ اتفاق ناگواری در شـرکت‌ها نیست، اما اختلافات سیاسـی باعث شـده که بازار منفی شود. امیدوارم که زودتر از مقامـات بالایی نظام دخالت و جریـان را کنترل کنند. اگر بتوانیم این اختلافات را کاهش دهیم حتما بازار تا انتهای سال جریان مثبتی خواهد داشت.

بورس با افت قیمت دلار به کدام سو می‌رود؟

آب سرد ارز بر کالبد بورس

در هفته‌های گذشته و با کاهش ارزش شاخص بازار سرمایه، التهاب‌ها در این بازار دوباره افزایش یافته است. اگرچه که به نظر می‌رسد التهاب‌های فعلی بیش از هر چیز ناشـی از هیجان و ترس حاکم بر رفتار سهامداران اسـت. در همین ارتباط، یک کارشناس بازار سرمایه می‌گوید: کاهش نرخ ارز، خروج نقدینگی سرمایه‌گذاران حقیقی، رفتار هیجانی سرمایه‌گذاران خرد و افزایش بی‌اعتمادی به بازار سـرمایه، مهمترین دلایل افت شاخص در روزهای اخیر هستند. قیمت بسیاری از سهم‌ها در شرایط فعلی بسیار ارزنده هسـتند و اکنون بیش از هر زمان دیگـری، فرصت خرید در بازار است.

محبوبه ابراهیمی به رفتار هیجانی و غیرحرفه‌ای برخی از سرمایه‌گذاران اشـاره کـرد و به ایرنـا، گفت: «بازار سـرمایه یک بازار حرفه‌ای اسـت و سـرمایه‌گذاری مسـتقیم در این بازار نیاز به دانش و مهارت‌هایی خاص و تخصصی دارد و ورود مسـتقیم و بدون دانش و مهارت مناسب، منطقی نیسـت. به کسـانی که دانش و مهارت کافی ندارند، توصیه می‌شـود که به سـمت سـرمایه‌گذاری غیرمسـتقیم بروند. منظور از سـرمایه‌گذاری غیرمستقیم، سرمایه‌گذاری در صندوق‌های متنوع بازار سرمایه یا دریافت خدمات سبدگردانی از شرکت‌های دارای مجوز است، اما اکثر سرمایه‌گذاران علاقه‌مند هستند تا شخصا دست به سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه بزنند. برخی افراد متاسـفانه به خود یک «پیش اعتماد» دارند و تصور می‌کنند که خود آنها بیش از هر کسـی درباره بازار سرمایه دانش دارند. در نتیجه ترجیح می‌دهند ریسک سرمایه‌گذاری مستقیم را بپذیرند.»

این کارشـناس بازار سرمایه افزود: «پیشـنهاد تمامی کارشناسان بازار سـرمایه به افرادی کـه دانش و مهارت کافی را در حوزه سـرمایه‌گذاری ندارند، اما علاقه دارند تا خود دسـت به سرمایه‌گذاری بزنند، آن است که حداقل دیدگاهی بلندمدت داشـته باشند. منظور از دیدگاه بلندمدت آن اسـت که سرمایه‌گذاران دست‌کم افقی یک سـاله را مدنظر قرار دهند.» وی ضمن تشـریح روش‌های کسـب سـود در این بازار گفت: «باید این نکته را تاکید کرد که سرمایه‌گذاران از دو طریق از سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه منتفع می‌شوند: روش اول سودی است که از طریق نرخ‌ها حاصل می‌شود و روش دوم نیز دریافت سود از شرکت‌ها است. شرکت‌ها براساس عملکرد خود سودی سالیانه به سرمایه‌گذاران خود پرداخت می‌کنند. اگر سرمایه‌گذار بر روی سهام شـرکتی قدرتمند و دارای بنیاد مالی، سودآور و دارای عملکرد مناسـب سرمایه‌گذاری کند، شرکت مذکور نیز می‌تواند سودآور باشد و به سرمایه‌گذار خود سود مناسبی پرداخت کند.»

ابراهیمی ادامه داد: «سـرمایه‌گذاری که دید بلندمدت داشته باشد، هم می‌تواند از تغییر قیمت سهام در یک سال سود به دست آورد و هم از سود حاصل از عملکرد شـرکت‌ها بهره‌مند شود. در مقابل افرادی که به صورت کوتاه مدت سرمایه‌گذاری می‌کنند، به آسانی تحت تاثیر هیجانات بازار قرار می‌گیرند و احساسی رفتار می‌کنند. تاثیر شایعات و مسائل سیاسی بر بازار سرمایه در همه جهان دیده می‌شود، اما رفتار و عملکرد سرمایه‌گذاران در نوسـانات بازار است که باعث می‌شـود که فرد سود کسب کند. اگر افراد سهم مناسـبی و بنیادی را انتخاب کرده باشـند و بتوانند رفتار هیجانی خود را مهار کنند، می‌توانند به سود برسند. زمانی که افراد با بازار هیجانی برخورد کنند، نمی‌توانند تصمیم درسـتی بگیرند. این افراد به سـرعت و بدون بررسـی عملکرد یک شرکت، دست به خرید و فروش می‌زنند و در نهایت متضرر می‌شوند.»

این کارشـناس بازار سـرمایه ضمن اشاره به اثرات مخرب نگاه هیجانی به بازار سـرمایه گفت: «یک معضل دیگر آن اسـت که افـراد دارای دید کوتاه‌مـدت، آرامـش خـود را از دسـت می‌دهند. فـرد غیرمتخصص و غیرحرفه‌ای این توان را ندارد که هر روز و در سـاعات معاملات، قیمت‌ها را ارزیابی کند و نگاه مداوم به قیمت‌ها برای وی فشـار روانی زیادی را به همراه مـی‌آورد. در عین حال کارمزد معاملات نیز مسـئله قابل توجهی اسـت. خرید و فروش هر سهم با کارمزد معاملات همراه است. در نتیجه در صورتـی که یک فرد بدون دلیل و به صورت مداوم دسـت به خرید و فروش سـهام بزند، در نهایت حجم قابل توجهی از سـرمایه خود را برای پرداخت کارمزد معاملات را از دسـت خواهد داد. در نتیجه بازدهی واقعی این سرمایه‌گذاران پس از معاملات مکرر، منفی خواهد بود.» این کارشناس بازار سـرمایه، سرمایه‌گذاری غیرمسـتقیم را به سهامداران غیرمتخصص پیشـنهاد کرد و گفـت: «به افراد دارای سـرمایه‌های محدود پیشـنهاد می‌شود تا در صندوق‌های متنوع بازار، سرمایه‌گذاری کنند. سرمایه‌گذاران برحسب میزان ریسک‌پذیری خود می‌توانند صندوق‌های متفاوتی را برای سـرمایه‌گذاری انتخاب کنند. به طور مثال اگر فردی، محافظه‌کار اسـت و ترجیـح می‌دهد بازدهی‌های ماهانه قابـل قبولی دریافت کند، می‌تواند در صندوق‌های با سـود ثابت سرمایه‌گذاری کند، اما اگر افراد ریسک‌پذیر هستند، می‌توانند به سراغ صندوق‌های سهامی بروند. صندوق‌ها از سوی افراد حرفه‌ای و دارای مجوز بازار سرمایه اداره می‌شود و این افراد به طور حتم تخصص و توان لازم برای سرمایه‌گذاری در بازار را دارند و می‌توانند بهتـر از افراد عادی در این بازار سـرمایه‌گذاری کننـد. این صندوق‌ها را مدیران و تیم‌های حرفه‌ای اداره می‌کنند.»

ابراهیمی در پایان به آینده بورس اشـاره کرد و گفت: «بازار سرمایه در دید بلندمدت در مقایسـه با سـایر بازارهای موازی، در ۲۰ سال گذشته همواره بازار برتر بوده است و سود بیشتری را به همراه آورده است. اکنون نیز می‌توان گفت بازار سـرمایه در دید بلندمدت، باز هم به جایگاه قبلی خود باز خواهد گشـت. با صبر، دقت بیشتر و عدم تصمیم‌گیری عجولانه می‌توان به هدف مورد نظر رسـید.» این کارشناس گفت: «انتظار می‌رود با انتشار گزارش‌های ۹ ماهه شرکت‌ها و صنایع و مشخص شدن عملکرد ایده‌آل شـرکت‌های سـودآور، تعیین تکلیف لایحه بودجه و تثبیت نرخ دلار، بازار روند صعودی خود را بازیابد.» این کارشـناس بازار سـرمایه در پایان گفت: «بنده همچنان به بازار خوشـبین هستم. مطمئن هستم بازار سرمایه پس از کاهش ریسک‌های سیاسی و اقتصادی در ماه‌های آینده و با بازگشت اعتماد به بازار، اگرچه نه به صورت شتابان، اما دوباره مسیر خود را پیدا خواهد کرد و روند آن صعودی خواهد شد، اگرچه این روند، روندی معقول‌تر و آرام‌تری نسبت به گذشته خواهد بود.»

خبرخوان

اتفاق غیرمنتظره در بازار سرمایه

رئیس سازمان بورس استعفا داد

اسـتعفای حسن قالیباف اصل، رئیس سـازمان بورس و اوراق بهادار تهران تقدیم وزیر اقتصاد شـد. حسـن قالیباف اصل در نامه استعفای خود یادآوری کرده که او یک بار دیگر در روز چهارم آذرماه نیز استعفا داده بود و هم‌اکنون به دلیل فراهم نشـدن شرایط حمایت از صنایع، بازار سرمایه و سرمایه‌گذاران درخواست کناره‌گیری دارد. استعفای رئیس سازمان بورس در حالی است که بورس شرایط پرنوسانی را سپری می‌کند و در روزهای اخیر سهامداران خرد و زیاندیده بارها دست به تجمع زده‌اند.

روحانی در ستاد هماهنگی اقتصادی دولت:

شورای عالی بورس تصمیم‌گیری کند

رئیس جمهور در یکصد و نود و هفتمین جلسـه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت گفت شورای عالی بورس باید برای حفظ تعادل در بازار سرمایه و شفافیت و صیانت از حقوق سـرمایه‌گذاران تصمیمـات لازم را اتخاذ و اجرایی کند. در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت که روز سه‌شنبه به ریاست حسن روحانی برگزار شـد، ابتدا گزارش وزیر امور اقتصادی و دارایی از تحولات بازار سـرمایه مورد بحث و بررسی قرار گرفت. رئیس جمهور نیز پس از این گزارش تاکید کرد: شورای عالی بورس باید برای حفظ تعادل در بازار سرمایه و شفافیت و صیانت از حقوق سـرمایه‌گذاران تصمیمات لازم را اتخاذ و اجرایی کند. در این جلسه همچنین سعید نمکی وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی گزارشی از تامین و توزیع دارو و تجهیزات پزشـکی و نحوه تخصیص ارز ترجیحی بابت مصارف کالاهای دارویی و تجهیزات پزشـکی ارائه کرد که پس از تبادل نظر درباره آن تصمیم‌گیری شد. براساس این گزارش به منظور کنترل قیمت دارو و تجهیزات پزشکی و شفافیت در حوزه توزیع و مقابله با سوءاستفاده‌ها در این زمینه، تمام فهرسـت‌های ثبت سفارش ارسـالی به بانک مرکزی و تخصیص ارز در سایت سازمان غذا و دارو بارگذاری می‌شود تا همه فعالان این عرصه به آن دسترسی داشـته و مصرف‌کننده، واردکننده و فروشـنده از فرآیند تولید و عرضه دارو و تجهیزات پزشکی اطلاع داشته باشند. رئیس جمهوری با تاکید بر اهتمام دولت در زمینه تامین نیازهای ضروری بخش بهداشت و درمان و سلامت مردم، گفت: دولت برای اختصاص ارز مورد نیاز بخش دارو و تجهیزات پزشکی اولویت خاصی قائل اسـت. او شـفافیت فرآیند تامین و توزیع دارو را امری ضروری خواند و با اشاره به راهبرد کلان دولت و برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته برای افزایش تولید در حوزه دارو و تجهیزات پزشـکی گفت: دولت سیاسـت اصلی خود را در این حوزه برمبنای تولید دارو در داخل کشور قرار داده و به همین دلیل خوشبختانه در سـال جاری مصـارف ارزی در واردات دارو کاهش یافته و عمده اقدامات به سمت تولید داخل سوق داده شده است. در ادامه این جلسه وزیر صنعت، معدن و تجارت گزارشـی از تامین کالاهای اساسـی ارائه کرد. براساس این گزارش با اقدامات انجام شـده درخصوص تولید و واردات روغن خوراکی، نیاز مصرفی و ذخیره استراتژیک روغن تامین شده است. رئیس جمهوری پس از این گزارش دستور داد برای ترخیص و حمل و توزیع روغن فوریت‌های لازم اعمال گردد.

در جلسه کمیسیون اقتصادی مجلس چه گذشت؟

وعده قالیباف برای پیگیری وضعیت بورس

یک عضو کمیسـیون اقتصادی مجلس با اشـاره به جلسـه فوق‌العاده این کمیسـیون برای بررسـی آخرین وضعیت بورس که روز گذشته برگزار شد، گفت که رئیس مجلس از پیگیری موضوع در جلسـه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا خبر داد. مجتبی توانگر در صفحه شخصی خود در توییتر نوشت: «هم‌اکنون بررسی وضعیت بورس و بازار سرمایه در کمیسیون اقتصادی با حضور دکتر قالیباف رئیس مجلس، وزیر اقتصاد و مسـئولان بازار سـرمایه. نمی‌گذاریم سرمایه‌های مردم با اعتماد به حرف‌های مسئولان دولتی، ساعت به سـاعت آب شود. رئیس مجلس در جلسـه کمیسیون اقتصادی با موضوع بررسـی وضعیت بازار سرمایه خطاب به تیم اقتصادی دولت: هیچ توجیهی را نمی‌پذیریم کارنامه شما همین نوسان بی‌حساب و کتاب بورس است و قاطعانه برخورد می‌کنیم. موضوع را در جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا حتما پیگیری خواهم کرد. در ماه‌های گذشـته مجلس یازدهم به صورت مداوم مسئله بورس را پیگیری کرده است و هر اختیار و ابزاری که وزیر اقتصاد و سازمان بورس نیاز داشتند به آنها داده شد. ۴۰ روز پیش هم به وزیر اقتصاد گفتم بازار سرمایه دچار سـوءمدیریت است و باید اصلاح شود. چطور ممکن است وقتی قیمت ارز بالا می‌رود بازار سرمایه دچار آسیب شود و وقتی قیمت ارز کاهش می‌یابد هم این آسـیب وجود داشـته باشد؟ این جز سوءمدیریت اسـت؟ رئیس دولت رسـما از مردم دعوت کرده و به آنها اطمینان داده است، مردم باید این بودن دولت را احساس کنند.»

نوبت دوم

جمعیت هلال احمر
استان گیلان

آگهی مزایده عمومی
جمعیت هلال احمر

جمعیت هلال احمر استان گیلان در نظر دارد نسبت به مزایده بهره برداری از مرکز توانبخشی خود شامل درمانگاه و دندانپزشکی ، فیزیوتراپی ، کار درمانی و گفتار درمانی در سه طبقه واقع در شهرستان رشت ، فاز ۲ بلوار معلم ، بعد از میدان سرگل از طریق برگزاری مزایده عمومی به اشخاص واجد شرایط و دارای مجوز اشتغال در استان گیلان بصورت مشارکت درآمد اقدام نماید :

ردیف	موضوع مزایده	قیمت پایه سهم جمعیت از درآمد	نوع تضمین	مبلغ تضمین به ریال واریز به حساب ۱۳۴۲۲۱۴۰۷۹ بانک ملت شعبه امام خمینی(ره)
۱	مشارکت در بهره برداری از مرکز توانبخشی جمعیت هلال احمر استان گیلان	۲۲ درصد	ضمانت نامه بانکی	۵،۱۰۰،۰۰۰،۰۰۰

متقاضیان می توانند به طریق ذیل اقدام نمایند:
محل و مهلت زمان دریافت اسناد و بازدید از ملک: از ساعت ۸ صبح روزشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۴ لغایت ساعت ۱۴ روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۷
محل دریافت اسناد :دبیرخانه جمعیت هلال احمر استان گیلان به نشانی رشت ، خیابان سعدی ، کوچه شهید ابراهیم فرقان بین ، (سرکار خانم میرزایی مسئول دبیرخانه)
محل و مهلت زمان تحویل اسناد و ارائه پیشنهاد قیمت: از ساعت۸ صبح روزچهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۸ لغایت ساعت ۱۴ روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۸
محل تحویل اسناد : دبیرخانه جمعیت هلال احمر استان گیلان به نشانی رشت ، خیابان سعدی ، کوچه شهید ابراهیم فرقان بین ، (سرکار خانم میرزایی مسئول دبیرخانه)
تاریخ و محل بازگشائی: ساعت ۱۰ صبح روز یک شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۹ محل سالن جلسات جمعیت هلال احمر استان گیلان .
متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به نشانی رشت ، خیابان سعدی ، کوچه شهید ابراهیم فرقان بین ، جمعیت هلال احمر استان گیلان ، معاونت منابع انسانی و پشتیبانی مراجعه نمایند . حضور پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی آزاد بوده و نیاز به ارسال دعوتنامه مجدد نمی باشد .
تلفن های تماس : ۰۱۳-۳۳۲۲۲۰۶۱ و ۰۱۳-۳۲۲۵۵۰۶۲
سایر شرایط شرکت درمزایده در فرم شرایط عمومی شرکت در مزایده مندرج است .

۹۷۶

روابط عمومی جمعیت هلال احمر استان گیلان

پیگیر راه‌اندازی تجارت هوایی بین ایران و روسیه هستیم

در حالی مشکلات صنعت حمل و نقل به بازرگان محصولات کشاورزی دامن زده که استاندار یزد از پیگیری برای راه‌اندازی خطوط هوایی ایرانی – روسیه جهت رفع پاره‌ای از این مشکلات در این استان خبر می‌دهد.

تجارت محصولات کشاورزی یکی از بخش‌های مهم اقتصادی یزد با توجه به جایگاه قابل توجه استان در صادرات محصولات کشاورزی به شمار می‌رود ولی این مهم، نیازمند تجهیز و توسعه زیرساخت‌های مربوطه است که یکی از مهمترین این زیرساخت‌ها، صنعت حمل و نقل است که به صورت قابل‌توجهی با حوزه تجارت گره خورده و مشکلات آن منجر به اختلال در بخش بازرگانی یزد می‌شود.

البته این معضل را به مراتب در سیستم سنتی حمل و نقل کشورمان شاهد هستیم ولی استاندار یزد در این باره معتقد است که راه‌اندازی سیستم حمل و نقل هوایی می‌تواند پایانی بر پاره‌ای از این مشکلات باشد و نه تنها مشکلات یزد، بلکه سایر صادرکنندگان این حوزه را نیز مرتفع کند.

«محمدعلی طالبی» دیروز در نشست شورای گفت‌وگوی استان با بخش خصوصی با بیان این مطلب، می‌گوید: پیگیر راه‌اندازی خط هوایی ایران – روسیه هستیم.

استاندار در این باره تصریح می‌کند: برای ارسال محصولات گلخانه‌ای به کشور روسیه پیگیر ایجاد خط هوایی هستیم و با توجه به اینکه یزد، مرکز محصولات گلخانه‌ای صادراتی است می‌تواند پایگاهی برای ارسال مرسولات دیگر استان‌ها و شهرها نیز باشد.

وی با بیان اینکه باید درخصوص مسائل حمل و نقل شرکت گلخانه‌داران با راهداری جلسات مشترکی داشته باشند، تاکید می‌کند: گلخانه‌داران باید شرکتی تعاونی داشته باشند و از ظرفیت ستاد تسهیل برای رفع مشکلات حمل و نقل استفاده کنند.

طالبی خاطرنشان می‌کند: شرکت تعاونی حمل و نقل استان می‌تواند با تامین سیستم حمل و نقل یخچال‌دار و ورود کامیون‌ها و کانتینرهای مجهز به رفع مشکلات کنونی کمک کند و منجر به افزایش ظرفیت‌های استان در این بخش شود.

هرچند یکی از مشکلات عمده در بخش بازرگانی محصولات کشاورزی یزد اعم از صادرات و واردات مربوط به حمل و نقل است ولی مسئله دیگر، دیپلماسی اقتصادی است که متاسفانه از نگاه بسیاری از کارشناسان اقتصادی با ضعف بسیار زیادی در ایران همراه است ولی هرچند بارها ضعف کشور در این زمینه مورد تاکید نمایندگان یزد قرار گرفته، هنوز هم دامنگیر بخش خصوصی است.

سکوت مسئولان به جای حمایت از تجار ایرانی

«مهدی دهقانی اشکذری» رئیس اتحادیه گلخانه‌داران استان هم در این نشست با بیان اینکه دولت درخصوص مشکلات حمل و نقل از تجار ایرانی حمایتی نداشته است، می‌گوید: دوران بازار قبل از کریسمس، دوران قتل و عمل تجار ایرانی بود. وی از مشکلات و محدودیت‌های اعمال شده توسط کشور آذربایجان یاد می‌کند و می‌گوید: زمانی که راه‌های کشور ارمنستان بسته شد، تنها راه برای ارسال محصولات به روسیه از طریق کشور آذربایجان بود، اما این کشور با اعمال قوانین شدید، خودروهای یخچال‌دار ایرانی را چند روز در صف‌های طولانی نگه داشت و سپس با اسکورت پلیس، راهی کشور روسیه کرد.

دهقانی با بیان اینکه اقدامات مذکور زمان رسیدن به کشور روسیه را شش روز از حد معمول افزایش داد، بیان می‌کند: مسیری که در پنج روز طی می‌شد به ۱۲ روز افزایش یافت و همین مسئله به ضرر و زیان بسیار زیاد تجار ایرانی انجامید.

این مسئول با اشاره به سکوت مسئولان کشورمان در جریان این بحران، تصریح می‌کند: یزد که صادرکننده محصولات گلخانه‌ای به کشور روسیه بود، در این برهه زیان قابل توجهی دید، اما اینجا پایان مسئله نبود و در شب ژانویه به دلیل مسائل متعددی که از سوی کشور روسیه با اعمال قوانین جدید مقطعی به وجود آمد، باز هم تجار ایرانی متحمل زیان شدند.

وی از سکوت دوباره مسئولان در قبال این مسئله نیز یاد و عنوان می‌کند: این در حالی است که مسئولان می‌توانستند با گفتمان و مذاکره این مسائل را برای بازرگانان و تجار رفع کنند اما هیچ حمایتی نشدند.

پیش از خرید تلفن همراه استعلام بگیرید

ارجاع فهرست متخلفان به مراجع امنیتی

اصناف و مصرف‌کنندگانی که قصد خرید تلفن همراه دارند، باید قبل از خرید، حتماً استعلام اصالت کنند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، پیرو هشدارهای متعدد سامانه شناسایی و مبارزه با کالای قاچاق و با توجه به ادامه رفتارهای متخلفانه از سوی برخی قاچاقچیان تلفن همراه، شناسایی و برخورد پیوسته با تلفن‌های همراهی که با سوءاستفاده از رویه مسافری ثبت شده بودند، در دستور کار قرار گرفت.

با توجه به رویکرد این سامانه جهت پیشگیری از تخلف و همچنین وساطت اتحادیه فروشندگان دستگاه‌های صوتی و تصویری و تلفن همراه تهران، این برخوردها به صورت حداقلی و در ابعاد محدود انجام شد که متأسفانه به دلیل سودجویی عده‌ای محدود، این برخورد حداقلی دستاورد مورد انتظار را در پی نداشت.

پس از برخوردهای صورت‌گرفته، عده‌ای از متخلفان با مراجعه به اتحادیه فروشندگان دستگاه‌های صوتی و تصویری و تلفن همراه تهران، خواستار رفع مسدودی گوشی‌های قاچاق خود شدند. در همین راستا فهرستی شامل ۲۶ تلفن همراه از طرف اتحادیه فروشندگان دستگاه‌های صوتی و تصویری و تلفن همراه تهران در اختیار سامانه شناسایی و مبارزه با کالای قاچاق قرار گرفت. با بررسی مجدد این فهرست (که در وهله اول، شامل تخلفی در ابعاد چندصد دستگاه بود) مشخص شد، افرادی به‌صورت سازمان‌یافته و حرفه‌ای (مطابق بند «س» و «ش» ماده ۱ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز) اقدام به تطهیر هزاران کالای قاچاق از طریق رویه مسافری کرده‌اند. همچنین برخی اصناف با علم به این موضوع و غیرقابل انتقال بودن گوشی‌ها در سامانه همتا به منظور سودجویی اقدام به خرید این گوشی‌ها کردند.

بر این اساس مراتب جهت اقدامات تکمیلی و شناسایی سرشبکه‌ها و افراد اصلی فعال، در اختیار مراجع امنیتی قرار خواهد گرفت.

گفتنی است، خرید و فروش یا سوءاستفاده از اطلاعات مسافران جهت ثبت گوشی قاچاق جرم است و طبق ماده ۶ قانون جرائم رایانه‌ای، ورود اطلاعات خلاف واقع در سامانه‌های ملی، می‌تواند یک الی پنج سال حبس در پی داشته باشد. همچنین طبق مواد ۲۹ و ۳۲ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز، قاچاق حرفه‌ای و سازمان‌یافته، علاوه بر جزای نقدی و شلاق تعزیری، مشمول ۳ ماه الی ۲ سال حبس نیز خواهد بود.

در پایان، کمافی‌السابق به اصناف و مصرف‌کنندگانی که قصد خرید تلفن همراه دارند، توصیه می‌شود قبل از خرید، حتماً از طریق #۷۷۷۷* استعلام اصالت کرده و در صورت مسافری یا غیرقانونی بودن تلفن همراه، از خرید امتناع کنند، چراکه ثبت تلفن همراه از طریق رویه مسافری، صرفاً توسط شخص مسافر، برای مصارف غیرتجاری مجاز بوده و هر زمان که هر تخلفی در مراحل ثبت آن احراز شود، تلفن همراه مذکور مسدود خواهد شد.

رشد ۲ درصدی تجارت ایران با اوراسیا از ابتدای سال

رئیس سازمان توسعه و تجارت گفت در ۹ ماهه ابتدای سال نسبت به مدت مشابه سال گذشته، صادرات ایران به کشورهای اوراسیا ۲ درصد رشد داشته است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، حمید زادبوم در نوزدهمین نشست هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران اظهار کرد: چهار موافقت‌نامه چندجانبه و حدود ۱۰ موافقت‌نامه دوجانبه در کشور داریم که موفق‌آمیزترین آن برای کشور، موافقت‌نامه چندجانبه اوراسیا است که همچنان نیز ادامه دارد.

وی افزود: یکی از دلایل موفقیت‌آمیز بودن تجارت با اتحادیه اقتصادی اوراسیا این است که حدود ۲۰ سال قبل از تشکیل نهایی آن، تحقیق و مطالعه بر روی آن انجام شده است.

رئیس سازمان توسعه و تجارت بیان کرد: این اتحادیه با هدف ایجاد پنجره واحد اقتصادی، توسعه بازارهای مشترک و بین‌المللی، ترویج رقابت سالم در بازارها و ترویج سیاست‌های مشترک کشاورزی، انرژی، فناوری و حمل و نقل تشکیل شد.

زادبوم ادامه داد: اتحادیه کشورهای اوراسیا ۱۸۳ میلیون نفر جمعیت دارد که با درآمد سرانه ۲۷ هزار دلار و نرخ بیکاری ۵.۴ حدود ۱۴ و نیم درصد از جمعیت جهان را دربر می‌گیرد.

وی تصریح کرد: از دستاوردهای این اتحادیه می‌توان به رتبه اول استخراج نفت و گاز در جهان، رتبه چهارم تولید انرژی برق، رتبه سوم طول خط آهن، رتبه چهارم تولید آهن و رتبه پنجم تولید فولاد در جهان اشاره کرد.

رئیس سازمان توسعه تجارت ابراز کرد: در حال حاضر نباید اتحادیه اوراسیا را با اتحادیه اروپا مقایسه کرد چراکه هم‌اکنون فاصله زیادی با یکدیگر دارند و اتحادیه اروپا بسیار کامل‌تر و باتجربه‌تر است و اعضای اتحادیه اوراسیا نیز باید در جهت تکمیل و توسعه حرکت کنند.

زادبوم درخصوص تجارت اوراسیا با جهان عنوان کرد: ۸۵۰ میلیارد دلار حجم کل تجارت اوراسیا با جهان است که ۵۱۸ میلیارد دلار از آن مربوط به صادرات این اتحادیه و ۳۳۱ میلیارد دلار از آن مربوط به واردات اوراسیا از جهان می‌شود.

وی افزود: در سال ۲۰۱۹ بیش از ۸۲۰ میلیون دلار صادرات از ایران به کشورهای عضو اوراسیا صورت گرفته همچنین بالغ بر ۱.۶ میلیارد دلار نیز واردات به ایران انجام شده است.

رئیس سازمان توسعه تجارت اظهار کرد: در ۹ ماهه ابتدای سال نسبت به مدت مشابه سال گذشته، تجارت ایران با اوراسیا ۲ درصد رشد پیدا کرده به طوری که حجم صادرات ایران به این اتحادیه ۲۳ میلیون دلار افزایش یافته است.

رئیس سازمان توسعه تجارت اظهار کرد: بیش از ۸۰ درصد صادرات اوراسیا به ایران یعنی بالغ بر ۹۰۰ میلیون تومان از آن مربوط به محصولات کشاورزی و غلات است و ۶۳ درصد از صادرات ایران به اوراسیا نیز شامل محصولات کشاورزی می‌شود. زادبوم افزود: در سال ۲۰۱۵ که اتحادیه اقتصادی اوراسیا شروع به کار کرد، ایران جزو اولین کشورهایی بود که وارد موافقت‌نامه تجاری با این اتحادیه شد و مذاکرات مربوطه در دی ماه سال ۹۴ به طور رسمی صورت گرفت.

وی تصریح کرد: موافقت‌نامه مربوطه در اردیبهشت ماه سال ۹۷ توسط تمام اعضای این اتحادیه به امضا رسید و رسما تجارت خارجی میان ایران و این کشورها با شرایط ویژه و مخصوص این اتحادیه شکل گرفت.

رئیس سازمان توسعه تجارت بیان کرد: روند پیشرفت تجارت در اوراسیا همچنان ادامه دارد به طوری که طبق توافقات اخیر، از آبان ماه سال ۱۴۰۱ تجارت آزاد میان کشورها شکل خواهد گرفت.

زادبوم ادامه داد: در اتحادیه اقتصادی اوراسیا قواعد و قوانین خاصی پیروی می‌شود که از جمله آنها می‌توان به تشکیل و فعالیت مرتب در کارگروه‌های مشترک، شفاف‌سازی، رعایت اهداف هر ملیت و... اشاره کرد.

وی ابراز کرد: با اجرای موافقت‌نامه‌های جدیدی که در اتحادیه اوراسیا در حال انجام است، سازمان‌های جدیدی از جمله استاندارد، حفظ نباتات، اداره گمرک و بخش‌های خصوصی مانند اتاق‌های بازرگانی، مشارکت و در تصمیم‌گیری‌های این اتحادیه نقش خواهند داشت.

