

چرا عرضه ارز در نیما
قوت گرفته است؟

در یک هفته گذشته به‌طور متوسط در روز بیش از ۱۵۰ میلیون دلار ارز در سامانه نیما عرضه شده است. رئیس‌کل بانک مرکزی، عرضه این میزان ارز در سامانه نیما را به روند صادرات نفتی و غیرنفتی کشور و تقویت بازارساز نسبت داده است. اگر افزایش عرضه ارز در سامانه نیما در یک ماه ادامه پیدا کند، به رقمی معادل ۳ میلیارد دلار می‌رسد اما به نظر می‌رسد عرضه این میزان ارز در نیما بیش از هر عامل دیگری ناشی از واقعی و منطقی شدن نرخ‌هاست. در چند هفته گذشته، نرخ دلار نیمایی از نرخ آزاد هم بیشتر بود درحالی‌که پیش از این دولت تلاش می‌کرد با تعیین دستوری نرخ برای صادرکنندگان، ارز صادرات غیرنفتی را در سامانه نیما عرضه کند. در شرایطی که قیمت ارز در بازار به ۲۰ هزار تومان می‌رسید، دولت از صادرکننده می‌خواست در سامانه نیما ارز را با قیمت ۱۵ هزار تومان بفروشد. این در حالی است که اگر فاصله قیمت دلار نیما...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

رشد منفی بورس تهران در هفتمین روز بهمن ماه

معاون وزیر اقتصاد سکандار سازمان بورس شد



اقتصادهای در حال توسعه چگونه در دام در آمد متوسط گرفتار می‌شوند؟

اقتصاد ایران
در دام در آمد متوسط

فرصت امروز: همه اقتصادهای در حال توسعه، همزمان با دو هدف مهم روبه‌رو هستند؛ رفع فقر...

یارانه ثروتمندان ۲ برابر شد

بازی ناتمام یارانه

مصوبه چند برابر شدن یارانه و هیاهویی که در این رابطه در مجلس برپا شده است، ماجرای تازه‌ای نیست، اما سوال این است که چرا حرفی از اصلاح معضل یارانه‌های نقدی و غرباگر ی آن به میان نیامده است؟ مجلس با تصمیم اخیر خود رسماً یارانه افراد ثروتمند را دو برابر کرده است، آن‌هم در شرایطی که این پول از محل حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی کالاهای اساسی تأمین می‌شود که تبعات آن می‌تواند دامن اقشار متوسط و ضعیف را بگیرد.

به گزارش ایسنا، از سال ۱۳۹۷ که ارز ۴۲۰۰ تومانی به چرخه ارزی ایران وارد شد تاکنون بارها بحث حذف آن به دلیل رانت سنگین و عدم دسترسی مردم به کالای واردشده با این نرخ به قیمت مناسب مطرح بود. دولت در این فاصله تقریباً تمامی اقلام را از لیست ارز ترجیحی خارج کرد، ولی پنج قلم که عمدتاً نهاده‌های تولید هستند به همراه بخشی از دارو و تجهیزات پزشکی همچنان با نرخ ۴۲۰۰ تومانی تأمین ار می‌شود. دولت ترجیح داد خود حذف ارز ترجیحی از چند قلم باقیمانده را انجام نداده و با مشارکت مجلس انجام دهد، از این رو در یکی دو سال اخیر و البته...

اختلاف بودجه‌ای پاستور و بهارستان، اقتصاد را به کدام سو می‌برد؟

تقابل دولت و مجلس در زمین بودجه

مدیریت و کسب‌وکار

هوآوی کسب‌وکار موبایل خود
رانمی‌فروشد

- ۹ عادت قدر تمند برای غلبه بر احساس شکست در زندگی
- آیا با غذا و هنر می‌توان بهره‌وری و انگیزه را افزایش داد؟
- ماجرای جالب مروارید مراسم تحلیف
- معمای باز یابی مشتری‌ان از دست رفته
- ۱۰ فیلم الهام‌بخش برای انجام کارهای ناممکن زندگی
- بازار یابی با جلب نظر احساسات مشتریان

تجربه کرونا نشان داد که نبود آمار مستند چقدر می‌تواند خطر ناک باشد

واقعیات در مقابل احساسات

می‌دهند. آنها به‌طور تصادفی برای بازی در نقش دادستانی که باید طرف شاکلی را بگیرد انتخاب می‌شدند (کسانی که باید بحث کنند که موتورسوار مجروح باید در عوض خسارتی که دیده ۱۰۰ هزار دلار بگیرد) یا برای بازی در نقش وکیل مدافع (که باید استدلال می‌کرد این مورد تصادف باید نادیده گرفته شود یا خسارت به‌قدری کم است که باید آن را ندیده گرفت). در این آزمایش یک مشوق مالی برای استدلال کردن به‌نفع موردی که برعهده آنها گذاشته شده بود و اینکه افراد بتوانند با سوسی دیگر دعوا به مصالحه برسند داده می‌شد. به آنها همچنین مشوق مالی جداگانه‌ای داده می‌شد در صورتی که بتوانند درست حدس بزنند که میزان خسارتی که دادگاه برای تصادف تعیین کرده واقعاً چقدر بوده است. حدس شرکت کنندگان در آزمایش باید ارتباطی پیدا نمی‌کرد به نقشی که آ‌ها بازی می‌کنند، اما فضاوت‌شان به‌شدت تحت تأثیر چیزی بود که امیدوار بودند درست باشد.

روانشناسان به این پدیده «استدلال انگیزشی» (یا استدلال باانگیزه) می‌گویند. «استدلال انگیزشی» به یک موضوع با این هدف نگاه می‌کند که به یک نوع نتیجه‌گیری خاص برسد، چه خودآگاه و چه ناخودآگاه، در بازی فوتبال ما خطاهایی را که تیم مقابل مرتکب می‌شود می‌بینیم اما گناهان طرف خودمان را ندیده می‌گیریم. ما با احتمال بیشتری به آنچه می‌خواهیم توجه کنیم توجه می‌کنیم. متخصصان از این استدلال انگیزشی صون نیستند. در برخی شرایط تخصص آنها می‌تواند یک عیب و امتیاز منفی به شمار بیاید. مولیر، طنزپرداز مشهور فرانسوی زمانی نوشت: «یک احمق مطلع و دانا احمق‌تر از یک احمق نادان است.» بنجامین فرانکلین هم گفت: «خیلی رایج است که ما یک چیزی برای یک دلیل خاص معقولی درست کرده باشیم اما برای هر چیزی که فکر می‌کنیم می‌خواهیم برسیم به کار بگیریم.»