اخبار

قیمت هر شانه تخم مرغ به ۳۶ هزار تومان رسید

مدیرعامل اتحادیه مرغداران میهن گفت با توجه به توزیع روزانه ۳۰۰ تا ۳۵۰ تن تخم مرغ، قیمت هر شانه تخم‌مرغ با افت ۳۰ هزار تومانی به ۳۶ هزار تومان رسیده است.

هدایت اله اصغری در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از کاهش قیمت تخم‌مرغ در بازار خبر داد و گفت: با توجه به حجم گسترده توزیع تخم مرغ پیش‌بینی می‌شود که تا پایان هفته بازار تخم مرغ به تعادل برسد.

او افزود: گرچه سازمان حمایت قیمت تخم مرغ بسته‌بندی را اعلام نکرده، اما قیمت هر بسته تخم‌مرغ ۳۰ تایی، ۳۶ هزار تومان اعلام می‌شود.

عرضه روزانه تخم مرغ به ۳۵۰ تن رسید

اصغری از توزیع روزانه ۳۰۰ تا ۳۵۰ تن تخم مرغ در میادین میوه و تره بار خبر داد و گفت: با توجه به افزایش توزیع، قیمت تخم مرغ در بازار افت محسوسی داشته به طوری که هر شانه ۳۰ تایی تخم مرغ، ۳۰ هزار تومان کاهش داشته است.

این مقام مسئول ادامه داد: با توجه به افزایش هزینه‌های تولید، قیمت تمام شده هر کیلو تخم مرغ از دیدگاه اتحادیه ۱۵ هزار و ۷۳۳ تومان درب مرغداری است که با احتساب سود مغازه‌دار هر شانه تخم مرغ با نرخ ۳۴ تا ۳۶ هزار تومان به دست مصرف‌کننده می‌رسد.

او با بیان اینکه توزیع نهاده‌های دامی کماکان با مشکل روبه‌روست، گفت: معاونت امور دام باید همکاری بیشتری داشته باشد چراکه در شرایط فعلی توزیع نهاده مطلوب نیست.

مدیرعامل اتحادیه مرغداران میهن در پایان با انتقاد از نبود آمار و اطلاعات دقیق توزیع نهاده‌های دامی تصریح کرد: با توجه به آنکه نرخ مصوب برمبنای توزیع ۱۰۰ درصدی نهاده‌های دامی اعلام شده است، اما مرغدار اذعان می‌کند که تمامی نهاده را نگرفته است که با این وجود قیمت‌گذاری برمبنای توزیع نهاده باید صورت گیرد که متاسفانه معاونت امور دام سطح دسترسی در اختیار ما نداده است.

دولت فولاد را تضمینی خریداری کند

رئیس کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران گفت دولت یا جلوی نابسامانی را در بازار فولاد بگیرد یا از تولیدکنندگان به صورت تضمینی فولاد بخرد.

بهرام شکوری، رئیس کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درخصوص راهکارهای حل مشکلات بازار بورس در حوزه فولاد اظهار کرد: در حال حاضر در بسیاری از محصولاتی که از طریق معادن سنگی فرآوری می‌شوند مانند روی و مس مازاد تولید داریم، اما به دلیل دخالت‌های دولت در زمینه تولید و صادرات، نمی‌توانیم از آنها استفاده کنیم و درآمد ارزی داشته باشیم.

او افزود: در صورتی که دولت اجازه صادرات یک محصول را نمی‌دهد و آن را ممنوع می‌کند، باید از تولید آن نیز تا حدودی جلوگیری کند و دست از تشویق به تولید آن بردارد چراکه محصول با هزینه‌های سنگین تولید می‌شود و هیچ ارزش افزوده‌ای ندارد.

رئیس کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران بیان کرد: دولت یا یک هارمونی میان تولید و مصرف داخل ایجاد کند تا مازاد بر نیاز تولید نداشته باشیم و یا محصول نهایی تولیدشده را با نرخ‌های مصوب همانند گندم خریداری کند.

شکوری ادامه داد: خام‌فروشی در برخی از موارد نیز بد نیست به طور مثال در حال حاضر مصرف سنگ‌های معدنی در کشور تا حد چشمگیری کاهش پیدا کرده به طوری که در ساختمان‌سازی و نمای ساختمان از این محصول استفاده نمی‌شود پس در صورتی که ما حجم زیادی از سنگ را در کشور ذخیره کنیم به هیچ دردی نمی‌خورد.

او مطرح کرد: در شرایط فعلی باید آن حجم از سنگ‌های استخراج شده که در کشور مصرف می‌شوند را فرآوری کنیم تا مابقی به صورت خام صادر شوند به طوری که هم‌اکنون کشورهایی مانند ایتالیا، هند و ترکیه به ترتیب ۲۲، ۳۳ و ۷۴ درصد از سنگ‌های استخراجی را صادر می‌کنند.

به گفته رئیس کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران، برآورد می‌شود که ۵ میلیارد دلار سالانه از این طریق ارزآوری به کشور داشته باشیم.

شکوری در پایان تصریح کرد: بهتر است این مهم صورت گیرد و از ارزهای حاصله در زمینه‌های مرتبط استفاده کرد در غیر این صورت تا چند سال آینده و با پیشرفت علم و استفاده از محصولات درگیر، هیچ استفاده‌ای از سنگ معدنی صورت نمی‌گیرد و ذخایر بدین شکل زیر زمین باقی خواهند ماند.

تفاوت ارز آزاد و ترجیحی کمتر از ۱۰ درصد باشد

نایب رئیس اتحادیه واردکنندگان نهاده‌های دام و طیور ایران، گفت سیاست‌گذاری در راستای توزیع و تخصیص ارز ترجیحی برای تامین کالاهای اساسی کشور موجب شد تا اقتصاد ایران دولتی‌تر شود و سهم شرکت‌های دولتی در فعالیت‌های اقتصادی افزایش پیدا کند.

به گزارش ایسنا، محمدعلی ضیغمی با تاکید بر ضرورت اصلاح توزیع یارانه حاصل از تخصیص ارز ترجیحی برای تامین کالاهای اساسی، اظهار کرد: تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات کالاهای اساسی نه تنها به بهبود شرایط معیشتی دهک‌های پایین جامعه کمک نکرد، بلکه منجر به ایجاد عدم شفافیت و انحراف در برخی فعالیت‌های تجاری شد.

وی افزود: تفاوت قیمت ارز در بازار آزاد با ارز ترجیحی موجب شده تا بخش دولتی به سمت دولتی‌تر کردن اقتصاد حرکت کند.

نایب رئیس اتحادیه واردکنندگان نهاده‌های دام و طیور ایران، ادامه داد: بخش دولتی با استناد به اینکه در توزیع ارز با نرخ ترجیحی امکان بروز خطا و سوءاستفاده از سوی شرکت‌های بخش خصوصی وجود دارد، حضور خود در فعالیت‌های اقتصادی را نسبت به گذشته گسترده‌تر کرده است، به عنوان مثال در بازار واردات نهاده‌های دامی در سال ۹۶ سهم شرکت پشتیبانی امور دام بین ۱۳ تا ۱۴ درصد بود که این رقم در سال های ۹۹-۹۸ به بیش از ۳۰ درصد رسید.

آرامش مطلق در بازار خودرو

فعلا قیمت‌ها نزولی است

طبق اعلام رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو تهران در وضعیت بازار خودرو و تغییرات آن نسبت به هفته گذشته، بازار همچنان آرام بوده و ریزش قیمت‌ها ادامه دارد؛ این در حالی است که سطح معاملات کاملا به صفر رسیده و هیچ خریداری در بازار نیست.

سعید موتمنی در گفت‌وگو با ایسنا، ضمن تاکید بر اینکه بازار خودرو در حال حاضر در آرامش مطلق به سر می‌برد، اظهار کرد: در حقیقت بازار در خواب کامل فرو رفته است؛ چراکه معاملات به نقطه صفر رسیده است و تا زمانی که نرخ ارز در مبلغی مشخص، ثابت نماند، مشتری خرید خود را انجام نمی‌دهد و منتظر کاهش بیشتر قیمت‌ها می‌ماند تا خودرو موردنظر خود را در ارزان‌ترین حالت ممکن خریداری کند.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو تهران ادامه داد: از سوی دیگر فروشنده در بازار بسیار است و می‌خواهد خودرو در اختیار را بفروشد اما خریداری وجود ندارد بنابراین باتوجه به اینکه معامله‌ای انجام نمی‌شود، درصد ریزش، پس از همان ۱۰درصد علاوه برای کاهش ۳۲ درصدی آبان‌ماه به بعد، هنوز عدد مشخص ندارد و هفته آینده دقیق‌تر می‌توان در مورد میزان کاهش قیمت صحبت کرد، اما روند نزولی قیمت‌ها همچنان ادامه دارد.

وی افزود: به‌طور مثال سمند LX و پژو ۴۰۵ GLX در کانال ۱۷۰ میلیون تومان، پژو ۲۰۶ تیپ ۲ در محدوده ۱۸۰ تا ۱۸۲ میلیون تومان قرار دارند. همچنین در گروه محصولات سایپا نیز پراید حدود ۹۵ میلیون تومان، تیبا کمتر ۱۱۵ میلیون تومان و ساینا حدود ۱۲۶ میلیون تومان قیمت دارند، اما همانطور که اشاره شد، به دلیل اینکه معامله انجام نمی‌شود، قیمت مشخصی هم وجود ندارد اما مشخص است که قیمت‌ها در حال کاهش است.

موتمنی تاکید کرد: چناچه نرخ ارز به مدت دو هفته در یک قیمت تثبیت شود، بازار مجدد فعال شده و معاملات از سر گرفته خواهد شد و راحت‌تر می‌توان در مورد تغییرات آن صحبت کرد. زمانی که در ماه‌های گذشته ارز در کانال ۲۵ هزار تومان برای مدتی ایستاد، با حضور فروشنده و خریدار در بازار معاملات صورت می‌گرفت و اکنون خریدار منتظر کاهش بیشتر در قیمت‌هاست بنابراین خرید خود را انجام نمی‌دهد.

محصولات ۲ خودروساز اصلی هنوز پایین‌تر از بازار

این مقام صنفی در پاسخ به اینکه آیا قیمت خودروها به زیر قیمت کارخانه‌ای آنها نیز رسیده است؟ گفت: تنها در محصولات مدیران‌خودرو، کاهش قیمت‌ها حتی تا به زیر قیمت کارخانه‌ای دیده می‌شود، اما هنوز برای محصولات پرتیراژ دو خودروساز اصلی این اتفاق نیفتاده است.

موتمنی همچنین در پاسخ به اینکه آیا با اعلام قیمت ۱۸ خودرو مشمول تغییر فرمول قیمت‌گذاری و اعلام و اعمال قیمت‌های جدید مصوب شورای رقابت در بهمن ماه، این امکان وجود دارد که شاهد نوسان افزایشی یا تغییرات عمده در بازار خودرو باشیم نیز تصریح کرد: فعلا بازار به همین شکل نزولی پیش‌بینی می‌شود و تا پایان سال جاری، افزایش قیمت در بازار خودرو نخواهیم داشت و احتمال کاهش بیشتر وجود دارد و افزایش قیمتی نخواهیم داشت.

آیا مسئولان مجوز واردات خودروهای دست دوم را صادر می‌کنند؟

در شرایطی که دولت واردات خودروهای صفر را که رقیب جدی برای تولیدات داخل نیست را ممنوع کرده است آیا اجازه می‌دهد واردات خودروهای دست دوم که رقیب بلامنازع برای تولید داخل است عملی شود؟

به گزارش پرشین خودرو، اواسط دی ماه بود که یکی از مصوبات خودرویی کمیسیون تلفیق مجلس سروصدای زیادی به پا کرد و موجب واکنش‌هایی از سوی برخی فعالان و کارشناسان حوزه واردات شد؛ مصوبه‌ای که اعضای کمیسیون تلفیق تا به امروز تمایلی به اظهارنظر در مورد آن نداشتند.

واردات خودرو دست دوم از مناطق آزاد و پیش‌بینی درآمد ۱۰ هزار میلیاردی، مصوبه‌ای است که با وجود ابهامات زیادی که درخصوص اجرای آن مطرح است اما همچنان این مسئله واکنش‌ها و اظهاراتی را از سوی برخی مسئولان به همراه دارد؛ در جدیدترین اظهارنظر به مصوبه کمیسیون تلفیق، واکنش رئیس گروه اقتصادی معاونت بررسی دفتر مقام معظم رهبری است که واردات خودروهای دست دوم از مناطق آزاد را شایعه‌ای بیشتر نمی‌داند.

آقامحمدی در حالی واردات خودروهای دست دوم را شایعه عنوان می‌کند که در یکی دو سال اخیر همواره پیشنهادات و راهکارهایی درخصوص واردات خودروی دست دوم برای تنظیم بازار از گوشه و کنار مجلس و دولت به گوش می‌رسید، اما هر بار مسئولان دولتی و وکلای ملت این خبر را تنها در حد شایعه عنوان می‌کردند.

با این حال به دنبال مصوبه کمیسیون تلفیق در نیمه‌های دی ماه، سخنگوی کمیسیون تلفیق بودجه اعلام کرده که در مصوبه این کمیسیون به منظور تنظیم بازار خودروهای وارداتی، دولت مکلف است ضمن شناسایی خودروهای خارجی «غیرآمریکایی» موجود در مناطق آزاد، اقدامات لازم برای ثبت‌سفارش و ورود آنها به سرزمین اصلی را انجام دهد. در واقع براساس این تصمیم واردات خودرو از مناطق آزاد به منطقه اصلی، مجاز می‌شود. این تصمیم در حالی فعالان و واردکنندگان را سردرگم و غافلگیر کرده است که از یک سو از ورود خودروهای صفر به کشور جلوگیری کرده و از سوی دیگر کمیسیون تلفیق زمینه ورود خودروهای کارکرده به کشور را فراهم می‌کند. البته دولت در لایحه بودجه ۱۴۰۰ درآمدی را از محل واردات خودرو در نظر گرفته است که به گفته سخنگوی ستاد بودجه سال ۱۴۰۰ مصوبه اخیر تلفیق در مورد واردات خودرو از مناطق آزاد و درآمد دولت از محل دریافت حقوق ورودی این خودروها ارتباطی با آن حقوق ورودی ۲۰۴۰ میلیاردی در لایحه ندارد!

اما این تصمیمات تا چه میزان قابل اجراست و در صورتی که این شایعه به واقعیت تبدیل شود چه سرنوشتی برای بازار خودرو خارجی رقم خواهد خورد ؟

مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو، در گفت و گو با خبرنگار پرشین خودرو، اظهار کرد: مصوبه کمیسیون تلفیق به عنوان بخشی از لایحه بودجه دولت است و لذا تا این لایحه در صحن علنی مورد بررسی و تایید قرار نگیرد در حد یک پیشنهاد و ایده از سوی اعضای کمیسیون تلفیق است. وی با توجه به تصمیم اخیر کمیسیون تلفیق درخصوص واردات خودروهای دست دوم از مناطق آزاد، گفت: واردات خودروهای دست دوم به هیچ وجه به کشور انجام نخواهد شد و مسئولان اجازه نخواهند داد.

دادفر تاکید کرد: در شرایطی که دولت واردات خودروهای صفر را که رقیب جدی برای تولیدات داخل نیست را ممنوع کرده است آیا اجازه می‌دهد واردات خودروهای دست دوم که رقیب بلامنازع برای تولید داخلی است عملی شود؟ مسلما چنین مجوزی از سوی مسئولان صادر نخواهد شد.

به گفته دبیر انجمن واردکنندگان خودرو، اظهارات مسئولان در جلوگیری از واردات خودرو اگرچه با عنوان جهش و رونق تولید مطرح می‌شود اما از شعار تا عمل فاصله زیادی وجود دارد.

دادفر افزود: حدود سه سال است که واردات خودرو به کلی ممنوع است؛ لذا خودروی صفر کیلومتر در مناطق آزاد وجود ندارد. ضمن اینکه برای واردات خودرو به کشور مطابق قانون واردات خودروهای کمتر از یک سال از زمان تولید خودروهای خارجی به کشور و همچنین شماره‌گذاری خودروهای کارکرده نیز ممنوع است؛ لذا بایستی همه این قوانین برداشته و اصلاح شود.

وی در پایان خاطرنشان کرد: در صورتی که دولت مجوز واردات خودروهای صفر که حداقل پنج سال از تولید آنها گذشته را صادر کند بدون شک ورود این خودروها تغییرات زیادی در بازار خودرو ایجاد می‌کند و قیمت خودروهای وارداتی حداقل ۴۰ درصد کاهش خواهد یافت.

ظرفیت مناطق آزاد معجزه می‌کند؟

یک بام و دو هوای صدور مجوز واردات خودرو

اگر واردات خودرو می‌تواند به بازار و آینده‌اش کمک کند، چرا مجوز قطعی آن صادر نمی‌شود؟ اگر صدور مجوز ممکن نیست، چرا صحبت از واردات محدود می‌شود؟ این دو سوال مهمی است که در میان مردم و کارشناسان حوزه خودرو مطرح شده و به نظر در میان مسئولان پاسخ دقیقی ندارد. به گزارش اقتصادآنلاین، موضوع واردات خودرو در ایران، از سال‌ها قبل با اما و اگر محدودیت مواجه بوده است. نبود یک سیاست کلان و ثابت در مشخص کردن نحوه ورود دولت به عرصه بازارهای اقتصادی باعث شده، نه قیمت‌گذاری آزاد و فعالیت بدون محدودیت بازارها به رسمیت شناخته شود و نه همه چیز به طور کامل در اختیار دولت باشد تا دیگر چیزی به نام ضرر و زیان فعالان اقتصادی مطرح نباشد. همین موضوع باعث شده که در اقتصاد ایران بازاری مانند مسکن، به شکلی آزاد در مراحل و قیمت‌گذاری فعالیت کند اما در بازاری مانند خودرو، چه در تولید و چه در عرضه، دولت به عنوان متصدی اصلی نقشی پررنگ دارد.

در دهه‌های گذشته و در دولت‌های مختلف، یک سیاست به عنوان بخش جدانشدنی برنامه‌های اقتصادی تمام تیم‌های اجرایی خود را نشان داده و آن تاکید بر لزوم حمایت از صنعت خودروسازی کشور بوده است. هرچند صرف صحبت از حمایت این سوال را به وجود می‌آورد که فرمولی میزان و نحوه آن را مشخص خواهد کرد، اما آنچه که در عمل اتفاق افتاده تاکید بر لزوم حمایت از خودروسازان داخلی و حفظ بازار آنها بوده است. مسئولان مختلف در وزارت صمت و سایر نهادهای مرتبط با این صنعت از این گفته‌اند که در صنعت خودرو ایران مستقیم و غیرمستقیم، چند ده هزار کارگر و نیروی متخصص مشغول به کار است و اگر بنا باشد با کنار گذاشتن حمایت‌ها، حکم به تعطیلی این واحدها بدهیم نه تنها این افراد بیکار می‌شوند که کشور با هزینه‌های اقتصادی و اجتماعی قابل توجهی رو به رو خواهد شد.

در چنین بستری، سیاست حمایت از خودروسازان داخلی با یک پیشفرض بسیار ساده اجرایی شده است. خودروسازان برای بقا نیاز به فروش محصولات خود دارند و اگر بنا باشد خودروهای خارجی بدون محدودیت به ایران بیایند، این بازار در اختیار تولیدکنندگان داخل قرار نمی‌گیرد و از این رو باید در مسیر واردات محدودیت ایجاد کرد. این نخستین مبنای غلط در بازار خودرو ایران است و البته اصرار به اجرای آن تا حدی پیش رفته که امروز این بازار انحصاری شده و خود دولت برای کاهش این انحصار، شورای رقابت را مسئول نظارت بر آن کرده است. از سوی دیگر پس از این حمایت در محدود کردن بازار، دولت برای آنکه ثابت کند روشی که به کار گرفته اجرایی و مفید است، به خودروسازان اجازه قیمت‌گذاری آزاد نیز نداده تا هم بازار از شرایط عادی رقابت خارج شود و هم تولیدکنندگان امکان قیمت‌گذاری محصولات‌شان براساس واقعیت‌های اقتصادی را پیدا نکنند تا بازار به جایی برسد که امروز بسیاری از کارشناسان از آن به عنوان یک فاجعه یاد می‌کنند.

اگر در دوره‌های قبل، محدود کردن واردات از طریق وضع تعرفه‌های سنگین گمرکی در دستور کار بود، از حدود سه سال قبل و همزمان با بازگشت تحریم‌های آمریکا، دولت حکم به ممنوعیت واردات خودرو داد. هرچند این ممنوعیت تنها مربوط به خودرو نبود و بیش از ۲۰۰۰ قلم کالای دیگر را نیز در برگرفت اما در عمل بازار ملتهب خودرو با کنار رفتن همان مجوزهای نیم‌بند واردات، عملا وارد دوره‌ای جدید از انحصار و افزایش قیمت به طور خاص در خودروهای وارداتی شد.

هرچند به نظر می‌رسید این تصمیم دولت با هدف مدیریت منابع ارزی کشور در دوره تحریم گرفته شده و قاعدتا تا زمانی که تغییری در شرایط تحریمی به وجود نیاید، نمی‌توان انتظار داشت در این حوزه سیاست‌ها تغییر کند، اما در لایحه بودجه، عددی برای واردات خودرو در نظر گرفته شده بود که ابتدا این امید را در میان فعالان صنعت خودرو ایجاد کرد که دولت قصد عقب‌نشینی دارد، اما در نهایت مشخص شد این ردیف درآمدی برای ترخیص احتمالی خودروهای باقی مانده در گمرک در نظر گرفته شده و ارتباطی با ثبت سفارش جدید ندارد.

اخبار

عقب‌نشینی شورای رقابت از افزایش قیمت خودرو

افزایش قیمت ۳ ماهه منتفی شد

در پی مخالفت سازمان بازرسی با فرمول جدید شورای رقابت برای گرانی خودرو و با توجه به روند نزولی نرخ ارز، افزایش قیمت خودرو برای ۳ ماهه آخر سال منتفی شد و شورای رقابت از موضع خود برای رشد مداوم قیمت خودرو عقب‌نشینی کرد. در عین حال قیمت‌گذاری خودروهای جدید نیز به کمیته خودرو واگذار شد.

شورای رقابت اخیراً فرمول جدیدی برای افزایش قیمت خودروهای داخلی مصوب کرد که براساس آن قیمت‌گذاری ۵۵ درصد تولید خودروسازان که خودروهای اقتصادی‌تر و مورد تقاضای عامه مردم است از دستورالعمل قیمت‌گذاری شورای رقابت تبعیت می‌کرد و ۴۵ درصد خودروها نیز مشمول فرمول جدید قیمت‌گذاری می‌شدند.

این دستورالعمل شورای رقابت مورد انتقاد سازمان بازرسی قرار گرفت و امروز شاهد عقب‌نشینی شورای رقابت از فرمول جدید قیمت‌گذاری خودروها هستیم.

به گزارش فرتاک نیوز، در این مورد رضا شیوا، رئیس شورای رقابت با بیان اینکه قیمت‌گذاری سه ماهه خودرو از دستور کار خارج شد، گفت: قیمت خودروهای داخلی در فصل زمستان با همان نرخ پاییز عرضه خواهد شد.

وی افزود: با توجه به ثبات نسبی قیمت‌ها و تورم بخشی اعلام شده از سوی بانک مرکزی، شورای رقابت تصمیم گرفت قیمت‌های فروش زمستان کارخانه‌ها افزایش نیابد.

شیوا افزود: از این پس قیمت‌گذاری خودروها به جای سه ماهه، هر شش ماه یا سالانه تعیین خواهد شد.

وی گفت: بانک مرکزی تورم بخشی پاییز را حدود ۱۴ درصد اعلام کرد، اما شورای رقابت با در نظر گرفتن بهره‌وری و کیفیت، تصمیم گرفت قیمت کارخانه‌ها برای زمستان افزایشی نداشته باشد.

رئیس شورای رقابت در مورد فرمول جدید قیمت‌گذاری هم گفت: این فرمول شرط افزایش ۵۰ درصدی داشت، لذا تا زمانی که افزایش ۵۰ درصدی اعمال نشود، این فرمول اجرایی نخواهد شد.

وی افزود: شرکت سایپا اعلام کرده با فرمول جدید، توان افزایش تولید نخواهد داشت و ایران خودرو هم اعلام کرده برای افزایش تولید خواستار تغییرات است، لذا این فرمول اجرایی نخواهد شد.

شیوا درخصوص اینکه خودروسازها این قیمت‌گذاری را قبول دارند یا خیر، گفت: شورا مستقل عمل می‌کند و خودروسازها موظف هستند به آن عمل کنند.

وی با تاکید بر اینکه همه خودروهایی که سابقه قیمت داشته‌اند، هیچ افزایش قیمتی تا پایان سال نخواهند داشت، گفت: قیمت‌گذاری خودروهای جدید هم در کمیته خودرو بررسی می‌شود.

رئیس شورای رقابت درخصوص اینکه آیا سازمان بازرسی مصوبه قبلی شورا را لغو کرده است؟ افزود: سازمان بازرسی هرگز مصوبه شورا را لغو نکرده و از نظر قانونی مجوز این کار را ندارد و فقط درخواست تجدیدنظر کرده است.

وی با اعلام اینکه تورم بخشی سه ماهه پاییز برای ایران خودرو ۱۴.۱ و سایپا ۱۴.۷۵ بوده است، گفت: چنانچه در پی تغییرات سیاسی و اقتصادی ایران و جهان، تورم بخشی طی ماهه‌های آینده کاهش پیدا کند، براساس فرمول موجود، قیمت‌های کارخانه نیز کاهش خواهد یافت.

شیوا گفت: فعلا تا پایان فروردین سال آینده، قیمت‌های کارخانه‌ای تغییری نخواهد کرد.

شیوا افزود: تا زمانی که تولید افزایش یابد و عرضه و تقاضا خودرو متناسب با یکدیگر شوند، مدل عرضه خودرو با قرعه‌کشی ادامه خواهد یافت.

رضا شیوا، رئیس شورای رقابت پیشتر در مورد دستورالعمل جدید شورای رقابت گفته بود: ۱۸ خودرو مشمول فرمول جدید قیمت‌گذاری می‌شوند که شامل پژو پارس، پژو ۲۰۷ اتومات، پژو ۲۰۷ دستی، سمند سورن پلاس، رانا پلاس، رانا پلاس TU۵، دنا پلاس توربو شارژ، دنا پلاس توبوشارژ اتومات، هایما توربو دستی، هایما توربو اتومات، تارا، ساینا S، کوییک، شاهین، آریا، برلیانس و چانگان می‌شود.

دستورالعمل جدید شورای رقابت علاوه بر افزایش قیمت کارخانه‌ای خودروها عاملی برای رشد قیمت‌ها در بازار نیز شد و در نهایت واکنش سازمان بازرسی را به همراه داشت.

اشکان میرمحمدی، بازرس کل امور صنعت سازمان بازرسی در این مورد با بیان اینکه دستورالعمل جدید شورای رقابت برای قیمت‌گذاری خودرو باعث شوک قیمتی در بازار شد، گفته بود: در صحبتی که با مسئولان وزارت صنعت و حتی معاون وزیر صنعت داشتیم، گفتند که فرمول جدید شورای رقابت یک فضای تصاعدی را در بازار خودرو ایجاد می‌کند و باعث فشار به مردم خواهد شد، گرچه آنها نیز به دنبال افزایش قیمت هستند اما نمی‌خواهند به مردم فشاری وارد شود.

به گفته وی، در مصوبه شورای رقابت به تولید به صورت عام و کلی اشاره شده، اما در مورد عرضه، اشاره‌ای صورت نگرفته است.

میرمحمدی با اشاره به تأثیر روند نزولی قیمت دلار بر بازار خودرو گفته بود: در کنار این موضوع، کاهش ارزبری قطعات و داخلی‌سازی نیز صورت گرفته که بر این مبنا قیمت خودروها باید مورد بازنگری قرار گیرد. اینطور نیست که نرخ تورم بخشی صنعت خودرو همچنان شیب مثبت داشته باشد.

وی گفته بود: پیش از اینکه رئیس شورای رقابت در روز سه‌شنبه هفته گذشته فرمول جدید شورای رقابت را اعلام کند ما روز دوم دی‌ماه طی نامه‌ای به وزیر صنعت که به رئیس شورای رقابت نیز رونوشت شد، خواستیم تا با توجه به اینکه کشور در وضعیت بحرانی و التهاب قرار دارد برای تصمیم‌گیری در مورد قیمت‌گذاری و بازار خودرو، کارشناسی لازم صورت گیرد، اما دیدیم که فرمول جدید یک شبه اعلام شد و کارشناسی لازم در این مورد صورت نگرفت.

تسهیلات ۵۰ درصدی برای طراحی بسته‌بندی به دانش‌بنیان‌ها تعلق گرفت

معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری تا سقف ۲۰۰ میلیون ریال تسهیلات بلاعوض طراحی صنعتی و بسته‌بندی به محصولات دانش‌بنیان ارائه می‌کند.

طراحی صنعتی محصولات و بسته‌بندی در فروش و گسترش بازار هر محصولی نقش بسزایی دارد. عدم آگاهی بسیاری از شرکت‌ها، از اهمیت این موضوع، باعث شده است که برای طراحی بسته‌بندی همسان و سازگار با محصول تولیدی شرکت، هزینه‌ای پرداخت نکنند. این در حالی است که استفاده از طراحان صنعتی و تولید یک بسته‌بندی جدید، برای محصولات شرکت، می‌تواند، باعث ایجاد فرصت‌های بازاریابی جدیدی شود.

دریچه

۱۰ شرکتی که فناوری‌های مکان‌محور را توسعه دادند بشناسیم

با حمایت معاونت علمی و فناوری، محصولات حوزه ژئوماتیک تجاری‌سازی شد؛ کاری که تا امروز ۲۰۰ میلیارد تومان سرمایه برای دانش‌بنیان‌ها داشته است. محصولات ژئوماتیک طیف وسیعی از حوزه‌های فناورانه را دربر می‌گیرد؛ فناوری‌هایی کاربردی در علوم زمین‌شناسی، سنجش از دور، نقشه‌برداری، ناوبری و سامانه تعیین موقعیت جهانی، هواشناسی و ... . این حوزه فناورانه در دنیا سال‌ها است که روندی رو به رشد دارد و در علوم مختلف به کار می‌رود. ایران هم چند سالی است که به این حوزه ورود کرده است. توسعه این حوزه فناورانه هم با ایجاد ۱۰۰ شرکت دانش‌بنیان، یک شتاب‌دهنده و ۵ مرکز نوآوری روندی صعودی دارد. گروه توسعه فناوری‌های ژئوماتیک ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز تلاش می‌کند شبکه‌ای از این خدمات و فناوری‌ها در کشور شکل گیرد. تاکنون ۱۰ شرکت دانش‌بنیان موفق شده‌اند محصولات خود را تجاری‌سازی کنند و به بازار برسانند. این شرکت‌ها و محصولات کدامند؟

۱. طراحی گیرنده‌های کاربردی در صنایع مختلف

مکان پرداز رایمند یکی از شرکت‌های فعال این حوزه است که با طراحی و تولید انواع مختلف گیرنده‌های GNSS خود را به بازار معرفی کرده است. گیرنده‌هایی کاربردی در حوزه کشاورزی، صنعت برق، ساخت و ساز و راهسازی، خطوط لوله نفت و گاز، زمین‌شناسی و معدن، صنایع آب و فاضلاب، کاربری شهری و زمین‌شناسی و معدن.

۲. تعیین مناطق دارای پتانسیل شیوع بیماری

سنجش از دور و مدیریت داده موج نگار خاوران(سامد) نیز از جمله این شرکت‌ها است. حوزه کاری اصلی این مجموعه تولید الگوریتم‌های موردنیاز (در آزمایشگاه و در میدان) برای استخراج اطلاعات از تصاویر ماهواره‌های مختلف و مدیریت داده در زمینه‌های گوناگونی همچون کشاورزی، معدن، محیط زیست، آب و خاک، آلودگی هوا، پارامترهای جوی، کاداستر و نقشه‌برداری پهپادی است. از جمله محصولات تجاری شده این شرکت می‌توان به «سیستم سنجش از دور و مدیریت داده تصاویر ماهواره‌ای در حوزه‌های مختلف معدن، کشاورزی، سلامت و پزشکی، مدیریت شهری، هواشناسی، مکان‌یابی معادن مواد مختلف با استفاده از تصاویر ماهواره‌ای»، «تولید روزانه نقشه مناطق شیوع زنگ گندم با استفاده از تصاویر ماهواره‌ای»، «شکارسازی تنش‌های گیاهی و پیش‌بینی برداشت محصول»، «تولید نقشه تبخیر و تعرق با استفاده از تصاویر ماهواره‌ای» و «تعیین مناطق دارای پتانسیل شیوع بیماری» اشاره کرد.

۳. سرویس یکپارچه نقشه و اطلاعات مکانی

شرکت مهندسی فرانگاشت نوآور نیز با طراحی سرویس یکپارچه نقشه و اطلاعات مکانی به جرگه این شرکت‌ها پیوسته است. «عدم استفاده از موتورهای تجاری و تولید در شرکت فرانگاشت برمبنای منابع متن باز»، «ارائه سرویس‌های مکانی متنوع (نمایش، ویرایش و جست‌وجو) به کلیه سامانه‌ها»، «هزینه پایین‌تر فروش و پشتیبانی نسبت به نمونه‌های خارجی»، «فارسی بودن زبان برای کشورها و مناطق همزبان (افغانستان، تاجیکستان، اقلیم کردستان)» و «اپلیکیشن موبایل برای استفاده روی دستگاه‌های با سیستم عامل اندروید» از جمله مزایای این سیستم است. مرکز تبادل اطلاعات مکانی هم محصول تجاری شده دیگر این شرکت است که شبکه‌ای برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات مکانی بین سازمان‌ها محسوب می‌شود. سامانه مکانی تملک اراضی هم توسط فناوران این مجموعه طراحی و تولید شده است.

۴. سامانه پایش ماهواره‌ای

دورکاو پایش زیمان هم مجموعه دیگری است که با تولید محصولات فناورانه خود در تلاش برای توسعه این حوزه کاربردی در کشور است. این شرکت در پنج بخش GIS، سنجش از دور، نرم‌افزار، فتوگرامتری و نقشه‌برداری فعالیت می‌کند. «سامانه شناسایی زیرسطحی»، «سامانه پایش ماهواره‌ای»، «سامانه مدیریت و ارزش‌گذاری املاک» و «خدمات حقوقی و قضایی مبتنی بر فناوری اطلاعات مکانی» نیز محصولاتی است که توسط این شرکت به بازار عرضه شده است.

۵. تولید محصولات نقشه‌برداری

هیرو نگار پارس با هدف تولید گیرنده GNSS/GPS تاسیس شده و با تحقیق و توسعه به فناوری تولید محصولات نقشه‌برداری رسیده است. گیرنده نقشه‌برداری ماهواره‌ای (S۱۰ Xima)، ردیاب HIRO A۱۰ و موبایل GIS دقیق M۱۰ از جمله محصولات تولیدی این شرکت است که با قیمتی پایین‌تر از محصولات مشابه خارجی به بازار عرضه شده است.

۶. خودکار کردن تحلیل تصاویر هوایی و ماهواره‌ای

بوم نگاران هوشمند امید نیز در زمینه پردازش تصاویر ماهواره‌ای و هوایی برای استفاده کشاورزی و شهری فعالیت می‌کند. از جمله محصولات تجاری شده این شرکت فناور می‌توان به پردازش خودکار کل کشور (امکان پیاده‌سازی این مدل در کشورهای همسایه)، داشبورد مدیریتی برای مدیریت هوشمند مزارع و استفاده از مدل‌های هوش مصنوعی اشاره کرد. این شرکت با استفاده از هوش مصنوعی مانند روش‌های بینایی ماشین، یادگیری ماشین و پردازش تصویر، به دنبال خودکار کردن تحلیل تصاویر هوایی و ماهواره‌ای است.

۷. طراحی سیستم هوشمند مکان‌محور نگهبانی

شرکت موج‌آفرینان اندیشمند در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای رایانه‌ای فعالیت دارد. این مجموعه فناور با تجاری‌سازی «سیستم هوشمند مکان‌محور نگهبانی، گشت و بازرسی (سهنگ)»، «سیستم هوشمند مکان‌محور ناوگان خودرویی سازمانی (سهند)»، «سیستم جامع مکان‌محور مدیریت جلسات و دستورات (مجلس)» و «دستگاه مترسک الکترونیکی (برای دور کردن حیوانات و پرندگان)» نیز از جمله مجموعه‌های فناورانه‌ای است که به این حوزه ورود کرده است.

۸. سامانه پایش سیل و آتش‌سوزی

موسسه سنجش از دور بصیر شرکتی است که با طراحی «سامانه پایش سیل و آتش‌سوزی»، «سامانه ستیا»، «داشبورد مدیریتی» پیام‌رسان سازمانی رایکا» و «سامانه پرداز» در تلاش برای توسعه فناوری‌های ژئوماتیک در کشور است.

این موسسه نخستین و تنها شرکت خصوصی ایرانی عضو جامعه بین‌المللی فتوگرامتری و سنجش از دور (ISPRS) است که با هدف توسعه علوم نوین در حوزه‌هایی نظیر سنجش از دور، سیستم‌های اطلاعات مکانی، محیط‌زیست و ژئوفیزیک (زلزله‌شناسی و مهندسی زلزله و اکتشاف منابع زیرزمینی)، انتقال دانش فنی و مشاوره علمی آغاز کرده است.

۹. توانمندسازی بافت‌های فرسوده

حوزه اصلی فعالیت کاوش راه اندیشه، ارائه خدمات به پروژه‌هایی است که تولید، استفاده و مدیریت نقشه و داده‌های مکانی نقشی اساسی در تحقق آنها دارند. این شرکت خدمات خود را در حوزه‌های مختلفی مانند «نقشه‌برداری»، «شهرسازی»، «طراحی شهری»، «معماری»، «ساماندهی و توانمندسازی بافت‌های فرسوده و سکونتگاه‌های غیررسمی»، «شبکه‌های آبیاری و زه‌کشی»، «عمران»، «راه و ترابری»، «نفت و گاز»، «آمار»، «محیط‌زیست» و «خدمات کامپیوتری» ارائه می‌کند. سامانه اطلاعات مکانی تحت وب کارا مبتنی بر دانش داخلی و توان متخصصان ایرانی و استفاده از استانداردهای بین‌المللی و فناوری متن باز از جمله محصولات تجاری شده این شرکت است. این محصول «امکان استقرار و نصب سریع»، «امکان توسعه سریع براساس اعلام نیاز کاربر»، «سرعت پردازش بالا»، «سهولت استفاده از سیستم توسط کاربران»، «امکان استفاده از داده‌های غیرساختاریافته»، «مدیریت پایگاه داده مکانی یکپارچه حجیم مستقل از حجم داده‌ها» و ... را دارد.

۱۰. تولید ربات‌های پرنده

گروه صنعتی فرابرد با قریب به یک دهه فعالیت پیشرو در طراحی و تولید ربات‌های پرنده با بهره‌گیری از توان متخصصان این حوزه موفق به طراحی و ساخت ربات‌های بدون سرنشین پرنده در کشور شده است. ربات‌های پرنده این مجموعه فناور با کیفیت و قدرت بسیار بالا و در سطوح گوناگون در رقابت با بهترین برندهای دنیا تولید شده است. «پهپاد فتوگرامتری توکا»، «پهپاد فتوگرامتری استورم ۲»، «پهپاد فتوگرامتری استورم ۲»، «ویژن»، «پهپاد فتوگرامتری استورم۳»، «پهپاد پلیکان ۱ سمپاش»، «پهپاد پلیکان ۲ سمپاش» و «پهپاد درنا (ویتول)» محصولات دانش‌بنیان تجاری شده این گروه فناورانه است. مداومت پروازی بالا بیشتر از محصولات مشابه خارجی و قیمت مناسب با تمام امکانات از جمله مزایای این محصولات است.

رئیس و وارث سامسونگ

لی جائه-یونگ که در کشورهای غربی با نام جای وای-لی شناخته می‌شود، به جرم پرداخت رشوه به مدت دو سال و نیم راهی زندان می‌شود.

به گزارش زومیت به نقل از Engadget، رئیس و وارث سامسونگ چهار سال پیش به اتهام پرداخت رشوه بازداشت شد و دادگاه او را به ۵ سال زندان محکوم کرد، اما او یک سال بعد پس از معلق شدن رأی دادگاه، آزاد شد، اما دادگاه عالی کره جنوبی در سال ۲۰۱۹ دوباره روند محاکمه را شروع کرد.

متهم شدن رئیس سامسونگ تنها بخشی بود که با محوریت پارک گون-هه، رئیس جم ۲۰ سال زندان محکوم شد. رئیس سامسونگ خود بر رئیس جمهور سابق کره جنوبی اع گسترش پیدا کند. ابتدا قرار بود حکم جائه شود که سامسونگ بالاتر از قانون نیست.

فن‌های محوری به یاری تهویه هوای تونل‌های مترو آمد

فن‌های محوری برگشت‌پذیر دود دو جهته، با تلاش یک شرکت دانش‌بنیان تولید شد تا تهویه هوا در تونل‌های مترو با این فناوری بهینه‌تر شود.

شرکت مهندسی پیشگامان رفیع ایرانیان (مپرا) مجموعه‌ای دانش‌بنیان است که با به‌کارگیری فناوری‌های بومی، بازار واردات محصولات کاربردی در ایستگاه‌های مترو را کساد کرده و با تولید تجهیزات ایران‌ساخت و با تکیه به توان دانشی متخصصان داخلی به حوزه طراحی و ساخت این تجهیزات ورود کرده است.

به گفته رضا ناظریه، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، فن‌های محوری برگشت‌پذیر دود دو جهته از جمله محصولات دانش‌بنیان این شرکت است که با طراحی خاص و ویژه در تهویه تونل‌ها و ایستگاه‌های خطوط مترو کاربردی است. همه اجزای این تهویه‌ها ساخت داخل است و ساختار آن هم متناسب با مترو طراحی شده است. این تجهیزات، تهویه مناسبی برای خطوط مترو ایجاد کرده است.

این فعال فناور ادامه داد: در ایستگاه‌های مترو برای تهویه هوا، خنک کردن و رفع هوای دم‌کرده و آلوده و تامین هوای تازه برای مسافران در حالت اضطراری از هواسازها و هواکش‌ها استفاده می‌شود. سیستم تهویه مکانیکی مترو شرایط محیطی در ایستگاه‌ها و تونل‌ها را در دما و رطوبت مناسب حفظ و هوای تازه و مناسب برای مسافرن تامین می‌کند.

وی افزود: یکی دیگر از حوزه‌های فعالیت ما شبکه‌های هوشمند کنترل تردد است. از آنجا که این فناوری در انحصار چند شرکت اروپایی بود با اراده به قطع وابستگی به صنایع بیگانه و ایجاد بازار کار مناسب برای متخصصان داخلی، توانستیم تمامی اجزای این سیستم‌ها را با دانش فنی خود بومی کنیم.

این فعال فناور ادامه داد: این سیستم متشکل از گیت‌های الکترومکانیکی به همراه سخت‌افزار و نرم‌افزارهای کاربردی است که براساس روش‌های متعددی چون کارت هوشمند غیرتماسی، اثر انگشت، چهره‌نگاری، کارت ملی، دوربین پلاک‌خوان، تگ‌های RFID، ریموت کنترل، شناسایی از طریق کلمه عبور، کلید فشاری و ... ، صدور مجوز عبور و کنترل هوشمندانه را انجام می‌دهد.

دانش‌بنیان‌ها تلاش کردند و گاز طبیعی به مناطق صعب‌العبور کشور رسید

شرکتی دانش‌بنیان با استفاده از ایستگاه تامین کننده گاز طبیعی فشرده، این ماده حیاتی را به شهرها و روستاهای کوچک و مناطق صعب‌العبور رساند.

پارس ام‌سی‌اس یکی از مجموعه‌های فناوری است که در زمینه تولید و تامین مخازن تحت فشار فعالیت می‌کند. این شرکت موفق به ایجاد ایستگاه تامین‌کننده گاز طبیعی فشرده و ایستگاه سرویس‌دهنده برای گازرسانی به مناطق صعب‌العبور شده‌است.

به گفته نوید خاصه‌باف، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، در برخی از شهرهای کوچک، روستاها و یا مناطق صنعتی به دلیل جمعیت کم، صعب‌العبور بودن یا سایر مشکلات، احداث خطوط انتقال گاز امری بسیار دشوار و هزینه‌بر است. وی افزود: در روش ایستگاه تامین‌کننده گاز طبیعی فشرده، این ماده حیاتی توسط تریلر حامل مخازن گاز طبیعی فشرده به مناطق فاقد گاز منتقل می‌شود. در این روش برای شهر، روستا یا منطقه صنعتی سرویس‌گیرنده یک شبکه داخلی لوله‌کشی تعبیه می‌شود که توسط یک پایانه به مخازن گاز طبیعی فشرده متصل است. این مخازن حاوی گاز طبیعی فشرده توسط خودروهایی مستقر در ایستگاه مبدأ بارگیری شده و به مناطق موردنظر ارسال می‌شوند. این فعال فناور ادامه داد: در این روش گاز طبیعی فشرده به وسیله تریلرهای حاوی مخازن مخصوص CNG به مناطق فاقد خط لوله گاز حمل و پس از تقلیل فشار در ایستگاه مقصد به شبکه داخلی گاز آن منطقه متصل می‌شود. وی با اشاره به مزایای این نوع گازرسانی، گفت: اجرای این طرح از ارسال گاز مایع به صورت کپسول برای مصارف خانگی و صنعتی جلوگیری می‌کند که این امر با توجه به کمبود منابع گاز مایع در کشور امری مطلوب به شمار می‌رود. این فعال دانش‌بنیان تاکید کرد: بسیاری از روستاهای حاشیه جنگل‌ها برای زمستان و مصارف خانگی از سوخت‌های فسیلی مانند نفت و گازوئیل استفاده یا با قطع درختان نیاز خود را رفع می‌کنند بنابراین استفاده از این روش گازرسانی، فواید زیست‌محیطی نیز به دنبال خواهد داشت. خاصه‌باف همچنین بیان کرد: در این طرح، گاز طبیعی در مناطق دارای خط لوله به ایستگاه مادر می‌رود و در آنجا به صورت فشرده درمی‌آید. سپس به داخل مخازن موجود بر روی تریلرهای حمل گاز تزریق و ذخیره می‌شود. گاز طبیعی فشرده توسط تریلر به محل مصرف (که فاقد خط لوله گاز است) انتقال می‌یابد و بعد از کاهش فشار به شبکه توزیع تزریق و به مصرف‌کننده تحویل می‌گردد.

دوباره راهی زندان شد

ی از رسوایی فساد گسترده در کره جنوبی هور وقت این کشور رخ داد. البته او هم به گ متهم شده است که با استفاده از ثروت مال نفوذ کرده تا کسب‌وکار سامسونگ -یونگ ۱۲ سال زندان باشد تا نشان داده رئیس سامسونگ در طول مدت‌زمانی که در زندان خواهد بود، نمی‌تواند در تصمیم‌های مهم این شرکت حضور داشته باشد. در حال حاضر با توجه به رابط آمریکا و چین، سامسونگ و کره جنوبی جایگاه خاصی پیدا کرده‌اند و نقش پررنگ‌تری در حوزه‌های مختلف ایفا می‌کنند. لی جائه-یونگ در دادگاه معذرت‌خواهی کرد و قول داد سامسونگ جدیدی به وجود بیاورد و مواردی که در دادگاه به آنها اشاره شد برطرف کند. او همچنین اعلام کرد که در آینده قدرت را به فرزندانش نخواهد داد.

محصول دانش‌بنیان عمر آسفالت‌ها را افزایش می‌دهد

یک شرکت دانش‌بنیان با به کارگیری فناوری نانو برای تولید یک محصول موفق به ایجاد تحول در راهسازی شد.

فرشید مومنی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان دنا پارس آژند، گفت: این شرکت به صورت کلی در حوزه تولید مواد نانو و مواد شیمیایی مختلف فعالیت دارد. زمینه اصلی کار این شرکت، تولید پلیمرهای مختلف است.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان دنا پارس آژند، ادامه داد: یکی از محصولات این شرکت، محصول نانویی است که آسفالت و قیر را به شکل چشمگیری بهبود می‌بخشد. یکی از مشکلات راهسازی، فرسودگی، ترک‌خوردگی، تغییر شکل و دیگر مشکلاتی است که برای آسفالت جاده‌ها و خیابان‌ها پیش می‌آید.

یادداشت

سلامت با چاشنی فناوری

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

یکی از اولویت‌های ما در حوزه سلامت تقویت زیرساخت‌های فناورانه است؛ کاری که به افزایش تولید محصولات در این حوزه منجر می‌شود. حوزه سلامت یکی از مهمترین بخش‌هایی است که با کمک فناوری‌های نوین روند تولید محصولاتش صعودی می‌شود. عرصه‌ای که اگر بتوانیم نوآوری، خلاقیت و فناوری را چاشنی آن کنیم، قطعا مزایای آن عائد مردم و جامعه خواهد شد. این حوزه فناورانه شامل بخش‌های مختلفی چون تولید داروهای زیستی، واکسن‌های انسانی، تجهیزات پزشکی، آرایشی و بهداشتی، طب بازساختی و پروبیوتیک‌ها می‌شود. محصولاتی که نقشی اثرگذار در توسعه نظام بهداشت و درمان کشور دارند. بی‌توجهی به این حوزه هم عوارض جانبی زیادی برای بهداشت و سلامت کشور دارد. ما در ستاد توسعه زیست‌فناوری ریاست جمهوری برای پیشبرد این اهداف در تلاشیم که شتاب‌دهنده‌هایی در این زمینه ایجاد کنیم. حاصل این تلاش نیز ایجاد ۸ شتاب‌دهنده بود که از تولید ۱۰۰ محصول حمایت کرده است. محصولاتی که به نظام بهداشت و درمان کشور تزریق شده و درمان بیماران را شتاب داده است. این عرصه فناورانه اهمیت بالایی در تامین سلامت کشور دارد. روزهای کرونایی هم مهر تاییدی است بر این ادعا که اگر در حوزه سلامت کوتاهی کنیم، کل کشور از این موضوع لطمه خواهد دید. توانمندی دانشمندان کشور نیز به حدی بالا و قابل اتکا است که محصولات تولیدی در حوزه سلامت کشور کاملا قابل رقابت با محصولات مشابه خارجی است و برخی از این محصولات در بازارهای جهانی نیز به فروش می‌رسند و برای خود مشتریان ثابتی دارند. ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این راستا تلاش کرده تا با حمایت از تولید و تجاری‌سازی این محصولات قدم بزرگی بردارد. این کار را هم با حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور ادامه می‌دهد تا همه نیازهای کشور به صورت روزآمد و کاملا منطبق با شرایط تامین شود. تاکنون ستاد توسعه زیست‌فناوری از تولید ۹۰ محصول در حوزه سلامت به ارزش ۱۰۰ میلیارد تومان حمایت کرده است که در گام‌های اولیه ۲۷۰ میلیون دلار کاهش ارزبری به همراه خواهد داشت.

رفع موانع پیش روی دانش‌بنیان‌ها ضروری است

دهمین نشست هیأت امنای پارک فناوری پردیس با حضور اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس جمهوری و سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری برگزار شد.

این نشست در کارخانه نوآوری «های وی» پارک برگزار شد و در حاشیه آن از فعالیت‌های این مرکز نوآوری هم بازدید شد.

اسحاق جهانگیری در این جلسه با تأکید بر ضرورت شناسایی و رفع موانع پیش روی پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در کشور گفت: برخی از این موانع، موانع مادی نیست بلکه سوءتفاهم‌هایی است که تبدیل به مسئله شده و لازم است با دستگاه‌های مسئول مذاکره و این مسائل حل و فصل شود. معاون اول رئیس جمهوری با اشاره به بازدید خود از کارخانه نوآوری «های وی» از شعبه‌های پارک فناوری پردیس بیان کرد: این کارخانه مجموعه‌ای از جوانان خلاق و نوآور را دور هم جمع کرده است و مشغول فعالیت‌های خلاقانه و جدید هستند.

بزرگترین سرمایه مغز و دانش جوانان است

جهانگیری ادامه داد: مجموعه فعالیت‌های دانش‌بنیان و حضور جوانان خلاق در کارخانه فناوری «های وی» این پیام را به جامعه می‌دهد که اگر زمانی تصور می‌شد که ثروت اصلی ایران نفت، گاز، منابع طبیعی و موقعیت جغرافیایی است، امروز بزرگترین سرمایه مغز و دانش جوانان است که برای کشور ارزش افزوده ایجاد می‌کند.

معاون اول رئیس جمهوری همچنین افزود: به همین دلیل است که جهت‌گیری اصلی وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و دیگر دستگاه‌های متولی این است که شرایطی فراهم کنند تا تحولات علمی کشور با تحولات علمی دنیا سازگاری داشته باشد و دانش در کشور به ارزش افزوده تبدیل شود تا جامعه آن را لمس کند.

به گفته جهانگیری، پارک‌های علم و فناوری، نهادهای واسط مناسبی هستند که از یک سو به تولید علم و فناوری اهتمام دارند و از طرف دیگر به بازار و جامعه متصل هستند و خوشبختانه تعداد این پارک‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در سال‌های اخیر از رشد قابل توجهی برخوردار بوده‌اند.

جهت‌گیری دولت حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان است

معاون اول رئیس جمهوری خاطرنشان کرد: در همین چند سال اخیر که جهت‌گیری دولت حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان بوده و یکی از رویکردهای اصلی اقتصاد مقاومتی دانش‌بنیان کردن اقتصاد است، تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان و میزان فروش محصولات آنها از رشد قابل توجهی برخوردار بوده است.

جهانگیری با اشاره به دغدغه‌های مطرح شده از سوی جوانان در حین بازدید از کارخانه فناوری «های وی» افزود: یکی از مهمترین موانع پیش روی شرکت‌های دانش‌بنیان بوروکراسی اداری است که متأسفانه همواره در کشور به عنوان معضلی پیش روی سرمایه‌گذاران بوده است و این مشکل برای شرکت‌های دانش‌بنیان به مراتب پیچیده‌تر است که لازم است مقررات و آیین‌نامه‌های اداری متناسب با شرایط امروز کشور اصلاح و موانع پیش روی شرکت‌های دانش‌بنیان برطرف شود.

معاون اول رئیس جمهوری با اشاره به گزارش دکتر ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهور مبنی بر روند معکوس مهاجرت نخبگان گفت: جهت‌گیری سال‌های اخیر مبنی بر تقویت اقتصاد دیجیتال و اقتصاد دانش‌بنیان باعث شده که مهاجرت نخبگان روندی معکوس داشته باشد و خوشبختانه براساس گزارش‌های اعلام شده تعداد قابل توجهی از نخبگان به کشور بازگشته و مشغول کار علمی و تولید محصولات دانش‌بنیان هستند و ۲۰۰ نفر از آنها نیز شرکت دانش‌بنیان راه‌اندازی کرده‌اند.

جهانگیری با اشاره به مزیت‌های متعدد شرکت‌های دانش‌بنیان و فعالیت استارت‌آپ‌ها افزود: آنچه مهم است این است که راه‌اندازی و فعالیت در شرکت‌های دانش‌بنیان نیاز چندانی به اعتبارات مالی ندارد چراکه فعالیت این شرکت‌ها متکی به دانش و خلاقیت جوانان و نخبگان کشور است.

تسهیل اشتغال و کسب و کار

همچنین در این جلسه که معاون رئیس جمهوری و رئیس سازمان انرژی اتمی کشور و معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری نیز حضور داشتند، مهدی صفاری نیا رئیس پارک فناوری پردیس گزارشی از توسعه اراضی و فعالیت‌های پارک و نیز کارخانه نوآوری‌های وی ارائه کرد و گفت: در حال حاضر ۳ هزار و ۵۶۲ عضو به عنوان شرکت‌های دانش‌بنیان تحت پوشش خانواده پارک فناوری پردیس فعال هستند

وی همچنین گزارشی از اقدامات انجام شده در راستای هم‌افزایی پارک فناوری پردیس با دستگاه‌های اجرایی و دانشگاه‌ها ارائه کرد و به تشریح خدمات پارک فناوری پردیس برای تسهیل اشتغال و کسب و کار و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان جهت حضور در مناقصات پرداخت.

صفاری نیا به نقش‌آفرینی ملی پارک فناوری پردیس در اقتصاد دانش‌بنیان اشاره و خاطرنشان کرد: پارک فناوری پردیس در سال گذشته ۳۰ درصد از صادرات کل پارک‌ها، ۸۵ درصد از فروش پارک‌ها و ۱۰ درصد از کل شاغلین در پارک‌های علم و فناوری کشور را به خود اختصاص داده است.

صنایع خلاق و فرهنگی قم به زیست‌بوم فناوری پیوند می‌خورد

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری به استان قم رفت تا با افتتاح حجره نوآوری و خلاقیت اشراق راه توسعه زیست‌بوم نوآوری این استان فراهم شود.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در نخستین بخش از سفر به استان قم، برای بازدید به یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه شیمی می‌رود و با فعالان فناور این شرکت‌ها گفت‌وگو می‌کند. شرکت دانش‌بنیان تولیدی معصوم در حوزه تولید انواع پی وی سی و آمیزه‌های پلیمری فعالیت می‌کند، برای نخستین بار در کشور توانست گرانول pvc پزشکی ایران‌ساخت را به تولید انبوه برساند. همچنین تولید پلیمرهای موردنیاز در سیم، کابل، کفش، و همچنین آمیزه‌های پیشرفته از دستاوردهای شرکت تولیدی معصوم به شمار می‌رود.

شرکت دانش‌بنیان ابزار طب پویا مقصد بعدی بازدیدهای معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در سفر یک روزه به استان قم است. این شرکت دانش‌بنیان در حوزه طراحی و تولید تجهیزات چشم‌پزشکی فعالیت می‌کند و توانسته است ضمن تامین نیاز داخلی، تولیدات ایران‌ساخت خود را به کشورهای خارجی صادر کند.

ستاری در ادامه به شرکت دانش‌بنیان صنایع شیمی گستر نیما می‌رود و از دستاوردهای فعالان فناور مستقر در این شرکت بازدید می‌کند. این شرکت دانش‌بنیان با ظرفیت تولید سالانه بیش از ۱۸ هزار تن گلیسیرین بزرگترین واحد تولیدی این ماده اولیه در کشور به شمار می‌رود.

افتتاح ۳ مرکز نوآوری و خلاقیت در قم

همچنین در بخشی از این سفر مرکز خلاقیت و نوآوری‌های فرهنگی اشراق، که توسعه ایده‌های نوآورانه و خلاق حوزوی را دنبال می‌کند، با حضور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری افتتاح می‌شود. این مرکز نوآوری و خلاقیت، با برنامه‌های پیش‌شتابدهی، شتابدهی و پساشتابدهی، آموزش، هدایت و حمایت از طلاب و تیم ایده‌های حوزوی، راه را برای ایجاد و توسعه شرکت‌های خلاق و فرهنگی در حوزه‌های فرهنگی و دینی هموار و زمینه را برای طراحی کسب و کار خود و حل چالش‌های اولیه یک استارت‌آپ ایجاد می‌کند.

سرویس تبلیغات براساس رفتار کاربران برای اولین بار در ایران ارائه می‌شود

سرویس تبلیغات دیجیتال مبتنی بر رفتار کاربران برای اولین‌بار در ایران توسط یکتانت رونمایی شد. با این سرویس می‌توان کاربران را براساس رفتار در وب دسته‌بندی کرد و تبلیغات متناسب را به آنها نمایش داد.

به گزارش زومیت، اگر در حوزه مارکتینگ و فروش مشغول به فعالیت هستید، به‌خوبی می‌دانید که کلاس‌بندی کاربران برای نمایش تبلیغات اهمیت ویژه‌ای دارد و تا چه حد می‌تواند با بهینه‌سازی بودجه کمپین به کمک تمرکز روی مشتریان بالقوه، تأثیر تبلیغات را افزایش بدهد. به‌طور مثال اگر محصولی دارید که مختص خانم‌ها است، احتمالا به‌دنبال روشی هستید که تبلیغات خود را تنها به خانم‌ها نمایش بدهید.

تبلیغات دیجیتال توانسته است با استفاده از دیتا و هوش مصنوعی، ابزارهایی در اختیار کاربران وب قرار دهد که کاربران هدف خود را بیابند و تبلیغات دقیق‌تری به آنها نمایش بدهند.

سرویس ارائه‌شده توسط یکتانت در پاسخ به این نیاز طراحی شده است.

سرویس تبلیغات رفتارمحور با استفاده از هوش مصنوعی و آنالیز رفتار کاربران در وب‌سایت‌های ناشر تبلیغات، آنها را در کلاس‌های مشخصی جا می‌دهد. تعداد وب‌سایت‌های نمایش‌دهنده و توانایی آنالیز دقیق، امکان ایجاد کلاس‌های دقیق با تعداد کاربران قابل‌توجه را فراهم می‌کند. در حال حاضر دو نوع کلاس براساس ویژگی‌های دموگرافی و ویژگی‌های رفتاری کاربران ایجاد شده است.

- در گروه کلاس‌های دموگرافی امکان تفکیک کاربران براساس جنسیت وجود دارد و تبلیغ‌کننده‌ها می‌توانند انتخاب کنند که تبلیغات خود را به خانم‌ها، آقایان یا هر دو نمایش بدهند.
- در مرحله بعد و در گروه کلاس‌های رفتاری، تبلیغ‌کننده‌ها می‌توانند انتخاب کنند که تبلیغات خود را به کلاس‌های فعالان اقتصادی، علاقه‌مندان تکنولوژی، علاقه‌مندان مد و زیبایی، خانم‌های خانه‌دار و تناسب اندام نمایش بدهند.

این نوع سگمنتیشن نیاز به این دارد که تبلیغ‌کننده‌ها شناخت خوبی از پرسونای هدف هر کمپین داشته باشند و براساس این شناخت تصمیم بگیرند کدام کلاس را برای تبلیغات هدف قرار بدهند.

کارگاه برندینگ

اولین ریبرندینگ برگرکینگ پس از ۲۰ سال

برگرکینگ از هویت برند جدید خود رونمایی و آن را تبدیل به اولین ریبرندینگ پس از گذشت ۲۰ سال کرده است. اعلام این خبر، حکایت از تعهد برند به اولین ابراز و تجلی دیجیتال، اخیرا بهبود در طعم و کیفیت غذا از طریق حذف رنگ‌ها و طعم‌دهنده‌های مصنوعی از منوی خود و همچنین دادن یک قول و وعده بلندپروازانه به حفظ محیط زیست داشت.