علوم اجتماعی جدید با مولیر و فرانکلین موافق است: افرادی که تخصص بیشتری دارند بهتر مجهزند به اینکه دستت به فریبکاری بزنند. اگر آنها در تله «استدلال انگیزشی» گرفتار شوند، این توانایی را دارند که استدلال‌های بیشتری بیاورند برای اینکه دیگران چیزی را باور کنند که در واقع آنها دوست دارند باور شود.

مروری که اخیراً بر شواهد مربوط به «استدلال انگیزشی» انجام شده، نشان می‌دهد که این تمایل برای ارزش‌گذاری روی شواهد و مستندات و استدلال در آمار و ارقام و آزمایش‌ها برای اینکه به یک نتیجه خاصی که مطلوب نظر افراد است برسیم، همگانی نیست بلکه فقط در میان افراد ناخیه رواج دارد. باهوش یا تحصیلکرده بودن راهی برای دفاع در برابر سوء‌گیری‌ها درست نمی‌کند. در برخی شرایط، باهوش بودن و داشتن تحمیلات حتی نقطه‌ضعف به شمار می‌رود. یکی از نمونه‌هایی که این موضوع را به تصویر می‌کشد، مطالعه‌ای است که به‌وسیله دو دانشمند علوم سیاسی، چارلز تیر و میلتون لاج انجام شد و نتایج آن در سال ۲۰۰۶ منتشر شد. آنها می‌خواستند روش استدلال آمریکایی‌ها در قبال مسائل جنجال‌برانگیز سیاسی را آزمایش کنند. دو مسئله‌ای که آنها برای این آزمایش انتخاب کردند، قانون محدودیت حمل سلاح و تبعیض مثبت به‌نفع اقلیت بود. تیر و لاج از کسانی که در این آزمایش شرکت کردند بودند خواستند که تعدادی از استدلال‌هایی که به‌نفع زاویه نگاه خودشان است بخوانند و میزان قوت و ضعف هر استدلال را مشخص کنند. شاید باید امیدوار

قرار دهد. این امر توضیح می‌دهد که چرا چیزهایی را می‌خریم که نیازی بهشان نداریم و یا در رابطه‌های احساسی اشتباهی وارد می‌شویم. به‌خصوص این امر توضیح می‌دهد که چرا ما اغلب حامی ادعاهایی بر مبنای آماری می‌شویم که یک لحظه فکر کردن هم به ما می‌گوید نمی‌توانند درست باشند. گاهی ما نیاز داریم که گول‌مان بزنند. زیوا کوندا به عنوان روانشناس در آزمایشگاه خود روی این مسئله کار کرده و به این نتیجه رسیده است که مقالات بسیاری نشان می‌دهند نوشیدن قهوه یا جای با نوشیدنی‌ای حاوی کافئین، میزان خطر ابتلا به کیست سینه را در زنان افزایش می‌دهد. شواهد دیگری هم در این باره وجود دارد که خیلی روشن همین قضیه را ثابت می‌کند، اما برای زنانی که قهوه زیاد می‌خورند این مسئله ثابت نمی‌شود. ما اغلب دنبال روش‌هایی هستیم که شواهدی را که مطلوب‌مان نیست، رد کنند. البته برعکس این قضیه هم صادق است: وقتی که شواهدی در ظاهر پیش‌فرض‌های ما را تأیید می‌کنند، احتمال کمی وجود دارد که برای رد کردن آنها خیلی روی‌شان دقیق شویم. کار راحتی نیست که وقتی اطلاعات موضوعی را که برای‌مان اهمیت دارد بررسی می‌کنیم به احساسات‌مان مهار بزنیم، دست‌کم به این علت که احساسات ما می‌توانند ما را به بیراهه بکشانند و به جهت‌های متفاوتی سوق دهند.

ما نیازی نداریم که به ماشین‌های بدون احساس پردازش اطلاعات عددی تبدیل شویم. فقط باید متوجه احساسات‌مان باشیم و وقتی که می‌خواهیم درباره یک موضوعی دستت به قضاوت بزنیم، بدانیم علاوه بر احساسات باید شواهد کافی و متقن نیز داشته باشیم. ما به جای اینکه نیاز داشته باشیم کنترلی ابرناتسانی بر احساسات خود داشته باشیم، باید صرفاً عادت‌های خوب‌مان را ارتقا بدهیم. از خودتان بپرسید: این اطلاعات چطور باعث می‌شود که احساس خاصی را پیدا کنیم؟ آیا با این اطلاعات من احساس می‌کنم حق با من است یا اینکه رضایت خاطر پیدا می‌کنم؟ حس اضطراب، عصبانیت یا نگرانی سراغ‌تان می‌آید؟ آیا من که منکر قضیه هستم دنبال دلیلی می‌گردم برای اینکه آن ادعا را رد کنم؟

در روزهای اول شیوع کرونا، اطلاعات غلط ظاهراً مفید حتی از خود ویروس هم سریع‌تر پخش می‌شد. یکی از ویدئوهایی که ویرال شد و در فیس‌بوک و گروه‌های خبری ایمیلی خرید، با قطع و یقین توضیح می‌داد که چطور باید کووید-۱۹ را از سرماخوردگی تشخیص داد و این اطمینان خاطر را به مردم می‌داد که با گرم‌شدن هوا ویروس از بین خواهد رفت. این ویدئو که گاهی منبع حرف‌هایش را «عمومی‌دستم» معرفی می‌کرد و گاهی آن را «پزشک بیمارستان استفورد» می‌نامید، ممکن بود حرف‌های درستی هم بزند، اما در کل گفته‌هایش مشکوک و گمراه‌کننده بود، اما مردم آن را بارها و بارها با یکدیگر به اشتراک گذاشتند، چرا؟ چون می‌خواهند به یکدیگر کمک کنند. آنها احساس سردرگمی می‌کنند و می‌بینند که ظاهراً این ویدئو توصیه‌های مفیدی دارد و با فرستادن آن برای دیگران احساس آرامش می‌کنند. آدمیزاد این‌طور است، گاهی از روی خبرخواهی کارهایی می‌کند اما کارش زیرکانه و مفید نیست.

در سال ۱۹۹۷، لیندا بابکات و جورج لوینستین که اقتصاددان هستند آزمایشی انجام دادند تا دریابند در دادگاه‌های مربوط به تصادفات با موتورسیکلت، حاضران در دادگاه چقدر شواهد ارائه

غیرمسئولانه عمل می‌کنند. اگرچه شکی نیست که ما نیز در تشریح مطالب طرف خودمان و خوب پرداختن به آن در رسانه‌های خبری و در بین عموم نشانیه عمل کرده‌ایم.