به گفته رافائل ابرو، رئیس بین‌المللی دیزاین برندهای رستوران در برگرکینگ، دیزاین یکی از ضروری‌ترین ابزارهایی است که ما برای برقراری ارتباط، ابراز هویت و شرح ارزش‌ها و اعتقادات‌مان به آن دسترسی داریم. طراحی نقشی حیاتی در زمینه ایجاد علاقه برای چشیدن طعم غذاهای ما و به حداکثر رساندن تعداد مشتریان‌مان ایفا می‌کند. ما در صدد استفاده از هنر دیزاین برای به هوس انداختن مردم، تشویق آنها به آشنایی با کیفیت بالای غذاهای کبابی خود و مهمتر از همه چشیدن طعم فوق‌العاده عالی این غذاهای هوس‌انگیز هستیم.

هویت جدید برند برگرکینگ با تصویرسازی مجدد هر یک از عناصر قبلی، در عین تجسم ویژگی‌های منحصر به فرد آن، به بازتاب بهتر سفر غذایی برند نیز می‌پردازد: اشتهابرانگیز، بزرگ و برجسته، جسور، بی‌پروا و با افتخار درست. لوگوی مینیمالیستی جدید ضمن پاسخگویی بی‌عیب و نقص به تحول برند در همه دوران‌ها، با یک دیزاین ناب و شسته‌رفته به میراث برند، یعنی اعتماد به نفس، سادگی و سرگرم‌کنندگی نیز ادای احترام می‌کند. رنگ‌های منتخب با غنای بالا و برجستگی فراوان خود از کباب کردن غذا بر روی شعله آتش در برگرکینگ الهام گرفته شده‌اند. در ادامه یک فونت جدید با الهام از فرم دایره-ای شکل، برجسته و قابل توجه برگرهای برگرکینگ طراحی گردید. شکل ظاهری منحصر به فرد و چشمگیر برگرهای برند توجه همگان را به سوی خود جلب می‌کند.

مشتریان از ابتدای سال ۲۰۲۱ کم کم چشم‌شان به هویت بصری جدید برند عادت کرد. در حالی کارمندان رستوران بر یونیفرم‌های جدید برگرکینگ صحه می‌گذارند که بر روی بسته‌بندی‌های جدید لوگوی جدید همراه با تصاویری شاد از مواد اولیه غذاها خودنمایی می‌کنند.

آغاز به کار داوری جشنواره وب و موبایل

دشواری داوری سیزدهمین جشنواره وب و موبایل ایران از ۲۸ دی ۹۹ به مدت ۲ روز به صورت آنلاین به بررسی و انتخاب کاندیدای سایت‌ها و اپلیکیشن‌های شرکت‌کننده در سیزدهمین جشنواره وب و موبایل ایران می‌پردازد. شورای داوری هر سال پس از پایان مرحله اول داوری، در هر گروه از میان سایت‌ها و اپلیکیشن‌هایی که بیشترین تعداد رأی را دارند ۵ اثر را به عنوان کاندیدای بهترین سایت و اپلیکیشن سال انتخاب می‌کند.

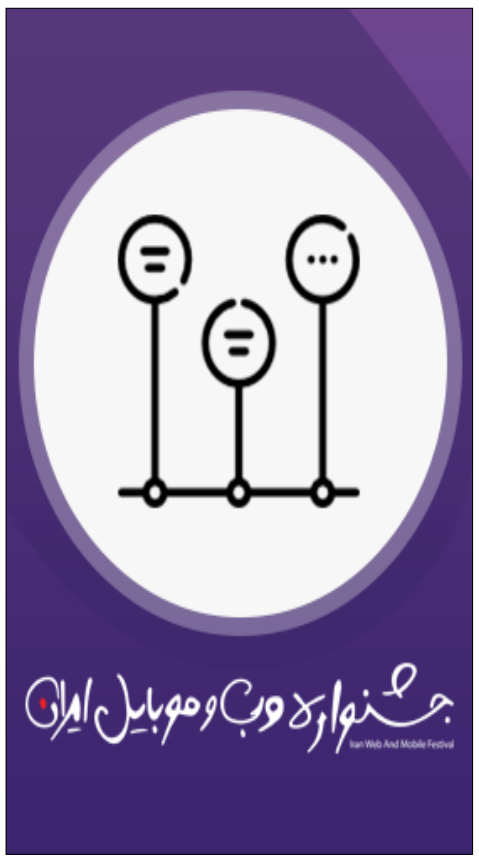
مرحله اول داوری ۱ آذر ۹۹ آغاز شد و تا تاریخ ۲۷ دی ۱۳۹۹ ادامه داشت. در این مرحله از بین ۲۰۳۵ اثر تایید شده و شرکت کرده در سیزدهمین جشنواره وب و موبایل ایران، ۱۸۸۱ اثر در ۶۶ گروه توسط ۲۵۱۲ داور و با ثبت ۱۱۹۴۵۱ رأی مورد ارزیابی قرار گرفته است.

در مرحله اول داوری از یکسو به پیشنهاد داوران عمومی ۱۵۹ اثر از داوری خارج شدند و از سوی دیگر ۵۹۳ اثر نیز به دلیل دارانبودن حد نصاب (۲۵درصد رأی مثبت) حذف شدند.

در ادامه ۱۲ اثر هر گروه که بیشترین رأی را کسب کردند به عنوان کاندیداهای پیشنهادی به شورای داوری ارائه شدند. در همین راستا شورای داوری امروز و فردا با بررسی دقیق آثار از هر گروه حداکثر ۵ اثر را به عنوان کاندیدا معرفی خواهد کرد.

در ادامه با شروع مرحله سوم داوری از اول بهمن ۹۹، تمام داوران عمومی می‌توانند با مراجعه به پنل داوری مجدد در رأی‌گیری مشارکت کرده و از میان ۵ کاندیدای هر گروه یک اثر را به عناوین برترین اثر انتخاب و معرفی کنند. در نهایت در ۱ اسفند ۱۳۹۹ در هر گروه یک برنده به عنوان بهترین سایت یا بهترین اپلیکیشن معرفی خواهد شد.

منبع: mbanews



بررسی ۵ نکته طلایی روابط عمومی

درس‌های روابط عمومی از ایلان ماسک

به قلم: آدریان فالک کارآفرین و کارشناس حوزه کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

ایلان ماسک در طول سال‌های اخیر عرصه کسب و کار را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار داده است. بسیاری از کارآفرینان از شیوه‌های مدیریت کسب و کار، بازاریابی و برندسازی وی الگوبرداری کرده‌اند. ایلان ماسک به عنوان یک کارآفرین موفق و مشهور در حوزه خودروهای الکتریکی اعتبار بالایی به دست آورده است. با این حال شهرت اصلی وی محدود به این عرصه نیست. ایلان ماسک در حوزه‌های مختلف فناوری نیز نقش مهمی ایفا کرده است. یکی از نکات جالب در مورد ایلان ماسک نگاه متفاوتش به حوزه روابط عمومی است. بدون تردید مقالات و تحلیل‌های بسیار زیادی در مورد نحوه فعالیت ایلان ماسک در دسترس قرار دارد. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی چند نکته مهم روابط عمومی با تمرکز بر روی تجربه ایلان ماسک است بنابراین کارآفرینان و برندها فرصت فعالیت مانند ایلان ماسک را پیدا خواهند کرد.

۱.پذیرش اشتباهات

ایلان ماسک در زمینه پذیرش اشتباهات یکی از نمونه‌های اساسی محسوب می‌شود. کارمندان شرکت تسلا در مورد نحوه بررسی مشکلات از سوی ایلان ماسک صحبت‌های بسیار زیادی را مطرح کرده‌اند. یکی از ویدئوهای مشهور از ایلان ماسک در فضای آنلاین مربوط به پرتاب یک تکه سنگ به سمت شیشه یکی از خودروهای تسلا به منظور آزمایش میزان مقاومتش است. نکته جالب در این میان عادت ایلان ماسک برای نمایش میزان مقاومت خودروهای تسلا در برخی از مراسم‌های مهم است. وی در یکی از مراسم‌های سالانه تسلا وقتی ضربه‌ای به شیشه خودرو زد، برخالف انتظار شیشه موردنظر خرد شد. این امر در مراسم‌های مهم کمتر روی می‌دهد. همچنین اغلب کارآفرینان در صورت مواجهه با چنین مشکلی اقدام به تعویض خودروی موردنظر در نمایش می‌کنند. چنین نکته‌ای در اغلب اوقات موجب بروز وقفه در ارائه سخنرانی می‌شود. این امر در مورد ایلان ماسک به صورت متفاوتی دنبال شد. بر این اساس ایلان ماسک به جای ایجاد تغییر اساسی در نحوه بیان کنفرانس اقدام به ادامه صحبت با وجود خودروی آسیب‌دیده در پشت سرش کرد. در نهایت نیز نسبت به مشکل پیش آمده از تمام حاضران در مراسم عذرخواهی کرد.

بسیاری از مدیران در زمینه پذیرش اشتباه‌های کسب و کارشان به دنبال یافتن مقصر دیگری هستند. اگر شما به عنوان مدیر اصلی یک شرکت مشغول به فعالیت هستید، باید نسبت به تمام فعالیت‌های کسب و کارتان احساس مسئولیت داشته باشید. در غیر این صورت وضعیت کسب و کارتان به شدت تحت تاثیر قرار خواهد گرفت. کارمندان در صورت مشاهده عدم مسئولیت‌پذیری مدیر اصلی انگیزه‌شان برای پذیرش مسئولیت حوزه کارشان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت. ایلان ماسک با پذیرش مسئولیت اشتباهات کسب و کارش به خوبی این پیام را برای تمام کارمندان و حتی مشتریان مخابره کرده است.

۲.ارسال خودرو به فضا

ایلان ماسک در زمینه روابط عمومی و به طور کلی کسب و کار همیشه خارج از چارچوب‌های ترسیم شده فکر کرده است. این امر شاید در نگاه نخست عجیب به نظر برسد، اما تاثیرگذاری بسیار مطلوبی بر روی وضعیت کسب و کارها داشته است. ایلان ماسک در سال ۲۰۱۸ پروژه حیرت‌انگیز ارسال یک خودرو به مدار فضایی را امتحان کرد. بدون تردید این پروژه برای بسیاری از کارآفرینان و حتی شرکت‌های فعال در زمینه خودروسازی عجیب بود. اینکه یک برند خودروی تولیدی‌اش را به مدار فضایی ارسال کند، دور از ذهن هر ناظری قرار دارد. ایلان ماسک با این کار در تلاش برای جلب نظر مشتریان به شیوه‌های متفاوت بود. نتیجه این امر نیز تاثیرگذاری قابل ملاحظه بر روی مشتریان شرکت بود. این امر در نگاه نخست مشکلات بسیار زیادی برای تسلا به همراه داشت. نکته مهم اینکه پروژه موردنظر در نهایت با نقص فنی موجب نوعی شکست برای تسلا شد. با این حال تفکر خارج از چارچوب ایلان ماسک کمک بسیار زیادی به افزایش شهرت و اعتبار تسلا در بازارهای مختلف کرد. ارسال خودروی تسلا به مدار فضایی در سال ۲۰۱۸ در اغلب شبکه‌های اجتماعی بحث گسترده‌ای را به پا کرد. بحث گسترده پیرامون برند برای هر کسب و کاری امر مهمی محسوب می‌شود. برخی از برندها در طول زمان با استفاده از سرمایه‌گذاری‌های مداوم در پی دستیابی به چنین نتیجه‌ای هستند، اما تسلا با یک ایده خارج از چارچوب به سادگی و در مدت زمانی اندک این هدف را به دست آورد.

۳.یافتن نقطه تعادل میان خلاقیت و دیوانگی

فعالیت خلاقانه در عرصه بازاریابی و روابط عمومی اهمیت بسیار زیادی دارد، اما وقتی پای ایلان ماسک در میان باشد، یافتن مرز میان خلاقیت و دیوانگی دشوار خواهد شد. برخی از فعالیت‌های اساسی در حوزه روابط عمومی نوعی دیوانگی محسوب می‌شود بنابراین باید نسبت به ویژگی واقع‌گرایانه ایده‌های روابط عمومی حساسیت نشان داد. ایلان ماسک نیز از همان ابتدا دارای ایده‌های جذاب و تاثیرگذار در حوزه روابط عمومی نبود. بسیاری از فعالیت‌های وی در عرصه روابط عمومی ابتدا با شکست‌های بسیار سخت مواجه شد. مهمترین درس در این بخش تلاش برای یافتن نقطه تعادل میان ایده‌های خلاقانه و فعالیت‌های همراه با اندکی دیوانگی است. این نکته دارای اهمیت بسیار زیادی از نقطه نظر ثبات و حفظ تعادل کسب و کار است.

برخی از کسب و کارهای تازه تاسیس به دنبال کسب موفقیت در مدت زمانی اندک در عمل ایده‌های بسیار عجیبی را در عرصه کسب و کار پیاده می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها در همان ابتدای مسیر فعالیت‌شان ایجاد می‌کند. اغلب کسب و کارها برای این منظور دست به طراحی و اجرای ایده‌های عجیب و غریب می‌زنند. این امر در عمل برندها را با مشکلات بسیار زیادی مواجه می‌سازد. برند تسلا در طول سال‌های متمادی فعالیت در عرصه کسب و کار کمتر به دنبال ایده‌های عجیب و غریب بوده است. البته این امر به معنای فقدان خلاقیت در حوزه بازاریابی و روابط عمومی نیست، بلکه به یافتن درست مرز میان ایده‌های خلاقانه و دیوانه‌وار اشاره دارد.

۴.تعامل با طرفداران برند در شبکه‌های اجتماعی

حضور در شبکه‌های اجتماعی برای هر برندی ضروری است. امروزه کسب و کارها فقط برای بازاریابی و تبلیغات از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند. بسیاری از حوزه‌های مدیریت برند و تعامل با مخاطب هدف نیز به شبکه‌های اجتماعی انتقال پیدا کرده است. برند تسلا دارای طرفدارهای بسیار زیادی در شبکه‌های اجتماعی مختلف است. نکته مهم در این میان فعالیت مناسب بازاریاب‌های تسلا برای تعامل با طرفداران برند است. این امر وضعیت کسب و کار تسلا را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشیده است.

بسیاری از برندها در زمینه تعامل با مخاطب هدف دچار مشکلات اساسی هستند. یکی از مشکلات عمده در این میان ناتوانی برای کسب و کارها برای ایجاد ارتباط مناسب با مخاطب هدف است. بر این اساس به طور مداوم ایده‌های نامرتبط با سلیقه مخاطب هدف برای ترغیب‌شان به سوی تعامل با برند مورد استفاده قرار می‌گیرد. مطالعه رفتار مشتریان در شبکه‌های اجتماعی مهمترین عامل برای بازاریابی مناسب محسوب می‌شود. شاید برخی از برندها نسبت به رعایت این نکته نگاه ساده‌انگارانه‌ای داشته باشند، اما در صورت بی‌توجهی کامل به این حوزه نتیجه بسیار نامناسبی دریافت خواهند کرد.

ایلان ماسک علاوه بر برند تسلا در قالب برند شخصی نیز در شبکه‌های اجتماعی حضور دارد. برخی از برندها با تمرکز بر روی وجهه حرفه‌ای و اعتبار موسس‌های‌شان اقدام به بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف می‌کنند. برند تسلا در این زمینه موفقیت بسیار زیادی جلب کرده است. چهره ایلان ماسک در شبکه‌های اجتماعی کاملا شناخته شده است. همین امر موجب تقویت انگیزه کاربران برای تعامل با برند تسلا می‌شود. همچنین باید فعالیت‌های برندسازی ایلان ماسک در این میان را نیز مدنظر قرار دهیم. وی در مواجهه با هر رویداد مهمی اقدام به انتشار رشته توییت‌های مهم می‌کند. چنین عملکردی از سوی ایلان ماسک اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه حوزه روابط عمومی پیوند نزدیکی با وضعیت فعالیت صاحبان یک برند در شبکه‌های اجتماعی پیدا کرده است. این نکته امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را به همراه می‌آورد.

۵. علاقه به حوزه کسب و کار

برخی از کارآفرینان نسبت به حوزه فعالیت‌شان علاقه بسیار زیادی دارند. ایلان ماسک نیز در این دسته جای می‌گیرد. برخی از کارمندان به طور مداوم نسبت به عدم سازگاری میان جایگاه کاری با سلیقه شخصی‌شان شکایت‌هایی را مطرح می‌کنند. ایلان ماسک به خوبی زمینه مورد علاقه‌اش را پیدا کرده است. یکی از دلایل موفقیت وی نیز همین امر است. اگر کارآفرینان یا کارشناس‌های روابط عمومی در حوزه‌هایی به غیر از علاقه‌شان فعالیت کنند، کسب موفقیت بدل به امر دشواری خواهد شد.

شاید در نگاه نخست برخی از صحبت‌های ایلان ماسک در مورد سفرهای فضایی دور و دراز بسیار عجیب باشد. نکته مهم درخصوص وی مربوط به اطمینانش از امکان تحقق ایده‌های مورد نظر، با هر میزانی از سختی است. علاقه ایلان ماسک به حوزه فناوری موجب اختصاص ساعت‌های طولانی برای کار شده است. حوزه روابط عمومی نیز درست به همین صورت است. اگر افراد دارای علاقه کافی برای فعالیت در این حوزه نباشند، مشکلات بسیار زیادی برای آنها ایجاد خواهد شد. هر حوزه‌ای از فعالیت اگر با علاقه کافی دنبال شود، موجب یادگیری نکات تازه خواهد شد. این امر در مورد نوآوری‌های خلاقانه نیز مصداق پیدا می‌کند. ایلان ماسک در حوزه‌های بسیار زیادی از فناوری دارای نوآوری‌های متعدد است. این امر دلیلی به جز علاقه این کارآفرین به حوزه فعالیتش ندارد.

امروزه حوزه روابط عمومی دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از کارآفرینان به دنبال یافتن راهکارهایی برای ساماندهی هرچه بهتر حوزه موردنظر هستند. در این میان بررسی برخی از ایده‌های مناسب با الگوبرداری از ایلان ماسک به عنوان یکی از موفق‌ترین کارآفرینان دنیا دارای اهمیت زیادی است. ایلان ماسک بی‌دلیل یکی از موفق‌ترین کارآفرینان دنیای کسب و کار نیست. بسیاری از برندها نسبت به توانایی‌شان در حوزه روابط عمومی و به طور کلی کسب و کار خوش‌بینی بسیار زیادی دارند. با این حال پس از مواجهه با یک شکست کوچک از عرصه کسب و کار خارج می‌شوند. مواجهه با شکست در حوزه روابط عمومی امری طبیعی است. مهمترین مسئله تداوم حضور در این عرصه پس از هر شکست است. در غیر این صورت وضعیت کسب و کار با چالش‌های بسیار زیادی مواجه خواهد شد.

منبع: entrepreneur.com

۴ ویژگی فروشنده‌های موفق

به قلم: مورا شیفر کارشناس حوزه بازاریابی و فروش
مترجم: امیر آل‌علی

تمامی تلاش‌های یک برند در نهایت برای فروش خواهد بود و به همین خاطر نقش افراد فعال در این زمینه بسیار مهم بوده و لازم است تا از ویژگی‌های خاصی برخوردار باشند. در این راستا فراموش نکنید که امروزه شیوه‌های فروش متنوع شده و این امر باعث می‌شود تا مهارت‌های فروشندگی، به مراتب ارزشمندتر باشد. برای مثال این امر که مشتری را به خرید اینترنتی درست زمانی که هنوز محصول را حتی لمس نکرده، ترغیب نمایید، یکی از رایج‌ترین چالش‌های موجود محسوب می‌شود. در این راستا ۴ ویژگی فروشندگان موفق را بررسی خواهیم کرد.

۱-توانایی حفظ آرامش در شرایط سخت را دارید

این امر یک واقعیت است که در زمینه فروش کمتر شرایطی وجود دارد که شرایط باب میل شما باشد. به همین خاطر نیز ضروری است تا قدرت تحمل سختی‌ها را داشته باشید. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که بازاریاب‌ها همواره تحت فشار زیادی بوده و معمولا با پاسخ‌های منفی بسیاری مواجه می‌شوند و این مسئله می‌تواند افرادی که روحیه حساس دارند را کاملا نابود نماید. در این راستا فراموش نکنید که حتی ممکن است شما در لحظه مجبور به تغییر استراتژی خود باشید. تمامی این موارد بیانگر آن است که شما باید علاقه‌مند به تجربه شرایط جدید را داشته باشید. این مسئله باعث خواهد شد تا این تغییرات مداوم، با احساس بد همراه نباشد، با این حال این امر به معنای آن نخواهد بود که یک بازاریاب موفق همواره شاد است. درواقع ممکن است روزهای بسیار سختی را نیز تجربه نمایید، با این حال اگر توانایی حفظ آرامش و تمایل به تجربه اتفاقات جدید را نداشته باشید، هر روز برای شما یک کابوس خواهد بود.

۲-بر روی فرآیند به خوبی متمرکز می‌شوید

تصور شرایطی را داشته باشید که شما با یک خریدار جلسه دارید و متنی را برای آن آماده کرده‌اید، با این حال مشتری ممکن است به صورت مداوم صحبت شما را قطع نماید. آیا موارد از ذهن شما خارج خواهد شد؟ همچنین ممکن است حتی تا انتها نشانه‌ای از علاقه‌مندی را مشاهده نکنید. تحت این شرایط آیا همه چیز را از دست رفته تصور کرده و قادر به تمرکز نخواهید بود؟ این امر دو ضعف بسیار مهمی است که باعث خواهد شد تا به سطح فروشنده‌های حرفه‌ای نرسید. در این راستا فراموش نکنید که فروش، از دل یکسری اقدامات درست پدید می‌آید. درواقع عدم رعایت حتی یک مورد الزامی، می‌تواند نتایجی کاملا دور از تصور را به همراه داشته باشد. برای مثال بسیاری از بازاریاب‌ها قبل از صحبت از فروش با اقداماتی نظیر داستان‌سرایی، در تلاش برای ایجاد انگیزه لازم جهت خرید هستند. همچنین فراموش نکنید که مشتری باید چند مزیت برای خرید خود را حس نماید. درواقع اگر نسبت به برندهای دیگر مزیتی را نداشته باشید، فروش شما ابدا قطعی نخواهد بود. درواقع تنها فروش مهم نبوده و هنر واقعی این است که افراد را به مشتری دائم خود تبدیل نمایید. به همین خاطر عدم وجود مزیت، باعث خواهد شد تا احتمال تکرار خرید، به مراتب کمتر شود. همچنین فراموش نکنید که جهان در چند سال اخیر با تغییرات گسترده‌ای مواجه شده و به همین خاطر دیگر صرفا تجربه نمی‌تواند کافی باشد. آمارها نیز در این زمینه حاکی از آن است که بازاریاب‌های جوان، عملکرد به مراتب بهتری داشته‌اند. علت این امر به این خاطر است که آنها در مسیر یادگیری بوده و این امر باعث می‌شود تا به موارد جدیدتر و بهتری دست پیدا کنند.

۳-از روحیه یک مبارز برخوردار هستید

اگر بخواهیم در رابطه با آمارهای جهانی صحبت کنیم، ۸۰ درصد از تلاش‌های شما منجر به فروش نخواهد شد. این مسئله می‌تواند کاملا ناامیدکننده به نظر برسد، با این حال چه عواملی باعث می‌شود تا بازاریاب‌های موفق، آماری به مراتب بهتر را داشته باشند. راز این امر در ناامید نشدن است. درواقع هنگامی که دیگران تصور می‌کنند که معامله از دست رفته است، بازاریاب‌های موفق، همچنان در حال پیگیری‌های لازم بوده و این امر باعث می‌شود تا در دقایق آخر، تصمیمات جدید از سوی مشتری اتخاذ شود. چنین روحیه‌ای تنها در افرادی وجود دارد که از به چالش کشیدن خود و مواجهه با شرایط سخت، واهمه ندارند. همچنین فراموش نکنید که در بازار، معامله‌هایی سخت است که منجر به رشد و ترقی سریع شما خواهد شد. به همین خاطر نیز نباید خود را در منطقه امن قرار دهید. درواقع معامله‌ای که هر فرد دیگری بتواند آن را انجام دهد، ابدا ارزشمند نخواهد بود. در کنار این موضوع شما همواره باید وضعیت رقبای خود را تحلیل کرده و به دنبال پیشی گرفتن از آنها باشید. این موضوع اگرچه مخالفانی را نیز دارد، با این حال یک مورد کاملا ضروری محسوب می‌شود و می‌توانید آن را در تمامی بازاریابی‌های کاربردی و موفق، مشاهده کنید.

۴-شما به ساعت کاری مشخص اعتقادی ندارید

اگر تصور می‌کنید که بازاریابی به معنای شغلی با ساعت کاری مشخص است، بدون شک راه را اشتباه پیموده‌اید. در این رابطه نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که ساعت کاری یک بازاریاب تمام ۲۴ ساعت شبانه روز است. بدون شک اگر با این موضوع مشکل دارید، توصیه می‌شود که به دنبال شغل دیگری باشید، با این حال مزیت دیگر بازاریابی این است که در کمتر زمانی نیاز به حضور در شرکت بوده و تنها کافی است تا دسترسی به شما در هر شرایطی امکان‌پذیر باشد. به صورت کلی افرادی که به دورکاری علاقه‌مند هستند، شانس تبدیل شدن به بازاریابی بهتر را دارند. این نکته را فراموش نکنید که در بازار، ارائه خلاقیت نیز بسیار مهم بوده و بنا بر آمارها، احتمال بروز آن در بین دورکارها به مراتب بیشتر است. در نهایت یک بازاریاب باید فردی باشد که خود قادر به مدیریت همه چیز است. درواقع اگر روحیه کارمندی دارید، این شغل ابدا مناسب شما نخواهد بود.

این موارد ممکن است باعث شود تا تصور کنید که شغل بازاریابی به صرفه نیست با این حال فراموش نکنید که درآمد یک معامله بازاریاب در شرکت، حتی ممکن است از حقوق چند سال یک کارمند بیشتر باشد. به همین خاطر نیز ابدا نباید آن را با شغل‌های دیگر در شرکت مقایسه کنید.

منبع: allbusiness.com

معیارهای تعامل و گفت‌وگوی تاثیرگذار با مشتریان

راهکارهایی برای تعامل بهتر با مخاطب هدف

به قلم: جودا اچ کارشناس بازاریابی آنلاین
ترجمه: علی آل‌علی

تعامل با مخاطب هدف در عرصه بازاریابی اهمیت بسیار زیادی دارد. استارت‌آپ‌ها برای توسعه و سهم‌خواهی از بازارها باید به دنبال ترغیب مخاطب هدف به سوی تعامل و گفت‌وگو باشند. امروزه اغلب برندها در فضای آنلاین به دنبال تعامل با مشتریان‌شان هستند. این امر با توجه به شیوع کرونا و افزایش تمایل مردم برای حضور در فضای آنلاین به طور قابل ملاحظه‌ای بدل به ترندی تاثیرگذار شده است.

امروزه بازاریاب‌ها از داده‌های مختلفی درباره رفتار کاربران در فضای آنلاین برای طراحی کمپین‌های بازاریابی استفاده می‌کنند. این امر شاید در گام‌های نخست بسیار سخت باشد، اما تاثیرگذاری به مراتب بیشتری در مقایسه با الگوهای سنتی بازاریابی در پی دارد. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از نکات مهم در زمینه تعامل و گفت‌وگوی تاثیرگذار با مخاطب هدف است. این امر در ادامه در قالب چند معیار اساسی بررسی خواهد شد.

طراحی کمپین‌های منحصر به فرد

تعامل و ترغیب کاربران به گفت‌وگو نیاز به تکنیک‌های خاصی دارد. یکی از تکنیک‌های تاثیرگذار در این میان مربوط به طراحی کمپین‌های منحصر به فرد است. بسیاری از برندها در زمینه طراحی کمپین به دنبال راهکارهای کلیشه‌ای برای افزایش جذابیت محتوای‌شان هستند. این امر باید به طور اساسی مورد بازبینی قرار گیرد. اگر بازاریاب‌ها به دنبال تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف هستند، باید این کار را به شیوه‌های منحصر به فرد انجام دهند.

اشاره به المان‌های جذاب برای مخاطب هدف یکی از راهکارهای مناسب برای شخصی‌سازی کمپین است. چنین نکته‌ای به طور گسترده در ارتباط با توانایی یک برند برای دسترسی به داده‌های معتبر ارزیابی می‌شود بنابراین در صورت عدم استفاده شما از ابزارهای ارزیابی رفتار کاربران در شبکه‌های اجتماعی یا تعامل با برند باید هرچه زودتر نسبت به انتخاب یک یا چند ابزار مناسب اقدام کنید.

طراحی کمپین براساس سلیقه مخاطب هدف گام نهایی برای ترغیب آنها به سوی تعامل با برند نیست. یکی دیگر از نکات مهم در این راستا توجه به موضوعات بحث‌برانگیز است. برخی از موضوعات هماهنگ با رویدادهای روز قابلیت بیشتری برای جلب نظر مخاطب هدف دارد. این امر در صورت بی‌توجهی برندها باعث دردسرهای گسترده تیم بازاریابی در راستای جلب تعامل کاربران می‌شود. آگاهی از رویدادهای پیرامون برند مهمترین نکته در راستای افزودن المان‌های بحث‌برانگیز به کمپین‌های بازاریابی خواهد بود.

کسب اعتبار در میان کاربران

امروزه کاربران پیش از خرید یک محصول اقدام به جست‌وجوی آنلاین برای اطلاع از آخرین دستاوردهای حوزه فناوری و محصولات تازه می‌کنند. موتورهای جست‌وجو براساس معیارهای متنوع اقدام به رتبه‌بندی سایت‌ها می‌کنند. مدیریت سئو برای کسب رتبه‌های برتر از سوی برندها راهکاری برای جلب نظر کاربران محسوب می‌شود. ساده‌ترین تکنیک در حوزه مدیریت سئو استفاده از کلیدواژه‌های پرکاربرد است. این امر موجب کسب رتبه‌های برتر از سوی سایت برند در زمینه مدیریت سئو می‌شود.

امروزه موتورهای جست‌وجو و سایت‌های خرده‌فروشی مانند آمازون در مورد هر برند نظرسنجی‌هایی برگزار می‌کنند. این امر در ساده‌ترین شیوه شامل درخواست از کاربران برای درج نظر پیرامون یک برند است. اغلب اوقات نظرخواهی‌ها در قالب درج یک تا پنج ستاره برای برندها صورت می‌گیرد. این نظرسنجی‌های به ظاهر ساده نقش مهمی در رتبه‌بندی برندها در موتورهای جست‌وجو و همچنین سایت‌های خرده‌فروشی دارد. یکی از مهمترین نکات در این راستا تولید محتوای جذاب در سایت‌های خرده‌فروشی پیرامون محصولات است. برخی از برندها در خرده‌فروشی‌های آنلاین محتوای بسیار ساده‌ای در مورد محصولات‌شان بارگذاری می‌کنند. این امر در نگاه نخست رویکردی معمولی از سوی برندها محسوب می‌شود، اما در بلندمدت موجب کاهش تمایل کاربران برای تعامل با برند خواهد شد.

سرمایه‌گذاری بر روی مخاطب‌های جدید

بازاریابی آنلاین در حوزه‌های مختلفی صورت می‌گیرد. بسیاری از برندها در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از چند رویکرد محدود می‌کنند. این امر شامل بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و در نهایت به روز رسانی مداوم سایت رسمی برند می‌شود. همچنین برخی از برندها به طور روزافزونی در حال سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان قدیمی‌شان هستند. این امر به دلیل مزیت‌های مشتریان وفادار برای برندها دنبال می‌شود. اگرچه مشتریان وفادار دارای مزیت‌های بسیار زیادی برای برندها هستند، اما این امر به معنای چشم‌پوشی از مشتریان تازه نیست. تمرکز صرف بر روی انجمن یا باشگاه مشتریان در عمل ورود مشتریان تازه را دشوار خواهد کرد.

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی فضای اینترنت باید به طور متعادل برای حفظ مشتریان قدیمی و جلب نظر مشتریان تازه صورت گیرد. اگر این نکات مدنظر برندها قرار نداشته باشد، در نهایت دچار مشکل برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهند شد. چنین مشکلاتی در عرصه بازاریابی به سادگی حل نخواهد شد.

استفاده از چهره‌های مطرح

برخی از افراد دارای تاثیرگذاری بسیار بالایی در فضای آنلاین هستند. چنین افرادی فقط در قالب اینفلوئنسر یا سلبریتی تعریف نمی‌شوند. گاهی اوقات برخی از فروشندگان برند توانایی تعامل بالایی با مشتریان دارند. اگر کسب و کار شما از چنین فروشندگانی بهره‌مند است، باید در حوزه بازاریابی از حضور وی نهایت استفاده را ببرید.

امروزه شمار بالایی از برندها توانایی پرداخت هزینه بازاریابی با همکاری اینفلوئنسرها یا سلبریتی‌ها را ندارند. این امر با توجه به بحران کرونا و بودجه‌های محدود کسب و کارهای کوچک طبیعی قلمداد می‌شود. توسعه چهره‌های درون شرکت برای بهره‌گیری از آنها در حوزه بازاریابی استراتژی جدید محسوب می‌شود. برخی از شرکت‌ها به طور قابل توجهی به شخصیت و شهرت مدیران‌شان وابسته هستند. این امر در مورد تسلا، مایکروسافت و اپل مصداق دارد. ایلان ماسک به عنوان یک کارآفرین موفق حضور گسترده‌ای در شبکه‌های اجتماعی دارد. همین امر به عنوان نوعی مزیت بازاریابی برای برند تسلا محسوب می‌شود.

امروزه تعامل با مشتریان اهمیت بسیار زیادی در حوزه بازاریابی دارد. اگر برندها به این مسئله مهم توجه کافی نداشته باشند، با مشکلات بسیار عمیقی مواجه خواهند شد. یکی از مشکلات اساسی در این زمینه ریزش شدید مشتریان برند است بنابراین باید همیشه نسبت به دامنه مشتریان برند توجه لازم را نشان دهیم. طراحی کمپین‌های بازاریابی جذاب، استفاده از المان‌های بحث‌برانگیز و همچنین همکاری با افراد مطرح در حوزه کسب و کار برخی از استراتژی‌های مهم در این راستا محسوب می‌شود. هر کسب و کاری برای موفقیت باید این نکات مهم را مدنظر قرار دهد، در غیر این صورت شانس بسیار اندکی برای موفقیت در زمینه ترغیب مخاطب هدفش برای تعامل و گفت‌وگو خواهد داشت.

منبع: smallbusinessbonfire.com

ایستگاه بازاریابی

ضرورت نگاه تخصصی به بازاریابی محصولات فرهنگی و هنری

سجاد رحیمی‌مدیسه
پژوهشگر و مشاور حوزه مدیریت کسب‌وکار

هنرمند به فراخور ذوق و تخصص خود، به یک فعالیت خاص هنری روی می‌آورد و اقدام به خلق یک محصول می‌کند. محصول هم می‌تواند یک کالا (مثل یک تابلوی نقاشی) یا یک خدمت (مانند نواختن یک ساز و ارائه یک موسیقی به مخاطب) باشد. مسئله‌ای که بسیاری از هنرمندان عزیز کشور به درستی مدنظر قرار نمی‌دهند و یا فرصت پرداختن به آن را ندارند، این است که به ضرورت برنامه‌ریزی برای بازاریابی محصول فرهنگی و هنری، توجهی ندارند.

توجه داشته باشیم زمانی از بازاریابی صحبت می‌کنیم، منظور ایجاد یک سیستم برای عرضه محصول هنری به بازار هدف است. به عنوان مثال، یک هنرمند تولیدکننده محصول هنری دست‌ساز (مثلاً یک تابلوی نقاشی)، باید برای خود سیستمی منحصربه‌فرد برای بازاریابی طراحی کند؛ نه اینکه صرف داشتن یک ابزار تلفن همراه یا فضایی برای نمایش آثارش، تصور کند بازاریابی انجام داده است.

در واقع تحقق فروش تولیدات هنری، منوط به اجرای درست بازاریابی تخصصی محصولات هنری است. این فرآیند، به شدت تخصصی، نیازمند تفکر و بررسی همه‌جانبه برای هر هنرمند به فراخور شرایط اختصاصی اوست.

اجازه بدهید نگاه‌مان را کلان‌تر کنیم: ما با فرآیند بازاریابی محصولات فرهنگی سروکار داریم. امروزه شاهد هستیم بخشی از این فرآیند در بستر شبکه‌های اجتماعی، همانند اینستاگرام اتفاق می‌افتد، اما در عین حال، بسیاری از هنرمندان کماکان گلایه دارند چرا نمی‌فروشند و یا به اندازه مطلوب، از زمان صرف شده، فروشی حاصل نمی‌شود.

اگر در ابتدای نگاه‌مان به بازاریابی محصولات هنری توجه داشته باشیم که با سخت‌ترین نوع محصول جهت بازاریابی و فروش سروکار داریم، آن وقت نگاه‌مان محدود به فرآیندهای سطحی در ابزارهای موبایلی نمی‌شود. هنرمندان باید بپذیرند نگرش ذهنی ایشان، چندان متناسب با ساختارهای کسب‌وکارگونه برای بازاریابی محصولات‌شان نیست. به همین دلیل، می‌بایست فرآیند تجاری کردن یک محصول هنری، به متخصص مربوطه آن ارجاع داده شود؛ به عنوان مثال، برندینگ محصولات هنری یک فرآیند مستمر، علمی و البته با راهکارهایی اجرایی است که مستلزم مطالعه و بررسی میدانی، تحلیل عوامل مؤثر، ویژگی‌های فردی هنرمند و... عوامل متعدد دیگر است که در این مختصر مجال پرداخت به آنها نیست.

هنرمند باید رفتار مصرف‌کننده را به درستی تحلیل و شناسایی کند. اگر این شناسایی درست انجام نشود، محصول هنری در سبد محصولات مصرفی جامعه هدف قرار نمی‌گیرد. در نتیجه انگیزه هنرمند کاهش پیدا می‌کند و به جهت عدم توفیق در بازاریابی مؤثر محصولش(یعنی فروش)، ادامه مسیر را توجیه‌پذیر نمی‌بیند و یا برای کسب معیشت، رو به فعالیت‌های دیگر می‌رود که نه با روحیاتش سازگار است و نه با فعالیت هنری‌اش.

بررسی اندازه بازار و چگونگی قیمت‌گذاری، بخش دیگری از فرآیند بازاریابی محصولات هنری است. این بررسی باعث می‌شود هنرمند در زمان حیات و البته به موقع، از مزایای فروش محصولاتش بهره‌مند شود؛ وگرنه بازاریابی موفق و فروش این محصولات، بعد از مرگ و یا در زمان غیرمناسب، چقدر جذابیت خواهد داشت؟

اجرایی نمودن سیستم بازاریابی عرضه یک محصول به جامعه هدف، پیش‌نیازهایی را طلب می‌کند؛ یکی از این پیش‌نیازها، ارزش‌گذاری دقیق محصول متناسب با رویکردهای فروش نهایی به مشتریان هدف است. پیش‌نیاز دیگر، حذف دلالان و واسطه‌ها از تمامی فرآیند بازاریابی و فروش محصول تولیدی هنرمند است. پیش‌نیاز مهم دیگر عبارتند از:

۱- تحلیل تقاضای محصول مدنظر: هنرمند باید مراقب باشد زمانش را به مشتریان با تقاضای صفر، اختصاص ندهد.

۲- تحلیل صحیح ارزش محصول: که در بالا اشاره کوتاهی شد؛ به این معنا که باید نیازهای پنهان و از دیگر انگیزه‌های مشتریان، نهایت بهره را به درستی برد.

۳- شناسایی درست ارزش‌ها و نیازمندی طیف وسیع مشتریان بالقوه با تکیه بر تحلیل مورد اشاره شده در بند ۱.

۴- تقسیم‌بندی بازار هدف برای محصول به منظور برنامه‌ریزی، هزینه و اجرای درست برای اجرای عملیات بازاریابی تخصصی: اگر مشتریان درست دسته‌بندی نشوند، هزینه گزاف زمان بدون خروجی نصیب هنرمند خواهد شد.

۵- قیمت‌گذاری صحیح: یکی از پرچالش‌ترین پیش‌نیازهاست. شکست بسیاری از بازاریابی و فروش‌های محصولات هنری، ریشه در این عامل دارد که اصولاً نوبت دیگر عوامل نمی‌رسد!

۶- جایگاه‌یابی و ایجاد تمایز

پس می‌بایست برای بازاریابی صحیح، محصولات هنری به صورت حداکثری در معرض دید عموم قرار گیرد. این امر، مستلزم یک روابط عمومی منسجم در مقیاس نوع هنر است؛ حتی اگر هنرمند یک نقاش ساده باشد، باید اهمیت روابط عمومی بهینه شده برای حوزه تخصصی خود را درک نماید و آن را به کار بگیرد.

پس نتیجه می‌گیریم هر هنرمند، باید الگویی منحصربه‌فرد برای فرآیند بازاریابی خود ایجاد و آن را پیاده‌سازی کند. این الگو، می‌تواند محقق‌کننده فروش و در مراحل بعدی، صادرات محصولات هنری باشد. اگر این الگو به درستی شناسایی و ایجاد نشود، زمان و هزینه هنرمند در مسیرهایی تلف خواهد شد که او را به مقصود اصلی یعنی فروش محصول نمی‌رساند.

شما هنرمند خوبی هستید، اما الزاماً قرار نیست بازاریاب و فروشنده خوبی هم باشید! شما می‌خواهید که زمان بیشتری را صرف ساختن چیزهای بیشتر کنید؛ نه ایجاد مزاحمت برای دیگران. در ضمن، این قوی‌ترین خصیصه شما هم نیست؛ قبول دارید؟ پس همین امروز، موضوع بازاریابی محصولات هنری خود را جدی‌تر بگیرید و از متخصص مربوطه، کمک حرفه‌ای دریافت کنید.

رهبری

پاسخ به پرسشی اساسی در حوزه کسب و کار:

چرا یافتن راه حل مشکلات در عرصه کسب و کار بسیار دشوار است؟

به قلم: سیمون راسکو کارشناس و مشاور کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

حل مشکلات در عرصه کسب و کار یکی از مهمترین دغدغه‌های کارآفرینان محسوب می‌شود. استارت‌آپ‌ها همیشه برای حل یک مشکل ایجاد می‌شوند. وضعیت در مورد حوزه‌های کسب و کار نیز به همین ترتیب است. اگر یک حوزه کسب و کار در تلاش برای حل مشکلات مشتریان است، باید به فکر مشکلات داخلی‌اش نیز باشد. این امر فرآیند حل مسئله و مشکل در سراسر روز را به دنبال خواهد داشت. بسیاری از برندهای موفق و بزرگ در عمل کارشان را با حل برخی از مشکلات ساده شروع کرده‌اند.

حل مشکلات عرصه کسب و کار همیشه کار سختی است. ادعای مقاله کنونی ساده بودن مشکلات عرصه کسب و کار نیست، بلکه بیشتر معطوف به ساده‌سازی فرآیند حل مسئله از سوی کسب و کارهاست. در ادامه به برخی از نکات مهم در این راستا اشاره دقیق‌تر خواهیم داشت.

چالش حل مشکلات و تغییر

حل مشکلات عرصه کسب و کار از نگاه بی‌طرفان امر ساده‌ای است. کسب و کارها باید ریشه اصلی مشکل را شناسایی کرده و سپس اقدام به تغییر آن نمایند. اگر در عمل نسبت به ایجاد تغییرات برای حل مشکلات صحبت کنیم، ابتدا باید نسبت به تاثیر تغییر موردنظر بر روی فعالیت کلی برند توجه نشان دهیم. در غیر این صورت نگاه حرفه‌ای به موضوع نخواهیم داشت. بسیاری از برندها در عمل به دلیل دردسرهای تغییر از حل برخی از مشکلات طفره می‌روند بنابراین در صورت مواجهه با مشکلی اساسی باید هزینه تغییر را نیز مدنظر قرار داد.

اغلب اوقات کسب و کارها در مواجهه با مشکلات کوچک اقدام به قبول هزینه تغییر نمی‌کنند. این امر موجب انباشت شمار بالایی از مشکلات و در نهایت ناتوانی برای بهبود کیفیت برند در بلندمدت می‌شود بنابراین شاید بهترین گزینه برای برندها ارزیابی مداوم مشکلات پیش روی‌شان باشد. همچنین باید نسبت به تقویت انگیزه برندها برای حل مشکلات‌شان، هرچند کوچک و خرد نیز اقدام کرد. در غیر این صورت تاثیرگذاری مناسب در حوزه کسب و کار پدید نخواهد آمد.

شناسایی مشکل، نه پاسخ

وقتی در تلاش برای حل و فصل یک مشکل هستیم، باید ابتدا درک درستی از مسئله داشته باشیم. بسیاری از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی وضعیت‌شان به طور مداوم به دنبال پاسخ‌هایی برای مشکلات‌شان هستند. این امر در عمل موجب بی‌توجهی به مسئله اصلی می‌شود.

اگر کسب و کارها نسبت به شناسایی درست مشکل پیش روی‌شان توجه نشان ندهند، مشکلات بسیار زیادی پیش روی‌شان قرار خواهد گرفت. وقتی مشکل پیش روی کسب و کارها به درستی شناسایی نشود، ارائه راه حل‌ها براساس شانس خواهد بود. درست به همین خاطر بسیاری از برندها در بلندمدت با مشکلاتی مشابه مواجه هستند

فرآیند حل مشکلات کسب و کار باید به طور درست پیش برود. اگر مسئله مورد نظر به خوبی شناسایی نشود، ساماندهی‌اش امر بسیار دشواری خواهد بود. بسیاری از برندها در عمل منطق اساسی حل مشکلات را درک نکرده‌اند. به همین خاطر حتی پیش از شناسایی دقیق مشکل به دنبال راهکارهایی برای حل مسئله هستند.

باتوجه به موارد مورد بحث در دو بخش ابتدایی باید نسبت به شناسایی برخی از راهکارها و تکنیک‌های مناسب برای حل مشکلات کسب و کارها اقدام کرد. در ادامه برخی از توصیه‌های کاربردی برای غلبه بر مشکلات کسب و کار را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

پایداری در زمینه حل مسئله

بسیاری از برندها پس از کار کوتاه مدت بر روی برخی از مسائل و مشکلات‌شان به سرعت از نتیجه‌گیری ناامید می‌شوند بنابراین کار را به صورت نیمه رها می‌کنند. این امر نه تنها کمکی به حل مسئله نمی‌کند، بلکه کار را در آینده نیز دشوارتر خواهد کرد. یکی از نکات مهم در زمینه حل مشکلات کسب و کار پایداری در زمینه پیشبرد فرآیند است.

برخی از برندها در زمینه کار بر روی مشکلات بزرگ با فقدان زمان کافی مواجه هستند. بهترین راهکار در این شرایط کوچک کردن مشکلات و مسائل بزرگ است. این امر امکان کاهش ریسک‌های مربوط به ناامیدی از حل مشکلات در میانه مسیر را به همراه دارد. وقتی مشکلات بزرگ به چند مسئله کوچک‌تر تقسیم می‌شود، امکان کار بر روی آنها بدون نیاز به دغدغه‌های فراگیر نیز فراهم خواهد شد.

دریافت کمک از دیگران

بدون تردید هیچ کارآفرین و حتی کسب و کار توانایی حل تمام مشکلاتش را ندارند. بسیاری از برندها در عمل نیازمند کمک‌های فوری از سوی دیگران هستند. در غیر این صورت حتی بقای‌شان در عرصه کسب و کار نیز با مشکل مواجه خواهد شد.

خوشبختانه امروزه موسسه‌های بسیار زیادی در زمینه کمک به برندها برای حل مشکلات‌شان فعالیت دارند. دریافت کمک از برخی موسسه‌های معتبر امکان حل و فصل برخی از مشکلات اساسی برای همیشه را به همراه خواهد داشت. این نکته دارای اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها خواهد بود. متاسفانه برخی از برندها بدون هیچ دلیل موجهی نسبت به دریافت کمک از دیگران امتناع می‌کنند. این امر شاید نوعی حفظ وجهه حرفه‌ای قلمداد شود، اما در بلندمدت موجب افزایش سریع مشکلات و چالش‌های کسب و کار خواهد شد.

استفاده از روش‌های تازه برای حل مشکلات

حل مشکلات عرصه کسب و کار همیشه به یک صورت انجام نمی‌شود. مشکل برخی از برندها تلاش برای حل مسئله با استفاده از یک روش ثابت است. این امر اغلب اوقات خود به عنوان یک مشکل اساسی نمایان می‌شود. میزان انعطاف‌پذیری هر کسب و کار برای اخذ شیوه‌های جدید در زمینه حل مسائل پیش روی نقش موثری در موفقیت نهایی‌اش خواهد داشت بنابراین در عمل باید نسبت به تقویت انعطاف‌پذیری برند برای استفاده از راهکارهای تازه در زمینه حل مشکلات توجه داشته باشیم.

منبع: smallbusinessbonfire.com

مگاترندهای اقتصاد دیجیتال معاصر

به قلم: کران لویس کارآفرین و سرمایه‌گذار مستقل
ترجمه: علی آل‌علی

بیان این نکته که در حال زندگی در دنیا و اقتصاد دیجیتال هستیم، در نگاه نخست کلیشه‌ای به نظر می‌رسد. اغلب کسب و کارها به خوبی از حضور در دنیای دیجیتال و ضرورت استفاده از ترندهای هماهنگ با این شرایط آگاهی دارند. مهمترین مسئله در این میان عدم رعایت نکات موردنیاز در این حوزه از سوی برخی از کسب و کارهاست. برخی از کسب و کارها در مدت زمانی کوتاه احساس فقدان هماهنگی لازم با شرایط بازار را پیدا می‌کنند. شاید کسب و کار شما در طول یک دهه اخیر فروش بسیار بالایی داشته است، اما در کمتر از ۹۰ روز با شرایط ناگوار مواجه شود. این امر به دلیل ماهیت اقتصاد دیجیتال معاصر است. تغییر سریع وضعیت کسب و کار امری طبیعی در میان برندهای مختلف محسوب می‌شود بنابراین باید برای مدیریت بهینه این شرایط آمادگی لازم را داشته باشیم.

امروزه کسب و کارهای دیجیتال در مقایسه با نمونه‌های سنتی سرعت رشد بسیار بالاتری را تجربه می‌کنند. براساس گزارش موسسه Entrepreneur، خرده‌فروشی‌های آنلاین آمریکایی در سه ماهه نخست سال ۲۰۲۰ به اندازه ۱۰ سال خرده‌فروشی‌های حضوری رشد داشته‌اند. این امر بدون شک ناشی از تاثیر بحران کرونا نیز هست، با این حال وضعیت کسب و کارهای دیجیتال در مقایسه با نمونه‌های سنتی به طور قابل ملاحظه‌ای بهتر شده است.

کارآفرینی در شرایط کنونی چندان ساده نیست. کارآفرینان برای موفقیت در بازارهای مختلف نیازمند توجه به نکات مختلفی هستند. اگر این امر مدنظر بازاریاب‌ها قرار نداشته باشد، شاید استارت‌آپ‌شان در همان وهله نخست با شکست مواجه شود. امروزه بسیاری از کسب و کارهای تازه تاسیس سال نخست فعالیت‌شان را به پایان نمی‌رسانند. این امر بیانگر حجم بالای رقابت در میان برندهای مختلف است. اگر رقابت موردنظر به طور مناسب مدیریت نشود، کارآفرینان دورنمای بسیار چالش‌برانگیزی برای حضور در بازارهای مختلف خواهند داشت.

حضور در اقتصاد دیجیتال نیازمند استفاده از تمام مزیت‌های رقابتی است. این امر در صورت بی‌توجهی کسب و کارها موجب ناتوانی برای رقابت با برندهای بزرگ می‌شود. کسب و کارهای بزرگ و بین‌المللی همیشه نسبت به استفاده از مزیت‌های تازه در قالب ترندهای کسب و کار هوشیار هستند. اگرچه استفاده از ترندهای برتر در زمینه کسب و کار اقتصاد دیجیتال اهمیت دارد، اما برخی از نکات در این راستا فراتر از ترند هستند. مفهوم مگاترند به الگوها و اصول پایدار در حوزه کسب و کار اشاره دارد. شاید در نگاه نخست صحبت از مگاترند در عرصه اقتصاد دیجیتال عجیب باشد، اما این حوزه نیز دارای برخی اصول و نکات اساسی برای فعالیت برندهاست. در ادامه برخی از مگاترندهای مهم در عرصه اقتصاد دیجیتال را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

انقلابی دیجیتال بدون کدنویسی

طراحی نرم‌افزار برای عرضه به بازار به طور سنتی نیازمند آگاهی از شیوه‌های کدنویسی است. این فرآیند اغلب از سوی مهندسان کارکشته و دارای مدارک آموزشی معتبر صورت می‌گیرد. کارآفرینان تا همین یک دهه پیش برای ورود به عرصه طراحی نرم‌افزار نیازمند طی دوره‌های مختلف بودند، با این حال دیگر شرایط به این صورت نیست.

کسب و کارها برای طراحی نرم‌افزار با دو راهکار مختلف مواجه هستند. راهکار نخست تلاش برای یادگیری اصول طراحی نرم‌افزار از سوی کارمندان فعلی شرکت و دیگری استخدام نیروی کار دارای مهارت کافی است. امروزه راهکار سومی نیز به این ماجرا اضافه شده است. برخی از نرم‌افزارهای پایه امکان طراحی نرم‌افزار بدون نیاز به آگاهی از اصول برنامه‌نویسی و طراحی کدهای مختلف را فراهم کرده است بنابراین عرصه طراحی نرم‌افزار دیگر حوزه‌ای تخصصی و امکان‌ناپذیر برای حضور دیگران نیست.

ابزارهای در دسترس کسب و کارها در طول سال‌های اخیر به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه پیدا کرده است. توسعه فناوری هوش مصنوعی در این راستا بسیاری از فرآیندها را بدون نیاز به دخالت عامل انسانی سازمانی می‌کند. چنین نکته‌ای در مورد عرصه طراحی نرم‌افزار با ورود ابزارهای ساده‌سازی طراحی کد و برنامه به طور وسیعی به چشم می‌خورد.

توسعه ربات‌های هوشمند

همانطور که در بخش قبل اشاره شد، فناوری هوش مصنوعی در طول سال‌های اخیر توسعه بسیار زیادی داشته است. یکی از نمودهای اصلی توسعه این فناوری افزایش تعداد ربات‌های در دسترس کسب و کارهاست. بدون تردید وقتی از ربات‌ها صحبت می‌کنیم، بسیاری از مردم به خط تولید تمام اتوماتیک برندهای مختلف فکر می‌کنند. نکته مهم در این میان وضعیت منحصر به فرد ربات‌های دیجیتال است. استفاده از ربات‌های هوشمند برای ساماندهی فرآیندهایی نظیر ثبت سفارشات، پاسخگویی به پرسش‌های مختلف مشتریان و همچنین محاسبه برخی از امور مربوط به حسابداری کاربرد دارد. امروزه استفاده از ربات‌های هوشمند در زمینه مدیریت کسب و کار و تعامل با مشتریان یکی از نیازهای روز کسب و کارها محسوب می‌شود. اگر این نکته به طور مشخص مدنظر کارآفرینان تازه کار قرار نگیرد، ورودشان به عرصه کسب و کار بسیار دشوار خواهد شد.

ایجاد

پادکست‌ها در حال ایجاد انفجار اطلاعاتی هستند. بسیاری از کاربران آنلاین دست‌کم به یک پادکست گوش می‌دهند. این امر با ظهور پادکست‌های تازه و انتشار میلیون‌ها نسخه تازه از مجموعه‌های مختلف در هر هفته یا ماه گزینه جذابی برای بازاریابی و تبلیغات در اختیار برندها قرار داده است. کسب و کارها همیشه در زمینه استفاده از فناوری‌های نوین به منظور تعامل بهینه با مشتریان پیشقدم بوده‌اند. این امر در مورد پدیده پادکست نیز باید رعایت شود. این امر امکان تعامل بهینه میان برندها و مخاطب هدف را به همراه خواهد داشت. همچنین باید به ماهیت تاثیرگذاری غیرمستقیم بر روی مشتریان در پی همکاری با مجموعه پادکست‌های مشهور اشاره کرد.

برخی از کسب و کارها به جای همکاری با مجموعه پادکست‌های مشهور اقدام به راه‌اندازی پادکست خودشان می‌کنند. این امر موجب تاثیرگذاری بسیار بهتر بر روی مخاطب هدف می‌شود. البته پیش‌شرط اصلی این امر وجود دامنه مشخصی از مشتریان وفادار برای برند است. در غیر این صورت پادکست کسب و کارمان با استقبال اولیه مناسبی رو به رو نخواهد شد.

منبع: entrepreneur.com

چرا مدیران باید به ایده‌های کارمندان توجه نمایند؟

به قلم: پراتیپ بیسواس
مدیرعامل و موسس برند Unified Infotech

مدیریت کسب و کار فرآیند پیچیده و چندبعدی است. توصیه سنتی ارسطو، فیلسوف یونانی، در مورد مدیریت و رهبری در طول قرن‌ها توجه کارآفرینان و به طور کلی تمام مردم را جلب کرد است. براساس اظهارنظر ارسطو «آنکه پیرو خوبی نباشد، هرگز رهبر خوبی نیز نخواهد بود.» شاید این نقل قول در نگاه نخست ارتباط چندانی با حوزه کسب و کار نداشته باشد. اغلب مدیران به صورت سنتی در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی کارمندان و بازار براساس ایده‌های خودشان هستند. در این میان توجه کافی به وضعیت کلی عرصه کسب و کار و توصیه‌های دیگران نیز ندارند.

براساس گزارش کیم پیترز و الکساندر هاسلام، پژوهشگران حوزه مدیریت، امروزه بیش از هر زمان دیگری مدیران نیازمند گوش دادن به ایده‌ها و اظهارنظرات کارمندان‌شان هستند. اگر این امر مدنظر مدیران و رهبران تجاری قرار نداشته باشد، فرآیند مدیریت کسب و کار با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهد شد.

بدون تردید گوش دادن به کارمندان و افراد خارج از دامنه مدیریت کسب و کار برای هر رهبر تجاری سخت خواهد بود. این امر به طور ویژه‌ای برای رهبران تجاری باسابقه و ناآشنا با ترندهای تازه حوزه مدیریت مصداق پیدا می‌کند. شاید با چند اشاره کوتاه به مزیت‌های گوش دادن به توصیه‌های دیگران امکان جلب نظر مدیران به این نکته مهم فراهم نشود بنابراین در ادامه به بررسی دقیق‌تر این موضوع در قالب چند مزیت اساسی گوش دادن به دیگران در عرصه مدیریت و رهبری تجاری خواهیم پرداخت.

کاهش میزان خودخواهی در عرصه مدیریت

توجه به وضعیت خود در حوزه مدیریت هرگز ایده جذابی نیست. اغلب مدیران برای تاثیرگذاری بر روی مجموعه شرکت نیازمند ایده‌های دارای شمولیت هستند بنابراین تمام بخش‌های برند باید توانایی استفاده از توصیه‌های مورد نظر را داشته باشد. در غیر این صورت موج اعتراض‌ها شروع خواهد شد.

امروزه برای دسترسی به منافع تمام بخش‌های شرکت و لحاظ کردن آن در برنامه مدیریتی چاره‌ای جز تشکیل جلسات گفت‌وگو نیست. برخی از مدیران در تلاش برای مدیریت حوزه کسب و کار بدون توجه به این نکات هستند. چنین امری مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد خواهد کرد. مهمترین اصل در استفاده از نظرات دیگران توجه به کانال‌های ارتباطی است. اگر این امر مدنظر مدیران قرار نداشته باشد، در عمل کارمندان شرایط لازم برای تبادل نظر با تیم مدیریتی را نخواهد داشت.

امروزه برخی از مدیران در زمینه تعامل با کارمندان بر روی بخش مدیریت میانی تاکید دارند. این امر به معنای دریافت گزارش‌ها از سوی مدیران میانی و سپس انتقال‌شان به تیم مدیریت ارشد است. چنین فرآیندی به طور معمول پیام اصلی کارمندان را دستخوش تغییر و تحول می‌کند بنابراین هرچه فاصله میان بیان ایده از سوی کارمندان و ارزیابی‌اش از سوی مدیران ارشد کاهش پیدا کند، نتیجه نهایی بهتر خواهد بود.

مدیران برای حضور هرچه بهتر در بازارهای مختلف نیاز به راهنمایی‌های فنی و تخصصی دارند. این امر گاهی از سوی کارمندان شرکت و گاهی هم از سوی دیگر افراد و کارشناس‌ها ارائه می‌شود. مهمترین مسئله در این میان ضرورت توجه به پذیرش ایده‌های مختلف و ارزیابی آنها برای کاربست در حوزه کسب و کار است.

داوری‌های باکیفیت

امروزه کارمندان نسبت به تاثیرپذیری از مدیران دارای معیارهای بسیار مختلفی هستند. گاهی اوقات مدیران به دلیل تصمیم‌گیری‌های نادرست در طول زمان و بی‌توجهی به ایده‌های کارمندان در عمل اعتبارشان را از دست می‌دهند. نتیجه این امر ناتوانی مدیران برای تاثیرگذاری بر روی اعضای شرکت است. شاید این امر با تغییر برخی از کارمندان برای مدت زمانی کوتاه رفع شود، اما در بلندمدت نتایج بسیار ناگواری به همراه خواهد داشت. وقتی یک مدیر در عرصه کسب و کار به عنوان فردی بی‌توجه به توصیه دیگران شناخته شود، کمتر کارمندی تمایل به همکاری با وی خواهد داشت. این امر در عمل مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه می‌آورد.

داوری در مورد ایده‌های مختلف در عرصه کسب و کار بدون آگاهی از تعداد هرچه بیشتر ایده‌ها امکان‌پذیر نیست بنابراین در عمل گوش دادن به ایده‌ها و توصیه‌های دیگران امکان داوری بهتر در مورد ایده‌های مختلف را به همراه خواهد داشت. این نکته گاهی اوقات مورد بی‌توجهی مدیران قرار می‌گیرد. بنابراین براساس سلیقه شخصی‌شان اقدام به انتخاب یک استراتژی برای مدیریت برند می‌کنند. این امر در بلندمدت موجب ناامیدی و دلسردی کارمندان نسبت به حضور در شرکت خواهد شد بنابراین مواجهه با ترک شرکت از سوی کارمندان در چنین موقعیت‌هایی امری طبیعی خواهد بود.