دانشجویان که همه معتقدان به تغییر اقلیم بودند و از سروش‌هایی که منکران فرصت‌طلب و ضدعمل بر این مسئله می‌گذاشتند عصبانی بودند، سر را به علامت تأیید متکان تکان دادند. سپس دو ممبر منبع متن را معرفی کرد. این متن ایمیلی نبود که اخیراً نوشته شده باشد. این متن تقریباً کلمه‌به‌کلمه از روی یادداشت داخلی یکی از مدیران بازاریابی صنعت سیگارسازی در سال ۱۹۶۸ برداشته شده بود. این یادداشت از «منکران تغییر اقلیم» شکایت نکرده بود بلکه از «بیروهای ضدسیگار» شاکایی بود. البته چند کلمه ناچیز هم باید در این بین تصحیح می‌شد. شما می‌توانید ادبیاتی مشابه این را برای استدلال‌های مشابه به کار ببرید و شاید حتی دیگران را در آن مسائل هم قانع کنید که حق با شماست، خواه در این باره استدلال کنید (به‌درستی) که تغییر اقلیم درست است و خواه درباره این استدلال کنید (به‌اشتباه) که سرطان با سیگار ارتباطی ندارد. واکنش احساسی ما به یک ادعای آماری با علمی مسئله‌ای فرعی نیست. احساسات ما می‌توانند عقاید ما را بیش از هر منطق دیگری شکل دهند و اغلب هم این کار را می‌کنند. این ظرفیت در ما هست که خودمان را ترغیب کنیم تا چیزهای عجیب‌وغریب را باور کنیم و به شواهد محکم شک کنیم اگر این کار در مسیر منافع سیاسی ما یا تمایل‌مان به نوشیدن قهوه باشد یا میل به مواجه‌شدن با واقعیت آزمایش ایدزمان یا هر حلی که خواهد یک محرک احساسی را فرا بخواند.

اما نباید مأیوس شوید. ما یاد می‌گیریم که احساسات خود را کنترل کنیم و این کار بخشی از فرایند بزرگ‌شدن‌مان است. اولین قدم ساده این است که متوجه احساسات‌مان باشیم. وقتی شما با یک ادعای آماری روبه‌رو می‌شوید، سه واکنش خودتان توجه کنید. اگر احساس عصبانیت، پیروزی یا انکار می‌کنید، یک لحظه صبر کنید و سپس واکنش نشان دهید. لازم نیست یک ربات بی‌احساس باشید بلکه می‌توانید و باید همان‌قدر که احساس می‌کنید فکر هم بکنید. تحقیقات زیادی نشان داده‌اند که اکثر افراد فرق بین روزنامه‌نگاری درست و مطمئن و اخبار جعلی را می‌دانند، اما وقتی که با تیت‌های نادرست در رسانه‌های اجتماعی مواجه می‌شوند، دکمه «اشتراک‌گذاری» را می‌زنند چون آن موقع فکر نمی‌کنند که آیا این خبری که می‌خواهم برای دیگران بفروسم درست است یا نه. اگر افراد عادت کنند که پیش از واکنش نشان دادن به موضوعی، کمی تأمل کنند و بعد عکس‌العمل نشان ندهند، به حقیقت نزدیک‌تر خواهند شد. اکثر ما نمی‌خواهیم عادلانه خودمان را فریب بدهیم، حتی وقتی که این کار از نظر اجتماعی برای‌مان عواقب خوبی نداشته باشد. ما انگیزه‌هایی داریم برای رسیدن به نتایجی مشخص اما واقعیت‌ها هم اهمیت دارند. بسیاری از افراد دوست دارند ستاره سینما یا میلیاردر یا روزبین نباشوند، اما افراد خیلی کمی معتقدند که واقعاً چنین هستند. فکر کردن به آنچه آرزویش را داریم محدود است. هرچه ما بتوانیم عادت کنیم که در واکنش به پدیده‌ها ابتدا تا سه شمارهیم و به واکنش‌های کور‌گونه خودمان واقف باشیم، به حقیقتی که می‌خواهیم به آن برسیم نزدیک‌تر می‌شویم (بخشی از متن کتاب «چطور دنیا را در یک عدد خلاصه کنیم»).



سرمایه انسانی از نگاه تئودور شولتز

چرا ژاپن و آلمان پیشرفت کردند؟

تئودور ویلیام شولتز، اقتصاددانی آمریکایی و رئیس دانشکده اقتصاد دانشگاه شیکاگو بود که با دریافت جایزه نوبل اقتصاد در سال ۱۹۷۹ به شهرتی جهانی دست یافت. مطالعات شولتز در حوزه اقتصاد توسعه به ویژه اقتصاد کشاورزی، دلیل اصلی دریافت نوبل اقتصاد توسط او بود. در بین نظرات شولتز، بیشترین تأثیر را نظریه سرمایه انسانی او دارد. زمانی که وی رئیس دانشکده اقتصاد شیکاگو بود، پژوهش‌هایی درباره این مسئله انجام داد که چطور آلمان و ژاپن توانستند پس از جنگ دوم جهانی با سرعتی معجزه‌وار اوضاع خود را بهبود بخشیده و از ویرانی شدید جنگ نجات پیدا کنند، در حالی که بریتانیا تا مدت‌های مدید پس از جنگ هنوز درگیر بودجه‌بندی تغذیه بود. شولتز این‌طور نتیجه گرفت که سرعت بهبود اقتصادی تا حد بسیار زیادی وابسته به مردمی سالم با تحصیلات بسیار بالا و در یک کلمه، سرمایه انسانی است.

شولتز در ۳۰ آوریل ۱۹۰۲ در شهری کوچک در داکوتای جنوبی به دنیا آمد. زمانی که در پایه هشتم تحصیل می‌کرد پدرش او را از مدرسه بیرون آورد زیرا نگران بود که اگر پسر بزرگ او تحصیلات خود را ادامه دهد، احتمال کار کردنش در مزرعه پایین می‌آید. شولتز که تحصیلات رسمی متوسطه نداشت وارد کالج کشاورزی داکوتای جنوبی شد و در نهایت به دلیل استعداد بالا توانست در رشته اقتصاد و کشاورزی در سال ۱۹۲۸ مدرک کارشناسی دریافت کند. او نهایتاً در دانشگاه مدیسون ویسکانسین دکترای اقتصاد کشاورزی گرفت. شولتز که با نظریه‌پردازی در زمینه توسعه توانست نوبل اقتصاد ۱۹۷۹ را دریافت کند، در زمستان ۱۹۹۸ در اوانستون آمریکا درگذشت.