بهبود وضعیت وفاداری و تعهد کارمندان

امروزه هر کارمندی تمایل به ارتقای سازمانی و کاربست ایده‌هایش از سوی بدنه مدیریتی سازمان دارد. اگر این امر از سوی تیم مدیریت شرکت به طور مناسب مدنظر قرار نگیرد، وضعیت کسب و کار پیچیده خواهد شد. کارمندان به دلیل مواجه نزدیکتر با شرایط مشتریان دارای ایده‌های جذابی هستند. استفاده از ایده‌های آنها برای بهبود وضعیت کسب و کار بخش همیشگی برنامه برندهای بزرگ محسوب می‌شود.

هرچه کارمندان توانایی تاثیرگذاری بیشتر بر روی استراتژی شرکت از طریق بیان ایده‌های‌شان را داشته باشند، تمایل بالاتری برای حضور ماندگار در شرکت خواهند داشت. هر کسب و کار با توجه به تعداد کارمندان وفادارش مورد ارزیابی قرار می‌گیرد بنابراین هرچه یک برند دامنه وسیع‌تری از کارمندان باسابقه و وفادار داشته باشد، در بازار بیشتر مورد توجه مشتریان قرار خواهد گرفت. اگر به وضعیت برندهایی نظیر مایکروسافت یا گوگل نگاه کنید، هرگز کارمندان‌شان را در کوتاه مدت از دست نمی‌دهند. البته وضعیت کارمندان دارای عملکرد پایین از این بحث جداست.

تعامل بهتر در محیط کار

ایجاد تمایز میان بخش‌های مختلف شرکت استراتژی نامناسبی برای رقابت بهتر در بازار است. برندهای بزرگ دارای بخش‌های به هم مرتبط در عرصه کسب و کار هستند. این امر به آنها برای بهره‌گیری از نظرات و ایده‌های مختلف کمک شایانی می‌کند. اگر تعامل مناسب در فضای شرکت وجود نداشته باشد، وضعیت کسب و کارها با چالش زیادی مواجه خواهد شد. یکی از مهمترین چالش‌ها در این میان بروز اشتباهات به دلیل فقدان ارتباط مناسب در میان بخش‌های مختلف است. این امر گاهی اوقات هزینه‌های بسیار زیادی برای برندها به همراه دارد.

ایجاد فضای تعامل مناسب برای برندها در طول مدت زمانی کوتاه به دست نمی‌آید. کسب و کارها باید فرهنگ تعامل میان بخش‌ها و کارمندان مختلف را تقویت نمایند. اگر کسب و کار شما با مشکل تعامل کارمندان مواجه است، باید مدت زمانی طولانی برای بهبود این وضعیت تلاش نمایید. در غیر این صورت هیچ نتیجه مثبتی از فرآیند کسب و کارتان حاصل نخواهد شد. اشتباه برخی از مدیران تلاش برای ایجاد فضای تعاملی به صورت فشرده و در کوتاه مدت است. این امر نوعی تخطی از فرآیند گوش دادن به اعضای شرکت محسوب می‌شود.

شفافیت و صداقت درون‌سازمانی

وقتی مدیران به ایده‌ها و نظرات اعضای شرکت توجه نمایند، میزان صداقت درون سازمانی به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. امروزه یکی از نگرانی‌های مدیران ارشد در بخش درون سازمانی مربوط به بحث شفافیت و صداقت است. این نکته پیوند نزدیکی با دیدگاه کارمندان به تیم مدیریتی شرکت دارد. بدون تردید وقتی از توجه مدیران به ایده‌های کارمندان صحبت می کنیم، معنایی مانند تغییر جایگاه مدیریت و کارمند را مدنظر قرار نمی‌دهیم. مهمترین مسئله بیان دلیل پذیرش یا رد ایده‌های مختلف است. این امر شفافیت و صداقت در میان اعضای شرکت را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود خواهد بخشید.

منبع: entrepreneur.com

اخبار

حافظی: برنامه راهبردی و عملیاتی ۵ ساله شهر دوستدار کودک در قزوین در دست تهیه است

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: محمد اسماعیل حافظی، مدیر عامل سازمان خدمات طراحی شهرداری قزوین، گفت: شهرپدیده ای سازمان یافته و منتج از درهم آمیختگی رفتارهای انسانی در محلی کالبدی است و ترکیب خیابان ها و ساختمان ها، جوهر شهرسازی و عامل شکل دهی الگوی محیطی است. به گزارش روابط عمومی سازمان خدمات طراحی شـــهرداری قزوین؛ حافظی گفت: انسان در شهر به دنبال مکانی جهت آسودن، آزادسازی فشار روحی روانی و تعاملات اجتماعی است.یکی از مکان هایی که بستراصلی شکل گیری و تقویت ارتباطات اجتماعی در جهت برقراری حس امنیت و اعتماد در فضای عمومی است فضاهای شهری است. این فضاها مؤلفه ی اساسی در بهبود و افزایش میزان سرمایه اجتماعی درساختارشهر به شمار می رود. این مسئول بیان کرد: یکی از عوامل موثر در کیفیت زندگی شهرها کیفیت فضاهای شهری است که متاسفانه در طراحی و برنامه ریزی این فضاها نیازهای تمام گروه های سنی و جنسی مورد توجه قرار نگرفته است. در بین تمام گروه های سنی، کودکان بیش از سایر گروه ها مورد بی توجهی قرار گرفته اند در حالیکه بیش از یک سوم جمعیت جهان زیر ۱۸ سال سن دارند و بخش عمده جمعیت شهری را تشکیل می دهند و این گروه سنی تنها ارتباط دهنده نسل های گذشته با آینده می باشند. به همین دلیل مناسب بودن فضاهای شهری برای کودکان از اهمیت بالایی برخوردار است تا کودکان بتوانند در آن رشد کرده و نیازهای خود را برطرف کنند. وی ادامه داد: جهت بهبود وضعیت شهرها رویکرد "شهردوستدار کودک"مطرح گردیده است که هدف آن ضمانت حقوق کودکان در زمینه های مختلف شهری است. حافظی توضیح داد: امروزه سازمان های مرتبط با موضوع "شهردوستدارکودک" چه در سطح جهانی و چه در داخل ایران، رویکردهای نوین و فعالیت های مرتبط با بهبود شرایط و وضعیت شهرها در راستای تحقق اهداف شهردوستدار کودک داشته اند، اما این برنامه ها در ایران تنها به عنوان یک محرک جهت گسترش ایده "شهردوستدار کودک" بوده است و نتوانسته در سطح شهرها به صورت عملیاتی پیاده شود.

سرپرست سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری سمنان ؛

سامانه پرتو شهردای سمنان راه اندازی شد

سمنان –حسین بابامحمدی:سرپرست سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری سمنان از طراحی و آغاز به کار بستر یکپارچه سازی و تجمیع کارگاه جوشکاری « سامانه پرتو » خبر داد. وحید پرویزی با اعلام این خبر گفت: با توجه به راه‌اندازی سرویس‌های مدیریت و ایجاد زیرساخت‌ها و طراحی فرآیندهای لازم به درخواســت معاونت خدمات شهری با عنوان، « سامانه پرتو» توسط ســازمان فاوا شهرداری سمنان پیاده سازی شــد و به مرحله بهره‌برداری رسید. وی تصریح کرد: از ابتدای همه‌گیری بیماری کرونا، تمهیدات گوناگونی در راســتای کاهش تجمع افراد و مراجعات حضوری کارکنان شهرداری در نظر گرفته شده است. به ویژه در این مدت جهت ایجاد فضایی بدور از خطرات آلودگی برای مدیران و کارشناسان شهرداری، سامانه پرتو که یکی از سامانه های داخلی شهرداری می باشد راه اندازی شده است ، در این سامانه کلیه کارگاه های جوشکاری مناطق ۳ گانه شهرداری بصورت یکپارچه و با مدیریت مرکزی کار می کنند. پرویزی با اشاره به ویژگی‌های این سامانه گفت: این سامانه قابلیت پیگیری امور برای معاونت خدمات شهری مناطق در سریعترین زمان ممکن را فراهم می نماید و با این روش خدمت رسانی در زمینه های مرتبط به شهروندان تسریع خواهد شد .

پایش گسترده دمای ادارات، مدارس و نهادهای دولتی گیلان ادامه دارد

رشت – خبرنگار فرصت امروز: در راستای مدیریت بهینه مصرف گاز در حوزه های مختلف مصرف، شرکت گاز استان گیلان هم‌راستا با سایر شرکت های گاز استانی اقدام به اجرای طرح پایش دمای ادارات و نهادهای دولتی کرده است. روابط عمومی گاز گیلان – حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اعلام انجام بیش از ۱۳ هزار بازدید و پایش دمای ادارات، مدارس، بانک ها و سایر نهادهای دولتی اســتان از ابتدای دی ماه سال جاری تاکنون، گفت: مهم ترین هدف از اجرای این طرح، نهادینه سازی فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی در بخش های مختلف جامعه است. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با بیان این موضوع اظهار داشت: ماحصل این تعداد بازدید و پایش، اعلام اخطار به حدود ۲ هزار و نهصد نهاد پرمصرف و ثبت بیش از یک هزار و دویست مورد قطع گاز سازمان ها می باشد. حسین اکبر با اشاره به برودت هوا و افزایش شدید مصرف گاز در روزهای گذشته اظهار داشت: متاسفانه بعلت حفظ پایداری جریان گاز در حوزه خانگی، مجبور به قطع و یا اعمال محدودیت مصرف برای مشترکین سایر حوزه ها هستیم. وی در همین راستا افزود: به علت کاهش میزان گاز تحویلی به نیروگاه های تولید برق، شاهد وقوع قطعی های موردی برق در مناطق مختلف هستیم که این مشکل با صرفه جویی در مصرف گاز و رعایت دمای آسایش (۱۸ الی ۲۱ درجه) توسط مشترکین به راحتی برطرف خواهد شد.

تداوم اجرای طرح پاکسازی زمین های خالی از سوی شهرداری گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: موســی‌الرضا صفری معاون خدمات شهری شــهرداری گرگان اظهار کرد: طرح پاکسازی زمین‌های خالی به طور ویژه در فضاهای شهری به منظور ارتقای سطح سلامت و محیط زیست شهری و حذف نازیبای‌های بصری به صورت گسترده در سطح مناطق سه گانه در حال انجام است.صفری افزود: تخلیه خاک و نخاله‌های ساختمانی در محیط شهری علاوه بر اینکه چهره شــهر را نازیبا می‌کند موجب ازدیاد حشرات و حیوانات موذی می شده و سلامت شهروندان را به خطر می اندازد.وی خاطر نشــان کرد: از اقدامات دیگر شهرداری ایجاد دو ایستگاه موقت جهت تخلیه خاک و نخاله در جنب پل نصر آباد جهت خودروهای سبک و معدن توسکستان در کیلومتر سه جاده توسکستان جهت خودروهای سنگین در نظر گرفته شده است. معاون خدمات شهری شهرداری گرگان بیان کرد: در حال حاضر هر هفته ۱۰۰ کامیون خاک و نخاله تخلیه شده در ایستگاه موقت نصر آباد به معدن توسکستان منتقل می شود.صفری از عموم شهروندان خواست در صورت مشاهده تخلیه غیر مجاز خاک و نخاله در محیط شهر با سامانه ۱۳۷ تماس برقرار کنند.

کاشت چندین نهال در محل شرکت آب منطقه ای مازندران به منظور زنده نگهداشتن یاد و خاطره شهدای والامقام

ساری – دهقان : به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی آب منطقه ای مازندران به مناسبت ۲۹ دی ماه روز هوای پاک و به منظور گرامیداشت یاد و خاطره شهدا و به ویژه سردار شهید ســپهبد حاج قاسم سلیمانی چندین اصله نهال به نام این شهید والامقام و همچنین شهید دکتر فخری زاده دانشمند هسته ای کشور، در ورودی ساختمان شرکت آب منطقه ای مازندران کاشته شد. در این مراسم که با حضور معاونین و همکاران برگزار گردید فرزندان شهید شاغل در شرکت آب منطقه ای مازندران نیز هرکدام یک اصله نهال به نام پدر شهید خویش کاشتند. درپایان این مراسم با اشاره به اینکه ما اقتدار امروزمان را به شهدا مدیونیم و احترام به شهدا وظیفه تک تک افراد این جامعه و ملت است بر فرهنگ سازی بیشتر درجهت کمک به سلامت محیط و جامعه تاکید شد.

بارگیری سولفور از پالایشگاه امام خمینی(ره) شازند برای اولین بار

اراک – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل راه‌آهن اراک گفت: بخش اعظم مازوت کم گوگرد(سولفور) تولیدی پالایشگاه امام خمینی(ره) شازند که قبلاً به صورت حمل ترکیبی جاده و ریل به مقصد بندرعباس ارسال می‌شد، در داخل پالایشگاه و خطوط بارگیری ریلی، مستقیماً در واگن‌های مخزن‌دار بارگیری و حمل شد.حمید گوگوچانی در گفت‌وگو با خبرنگار فارس در اراک از بارگیری مازوت کم گوگرد(سولفور) از پالایشگاه امام خمینی(ره) شازند برای اولین بار خبر داد و اظهار کرد: بخش اعظم مازوت کم گوگرد(سولفور) تولیدی پالایشگاه امام خمینی(ره) شازند که قبلاً به صورت حمل ترکیبی جاده و ریل به مقصد بندرعباس ارسال می‌شد، در داخل پالایشگاه و خطوط بارگیری ریلی، مستقیماً در واگن‌های مخزن‌دار بارگیری و حمل شد.وی افزود: با این اقدام شاهد کاهش هزینه‌های بارگیری،افزایش ایمنی حمل مواد خطرناک،کاهش آلودگی محیط‌زیست و افزایش تعدد مراکز بارگیری بر اساس دستورالعمل‌های پدافند غیرعامل خواهیم بود

۷۰۰ مسکن محرومان در سطح استان بوشهر ساخته و تحویل شد

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان بوشهر با تاکید بر تکمیل پروژه‌های مسکن مهر گفت: ۹۸۵ مسکن محرومان در سطح استان بوشهر عملیاتی اجرایی آن آغاز و تاکنون ۷۰۰ واحد آن تحویل متقاضیان شده است. به گزارش روابط عمومی اداره کل حمید حیدری‌بریدی در جمع خبرنگاران در بوشهر، تامین مسکن محرومان را یکی از رسالت‌های بنیاد مسکن دانست و اظهار داشت: در این راستا طرح‌های مهمی در سطح شهرها و روستاهای استان بوشهر اجرا شده است. وی، از آغاز عملیات اجرایی ۹۸۵ مسکن محرومان در سطح استان بوشهر خبر داد و بیان کرد: این پروژه با اعتبار افزون‌بر ۳۰۰ میلیارد تومان ساخته می‌شود که ۷۰ درصد این واحدها به تعداد ۷۰۰ واحد مسکونی تکمیل و تحویل خانواده‌های محروم شده است. مدیرکل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان بوشهر با بیان اینکه زمین‌های این واحدها به صورت رایگان از وزارت راه و شهرسازی تملک شده است گفت: در این راستا فاز نخست پروژه ۴۸ واحدی مســکن محرومان خورموج در حال ساخت است که ۹۰ میلیون تومان هزینه تمام شده هر واحد ارزیابی شده و این در حالی است که در بازار آزاد ۲۸۰ میلیون تومان خرید و فروش می‌شــود. حیدری زیربنای هر کدام از این واحدها را ۹۰ مترمربع دانســت و بیان کرد: این واحدها در بلوک ۴ واحدی و بر اساس استانداردهای ملی ساختمان احداث شده و رضایت مندی خوبی در پی داشته است.

مدیرعامل آبفای گیلان :

آموزش و پرورش مهمترین نهاد در ساخت جامعه و انتقال فرهنگ است

رشــت – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل آبفای گیلان در بازدید مدیرکل آموزش و پرورش اســتان از تصفیه خانه بزرگ آب گیــلان: آموزش و پرورش در انتقــال فرهنگ مدیریت مصرف آب بسیار اثرگذار است. به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان گیلان، مدیرعامل این شرکت در بازدید مدیرکل آموزش و پرورش اســتان از تصفیه خانه بزرگ آب گیلان گفت: بنا به نظر محققان مهمترین نهاد در ساخت جامعه آموزش و پرورش است که در انتقال فرهنگ بسیار اثر گذارند. سید محسن حسینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل آبفای گیلان در این بازدید با اشاره به اینکه بعد از هوا، اصلی ترین نیاز انسان به آب است افزود: برای تأمین آب استان از منابع زیرزمینی بصورت حفر چاه و منابع آب ســطحی پس از تصفیه کامل استفاده می نمائیم. وی علیرغم پرباران بودن اســتان گیلان، تأمین آب شــرب مورد نیاز استان را دشــوار دانست و افزود: مناطق جلگه ای از آب زیرزمینی با کیفیت مناسب برخوردار نیستند و امکان حفر چاه با توجه به کیفیت آب، میســر نیست. مهندس حسینی با اشاره به وارد مدار شدن فاز اول تصفیه خانه بزرگ آب گیلان در سال ۱۳۷۸ با ظرفیت ۳۰۰۰ لیتر در ثانیه افزود: عملیات اجرایی فاز دوم تصفیه خانه در سال ۱۳۹۳ آغاز شد و تا پایان سال، با ظرفیت کامل ۳۰۰۰ لیتر در ثانیه به بهره برداری خواهد رســید و در مجمــوع ظرفیت تولید تصفیه خانه به

۶۰۰۰ لیتر در ثانیه افزایش خواهد یافت. مدیرعامل آبفای گیلان با اعلام شهرهای برخوردار از تصفیه خانه بزرگ آب گیلان تصریح کرد: شهرهای رشــت، خمام، انزلی، لاهیجان، سیاهکل، آستانه اشرفیه، کیاشهر، لنگرود، کومله، شلمان، اطاقور و همینک چاف و چمخاله و روستاهای در مسیر خط انتقال نیز از آب این تصفیه خانه بهره مند می باشــند و تأمین آب مورد نیاز این مناطق تا سال ۱۴۲۵ از این تصفیه خانه پیش بینی شده است. وی با اشاره به اینکه تصفیه خانه بزرگ آب گیلان میزبان بازدیدکنندگان بسیاری است تصریح کرد: بــا توجه به اهمیت ویژه آمــوزش در مدیریت مصرف آب و جامعه مخاطبین اداره کل آمــوزش و پرورش اعم از دانش آموزان و اولیاء آنها ، بخش اعظم جامعه هدف ما در حوزه فرهنگ سازی مدیریت مصرف آب را تشکیل می دهند که دعوت می کنیم با بازدید از این تصفیه خانه، ضمن مشاهده روند تصفیه آب با مشکلات و پیچیدگی های این حوزه آشنا شوند و ما را در اشاعه این فرهنگ یاری نمایند.

مدیرعامل آبفای گیلان همچنین یادآور شد: سنوات گذشته این شرکت و اداره کل آموزش و پرورش، همکاری مناسبی در برگزاری جشنواره من مراقب آبم و همچنین جشنواره فراگیری نخستین واژه آب ویژه دانش آموزان داشتند که بسیار مورد استقبال قرار گرفت و انتظار می رود با انعقاد تفاهم نامه همکاری، اجرای این برنامه ها تداوم یابد و با توجه به کمبود منابع آبی در کشور، ما بعنوان امانتداران این نعمت الهی بتوانیم با مدیریت مصرف از این ثروت خدادادی حفاظت نمائیم. وی در ادامه از طرح جدید وزارت نیرو با عنوان آب امید یاد کرد و افزود: در این طرح مشــترکینی که کمتر از یک سوم الگوی مصرف، یعنی ۵ مترمکعب آب مصرف نمایند قبوض آب آنها صفر خواهد شــد و با توجه به ۸۸۸ هزار مشــترک خانگی ، ۱۰۴ هزار، معادل ۱۱ درصد مشترکین، مشمول این طرح تشویقی خواهند بود. سپس رحمتی مدیرکل آموزش و پرورش استان گیلان ضمن تقدیر از خدمات شرکت آبفای گیلان اظهار داشت: آب مایه حیات است و هرجا که باشد باعث آبادانی است و ارزش آن بر کسی پوشیده نیست.

برای اولین بار؛

اسیدشویی کندانسور واحد ۳۰۵ مگاواتی نیروگاه رامین اهواز با استفاده از مواد ساخت داخل

اهواز – شبنم قجاوند: سرپرست امور بهره برداری شیمی فاز یک و ۲ نیروگاه رامین اهواز از اسیدشــویی کندانسور واحد ۳۰۵ مگاواتــی نیروگاه بــا تلاش متخصصان بومــی خبر داد. اسماعیل جمال پور سرپرست امور بهره برداری شیمی فاز یک و ۲ نیروگاه رامین اهواز گفت: متخصصان بومی نیروگاه توانستند پــس از تحقیقات متعدد و آنالیزهای تخصصــی برای اولین بار اقدام به اســتفاده از ممانعت کننده خوردگی ســاخت داخل در عملیات اسیدشــویی کندانســور واحد ۳۰۵ مگاواتی شماره ۳ همراه با اسیدکلریدریک کنند. او با بیان اینکه کندانسور یکی از اصلی‌ترین تجهیزات در سیکل نیروگاه‌های بخار است که با ایجاد خلاء باعث بهبود راندمان حرارتی شده و نقش زیادی در پایداری واحد و میزان تولید انرژی برق ایفاء می‌کند، افزود: رسوب املاح موجود در آب در طول زمان منجر به تشکیل لایه رسوبی درون لوله‌های کندانسور می‌شــود که این موضوع باعث جلوگیری از انتقال حرارت در لوله‌های کندانســور و کاهش خلاء و در نهایت

باعث کاهش در تولید انرژی برق خواهد شــد. جمال پور هدف از اسیدشــویی را پیشگیری از بروز مشکلات فنی و جلوگیری از کاهش تولید همزمان با تعمیرات میان دوره‌ای این واحد عنوان کرد و اظهار داشــت: استفاده از اســیدکلریدریک در این پروژه ســبب سرعت بخشیدن به انحلال مواد رسوب شده در این ماده شیمیایی می‌شود. سرپرست امور بهره برداری شیمی فاز یک و ۲ نیروگاه رامین اهواز با بیان اینکه تولید این مواد شیمیایی با تلاش شرکت‌های ایرانی انجام شده اســت، ادامه داد: اثرگذاری بالا به منظور حذف رسوبات، کاهش خرید این مواد شیمیایی و حذف تامین کنندگان خارجی از دیگر مزیت های استفاده از این ماده به منظور حذف رسوبات و رفع مسدودی لوله‌های کندانسور به شمار می‌رود. این مقام مســئول به نتایج حاصــل از این پروژه در یک شاخه از لوله‌های کندانسور پرداخت و میزان انحلال رسوب بعد از اسیدشویی را ۸۴ درصد و در شاخه دیگر ۶۲ درصد اعلام کرد و بیان داشت: بازدهی مطلوب استفاده از این ماده شیمیایی نسبت به استفاده از سایرمواد شیمیایی همچون اسید سیتریک بیشتر است. نیروگاه رامین اهواز با ۶ واحد تولیدی و با مجموع ظرفیت یک هزار و ۸۵۰ مگاوات ساعت بزرگترین نیروگاه بخاری کشور است و نقش مهمی در تامین برق مورد نیاز مردم و پشتیبانی از شبکه سراسری برق کشور ایفاء می‌کند.

معاون آموزش ابتدایی آموزش و پرورش قم خبر داد:

طرح تحولی مدارس خوانا در ۵۹ آموزشگاه قم اجرا می‌شود

قم – خبرنگار فرصت امروز: معاون آموزش‌وپرورش استان قم با اشــاره به اجرای طرح تحولی مدارس خوانا در ۵۹ مدرسه استان گفت: تقویت خواندن و تسلط بر روخوانی، ارتقاء سواد دانش آموزان برای درک مطلب و تمرکز بر مهارت‌های زندگی اجتماعی از اهداف طرح است. به گزارش اداره اطلاع رسانی و روابط عمومی آموزش و پرورش قم، مریم سادات پناهنده در گفت‌وگو یی، با اشاره به اهمیت و لزوم اجرای این طرح در شرایط کرونایی اظهار داشت: بسته تحولی خوانا، پاسخی به بخشی از رسالت‌های آموزش ابتدایی است که به شاخصه‌های اصلی نرسیده، بنابراین در راستای برنامه‌های آموزشی با تمرکز بیشتر در بحث خواندن، نوشتن و حساب کردن و مهارت‌های اجتماعی که در این روزها تحت‌الشعاع قرارگرفته از همین رو از طرف وزارت خانه طرح تحولی مدارس خوانا ابلاغ‌شده است. معاون آموزش ابتدایی آموزش‌وپرورش استان قم تصریح کرد: مدیریت، راهبری و

دبیرخانه کشوری این طرح با نظارت معاونت ابتدایی وزارت بر عهده استان قم محول شده که اجرای آن به‌صورت متمرکز و مدون از اول دی‌ماه هم‌زمان با سراسر کشور استارت خورده، هرچند این برنامه، قبلاً در فعالیت آموزشــی مدارس به‌نوعی به شکل ضعیف در حال اجرا بوده است.

نبود برنامه مدون آزمون پایان‌ترم اول، در مقطع ابتدایی

به گفته پناهنده پرداختن به ســه مؤلفــه ادب، جرئت ورزی و مسئولیت‌پذیری در آینده برای رشد مهارت‌های زندگی اجتماعی دانش آموزان بســیار مؤثر خواهد بود چراکه جامعه ما به این‌گونه افراد نیاز دارد تا ضمن رعایت ادب، قدرت گاهی، نه گفتن را داشته باشند و با بعضی از جریانات هنجارشکن، منطقی و مؤدبانه مخالفت کنند چه‌بســا همین امر منجر به کاهش بســیاری از آسیب‌های اجتماعی می‌شــود. وی بابیان وضعیت استان در اجرای این برنامه یادآور شد: ۵۹ آموزشگاه به‌صورت پایلوت با همکاری ۳۷۰ آموزگار، باقوت مشغول اجرای طرح مذکور هستند البته بسیاری از همکاران فرهنگــی ما نیز به‌صورت خودجوش این برنامــه را دنبال کرده‌اند البته آموزش‌های تکمیلی در راستای چگونگی و نحوه ارائه مباحث آموزشی، با عمق بیشتر به دانش آموزان را فراگرفته‌اند.

معاون امور عمرانی استانداری همدان در بازدید از پروژه های منطقه یک شهرداری:

رویکرد انسان محوری شهرداری همدان در اجرای پروژه ها

همدان – خبرنگار فرصت امروز: فرهاد فرزانه معاونت امور عمرانی استانداری همدان به همراه صوفی شهردار همدان، دهبانی صابر مدیر منطقه یک و علی ضمیر معاون خدمات شهری از روند اجرایی پروژه هایی مانند احداث پارک فرامنطقه ای ولایت، سایت موزه میدان امام (ره) و ســاختمان چندمنظوره کوی مدرس در ســطح منطقه یک بازدید کردند. معاون امور عمرانی استانداری همدان با اشاره به توسعه نگاه انسان محوری و ایجاد پیوستهای فرهنگی و اجتماعی حرکت شهر همدان را به سمت یک شهر ایده آل برای شهروندان دانست و گفت: شهر همدان دارای خصوصیات و ویژگی خاصی از منظر فرهنگی، تاریخی و اجتماعی و بایستی در اجرای تمامی پروژه ها چنین ویژگی هایی لحاظ شــوند که در این صورت شاهد استقبال مردم از این پروژه ها خواهیم بود. وی ادامه داد: خوشبختانه طی سالیان اخیر شهرداری همدان با استفاده از پرسنل جوان، متعهد و متخصص خود توانسته است

این رویکرد را در شهر همدان توسعه دهد که خروجی آن رضایت همشــهریان می باشد. فرزانه گفت: اقدامات و پروژه های بزرگی در شــهر همدان در حال اجراست که می توان به پروژه هایی همچون استانداردســازی و پیاده رو سازی های گسترده معابر، احداث سایت موزه میدان امام (ره) که یک نقطه تاریخی در شهر همدان محســوب می گردد و احداث پارک فرامنطقه ای مانند پارک ولایت اشاره کرد و علاوه بر اینکه نشان دهنده ی نگاه مثبت شــهرداری به شهر و بافت تاریخی آن می باشد نشان دهنده ی توجه شهرداری به فضای سبز و حرایم شهری نیز هست. صوفی شهردار همدان نیز با بیان پارک فرا منطقه ای ولایت با توجه به مساحت گسترده ای که دارد می تواند یکی از پارکهای راهبردی شهر همدان باشد گفت: تا کنون اقدامات مناسبی در زمینه احداث راه های دسترسی این پارک صورت پذیرفته است. شهردار همدان گفت موزه مرکزی میدان امام (ره) در بافت تاریخی شــهر و بازار قدیمی همدان می تواند بیش از پیش به جذب بیشتر گردشگر داخلی و خارجی کمک کند گفت: احداث این موزه اهمیت ویژه ای برای شهروندان همدانی دارد. از این رو در تابستان سالجاری احداث این ســایت موزه به منطقه یک شهرداری واگذار شد تا شاهد تکمیل شدن هرچه سریعتر آن باشیم.

مدیر کل بنادر و دریانوردی هرمزگان خبر داد:

روسازی محورهای اصلی بندرشهید رجایی به منظور ارتقاء کیفیت عبورو مرور

بندرعباس – خبرنــگار فرصت امروز: مدیــر کل بنادر و دریانــوردی هرمزگان گفت: اجرای پروژه «روســازی بتنی معابر و تقاطعات» اراضی پشتیبانی و محورهای اصلی بندر شهیدرجایی به منظور ارتقای کیفیت عبور و مرور وســایل نقلیه سنگین در بندر شــهید رجایی عملیاتی شــده و هم اکنون با جدیت درحال اجرا می باشــد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنــادر و دریانودی هرمزگان،"علی رضا محمدی کرجی ران "با اشــاره به انجام پروژه «روسازی بتنی معابر و تقاطعات»اراضی پشتیبانی و محورهای اصلی بندر شهیدرجایی اظهارداشت: این پروژه در راستای ارتقای کیفیت عبور و مرور وســایل نقلیه سنگین در بندر شهید رجایی عملیاتی شــده و هم اکنون درحال انجام است . وی درخصوص تکنیک بکار رفته در اجراو دلایل انتخاب این روسازی « بتنی غیرمسلح درز دار» بیان کرد: از آنجا که بندر شهید رجایی دارای بیشترین تردد بارهای سنگین در میان بنادر کشور بوده و از طرفی به دلیل آب و هوای

گرم بندر و ریــزش مواد خورنده و حلال قیر، با مطالعات دقیق، روســازی بتنی بهترین گزینه انتخابی برای اجرا در بندر تشخیص داده شد.

مدیــر کل بنادر و دریانوردی هرمزگان بابیان اینکه با یک پایش دقیق و مبتنی بر اصول تخصصی مدیریت روسازی، سطح خدمت دهی روسازی آسفالتی موجود بندر مورد ارزیابی قرار گرفت تصریح کرد: این ارزیابی به صورت جزء به جزء بررســی شــده و بر اساس ســطوح خدمت (پی ســی آی) اقدام به اولویت بندی جهت تغییر روســازی از آسفالت به بتنی شد . محمدی کرجی ران به مقایسه هزینه های اجرای این نوع روسازی با روسازی های متداول نیز اشاره ای داشــت و گفت: هزینه اجرای این نوع روسازی تنها کمی بیشتر از روسازی های آســفالتی است اما عمر مفید آن فقط با احتساب نگهداری سالیانه بسیار کم هزینه و به ۲۵ سال می رسد .

وی اضافه کرد: این موضوع باعث می شود که این نوع روسازی در بلند مدت بسیار مقرون به صرفه تر از روسازی آسفالتی باشد. مدیر منطقه ویژه اقتصادی بندر شهید رجایی گفت: این پروژه در فاز اول خــود بیش از ۱۸ کیلومتر از معابر اصلــی و ۲۵ هزار متر مربع از تقاطعات را شامل می شود.

مفقودی

کلیه مدارک وسیله نقلیه نوع: سواری سیستم: پراید تیپ: جی تی ایکس آی برنگ :سفید شیری روغنی مدل ۱۳۸۳ شماره شاسی ۰۰۹۴۱۴۸۷ به شماره موتور S۱۴۱۲۲۸۳۳۲۳۹۰۰ شماره پلاک خودرو ۷۹ ایران ۲۵۸ د ۸۳ بنام لیلا نصیری مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

سازمان آگهی ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم ملوک نعمت اللهی اصالتا و طبق وکالتنامه شماره ۱۲۱۶۳۲ مورخه ۱۳۹۹/۰۴/۲۴ دفترخانه ۴۱۱ تهران بوکالت از سایر ورثه با اعلام گم شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۳۷۲۳ مورخه ۱۳۹۹/۳/۲۷ دفترخانه اسناد رسمی ۱۵۵۶ تهران طی درخواست وارده ۲۳۲۰۳ مورخه ۱۳۹۹/۹/۲۴ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت خود را نموده اند که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد:

۱- نام و نام خانوادگی: ورات آقای عزیزالله نعمت اللهی اردستانی

۲- شماره پلاک: ۳۱ فرعی از ۴۲۴۵ اصلی واقع در بخش ۵ تهران

۳- علت گم شدن: جابجائی

۴- خلاصه وضعیت مالکیت: سند مالکیت شش دانگ یکدستگاه آپارتمان مسکونی واقع در طبقه سوم به مساحت چهل و هفت متر و هشتاد و سه دسیمتر مربع قطعه ۳ تفکیکی به شماره ۳۱ فرعی از ۴۲۴۵ اصلی مفروز و مجزی شده از ده فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۵ تهران بانضمام پارکینگ قطعه دو تفکیکی به مساحت یازده متر مربع واقع در سمت جنوبی طبقه همکف ذیل شماره ثبت ۱۰۴۰۹۲ صفحه ۳۱۱ دفتر ۳۷۴ املاک به شماره چاپی ۱۳۱۹۹۱ ب ۹۱ به نام آقای عزیزالله نعمت الهی اردستانی صادر و تسلیم شده است و نامبرده طبق گواهی حصر وراثت شماره ۹۶۰۹۹۷۱۰۵۰۷۰۰۴۴۵ مورخه ۱۳۹۶/۷/۲۳ قاضی شعبه ۵۰۷ مجتمع شماره ۱۱ شورای حل اختلاف تهران و گواهی واریز مالیات بر ارث شماره ۵۷۲۷۰۹ مورخه ۱۳۹۹/۰۷/۲۸ اداره دارائی فوت و وراث حین الفوتش عبارتند از: ۱- زهرا ۲- فرزانه ۳- ملوک ۴- اعظم ۵- ابوالفضل ۶- مهدی ۷- امیررضا ۸- حمیدرضا فرزندان شهرت همگی نعمت اللهی اردستانی و خانم اکرم عباسی همسر که سهام هر کدام کما فرض الله است و خانم ملوک نعمت اللهی اصالتا و بوکالت از سایر ورثه تقاضای المثنی نموده است 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 آن 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/اسناد مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند/ اسناد 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 منطقه مولوی تهران

۱۶۷۴۰ م الف — رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک مولوی تهران

شناسه آگهی ۱۰۷۹۳۳۵

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر باینکه خانم مهناز معین زاده به موجب وکالتنامه شماره ۱۵۴۴۴۷ مورخ ۱۳۹۹/۰۳/۱۱ دفتر ۵۴ تهران به وکالت از طرف آقای تقی معین زاده جورتانی و خانم منیژه گلشنی با اعلام مورخ گم شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده به شماره شناسه یکتا ۱۳۹۹۰۲۱۵۲۷۹۰۰۰۰۰۹۵ و رمز تصدیق ۸۲۴۱۷۶ و شماره ۹۶۰۸۹ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۰۵ دفترخانه ۵۴ تهران طی درخواست وارده شماره ۱۳۹۹۸۵۶۰۱۰۲۶۰۱۸۱۹۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۷ و گواهی نامه شماره ۹۷/۸۲۴۲۴۷۶ تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۰۹ پایگاه دوم پلیس آگاهی تهران بزرگ ضمن اعلام سرقت سند مالکیت ثبتی ۱۱۷۹ فرعی از ۴۷ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران تقاضای صدور سند المثنی سند مالکیت را نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد.

۱- نام و نام خانوادگی مالک: آقای تقی معین زاده جورتانی و خانم منیژه گلشنی

۲- شماره پلاک: ۱۱۷۹ فرعی از ۴۷ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران

۳- علت گم شدن: سرقت

۴- خلاصه وضعیت مالکیت: سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان قطعه اول تفکیکی واقع در طبقه همکف به مساحت ۶۸/۹۸ متر مربع پلاک ثبتی ۱۱۷۹ فرعی از ۴۷ اصلی مفروز و باقیمانده فرعی و اصلی مذکور واقع در چیذر بخش یازده تهران، این قطعه دارای انباری شماره یک واقع در جنوب موتورخانه به مساحت ۲/۸۸ متر مربع ذیل ثبت ۱۱۱۴۶ صفحه ۲۷۶ دفتر ۴۲ املاک به نام منیژه گلشنی ثبت و به چاپی ۲۸۷۵۳۸ صادر شده و به موجب سند قطعی شماره ۸۹۹۱۸ مورخ ۱۳۷۹/۰۵/۰۲ دفتر ۶۳ تهران ششدانگ به امیر احمد معینی زاده جورتانی منتقل شده و به موجب گواهی حصر وراثت شماره ۹۸۰۱۴۱/۲۵۹/۹ مورخ ۱۳۹۸/۰۴/۳۱ شورای حل اختلاف منطقه شش تهران نامبرده فوت نموده و وراث نامبرده منیژه گلشنی (مادر) و تقی معین زاده جورتانی (پدر) متوفی می باشند 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 ای کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد ۵۰۰۷ 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 ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۶۷۵۴ م الف — رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک قلهک تهران

شناسه آگهی ۱۰۷۹۳۷۷

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه منصور ملکی وکیل مالک حسن ملکی برابر وکالتنامه شماره ۲۷۳۲۷- ۹۹/۱۰/۸ دفتر ۹۰۷ تهران نسبت به المثنی ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۱/۴۰ متر مربع قطعه ۴۴۴ تفکیکی از پلاک ۲۲۶۷۶ فرعی از ۱۳۸ مفروز و مجزی شده ۳۱۳ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران که سند مالکیت آن ذیل ثبت ۱۷۱۵۷۰ صفحه ۱۳۵ دفتر ۷۱۴ به شماره چاپی ۱۸۵۱۷۲ بنام محمود قدس ثبت صادر و تسلیم شده است سپس برابر سند شماره ۳۶۸۸۴- ۵۱/۴/۶ دفتر ۹۰ به حسن ملکی منتقل که وکیل نامبرده با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۲۹۰۲۰- ۹۹/۷/۲۹ توسط دفترخانه ۷۸۳ تهران گواهی امضاء گردید مدعی است که اصل سند مالکیت به علت جابجایی در سنوات گذشته مفقود شده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک فوق را نموده لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نموده است.

۱۶۷۵۰ م الف — رئیس ثبت اسناد و املاک خاوران تهران – غفنفری

شناسه آگهی ۱۰۷۹۳۶۹

آگهی فقدان سند مالکیت

علی قصابی فرزند محمد با وکالت خانم رقیه آرشیا فرزند حسینعلی بموجب وکالتنامه شماره ۷۹۲۶۹ مورخ ۹۹/۰۹/۲۰ دفترخانه ۱۸ شهرری آدرس: تهران شهرک ولیعصر خیابان حیدری جنوبی کوچه سامان پلاک ۴۳ واحد ۸ با تسلیم یک برگ استشهاد مصدق بشرح وارده بشماره ۱۰۷۸۰۲۷۳۳۷ مورخ ۹۹/۰۸/۲۷ اعلام نموده که سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه چهارم شرقی به مساحت ۶۹/۱۰ متر مربع که مقدار ۲/۷۵ متر مربع آن بالکن است قطعه ۷ تفکیکی به انضمام انباری شماره هفت واقع در طبقه همکف ۲.۰۹ متر مربع پلاک شماره ۴۵۴۰۹ فرعی از ۳ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲۹۷۴۰ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران مورد ثبت شماره ۳۲۷۰ صفحه ۱۳۵ دفتر ۲۶ املاک دارای شماره چاپی ۷۶۶۲۰۳ بنام متقاضی ثبت و سند صادر و تسلیم گردیده است و طبق گواهی دفتر املاک بموجب سند ۱۳۶۴۲۰ مورخ ۸۷/۰۸/۱۴ دفتر ۴۰۱ تهران در رهن بانک مسکن میباشد 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 می باشد 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.

۱۶۷۵۳ م الف — کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران

شناسه آگهی ۱۰۷۹۳۷۳

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم سیده کلثوم طاهری اطاقسرا برابر تقاضای وارده شماره ۱۳۹۸۸۵۶۰۱۰۲۵۰۳۵۴۳۵ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۸ با تسلیم دو برگ استشهادیه مصدق ذیل شماره ۸۷۶۷ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۸ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۵۹۸ تهران با اعلام این که: سند مالکیت ششدانگ یکدستگاه آپارتمان در طبقه چهارم شرقی قطعه ۱۰ تحت شماره ۳۱۸۲۷ فرعی از ۷۰۲۲- اصلی مفروز از پلاک ۸۷۶ فرعی از اصلی مذکور بانضمام پارکینگ قطعه ۳ و انباری قطعه ۶ واقع در بخش ۲ تهران تحت شماره سریال چاپی ۴۶۳۷۰۴ به نام خانم سیده کلثوم طاهری اطاقسرا ثبت صادر و تسلیم گردیده است. مدعی گردیده که اصل سند مالکیت به علت اثاث کشی مفقود گردیده است طی درخواست وارده فوق تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده است و در اجرای ماده ۱۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت (مصوب ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاص مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود میباشد ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این منطقه واقع در خیابان سیدجمال الدین اسدآبادی (یوسف آباد) نبش خیابان هفتاد پلاک ۴۷۶ تسلیم و رسید اخذ نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۶۷۵۵ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نارمک – اردشیر شهمیرزادی

شناسه آگهی ۱۰۷۹۴۸۱

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد حسین ایاز خو و خانمها مریم ایاز خو و صدیقه حاجیها (وراث مرحوم علی اکبر ایاز خو) با اعلام گم شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۴۰۷۱۴- ۱۳۹۹/۰۷/۳۰ دفترخانه ۵۴۲ تهران طی درخواست وارده شماره ۱۳۹۹۸۵۶۰۱۰۲۶۰۲۹۷۳۷- ۱۳۹۹/۰۹/۱۸ تقاضای صدور سند المثنی سند مالکیت را نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد.
۱- نام و نام خانوادگی مالک: آقای محمدحسین ایاز خو و خانمها مریم ایاز خو و صدیقه حاجیها (وراث مرحوم علی اکبر ایاز خو)
۲- شماره پلاک: ۲۸۵۴/۶۱۴ واقع در بخش ۱۱ تهران
۳- علت گم شدن: سهل انگاری
۴- خلاصه وضعیت مالکیت: سند مالکیت یک دانگ و نیم مشاع از شش دانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه سوم سمت جنوب به مساحت ۱۹۵/۴۳ متر مربع که مقدار ۳/۶۸ متر مربع آن بالکن است قطعه ۸ تفکیکی پلاک ۱۴ فرعی از ۳۸۵۴ اصلی مفروز از ۵۴ فرعی از اصلی مذکور به انضمام پارکینگ قطعه ۸ تفکیکی و انباری قطعه ۵ تفکیکی به چاپی ۷۵۷۴۱۱ به نام آقای علی اکبر ایاز خو ثبت و صادر شده است سپس نامبرده به موجب گواهی حصر وراثت ۹۵۰۰۰۹۲۶۵۰۰۹۹۷۰۹۹۰-۱۳۹۹/۰۲/۲۰ شعبه ۱۰۶ مجتمع شماره ۳ شورای حل اختلاف تهران فوت نموده وراث وی عبارت از آقای محمدحسین ایاز خو و خانم مریم ایاز خو (فرزندان) و صدیقه حاجیها (همسر) می باشند. 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 ذکرنشده 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 واگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۶۷۳۹ م الف — رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک قلهک تهران

شناسه آگهی ۱۰۷۹۳۳۲

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای کورش طهماسبی و خانم اعظم طهماسبی با ارائه دو برگ استشهادیه گواهی شده به شماره ۲۰۱۵ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۷ دفتر ۱۵۹۷ تهران مدعی است که سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۲۷۶/۴۵ متر مربع به شماره ۵۲۵ فرعی از ۴۵۲۸ اصلی واقع در بخش هفت تهران که بنام آقای کورش طهماسبی و خانم اعظم طهماسبی بالسویه ثبت و صادر و تسلیم به علت «سهل انگاری» مفقود گردیده و درخواست صدور المثنی سند مالکیت نموده است لذا مراتب باستناد تبصره یک اصلاحی مورخه ۷۲/۹/۲ 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 می 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 والا پس از انقضای مهلت مزبور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور المثنی سند مالکیت طبق مقررات اقدام خواهد شد.

۱۶۷۴۶ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک پیروزی – علیزاده

شناسه آگهی ۱۰۷۹۳۶۱

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه منصور ملکی وکیل مالک حسن ملکی برابر وکالتنامه شماره ۲۷۳۲۷- ۹۹/۱۰/۸ دفتر ۹۰۷ تهران نسبت به المثنی ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۳/۱۰ متر مربع قطعه ۴۴۳ تفکیکی از پلاک ۲۲۶۷۵ فرعی از ۱۳۸ مفروز و مجزی ۳۱۳ فرعی از اصلی مذکور واقع بخش ۱۲ تهران که سند مالکیت آن ذیل ثبت ۱۷۱۵۶۸ صفحه ۱۳۳ دفتر ۷۱۴ به شماره چاپی ۱۸۵۱۷۳ بنام محمود قدس ثبت صادر و تسلیم شده است سپس برابر سند شماره ۳۶۸۸۴- ۵۱/۴/۶ دفتر ۹۰ به حسن ملکی منتقل که وکیل نامبرده با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۲۹۰۲۰- ۹۹/۷/۲۹ توسط دفترخانه ۷۸۳ تهران گواهی امضاء گردید مدعی است که اصل سند مالکیت به علت جابجایی در سنوات گذشته مفقود شده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک فوق را نموده لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نموده است.

۱۶۷۴۸ م الف — رئیس ثبت اسناد و املاک خاوران تهران – غضنفری

شناسه آگهی ۱۰۷۹۳۶۳

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم الهه مبکی بوکالت از طرف رضا مبکی طبق وکالتنامه شماره ۲۰۱۴۰ مورخ ۹۹/۰۸/۱۷ دفتر ۱۹۱ کرج طی وارده شماره ۳۰۱۷۹ مورخ۹۹/۰۸/۲۶ با تسلیم استشهادیه گواهی امضا به شماره ۲۹۰۸۳ مورخ ۹۹/۰۸/۲۶دفترخانه ۷۸۳ تهران تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده و مدعی است سند مالکیت ششدانگ یکدستگاه آپارتمان واقع در سمت شرقی طبقه دوم به مساحت ۷۲. ۹۲ متر مربع قطعه ۴ تفکیکی پلاک ۴۳۳۹۸ فرعی از ۲- اصلی و مفروز و مجزا شده از ۴۰۷۱۵ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ده تهران بانضمام پارکینگ قطعه ۴ تفکیکی به مساحت ۱۱ متر مربع واقع در سمت شرقی طبقه همکف و شش دانگ انباری قطعه ۶ تفکیکی به مساحت ۲.۵۲ متر مربع واقع در سمت مرکزی طبقه همکف ذیل ثبت ۵۸۳۳۱۷ صفحه ۲۲۸ دفتر ۳۱۳۲ به شماره چاپی ۱۲۱۶۲۶ به نام آقای رضا مبکی ثبت و صادر شده و به علت نامعلوم مفقود گردیده لذا مراتب در اجرای تبصره یک ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به آن و یا وجود سند مالکیت مذبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است چنانچه در مهلت مقرر اعتراضی واصل نگردد المثنی سند مالکیت مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم می شود ضمنا پلاک مزبور بموجب نامه شماره ۹۳۰۳۰۱۲۱۰۵۶۰۰۰۳۲ مورخ ۹۳/۱۲/۰۵ بازپرسی شعبه دوم دادسرای عمومی و انقلاب تهران بازداشت است که شعبه مزبور طی شماره ۱۳۹۹۱۶۸۰۱۳۵۶۰۷۶۵ مورخ ۹۹/۰۹/۰۴ موافقت خود را با صدور المثنی اعلام نموده است.

۱۶۷۵۶ م الف — رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک رودکی تهران

شناسه آگهی ۱۰۷۹۳۷۸

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه منصور ملکی وکیل مالک حسن ملکی برابر وکالتنامه شماره ۲۷۳۲۷- ۹۹/۱۰/۸ دفتر ۹۰۷ تهران نسبت به المثنی ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۹/۶۰ متر مربع قطعه ۴۴۵ تفکیکی از پلاک ۲۲۶۷۷ فرعی از ۱۳۸ مفروز و مجزی شده ۳۱۳ فرعی از اصلی مذکور واقع بخش ۱۲ تهران که سند مالکیت آن ذیل ثبت ۱۷۱۵۷۲ صفحه ۱۳۷ دفتر ۷۱۴ به شماره چاپی ۱۸۵۱۷۱۲ بنام محمود قدس ثبت صادر و تسلیم شده است سپس برابر سند شماره ۳۶۸۸۴ – ۵۱/۴/۶ دفتر ۹۰ به حسن ملکی منتقل که وکیل نامبرده با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۲۹۰۲۲- ۹۹/۷/۲۹ توسط دفترخانه ۷۸۳ تهران گواهی امضاء گردید مدعی است که اصل سند مالکیت به علت جابجایی در سنوات گذاشته مفقود شده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک فوق را نموده لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نموده است.

۱۶۷۴۹ م الف — رئیس ثبت اسناد و املاک خاوران تهران – غضنفری

شناسه آگهی ۱۰۷۹۳۶۷

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 ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۰۰۱۰۰۲۳۸۲ مورخه ۱۳۹۹/۰۹/۳۰ 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 هوشنگ حاجی پور چافوچانی به شناسنامه شماره ۳ کد ملی ۲۵۹۴۸۳۷۰۷۵ صادره از آستانه اشرفیه فرزند محمد جواد در ششدانگ یک باب خانه و محوطه مشتمل بر اعیان به مساحت ۲۴۶۹/۳۸ متر مربع به شماره پلاک فرعی ۱۱ از پلاک شماره ۱ فرعی از اصلی ۲۵ واقع در بخش ۱۱ گیلان حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت به نام مالک رسمی اولیه محمد جواد حاجی پور، 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 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.
م الف ۲۸۳۵
تاریخ انتشار نوبت اول ۱۳۹۹/۱۰/۱۶
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۳۹۹/۱۱/۰۱
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک رشت – سید محمد فرزانه شال

آگهی وقت رسیدگی

کلاسه پرونده۹۹-۷۲۷ شعبه دوم شورای حل اختلاف شهرستان قروه
خواهان: سعید علیخانی فرزند فضل اله – قروه خوانده: ۱- روشن صحرائی فرزند محمد علی شغل آزاد ۲- جبار زندیان فرزند عبداله شغل آزاد نظر به اینکه خواهان دادخواستی مبنی برالزام به انتقال سند رسمی به این شورا ارائه و به کلاسه ۹۹-۷۲۷ ثبت و به تاریخ ۹۹/۱۲/۹ روز شنبه ساعت ۹ صبح وقت رسیدگی تعیین گردیده است . لذا نظر به مجهول المکان بودن آدرس خوانده در اجرای ماده ۱۱۵ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی تا خوانده با استحضار از وقت مزبور ظرف ده روز قبل از وقت رسیدگی جهت دریافت نسخه ثانی دادخواست و ضمائم و یا ارائه برگ دفاعیه در این شورا حاضر شوید در غیر اینصورت آگهی مزبور به عنوان ابلاغ محسوب می شود و شورا تصمیم مقتضی اتخاذ خواهد کرد.
دفتر شورای حل اختلاف شعبه دوم شهرستان قروه

آگهی نوبتی سه ماهه چهارم سال ۱۳۹۹

برابر ماده ۱۲و۲۵ قانون ثبت ومواد ۵۴و۵۹ آئین نامه مذکور اینک املاکی که جزء حوزه ثبتی قزوین مجهول المالک بوده و در سه ماهه سوم سال ۹۶ اظهارنامه آنها برگشته و یااملاکی که آگهی نوبتی آنها اشتباه بوده و یا طبق رای هیات نظارت و یا طبق اختیارات تفویضی دستور اصلاح آنها صادرشده با ذکر شماره ملک و نام و نام خانوادگی مالک و محل وقوع ملک جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:
بخش ۴ شمال شرق قزوین
۲۵۶۲ فرعی از ۲۱۵۵ اصلی – شهرداری قزوین نسبت به ششدانگ یک قطعه نهر متروکه لذا برابر ماده ۱۶ قانون ثبت و تبصره ۲ ماده واحده هرکسی نسبت به آگهی فوق اعتراض دارد می تواند از تاریخ انتشارنوبت اول به مدت ۹۰ روز و نسبت به آگهی اصلاحی به مدت یک ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و رسید عرض حال اعتراض را دریافت نماید.ضمنا اعتراض به تقاضای ثبت موضوع ماده ۱۶و۲۰قانون ثبت می باید توسط معترض ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مراجع ثبتی با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح قضایی صورت پذیرد.
تاریخ انتشارنوبت اول:۱۳۹۹/۱۱/۱
تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۹/۱۲/۲
شعبان عسگری – مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه ۱ قزوین- ۱۵۹۷م الف

برگ اجرائیه

مشخصات محکوم له :زهرا مناقی با وکالت علی میرشکار نشانی:شهرقدس انتهای بلوار نسترن ک لاله ۲ پ۶۳ مشخصات محکوم علیه :حسین قهرمانی ساری اخلاقی مجهول المکان محکوم به :بموجب دادنامه شماره ۱۹۲ مورخ ۹۹/۳/۱ شورای حل اختلاف قدس حوزه ۳ قطعیت حاصل کرده است حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ جمعا ۵/۱۱۰/۰۰۰ تومان بابت نفقه ایام زوجیت از تاریخ ۹۸/۵/۲۵ لغایت ۹۹/۳/۱ و پرداخت مبلغ ۴۲۰/۰۰۰ تومان بابت نفقه مستمر از تاریخ ۹۹/۳/۲ تا زمان استحقاق و پرداخت مبلغ ۱۵۰/۰۰۰ تومان بابت هزینه کارشناسی و نیز پرداخت مبلغ ۵۸۰/۰۰۰ ریال به عنوان خسارت دادرسی در حق خواهان پرداخت نیم عشر دولتی در حق صندوق دادگستری.
حوزه ۳ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۱۹۶

آگهی نوبتی سه ماهه سوم سال ۱۳۹۹ ثبت اسناد الموت شرقی

برابر ماده ۱۲ قانون ثبت اسناد و املاک کشور و رعایت ماده ۵۹ آئین نامه ثبت املاکی که در حوزه ثبت اسناد و املاک الموت قبلا مجهول المالک ودر سه ماهه سوم سال ۱۳۹۹ اظهارنامه قسمتی از آنها برگشته و باذکرنام و نام خانوادگی و شماره پلاک ملکی متقاضیان جهت اطلاع عموم به شرح ذیل چاپ و منتشر می گردد:
املاک واقع در دهستان رودبار بخش ۱۸ قزوین
قریه گرمارود سینا پلاک ۲۱ اصلی
آقای عبدالرضا قورچی بیگی فرزند اله قلی نسبت به دو سهم و خانم زهرا قورچی بیگی فرزند اله قلی مقدار یک سهم (مجتمعا۳ سهم) از ۵ سهم ۱۶سهم از ۴۸۰۰ سهم ششدانگ قریه گرمارود پلاک ۲۱ اصلی باستثناء پنج هشتم و بانضمام سه هشتم تمتیه عرصه واعیان ۱۶ سهم باحقابه از رودخانه وچشمه سارها طبق قانون ملی شدن آبها را تقاضای ثبت نموده اند لذا برابر ماده ۱۶ قانون ثبت هرکسی نسبت به املاک فوق اعتراض دارد می تواند از تاریخ انتشار اولین آگهی ظرف مدت نود روز عرض حال اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و رسید دریافت دارندو یا چنانچه قبل از انتشار آگهی بین اشخاص دعوایی در دادگاه مطرح و در جریان رسیدگی باشد از تاریخ اولین آگهی به مدت نود روز گواهی دادگاه دایر بر جریان دعوی را به این اداره تسلیم در غیر این صورت اداره ثبت برابر مقررات اقدام خواهد نمود.
تاریخ انتشارنوبت اول:۱۳۹۹/۱۱/۱ تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۹/۱۲/۲
عباس مومنی – سرپرست حوزه ثبت ملک الموت شرقی (معلم کلایه) قزوین- ۱۶۰۹م الف

آگهی حصر وراثت

آقای علی اکبر رجبی محمد آباد بشماره شناسنامه ۹۵۳۷۸ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۹۹۰۰۸۲۲/۶/۹۹ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان سکینه فرشاد بشناسنامه ۴ درتاریخ ۹۹/۸/۲۲ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱- عباسعلی رجبی محمد آباد ش ش ۱ ت ت ۱۳۲۵ سبزوار همسرمتوفی
۲- مریم رجبی محمد آبادی ش ش ۴۹۲ ت ت ۱۳۵۰ سبزوار فرزند متوفی
۳- خدیجه رجبی محمد آباد ش ش ۷۹۱ ت ت ۱۳۵۴ گرگان فرزند متوفی
۴- کبری رجبی محمد آباد ش ش ۶۱۰ ت ت ۱۳۵۷ سبزوار فرزند متوفی
۵- زهرا رجبی محمدآباد ش ش ۲۰۸۸ ت ت ۱۳۶۱ کرج فرزند متوفی
۶- علی اکبر رجبی محمدآباد ش ش ۹۵۳۷۸ ت ت ۱۳۶۶ تهران فرزند متوفی
۷- داود رجبی ش ش ۴۵ ت ت ۱۳۵۹ شهریار فرزند متوفی
و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکسی اعتراضی دارد ویاوصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.
شعبه ۴ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف۱۱۹۵

آگهی مزایده اتومبیل

به موجب پرونده اجرایی کلاسه ۹۹۰۰۴۵۵ یک دستگاه اتومبیل سواری سیستم سایپا تیپ تیبا ۲ هاچ بک مدل ۱۳۹۷ رنگ سفید روغنی بشماره انتظامی ۳۸- ۵۲۸ ی ۹۲ متعلق به آقای ابراهیم قربانی که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ ۹۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی شده از ساعت ۹ الی ۱۲ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۰ در پارکینگ ترافیک و اداره ثبت اسناد و املاک شهرقدس واقع در بلوار کلهر جنب پمپ بنزین ترانه از طریق مزایده به فروش میرسد .مزایده از مبلغ ۹۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شد و کلیه هزینه های قانونی به عهده برنده مزایده است و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول خواهد شد ضمنا چنانچه روزمزایده تعطیل رسمی اعلام گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت ومکان مقرر برگزار خواهد شد.ضمنا در اجرای بخشنامه شماره ۹۰۰۰/۲۱۳/۲۴/۶/۱۰۰ مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۶ برای شرکت در مزایده متقاضی ظرف مدت ۷۲ ساعت قبل از روز مزایده نسبت به پرداخت ده درصد مبلغ ارزیابی به صندوق ثبت واریز نمایید ضمنا متذکر می گردد مبلغ مذکور در صورت عدم برنده شدن ظرف یک ماه به شرکت کننده عودت داده می شود .
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرقدس نصراله رادپور م الف۱۱۹۷

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی به دادخواست

نظر به اینکه آقای محمد حسین زاده ساربانقلی فرزند غلامعلی دارای کارت ملی به شماره ۰۰۱۷۲۶۴۳۸۵ دادخواست خود را بطرفیت آقای قره داغی به خواسته حقوق معوقه، سایر تسلیم مدیریت تعاون کار و رفاه اجتماعی شهرستان رشت نموده است که تحت شماره ۲۶۹۹ مورخ ۹۹/۱۰/۲۴ ثبت دبیرخانه گردیده و جلسه ای به همین منظور راس ساعت ۱۳:۱۵ عصر روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۳ در شعبه ۴ هیئت تشخیص اداره فوق الاشاره برگزار میگردد لذا با توجه به مجهول المکان بودن آقای آبناء قره داغی مستند به ماده ۷۳ آئین دادرسی مدنی و ماده ۴۸ آئین دادرسی کار آگهی دعوت به جلسه فوق را یک نوبت در یکی از جرائد کثیرالانتشار درج تا خواندگان موصوف قبل از حلول جلسه رسیدگی جهت اعلام آدرس و دریافت نسخه دعوتنامه و دادخواست مربوطه به دبیرخانه مدیریت تعاون، کار و رفاه اجتماعی رشت واقع در استان گیلان رشت چهارراه گلسار پشت اداره امور شعب بانک ملی مراجعه تا در جلسه موصوف حضور بهم رساند.
۳۱۴۱ م الف
۹۹۰