به اعتقاد شولتز، آموزش به مولد بودن انسان‌ها کمک کرده و سلامت جسمانی خوب هم امکان این تولید را فراهم می‌کند. نظریه سرمایه انسانی که توسط شولتز، گری بکر و جیکوب مینسر صورت‌بندی شد، مهمترین بخش این دیدگاه او را تشکیل می‌داد. شولتز در کتاب «سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی» این نظریه را صورت‌بندی کرد، اما خیلی مورد استقبال دیگر اقتصاددان‌ها قرار نگرفت. به نظر او، دانش و مهارت شکلی از سرمایه هستند و سرمایه‌گذاری در این سرمایه انسانی منجر به افزایش خروجی اقتصادی و درآمد کارگران می‌شود. بسیاری از اقتصاددان‌ها این نظریه او را نپذیرفتند و در نظر گرفتن انسان‌ها به عنوان نوعی از سرمایه را شکلی از برده‌داری قلمداد کردند و این مسئله هم با توجه به جنبش حقوق مدنی بسیار قابل درک و توجه بود.

البته خود شولتز می‌گفت که نظریه او انسانیت را مردود نمی‌کند، بلکه افراد را به سرمایه‌گذاری روی خود تشویق می‌کند. شولتز مدافع این مسئله بود که انسان‌ها باید در سلامت، مهاجرت داخلی و آموزش کاری خود سرمایه‌گذاری کنند و تمرکز ویژه‌ای روی تحصیلات می‌دید زیرا از این طریق امکان بالا بردن سطح بهررویی افراد وجود داشت. به نظر او اگر انسان‌ها این کارها را انجام دهند، فرصت‌های بیشتری جهت بهبود وضعیت اقتصادی خود خواهند داشت. مسئله بعدی که نمی‌توان اهمیت آن را نادیده گرفت، بحث اقتصاد توسعه در دیدگاه شولتز است.

از سوی دیگر، در سال‌های جنگ سرد همانند حال حاضر و حتی دوره‌های پیش از آن، کشاورزی یکی از زمینه‌های رقابت اقتصادی در جهان به شمار می‌رفت. همین اهمیت موضوع باعث شد شولتز که پس زمینه‌ای از این دانش داشت و اساساً در مزرعه‌ای ۵۰۰ هکتاری به دنیا آمده بود، وارد نظریه‌پردازی‌های کلان درباره کشاورزی شود. شولتز متولد ایالت داکوتای جنوبی بود و پدرش کشاورزی بود که جلوی تحصیلات او در دوران راهنمایی را گرفت و شولتز مجبور شد بدون داشتن تحصیلات متوسطه رسمی به دانشگاه رفته و مدرک کارشناسی خود را در رشته مهندسی کشاورزی دریافت کند. شولتز با مطالعه وضعیت و عملکرد کشاورزهای کشورهای مختلف جهان مانند روسیه، شوروی و هند به این نتیجه رسید که کشاورزانی که به روش سنتی در کشورهای فقیر فعالیت می‌کنند، می‌توانند تا حدی که منابع در اختیار دارند، بازدهی را به حداکثر برسانند. پرسش اصلی که در کتاب «دگرگونی کشاورزی سنتی» مطرح شد این بود که چرا این گروه از کشاورزان تمایل ندارند روش کار خود را امروزی کرده و در کارشان نسواری به خرج دهند. پاسخ این پرسش هم از دید شولتز منطقی بود، زیرا دولت‌های این کشورها، قیمت محصولات کشاورزی را به شکلی مصنوعی و دستوری پایین نگه داشته و مالیات‌های سنگینی به آن اعمال می‌کنند و از سوی دیگر دولت چنین کشورهایی آموزش روش‌های نوین کشاورزی را وظیفه خود نمی‌داند.

از نگاه شولتز، دولت‌های کشورهای فقیر بیش از حد جانب زندگی شهری و ساکنان شهرها را گرفته‌اند و همین مسئله باعث شده کشاورزان این کشورها هر روز فقیرتر از روز گذشته شوند: «مردم فقیر در کشورهای کم‌درآمد زندانیانی هستند که اقتصاد به تنهایی قادر به آزاد کردن آنها نیست.» وضعیت کلی توسعه اقتصادی این کشورها به گونه‌ای است که نرخ بازده به حدی پایین می‌آید که کشاورز تنها برای امرار معاش خود تولید می‌کند. در این میان تأثیری که وضعیت عملکرد خود کشاورز دارد، محلی است که شولتز خود را وارد بحث می‌کند. شولتز در این زمینه می‌گوید: «کشاورزی که همچون نیاکان خود به تولید بپردازد هرچند سختکوش و پرتلاش هم باشد به زحمت می‌تواند شکم خاوانه خود را تسیر کند، ولی کشاورزی که به رموز نوین تولید آگاه باشد و در محیطی باانگیزه تلاش کند، از خاک طلا می‌سازد.» همانطور که گفته شد، «دگرگونی کشاورزی سنتی» ازجمله آثار مهم تئودور شولتز است. او در سال ۱۹۶۴ این کتاب را منتشر کرد که اثر اصلی او در زمینه بخش روستایی و کشاورزی جهان سوم است. اهدای جایزه نوبل به او هم عمدتاً به واسطه تألیف همین کتاب بود که حاصل مشاهدات و تجربیاتش در هند بود. شولتز کشاورزی را در مکان‌های مختلف دنیا بررسی کرد و گفت که کشاورزان سنتی در کشورهای فقیر بازدهی منابع در اختیارشان را حداکثر می‌کنند. او عدم تمایل آشکار آنها به نوآوری را منطقی می‌دانست چراکه معمولاً دولت‌های آن کشورها بر محصولات کشاورزی قیمت‌های مصنوعی پایین و مالیات‌های سنگین وضع می‌کنند. همچنین در این کشورها برخلاف ایالات متحد دولت‌ها کشاورزان را با روش‌های نوین کشت و زرع آشنا نکرده‌اند.

اقتصادهای در حال توسعه چگونه در دام درآمد متوسط گرفتار می‌شوند؟

اقتصاد ایران در دام درآمد متوسط



و قادر به رقابت نباشند. در نتیجه افق رشد این شرکت‌ها محدود شده و نمی‌توانند سودآوری بالایی در سطح جهانی داشته باشند.