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی اسامی اشخاصی که باستناد مدارک ارائه شده از طریق هیات حل اختلاف موضوع قانون مذکور مستقر در ثبت خلخال تقاضای رسیدگی و ثبت و صدور سند مالکیت نسبت به مورد خریداری خود را نموده اند و مالکیت متصرفی و مفروزی ایشان برابر آرای صادره از هیات مذکور تایید و به اداره ثبت اعلام گردیده که پس از اختصاص پلاک ثبتی مراتب بشرح ذیل در دو نوبت جهت اطلاع آگهی می شود.
(بخش ۷ هروآباد خلخال)
• ۱۳۰۰/۱۵۶ اصلی: ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقای محمدرضا نجف پور از مالکیت اولیه خانم سنبل معدی ششدانگ بمساحت ۱۱۹/۰۵ مترمربع
• ۱۴۷۱/۳ اصلی: ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقایان داریوش وعلی وبیژن و محمدقاسم کلهم نوعی و سینا و وبهرام نوعی(باستثنای بهای ثمنیه عرصه واعیان خالص روح بخش کاظمی) وخانمهامنیژه وملاحت ومليحه كلهم نوعى از مالكيت اوليه محمدتقى وناظرهر دوصحقق وورثت اسداله نوعی ششدانگ بمساحت ۴۹۶/۳۸ مترمربع
۱۴۷۱/۴ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقایان داریوش وعلی وبیژن و محمدقاسم کلهم نوعی و سینا و وبهرام نوعی(باستثنای بهای ثمنیه عرصه واعیان خالص روح بخش کاظمی) وخانمهامنیژه وملاحت ومليحه كلهم نوعى از مالكيت اوليه محمدتقى وناظرهر دوصحقق وورثت اسداله نوعی ششدانگ بمساحت ۲۴۶/۴۵ مترمربع
۱۴۷۱/۵- اصلی ، ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقایان داریوش وعلی وبیژن و محمدقاسم کلهم نوعی و سینا و وبهرام نوعی(باستثنای بهای ثمنیه عرصه واعیان خالص روح بخش کاظمی) وخانمهامنیژه وملاحت ومليحه كلهم نوعى از مالكيت اوليه محمدتقى وناظرهر دوصحقق وورثت اسداله نوعی ششدانگ بمساحت ۹۶/۰۵ مترمربع
۱۴۰۳/۲۰ اصلی: ششدانگ یکباب ساختمان و محوطه متصرفی آقایان مهدی وهادی هردو رجب پوروالمناصفه از مالکیت اولیه شعبان بسترخالی بمساحت ۱۱۷/۵۵ مترمربع
۱۶۹۷/۱۲۰ اصلی: ششدانگ یکباب انباری ومحوطه متصرفی آقای امید کاظمی از مالکیت اولیه حمید لطیفی بمساحت ۲۰۵ مترمربع
۱۷۱۱/۳۰ اصلی: ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ومحوطه متصرفی آقای رحیم علی علی زاده قرلدرق از مالکیت اولیه رضاولدرستم وقدرت اله شیخعلیزاده بمساحت ۱۹۶/۳۴ مترمربع
۱۷۱۱/۳۱ اصلی: ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ومحوطه متصرفی آقای علی رجبی از مالکیت اولیه رضا ولدرستم وقدرت اله شیخعلیزاده بمساحت ۲۴۱/۸۵ مترمربع
۱۷۸۹/۷۶ اصلی: ششدانگ یکباب ساختمان متصرفی آقای سیدهاشم انلی از مالکیت اولیه ولی اله وحسن هردوصباحی بمساحت ۴۴ مترمربع
۱۸۴۹/۶۰ اصلی: ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی متصرفی آقای ایرج عمراه زاده از مالکیت اولیه سیف اله نصیری بمساحت ۱۹۵/۶۵ مترمربع
۱۸۴۷/۲۸۰ اصلی: ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی خانم صبحه کریمی از مالکیت اولیه اسداله نوعی بمساحت ۴۶۱/۴۸ مترمربع
۱۸۴۸/۲۷ اصلی: ششدانگ یکباب ساختمان ومحوطه متصرفی خانم سکینه فرجی از مالکیت اولیه ازدشیر خاکزاد بمساحت ۱۵۰/۳۲ مترمربع
• ۱۹۶۸/۲۰ اصلی: ششدانگ یکباب خانه ومحوطه متصرفی خانم بالاتاج مرادی ازمالکیت اولیه سمیع اله خدابخشی بمساحت ۱۴۶/۴۴ مترمربع.
• ۲۱۲۲ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری ومحوطه متصرفی حوزه علمیه جعفریه خلخال ، ازمالکیت اولیه یعقوب لطیفی وکریم اله معانی وعزیزاله وذبیح اله وخانم پاکزر، کلهم مسعودی بمساحت ۹۹/۳۲ مترمربع.
(بخش ۷ خانشیل خلخال)
• ۱۹۰۹/۳۰۲۶ اصلی: ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقای مهدی عمرانی از مالکیت اولیه سید الیاس مرجانی بمساحت ۱۳۴/۵۱ مترمربع واقع در اراضی قریه اندبیل
• ۱۹۰۹/۳۰۲۷ اصلی: ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقای مهدی عمرانی از مالکیت اولیه سید الیاس مرجانی بمساحت ۱۴۶/۱۷ مترمربع واقع در اراضی قریه اندبیل
• ۱۹۰۹/۳۰۲۸ اصلی: ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی خانم ملکه پیر نمانی از مالکیت اولیه عزیزاله برقی بمساحت ۳۵۲/۴۵ مترمربع واقع در اراضی قریه اندبیل
(بخش ۱۷ خورش رستم خلخال)
• ۲۰/۲۱۶۷ اصلی: ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه متصرفی خانم سمیه ابراهیم پورهشجین از مالکیت اولیه عموآقایی بمساحت ۴۵۰/۳۳ مترمربع واقع در هشجین
• ۲۰/۲۱۶۸ اصلی: ششدانگ یکبابخانه و محوطه متصرفی خانم اخترطاهری هشجین ، از مالکیت اولیه شمس الدین ومحی الدین هردواحمدی بمساحت ۳۰۴/۵۴ مترمربع واقع در هشجین.
• ۲۰/۲۱۶۹ اصلی: ششدانگ انباری و محوطه متصرفی خانم اخترطاهری هشجین، از مالکیت اولیه شمس الدین ومحی الدین هردواحمدی بمساحت ۳۰۱/۸۸ مترمربع واقع در هشجین.
• ۲۱/۲۷۶ اصلی: ششدانگ یکبابخانه و محوطه متصرفی آقای عمران همراهی هشجین ، از مالکیت اولیه وهاب شریفی بمساحت ۴۰۰/۱۴۰ مترمربع واقع در قریه زاویه مشایخ
• آگهی اصلاحی (بخش ۷ هروآباد خلخال)
• ۲۲۴/۱۷ اصلی –ششدانگ یکباب مغازه متصرفی آقای بابا فرزین ازمالکیت مشاعی خوش بمساحت ۲۳/۴۹ مترمربع بدینوسیله اصلاح میگردد.
لذا مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شود و مهلت اعتراض بر ثبت از تاریخ اولین نوبت آگهی بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مزبور، دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضایی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را از دادگاه مزبور اخذ و به اداره ثبت تسلیم نماید در غیر این صورت اداره ثبت محل مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.
تاریخ انتشار نوبت اول: چهارشنبه ۹۹/۱۱/۱
تاریخ انتشار نوبت دوم چهارشنبه ۹۹/۱۱/۱۵

آگهی حصر وراثت

آقای میثم جعفری بشماره شناسنامه ۴۰۱۴ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۹۹۰۰۸۸۴/۶/۹۹ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان عمران جعفری آقوبرنی بشناسنامه ۲ درتاریخ ۹۹/۹/۱۲ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱- بهنام جعفری آقوبرنی ش ش ۰۳۱۰۱۸۱۶۶۶ ت ت ۱۳۶۸ کرج فرزند متوفی
۲- میثم جعفری ش ش ۴۰۱۴ ت ت ۱۳۶۶ کرج فرزند متوفی
۳- ویدا جعفری آقبیرنی ش ش ۱۴۰۳ ت ت ۱۳۶۴ تهران فرزند متوفی
۴- بهزاد جعفری ش ش ۱۳ ت ت ۱۳۶۱ میانه فرزند متوفی
۵- رضا جعفری ش ش ۷۵۸ ت ت ۱۳۵۹ میانه فرزند متوفی
۶- علیرضا جعفری آقوبرنی ش ش ۶۷۱ ت ت ۱۳۵۷ میانه فرزند متوفی
۷- عادله جعفری آقوبرنی ش ش ۶۲۲ ت ت ۱۳۵۶ میانه فرزند متوفی
۸- سکینه جعفری آقوبرنی ش ش ۵۴۴ ت ت ۱۳۵۲ میانه فرزند متوفی
۹- مهرویه تربیتی ش ش ۴۴۴ ت ت ۱۳۳۱ میانه همسر متوفی
۱۰- حسین جعفرآقوبرنی ش ش ۴۹۰۰۱۴۸۴۸۲ ت ت ۱۳۷۰ کرج فرزند متوفی
و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد
شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف۱۱۹۸

آگهی تحدید حدود اختصاصی

بموجب درخواست وارده ۹۰۵۳۰۹۷ مورخ ۱۳۹۹/۹/۲۷ آقای مجید چنگی آشتیانی وکیل آقای محمود چنگی آشتیانی مالک پلاک ثبتی ۵۴۸۶۱ فرعی مفروز از پلاک ۸۵۸ فرعی از ۱۶۲ اصلی که پلاک مذکور به موجب سند انتقال قطعی شماره ۱۰۰۵۹ مورخ ۱۳۵۰/۱۲/۲۸ دفتر ۱۹ کرج در تملک ایشان قرار گرفته نظر به اینکه تحدید حدود اعیان پلاک ۸۵۸ فرعی از ۱۶۲ اصلی بعمل نیامده است و برابر ماده ۱۵ قانون ثبت نیز نمیتوان عمل نمود لذا تحدید حدود ملک مزبور در روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۹ ساعت ۹ صبح در محل وقوع ملک شروع و بعمل خواهد آمد بدینوسیله به اطلاع کلیه مالکین و مجاورین پلاکهای فوق الذکر میرساند در روز و ساعت مقرر در محل وقوع ملک حاضر چنانچه نسبت به تحدید حدود اعتراض داشته طبق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود بمدت ۳۰ روز اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک کرج تسلیم و رسید دریافت نماید و اعتراض کننده مکلف است در اجرای ماده ۸۶ آیین نامه قانون ثبت ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض خود به اداره ثبت، دادخواست تنظیمی خود را که به مراجع قضایی تقدیم نموده گواهی و رسید دریافت نموده و به اداره ثبت تسلیم نماید بدیهی است در غیر اینصورت حق واخواهی ساقط خواهد شد.
تاریخ انتشار روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۰۱

م الف ۹۹/۷۲۵/ف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک کرج – عباسعلی شوش پاشا

۹۸۸

بررسی تاثیر تکنولوژی بر عرصه بازاریابی B۲B

بازاریابی B۲B با کمک تکنولوژی‌های جدید

به قلم: سامیت آناند کارشناس بازاریابی B۲B / ترجمه: علی آل‌علی

تکنولوژی نحوه تعامل میان برندها و مشتریان را به طور کامل تغییر داده است. امروزه دیگر بدون توجه به ترندهای عرصه تکنولوژی و دستاوردهای تازه در این حوزه امکان تعامل مناسب با مشتریان وجود ندارد. بسیاری از برندها برای جلب نظر مشتریان در عصر کنونی بر روی استفاده از تازه‌ترین تکنولوژی‌های ممکن سرمایه‌گذاری می‌کنند. حوزه بازاریابی به عنوان یکی از مهمترین بخش‌های تعامل با مخاطب هدف دارای اهمیت بسیار زیادی است. بازاریاب‌ها در طول یک دهه اخیر به منظور تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از فناوری اتوماسیون کرده‌اند. این فناوری امکان ساماندهی برخی از بخش‌های بازاریابی بدون نیاز به دخالت عامل انسانی را به همراه دارد. نتیجه این امر امکان تخصیص زمان بیشتر از سوی بازاریاب‌ها بر روی فرآیندهای نظیر ایده‌یابی خلاقانه است. عرصه بازاریابی B۲B به طور سنتی دارای چالش‌های بسیار بیشتری در مقایسه با حوزه بازاریابی B۲C است. همین امر توجه به این حوزه از نظر کاربست تکنولوژی‌های تازه برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را حساس‌تر کرده است. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان در قالب ترندهای دنیای تکنولوژی است. این امر وجهه حرفه‌ای برندها و همچنین تعامل‌شان با مشتریان را بهبود می‌بخشد.

استفاده از قالب‌های ترغیب‌کننده

کسب و کارها همیشه به دنبال تعامل بیشتر با مشتریان هستند. حتی اگر در این میان بر روی برخی از کاربران ساده سایت برند نیز سرمایه‌گذاری کنیم، امکان دریافت نتیجه بهتر فراهم خواهد بود. امروزه بازاریاب‌ها در سایت رسمی برند گزینه درج ایمیل، شماره همراه و دیگر اطلاعات دلخواه از سوی کاربران را اضافه می‌کنند. این اطلاعات کاربرد بسیار زیادی برای بازاریاب‌ها به منظور تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف دارد. شاید در ابتدا برخی از بازاریاب‌ها نسبت به این نکته روی خوش نشان ندهند، اما به لطف فناوری هوش مصنوعی و پدیده اتوماسیون بازاریابی گردآوری داده‌های موردنظر و طبقه‌بندی‌شان بدل به امری ساده و تاثیرگذار شده است. استفاده از قالب‌های ترغیب‌کننده برای تعامل بهتر با مشتریان امر ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این مسیر با مشکلات جدی مواجه می‌شوند. گاهی اوقات مفاهیم موردنظر برندها دارای وجهه بسیار حرفه‌ای است بنابراین در عمل نیاز به ساده‌سازی مفاهیم به طور قابل ملاحظه‌ای احساس می‌شود. اگر این امر مهم مدنظر برندها قرار نداشته باشد، باید به طور کامل نسبت به فعالیت برند تجدیدنظر صورت گیرد. استفاده از فرمت ویدئو یا حتی برگزاری وبینار برای توضیح برخی از مفاهیم اساسی در حوزه کسب و کار گزینه جذابی خواهد بود. همچنین امکان رونمایی از محصولات به صورت آنلاین و پاسخگویی به پرسش‌های مشتریان نیز دور از ذهن نیست. کسب و کارها برای جلب نظر مشتریان از طریق سایت‌شان باید به نکات متعددی توجه نمایند. گاهی اوقات یک برند برای تبلیغ مربوط به رویدادش اقدام به نمایش محتوای تبلیغاتی بسیار زیادی در سایت خود می‌کند. این امر بیشتر موجب دلسردی کاربران نسبت به حضور در سامانه موردنظر و حتی تعامل بیشتر با برند می‌شود بنابراین باید سادگی را در تمام بخش‌های تعامل با مخاطب هدف در ذهن داشته باشیم.

استفاده از اتوماسیون در بازاریابی ایمیلی

استفاده از ایمیل به عنوان یک ابزار بازاریابی هنوز هم طرفدارهای بسیار زیادی دارد. دلیل این امر تاثیرگذاری بالای این الگوی بازاریابی است. خوشبختانه دیگر نیازی به استفاده از شیوه‌های سنتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در قالب بازاریابی ایمیلی نیست. هوش مصنوعی و تکنولوژی اتوماسیون کمک بسیار زیادی به برندها کرده است. این امر موجب ترغیب شمار بالایی از کسب و کارها به سمت شروع دوباره فرآیند بازاریابی ایمیلی شده است. مهمترین مسئله در این میان کاهش نیاز به ارزیابی مداوم وضعیت کمپین با استفاده از سامانه‌های اتوماسیون است. نتیجه این امر صرفه‌جویی قابل ملاحظه در زمان بازاریاب‌ها خواهد بود. همچنین دیگر نیازی به حضور مداوم بازاریاب‌ها و نظارت‌شان بر وضعیت کمپین نیست.

تولید محتوا براساس سلیقه مشتریان

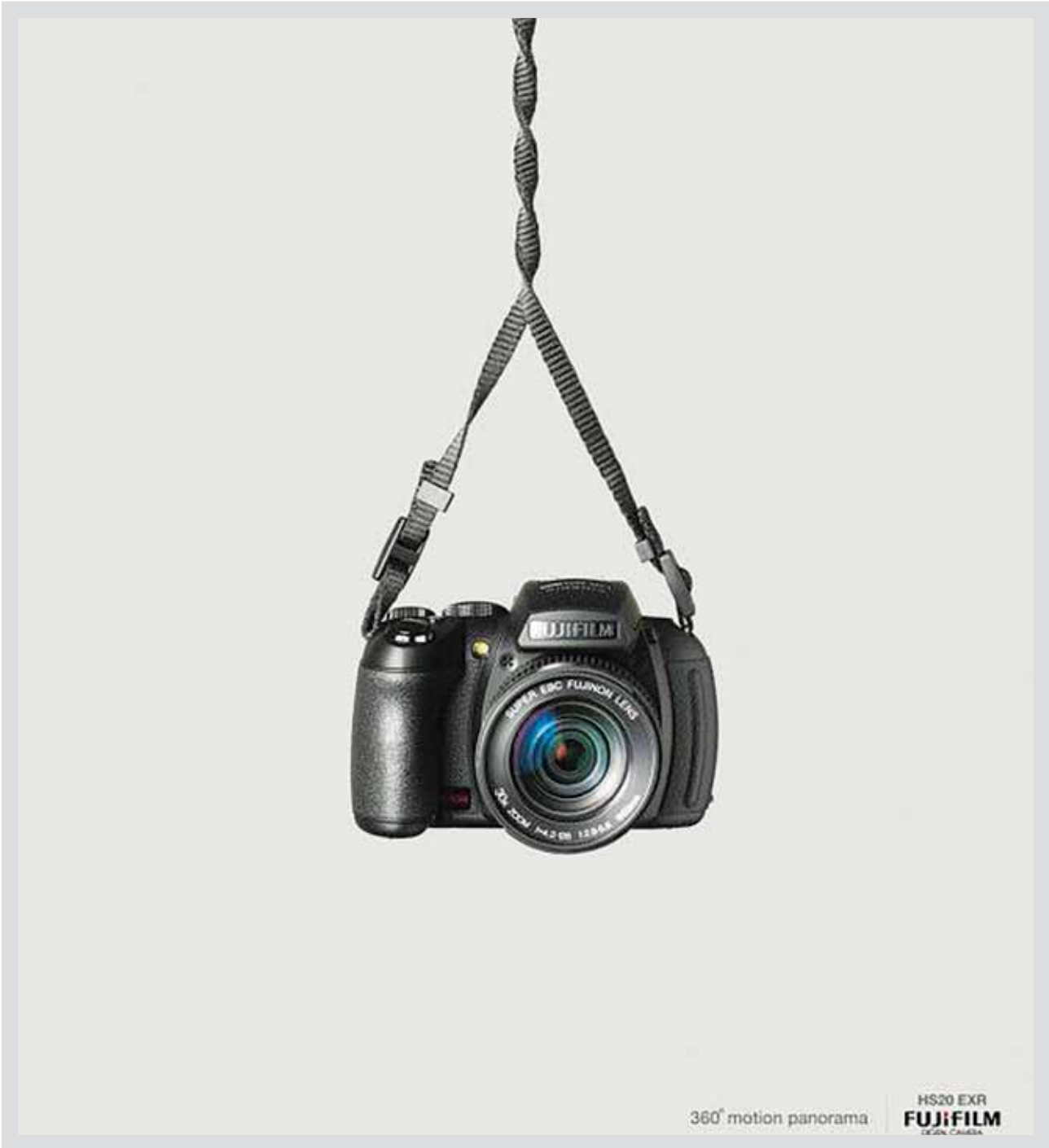
مشتریان در بازارهای مختلف دارای سلیقه‌های متفاوتی هستند. یکی از اشتباهات اساسی در زمینه بازاریابی B۲B مربوط به تلاش برای کاربست بدون تغییر الگوهای عرصه B۲C است. محتوای بازاریابی در عرصه B۲B باید به پرسش‌های تخصصی از سوی مشتریان پاسخ دهد. از آنهایی که برندها در حوزه B۲B بیشتر با شرکت‌ها و موسسه‌های تجاری به عنوان مشتری نهایی مواجه هستند، باید نسبت به ارائه پاسخ‌های دقیق و قانع‌کننده به طرف مقابل اقدام نمایند. در غیر این صورت شانسی برای فروش مناسب به مشتریان نخواهند داشت. این امر در بلندمدت تاثیر به شدت منفی بر روی وضعیت برندها بر جای می‌گذارد. استفاده از داده‌های مرتبط با سلیقه مشتریان کار سختی نیست. برندها به عنوان عنصری مهم در عرصه بازاریابی B۲B رفتاری مشابه مشتریان حقیقی دارند. این امر امکان استفاده از شیوه‌های ارزیابی رفتار برندها در زمینه خرید محصولات موردنیازشان را فراهم می‌سازد. دنیای تکنولوژی در این زمینه نیز به کمک بازاریاب‌ها آمده است. امروزه پلتفرم‌های بسیار زیادی نظیر گوگل اطلاعات مهمی در اختیار برندها برای بازاریابی در قالب B۲B و B۲C قرار می‌دهند بنابراین نیازی به نگرانی در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود. استفاده از داده‌های تاثیرگذار برای بهبود وضعیت بازاریابی امری ضروری در تمام حوزه‌هاست بنابراین باید پیش از نمایش عمومی محتوای بازاریابی دست‌کم دو بار آن را مورد ارزیابی دوباره قرار داد. در غیر این صورت امکان بروز هر خطا و شکستی وجود دارد. بسیاری از برندها به دلیل عدم رعایت این نکته به ظاهر ساده با مشکلات زیادی در زمینه پاسخگویی به مشتریان مواجه می‌شوند.

استفاده درست از لینکدین

بازاریابی B۲B دارای وجهه بسیار رسمی‌تری در مقایسه با دیگر الگوهاست. برندها باید برای تعامل با دیگر کسب و کارها در این عرصه وجهه رسمی و حرفه‌ای از خودشان نشان دهند. یکی از بهترین پلتفرم‌ها برای بازاریابی B۲B لینکدین است. دلیل این انتخاب ماهیت کسب و کارمحور لینکدین است. بازاریابی در این پلتفرم امکان یافتن مخاطب هدف به سادگی هرچه تمام‌تر را در پی دارد. اگر برندها در شبکه‌های اجتماعی رایج مانند اینستاگرام در تلاش برای بازاریابی B۲B باشند، نتیجه دلخواه‌شان بسیار سخت و دیر به دست می‌آید. درست به همین خاطر بسیاری از کسب و کارهای فعال در عرصه B۲B هرگز به فکر بازاریابی آنلاین نمی‌افتند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. امروزه دنیای بازاریابی دستخوش تغییرات بسیار زیادی شده است. برخی از برندها در این میان توانایی انطباق‌پذیری بهتری با تغییرات پیش روی دارند. عرصه B۲B به دلیل دشواری‌های سنتی که در مقایسه با دیگر حوزه‌های بازاریابی دارد، به طور معمول کمتر مورد توجه کارشناس‌ها قرار می‌گیرد. اگر به نکات ذیل در زمینه بازاریابی توجه ویژه‌ای نماییم، امکان بهبود وضعیت بازاریابی برند در بلندمدت فراهم خواهد شد. امروزه گریزی از کاربست تکنولوژی‌های نوین در عرصه بازاریابی و به طور کلی کسب و کار نیست بنابراین باید نسبت به استفاده از ترندها و دستاوردهای تازه اقدام نماییم.

منبع: clickz.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
چهارشنبه | ۱ بهمن ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۱۰ | 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



۸ راهکار برای پشت سر گذاشتن شرایط سخت زندگی

زندگی همیشه آنطور که دل‌مان می‌خواهد پیش نمی‌رود. گاهی ممکن است درحالی‌که احساس خوشبختی زیادی دارید، زندگی روی دیگری نشان‌تان دهد و تمام رویاهای‌تان به باد برود.

فرض کنید در شرکتی مشغول کار هستید که رئیس آن در حال بازنشستگی است و ظاهرا تنها گزینه موجود برای جایگزینی رئیس، شمایید. بعد از کنار رفتن رئیس، ناگهان متوجه می‌شوید فرد دیگری از بیرون شرکت و با پارتی‌بازی و بدون اینکه شایستگی لازم را داشته باشد، رئیس می‌شود و تمام امید و آرزوهای شما را بر باد می‌دهد.

بدشانسی و ناامیدی می‌تواند در زندگی مشترک هم دیده شود. فرض کنید در کنار همسرتان احساس خوشبختی می‌کنید. ناگهان علائم بارداری به سراغ‌تان می‌آید و سریعا آزمایش می‌دهید. جواب آزمایش بارداری مثبت است و تصمیم می‌گیرید این خبر خوش را به همسرتان بدهید اما در همین زمان متوجه می‌شوید او به شما خیانت کرده و پای زن دیگری در زندگی‌تان است.

در این مواقع معمولا احساسی که به سراغ‌تان می‌آید، احساس شکست و افسردگی است. وقتی زندگی ساز مخالف می‌زند و شما را در بدترین شرایط ممکن قرار می‌دهد، مهمترین مسئله‌ای که وجود دارد این است که «چگونه باید به سلامت از این شرایط سخت گذر کنید؟»

در ادامه مقاله، چند راهکار برای عبور از شرایط سخت زندگی ارائه می‌دهیم:

۱. خیلی مسئله را بزرگ نکنید

اینکه شما رئیس نشده‌اید یا همسرتان به شما خیانت کرده است، مسئله بزرگی است، اما نباید خیلی هم این مشکل را بزرگ جلوه دهید. زندگی در جریان است و مشکلات این‌چنینی به معنای پایان زندگی نیستند. نباید انتظار داشته باشید به تمام چیزهایی که می‌خواهید برسید و تمام لحظات زندگی آنطوری که دوست دارید سپری شوند. شما برای مواجهه با این مشکلات راه‌های زیادی پیش رو دارید. مثلا می‌توانید به سراغ داروهای ضدافسردگی بروید و دست از کار و زندگی بردارید یا در مقابل، می‌توانید آرامش خود را حفظ کرده و برای رسیدن به خوشبختی دوباره تلاش کنید.

در هر صورت، مهم این است که خودتان را نبازید و در میدان نبرد باقی بمانید. کنار کشیدن از زندگی و پیش گرفتن ناامیدی و افسردگی تنها به ضررتان است و کسی جز خود شما متضرر نخواهد شد.

۲. به خود بگویید این بدترین اتفاقی نیست که می‌توانست بیفتد

همیشه وقتی اتفاق بدی در زندگی‌تان می‌افتد، سعی کنید آن را از بیرون و از منظر دیگران نگاه کنید. پس از چشمان دیگران به زندگی خود و شرایطی که در آن قرار دارید نگاه کنید. مطمئن باشید در اغلب موارد این بدترین اتفاقی نیست که ممکن بود در زندگی شما بیفتد.

شاید داستان کشاورز و اسب گمشده را شنیده باشید:

کشاورزی اسب خود را گم کرد. تمام همسایه‌ها به او گفتند که عجب اتفاق بدی رخ داده.

کشاورز گفت: بله می‌تواند بد باشد و هم خوب باشد. نمی‌دانم.

بعد از چند روز اسب او پیدا شد. همسایه‌ها گفتند: عجب اتفاق خوبی.

کشاورز گفت: می‌تواند خوب باشد و یا بد باشد. هنوز نمی‌دانم.

پسر کشاورز سوار اسب شد و افتاد و پایش شکست. همه همسایگان باز گفتند عجب اتفاق بدی.

کشاورز دوباره همان جواب را داد.

بعد از چند روز جنگ شد و پسر کشاورز را به خاطر اینکه پایش شکسته بود به جنگ نبردند. باز همسایه‌ها همان حرف را زدند و کشاورز هم همان جواب همیشگی را داد.

کشاورز فرد سخت‌گیری بود و به سوالات پاسخ درست و حسابی نمی‌داد، اما در اغلب مواقع تمام اتفاقاتی که برای ما می‌افتد همینطور است و ممکن است بیشتر از آنچه فکر کنیم برای‌مان ضرر دارد، سودمند باشد.

۳. برای مقابله با مشکلات خیلی تلاش نکنید

در اغلب اوقات وقتی مشکلی برای‌مان پیش می‌آید و سعی می‌کنیم این اتفاق نیفتد، شکست می‌خوریم و بیشتر ناراحت و غصه‌دار می‌شویم، اما در بیشتر مواقع کائنات قوی‌تر از ماست و مقابله کردن با آن تنها به ضرر خودمان است. در این شرایط بهتر است از مبارزه بی‌مورد خودداری کرده و حقیقت را بپذیریم و به زندگی‌مان ادامه دهیم.

۴. فکرهای منفی و بی‌حاصل را رها کنید

وقتی ظلم یا خیانتی به ما می‌شود معمولا این سوالات در ذهن‌مان شکل می‌گیرد:

- چطور تونست چنین ظلمی در حق من کند؟
- آنها مرا چه فرض کرده‌اند؟
- با این کار در حق من نامردی کرد.

و سوالات این‌چنینی.

این سوالات معمولا هیچ جوابی ندارند و تنها باعث هدررفتن وقت و انرژی و روحیه‌تان می‌شود. انرژی خود را صرف پاسخ دادن به این سوالات نکنید و آن را برای پیمودن راه موفقیت و ادامه مسیر خرج کنید. حتی اگر پاسخی به این سوالات بدهید، باز هم سودی نصیب‌تان نخواهد شد.

۵. سوالات مناسبی از خود بپرسید

به جای این سوالات بی‌معنا که حتی پاسخ دادن به آنها هم فایده‌ای ندارد می‌توانید سوالات بهتری از خود بپرسید:

به جای اینکه بگویید: چرا این اتفاق برای من افتاد؟

بهتر است بگویید: چه کار کنم این اتفاق دوباره برایم نیفتد؟

به جای اینکه بگویید: چطور تونست چنین کاری در حق من بکند؟

بهتر است بگویید: چه کار کنم فرد دیگری جرأت نکند در آینده این کار را با من بکند؟

و...

۶. مثبت‌اندیش باشید

اخیرا کار خود را از دست داده‌اید؟ اتفاق تلخی است اما ممکن است باعث شود به کار دیگری مشغول شده و آینده بهتری را برای خود رقم بزنید. آیا مطمئن هستید اگر در کار قبلی باقی می‌ماندید همین آینده در انتظارتان بود؟

همسرتان به شما خیانت کرده است؟ واقعا سخت است، اما شاید از او جدا شده و با فرد بهتری آشنا شوید و زندگی شیرین‌تری داشته باشید.

۷. به اندازه بزرگی شکستی که خورده‌اید، غصه‌دار نشوید

کاملا طبیعی است که برای مشکلی که پیش آمده ناراحت باشید. چند روزی را به عزاداری برای این مشکل اختصاص دهید و هر طور دل‌تان می‌خواهد این چند روز را سپری کنید. می‌توانید گریه کنید، یک جا بنشینید، با کسی حرف نزنید، به مسافرت بروید، با دوستان‌تان وقت بگذرانید و ... . مهم نیست چطور با این مسئله برخورد می‌کنید. مهم این است که بعد از چند روز ناراحتی و عزاداری، به روال عادی زندگی برگردید.

۸. فکر انتقام نباشید

برای انتقام گرفتن از کسی که به شما بدی کرده، برنامه‌ریزی نکنید و وقت‌تان را صرف این کار نکنید. شاید در آینده اتفاقی بیفتد و به صورت طبیعی بتوانید انتقام این مشکل را از فرد مقابل بگیرید، اما تا وقتی چنین اتفاقی به صورت طبیعی رخ نداده است، فکر خود را مشغول برنامه‌ریزی برای انتقام نکنید. به این فکر باشید که پیشرفت و شکست نخوردن شما بهترین انتقام ممکن خواهد بود.

انتقام نگرفتن به معنای بخشیدن نیست. نبخشید و البته فراموش هم نکنید، اما هیچ وقت انرژی خود را صرف نقشه کشیدن و برنامه‌ریزی برای انتقام نکنید و به مسیرتان ادامه دهید.