فرار از دام درآمد متوسط چگونه ممکن می‌شود؟

همانطور که گفته شد، برای پاسخ به این سوال که چرا اقتصادهای در حال توسعه در دام درآمد متوسط گرفتار می‌شوند، باید آن را در سه سطح ملی، بخشی و شرک‌تی جست‌وجو کرد. از منظر ملی، دام درآمد متوسط به تغییر هزینه نیروی کار و کاهش مزیت تولید کالاهای کاربر در فرآیند رشد نسبت داده می‌شود. از منظر بخشی، کشورهای درآمد متوسط با مشکل اتکا به بخش‌های دارای افق رشد محدود یا مشکل «ارزش‌افزایی» روبه‌رو هستند. از منظر شرک‌تی (بنگاهی) نیز دام درآمد متوسط به مشکلات شرک‌ت‌های کشورهای درآمد متوسط در دستیابی به فناوری پیشرفته و رقابت با شرک‌ت‌های پیشرو (در سطح جهانی) نسبت داده می‌شود. از نظر محققان، رمز توسعه‌یافتگی پایدار و عبور از دام درآمد متوسط در ایجاد توانمندی‌های فناورانه و سیستم‌های نوآوری در سطح ملی، بخشی و بنگاهی (شرک‌تی) است. بدون داشتن توانمندی فناورانه قوی، صادرات و رشد اقتصادی مستمر امکان‌پذیر نیست. همچنین برای عبور از دام درآمد متوسط نیاز به تنوع‌بخشی به تولیدات وجود دارد. در سطح ملی، کشور درآمد متوسط نیازمند عبور از اتکا به تولیدات مبتنی بر مزیت منابع و نیروی کار به تولیدات مبتنی بر کارایی و فناوری است. به تعبیر دیگر، این اقتصاد به‌جای تکیه‌بر مزیت نسبی باید به مزیت رقابتی و خلق مزیت دست پیدا کند.

از منظر سیاست‌های ملی، کشورهای درآمد متوسط برای خلق مزیت نیازمند سطح بالایی از سرمایه انسانی هستند. این کشورها باید بتوانند نیروی انسانی متخصص برای دستیابی به توان ابداع و اختراع و بهبود کیفیت تولیدات پرورش دهند. این مسئله هم نیازمند کیفی شدن و مسئله محور شدن نظام آموزشی و هم نیازمند تحول در نظام اجتماعی برای دربرگرفتن ترجیحات نیروهای متخصص و انقاع آنها برای عدم مهاجرت است.

در سطح بخشی، دستیابی به توانمندی‌های فناورانه، نیازمند طی کردن مرحله تنوع‌یابی محصولات و به دست آوردن توانمندی تولید محصولات متنوع‌تر و بسط فعالیت در رشته فعالیت‌های بیشتری است. مطالعات متأخر نشان می‌دهند که دستیابی به توسعه نه صرفاً با تخصصی شدن در تولید برخی محصولات بلکه ابتدا با تنوع‌یابی و دستیابی به توان تولید محصولات بیشتر و سپس با تخصص‌یابی در تولید محصولات دارای قابلیت بیشتر برای کشور درحال توسعه در زمینه دستیابی به مرز فناوری و پیشگامی در آنها قابل تحقق است. در سطح شرک‌ت (بنگاه) نیز دستیابی به توانمندی فناورانه در فعالیت‌های تخصصی اهمیت دارد. دستیابی به توانمندی فناورانه نیازمند طی کردن فرآیند یادگیری است. با توجه به اینکه فناوری‌ها دارای چرخه عمر بوده و هر فناوری پس از مدتی منسوخ می‌شود، سه مسیر رشد نظیر مسیر تقلیدی، پرشی و ابداعی پیش روی شرک‌ت‌های کشورهای درآمد متوسط وجود دارد.

اقتصاد ایران در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم با دستیابی به درآمد متوسط، برای چند دهه است که در وضعیت درآمد متوسط گیر افتاده است. تحولات و شوک‌های خارجی نظیر جنگ و تحریم نیز در ناکامی اقتصاد ایران در دستیابی به همپایی مؤثر بوده‌اند، اما به نظر می‌رسد اقتصاد ایران در حال حاضر برای دستیابی به همپایی راه دشواری پیش‌رو دارد. اقتصاد کشورمان در حال حاضر بیش از هر چیز نیازمند عادی‌سازی روابط (خروج از شرایط تحریم) و تولید محوری (سودآوری بیشتر فعالیت‌های تولیدی در مقابل فعالیت‌های رقیب) در درجه اول است. در ادامه اقتصاد تنها در شرایطی قادر به استمراربخشی به رشد خود و دستیابی به همپایی خواهد بود که بتواند وابستگی به نفت را کاهش داده و تنوع‌بخشی به تولیدات خود و بهبود قابلیت‌های دستیابی به توانمندی فناورانه را چه در سطح ملی، چه در سطح بخشی و چه در سطح بنگاه تحقق بخشد. همچنین توجه به این نکته ضروری است که تولید محوری در سطح ملی، تنوع‌یابی در سطح بخشی و تحقق اقتصاد مقیاس و دستیابی به توانمندی رقابت‌پذیری جهانی در سطح بنگاه برای خروج از دام درآمد متوسط دارای اهمیت است.

در بسیاری از کشورها، تلاش‌های نظری و عملی بسیاری برای غلبه بر مسئله عقب‌ماندگی به دنبال داشت و در ادامه آن، استراتژی‌های توسعه‌ای متفاوتی مطرح شد. امروزه رفع عقب‌ماندگی در گروی غلبه بر دام‌ها یا دوره‌های باطل توسعه‌نیافتگی دانسته می‌شود که با توجه به مرحله توسعه کشورها، غلبه بر عقب‌ماندگی نیازمند رهایی از این دام‌ها است. می‌توان گفت که بسیاری از کشورهای در حال توسعه که زمانی شاهد رشد‌های چشمگیری نیز بوده‌اند، همچنان در این دام گرفتار هستند.

سطوح سه‌گانه گرفتاری در تله در درآمد متوسط

دلایل گیر افتادن در دام درآمد متوسط را می‌توان در سه سطح ملی، بخشی و شرک‌تی توضیح داد. این سه سطح با یکدیگر مرتبط است و هر کدام می‌تواند دیگری را تشدید کند. از منظر ملی، دام درآمد متوسط به تغییر هزینه نیروی کار و کاهش مزیت تولید کالاهای کاربر در فرآیند رشد نسبت داده می‌شود. اقتصادهای با درآمد پایین عمدتاً با فزونی نسبی کار نسبت به سرمایه و بیکاری بخشی از نیروی کار روبه‌رو هستند. این مسئله موجب می‌شود هزینه نیروی کار در این کشورها پایین‌بوده و آنها بتوانند با تکیه بر تولیدات کاربر و هزینه ارزان آن از مزیت‌های تجارت بین‌الملل استفاده کنند. در این مرحله، صنعتی شدن و رشد اولیه این کشورها عمدتاً بر مبنای تولید کالاهای با فناوری ساده و کاربر صورت می‌گیرد. کالاهایی مثل محصولات کشاورزی و صنایع تبدیلی آن یا تولیدات مصرفی بی‌دوام (پوشاک) و صنایع دستی در این مرحله به رشد این اقتصادها کمک می‌کند. حال آنکه با رشد این اقتصادها اندک اندک هزینه نیروی کار افزایش یافته و این اقتصادها دیگر نمی‌توانند با تکیه بر نیروی کار ارزان، انتظار تداوم رشد داشته باشند. این اقتصادها با رقابت کشورهای کمتر توسعه‌یافته‌ای روبه‌رو خواهند شد که هزینه نسبی نیروی کار آنها کمتر است. به طور مثال اکنون چین در حال گذار از مرحله تولید ارزان بوده و از نظر هزینه نیروی کار، کارگران ویتنامی در حال جایگزینی با کارگران چینی هستند.

از منظر تحلیل دام درآمد متوسط، در این مرحله اقتصادهای دست یافته به درآمد متوسط باید از تولید مبتنی بر هزینه ارزان به تولید مبتنی بر کیفیت عبور کنند. آنها برای تولیدات باکیفیت، نیازمند دانش و فناوری هستند و نیازمند تعمیق سطح دانش در محصولات خود هستند که عمدتاً در اختیار کشورهای پیشرفته است. آنها دربررسیدگانی هستند که باید رقابت با کشورهای پیشرفته در زمینه جذب و انتقال فناوری را برای دستیابی به همپایی و جبران عقب‌ماندگی در پیش بگیرند. در این مرحله اقتصادهای در حال توسعه به شدت به سیاست‌های صنعتی و نقش‌آفرینی دولت در جهت کمک به انتقال فناوری و دستیابی به تولیدات دانش‌نویان وابسته‌اند. در غیر این صورت آیند رشد این اقتصادها محدود خواهد بود.

از منظر بخشی، کشورهای درآمد متوسط با مشکل اتکا به بخش‌های دارای افق رشد محدود یا «مشکل ارزش‌افزایی» روبه‌رو هستند. یعنی این کشورها رشته فعالیت‌های تولیدی را بسط داده‌اند که محصولات آنها با محصولات سایر کشورهای درآمد متوسط مشابه است. در نتیجه افزایش تولید به کاهش قیمت اینگونه کالاها منجر شده و به کاهش سود منتهی می‌شود. فقط زمانی که برخی کشورهای درآمد متوسط پیشرفت کرده و به جای فعالیت در بخش‌های دارای فناوری مشابه و تولید کالاهای سطح پایین به سمت تولید کالاهای با ارزش افزوده بیشتر حرکت کنند، امکان استمرار رشد برای کشورهای در حال رسیدن به درآمد متوسط نیز فراهم می‌شود. آنها باید فعالیت در صنایع جدیدی را توسعه دهند یا آنکه در زنجیره ارزش صنایع موجود خود به قابلیت تولید بخش‌های با ارزش افزوده بیشتر دست یابند.

دست آخر از منظر شرک‌تی (بنگاهی)، دام درآمد متوسط به مشکلات شرک‌ت‌های کشورهای درآمد متوسط در دستیابی به فناوری پیشرفته و رقابت با شرک‌ت‌های پیشرو نسبت داده می‌شود. شرک‌ت‌های کشورهای درآمد متوسط در مسیر انتقال فناوری و تقلید از شرک‌ت‌های پیشرو قرار دارند. حال آنکه با دستیابی به سطحی از توانمندی سازمانی اکنون برای تداوم رشد، این شرک‌ت‌ها باید در بازارهای بین‌المللی بر سر تصاحب سهم بازار شرک‌ت‌های پیش‌تاز با آنها رقابت کنند. البته تقلید فناوری موجب می‌شود که این شرک‌ت‌ها هیچ‌گاه به بروزترین فناوری‌ها دسترسی نداشته

فرصت امروز: همه اقتصادهای در حال توسعه، همزمان با دو هدف مهم روبه‌رو هستند: رفع فقر و چیرگی بر عقب‌ماندگی. این اقتصادها در تلاش هستند تا ضمن رفع فقر، فاصله خود با اقتصادهای پیشرو را کم کرده و به همپایی با این اقتصادها دست پیدا کنند. در سه دهه اخیر چند کشور شرق آسیا توانسته‌اند به این مهم دست یابند و برخی دیگر از اقتصادهای این منطقه نظیر چین، ویتنام، مالزی و هند در حال تجربه نرخ‌های رشد بالا و کاهش فاصله با اقتصادهای پیشرفته بوده‌اند، اما علی‌رغم موفقیت این کشورها، بسیاری از اقتصادهای در حال توسعه از جمله ایران در دستیابی به همپایی ناکام بوده‌اند.

این ناکامی به گیر افتادن این اقتصادها در «دام درآمد متوسط» نسبت داده شده است. دام یا تله درآمد متوسط (Middle Income Trap) به شرایطی گفته می‌شود که یک کشور در حال توسعه علی‌رغم تجربه خروج از وضعیت فقر (کاهش شدید جمعیت زیر خط فقر) و رسیدن به درآمد سرانه بیش از ۲ هزار دلار، برای سال‌ها و شاید دهه‌ها دچار روندهای نوسانی رشد و الگوهای حرکت-توقف می‌شود، به طوری که رشد اقتصادی در برخی از سال‌ها مثبت شده، اما در ادامه دچار رکود می‌شود و از همین رو این اقتصادها در کاهش فاصله با کشورهای پیشرو و توسعه‌یافته با مشکل روبه‌رو می‌شوند.

از حرکت به سوی توسعه تا دام در درآمد متوسط

اصطلاح دام به معنای شرایطی است که در صورت گرفتاری در آن، خروج از این وضعیت به راحتی ممکن نبوده و نیازمند اتخاذ سیاست‌های هوشمندانه است. به اعتقاد بسیاری از نظریه‌پردازان، دستیابی به رشد مستمر و سریع برای کشورهای در حال توسعه تنها با غلبه بر دام‌های توسعه‌نیافتگی ممکن است. مهمترین دامی که در سال‌های آغازین توسعه از آن یاد می‌شود، دام یا تله فقر است. این دام به «دام تعادل سطح پایین» نیز مشهور است. در این چارچوب، کشورهای فقیر به دلیل فقر خود فاقد توان و اراده برای شکل‌دهی به فرآیند رشد هستند و ممکن است سال‌ها در همین وضعیت باقی بمانند.

به گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، در سال‌ها و دهه‌های اخیر، دام درآمد متوسط به مهمترین دام توسعه بدل شده است. کشورها در تلاش برای جبران عقب‌ماندگی و بهبود استانداردهای زندگی در جوامع خود، دستیابی به رشد اقتصادی سریع و مستمر را هدف می‌گیرند. با این وجود، بسیاری از کشورها علی رغم تجربه دوره‌هایی از رشد سریع اقتصادی، دچار رکود شده و رشد آنها کاهش می‌یابد و یا حتی منفی می‌شود. این مسئله موجب شده است تا بسیاری از کشورهای در حال توسعه نظیر ایران علی رغم تجربه بهبود درآمد ملی و رشد اقتصادی در دوره‌ای از حیات خود، تا تداوم رشد و دستیابی به درآمد سرانه کشورهای پیشرفته ناکام باقی بمانند.

بر پایه تجربه بسیاری از کشورهای در حال توسعه، محدوده درآمد متوسط را معمولاً بین درآمد سرانه ۲ هزار تا ۶ هزار دلار (دلار سال جاری) و یا بعضاً ۱۲ هزار دلار (به نرخ دلار ثابت سال ۲۰۱۰) دانسته‌اند. دستیابی به درآمد سرانه بیش از ۲ هزار دلار به این معناست که این کشورها توانسته‌اند فقر و محرومیت شدید را درمان کرده و بر مشکلاتی مانند گرسنگی بخشی از جمعیت فائق بیایند. با این وجود، این کشورها در زمینه رفاه و برخورداری، فاصله معناداری با کشورهای پیشرفته دارند. یعنی این کشورها علی رغم تجربه رشدهای بالا یا با کاهش نرخ رشد و یا حتی با دوره‌ای رکود و عقبگرد مواجه شده و از دستیابی سریع به درآمد سرانه بالاتر از این میزان و کاهش فاصله خود با کشورهای پیشرو ناتوان شده‌اند. آنها به نوعی در این مرحله از توسعه به دام افتاده‌اند.

در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم، وضعیت کشورهای عقب مانده نوعی پارادوکس برای نظریه‌های کلاسیک اقتصادی بود، زیرا این نظریات پیش‌بینی می‌کردند که به دلیل ظرفیت‌های بالقول نشده این اقتصادها، آنها سرعت رشد بیشتری نسبت به اقتصادهای صنعتی خواهند داشت و به مرور سطح رفاه آنها با جوامع پیشرفته یکسان می‌شود. این در حالی است که تجربه بسیاری از اقتصادهای در حال توسعه در میانه قرن بیستم و حتی امروز بیانگر شکاف عظیم میان کشورهای متقدم و متأخر در دستیابی به توسعه بوده است. در این راستا، تداوم عقب‌ماندگی



انرژی

قطعی برق هر روز جدی تر می‌شود

ماجرای مبهم خاموشی

روز گذشته بار دیگر در تهران و سایر شهرها خاموشی چند ساعته برق رخ داد. قطع گاه و بی‌گاه برق در چند هفته گذشته حاشیه‌های بسیاری داشته و حالا با انتشار فهرست رسمی توانیر و مشخص شدن ساعت‌های احتمالی قطع برق در مناطق مختلف پایتخت، موضوع وارد مرحله‌ای جدید و جدی شده است؛ اتفاقی که نشان می‌دهد کشور و به خصوص شهرهای بزرگ با مشکل جدی برای تامین انرژی رو به رو شده‌اند؛ چالشی که البته ریشه اصلی آن مشخص نیست و درباره دلایل آن ابهامات زیادی وجود دارد؛ حال سؤال اصلی مردم این است که چرا در فصل زمستان و سرد سال کشور با چالش برق مواجه شده‌اند، آن هم در وضعیتی که نسبت به فصل تابستان مصرف برق به شدت کمتر است؟

در این میان، مسئولان وزارت نیرو هنوز پاسخ دقیقی به سوال مردم نداده‌اند و درباره قطع برق شفاف‌سازی نکرده‌اند. رضا اردکانیان وزیر نیرو روز گذشته در آیین بهره‌برداری از ۲۳ پروژه صنعت آب و برق با بیان اینکه نیروگاه‌ها مشکلی برای تولید برق ندارند، گفت: نیروگاه‌های کشور در حالی که مشکلی برای تولید ندارند و ظرفیت آماده قابل ملاحظه‌ای در این بخش وجود دارد، اما به دلیل مشکلات موجود در تامین سوخت موردنیاز آنها، با کمبودهایی برای تولید برق مواجه هستیم که این مسئله باید مورد توجه قرار گیرد.

به گفته اردکانیان، موافق این نیستیم که وقتی به موضوع اصلاح مصرف اشاره می‌شود، جهت توجه ما صرفا متوجه مردم به معنای مصرف‌کننده باشد. اصلاح مصرف با عرصه تولید تفکیک‌ناپذیر است. همانگونه که برای تدوین سیاست‌های تولید ابزار قانونی داریم، در عرصه مصرف هم دست‌مان بسته نیست. ابزارهای متعددی در اختیار ما است که بتوانیم در عرصه مصرف هم ایفای نقش کنیم.

همچنین مصطفی رجبی مشه‌دی، سخنگوی صنعت برق با اشاره به خاموشی‌های روز گذشته گفت: همانطور که پیشتر اعلام شده، به دلیل محدودیت در تامین سوخت نیروگاه‌ها و افزایش مصرف گاز بخش خانگی، احتمال بروز خاموشی‌ها وجود داشت، زیرا نیروگاه‌های حرارتی کشور اغلب با گاز فعالیت می‌کنند.

این صحبت‌ها در حالی است که قطعی برق آسیب زیادی به کسب و کارها و صنایع در چند هفته گذشته وارد کرده است، چنانکه به گفته مسعود خونساری، رئیس اتاق بازرگانی تهران، «در هفته‌های گذشته ما شکایات‌های بسیاری در ارتباط با قطع برق بنگاه‌های اقتصادی و واحدهای تولیدی داشته‌ایم؛ واحدهایی که بدون اطلاع برق آنها قطع شده بود و صدماتی به تولید وارد و مشکلاتی در صنایع مختلف ایجاد شد. در این مورد هم بحث‌های مختلفی در هفته‌های گذشته مطرح شده است که علت اصلی قطع برق چیست؟ مدتی بحث این بود که گاز وجود ندارد و مازوت تولید می‌کنند، بعد این مطرح شد که مازوت آلودگی ایجاد می‌کند و مازوت را قطع کردند و باز هیچ گفت‌وگوی مشخصی بین مسئولان و مردم صورت نگرفت بالاخره مشکل قطع برق چی هست؟ کمبود گاز است؟ و در نهایت دیدیم که همه اینها مشکل را استخراج بیت کوین اعلام کردند و یک‌مرتبه اعلام شد بیت‌کوین کجا بیت کوین در حال تولید است و آنها را متوقف کنیم. حالا سؤال این است که تعداد ماینرهایی که بیت کوین تولید می‌کنند چه تعدادی هست، چقدر برق مصرف می‌کنند و آیا علت قطع برق بیت کوین هست؟ انتظار هست از مسئولان محترم که شفاف صحبت کنند؛ چرا شفاف نمی‌گویند مشکل برق چی هست و همه‌چیز را در ابهام می‌گذاریم. متأسفانه امروز تقریباً همه افراد همه خبرهای‌شان را از فضای مجازی دریافت می‌کنند تا اینکه یک مسئول مشخص بیاید و عنوان کند که چنین مشکلی وجود دارد و من فکر می‌کنم این یک ناکلامپنسانی در جامعه ایجاد می‌کند.»

اگرچه که هنوز درباره دلیل اصلی قطع برق شفاف‌سازی صورت نگرفته است ولی به اعتقاد کارشناسان علت قطعی‌های اخیر برق را باید در عوامل مختلف جست و جو کرد و این اتفاق یک علت واحد ندارد. باید یکی از عوامل اصلی مشکلات اخیر را تامین سوخت نیروگاه‌ها جست و جو کرد. با توجه به اینکه نیروگاه‌ها برای سوخت خود از گاز استفاده می‌کنند و در زمستان مصرف گاز شهری به شدت افزایش پیدا می‌کند، تامین سوخت موردنیاز نیروگاه‌ها با مشکل و محدودیت مواجه شده است. در این مسیر، به نظر می‌رسد برای چند روز موضوع جایگزین کردن گاز با دیگر سوخت‌ها مانند مازوت نیز مطرح شد که با توجه به آلایندگی بالای آن به کنار رفت و در فصل سرما با توجه به اولویت داشتن تامین گاز خانه‌ها نسبت به برق، به نظر دولت حکم به خاموشی داده است. در کنار این موضوع عامل دومی که در به وجود آمدن این شرایط تاثیر داشته بحث جاماندن از نوسازی و اورهال نیروگاه‌هاست. در برجام بنا بود چند نیروگاه ایران نوسازی و مدرن‌سازی شوند، اما در عمل، تنها یکی از آنها نوسازی شد و از این رو نیروگاه‌های فعلی چه از نظر عملکرد و چه از نظر ظرفیت و چه از نظر تولید مازوت شرایط مطلوبی ندارند.

محمدحسن متولی‌زاده، مدیرعامل توانیر در این باره گفت: «به طور کلی ۵۰درصد برق از نیروگاه‌های حرارتی از طریق مصرف گاز، ۱۴درصد گازوئیل و تنها ۶درصد از طریق مازوت تولید می‌شود، با این حال در دی‌ماه جاری به‌دلیل افزایش مصرف یکباره گاز در بخش‌های خانگی و تجاری، این روند تغییر کرده؛ ۴۳درصد گاز، ۴۱درصد گازوئیل و ۱۶درصد مازوت تغییر پیدا کرده است. مجموع گاز مصرفی روزانه بخش خانگی و تجاری کشور ۲۰میلیون مترمکعب است. برای تامین نیاز برقی کشور در نیروگاه‌های حرارتی روزانه به ۴۵میلیون مترمکعب گاز نیاز داریم، این درحالی است که به منظور تامین گاز مصرفی بخش خانگی و تجاری، در دی ماه روزانه ۸۳ میلیون مترمکعب گاز به نیروگاه‌ها تحویل شده و باقی نیاز سوخت موردنیاز از طریق گازوئیل و مازوت تامین شده است.»

اختلاف بودجه‌ای پاستور و بهارستان، اقتصاد را به کدام سو می‌برد؟

تقابل دولت و مجلس در زمین بودجه



خود را برای تعامل و همکاری با مجلس اعلام کرده است، وظیفه خود می‌داند براساس شناخت عملیاتی و عینی از نیازها و اقتضائات اقتصاد جامعه و همچنین الزامات معیشتی و توسعه‌ای کشور، تغییر شاکله بودجه را نپذیرد.»

اختلاف بودجه‌ای دولت و مجلس بر سر چیست؟

از روزی که لایحه بودجه سال آینده به مجلس ارائه شد، بحث بر سر تداوم ارز دولتی به یکی از مهمترین محورهای اختلاف دولت و مجلس بدل شد. از یک سو، رئیس دولت می‌گوید که تغییرات ارزی صورت گرفته توسط مجلس تنها یک ضرب و تقسیم عددی بوده که در نهایت منجر به افزایش سهم نفت و رشد نرخ دلار در بودجه ۱۴۰۰ شده است. در سوی دیگر، رئیس مجلس می‌گوید که تهمت نزنید، مجلس نه قیمت ارز را تعیین کرده و نه سقف فروش نفت را. هر چه هست، این سخنان از یک عدم مفاهمه جدی ناشی شده است.

اگرچه انتقاد مجلس نسبت به تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی در بودجه سال آینده وارد است و در چند سال گذشته نیز اغلب اقتصاددانان نسبت به تبعات مخرب و فسادانگیز این سیاست اقتصادی هشدار دادند، اما لزوم جایگزینی یک بسته سیاستی شفاف و قابل قبول به جای ارز دولتی هم مطرح است، چراکه با حذف دلار ۴۲۰۰ تومانی، نرخ ارز بودجه تغییر خواهد کرد و بنابراین بایستی یک نرخ معیار برای تسعیر ارز در بودجه سال آینده تعیین شود. به اعتقاد کارشناسان، توزیع دلار ۴۲۰۰ تومانی از همان ابتدا اشتباه بود و هرچند هیچ شکی در اصلاح این سیاست وجود ندارد، اما نکته اینجاست که حذف دلار ۴۲۰۰ طبعاً باعث افزایش نرخ بودجه خواهد شد و این موضوع قابل انکار نیست، بنابراین نمی‌توان از یک سو داعیه حذف دلار رانتی داشت و از سوی دیگر، این افزایش نرخ ارز بودجه را قبول نداشت. از سوی دیگر، اگرچه قیمت دلار در بازار توسط عرضه و تقاضا تعیین می‌شود، اما به هر حال یک نرخ تسعیر ارزی در بودجه باید به عنوان معیار در نظر گرفته شود و نباید این دو را یکسان در نظر گرفت، با اینکه دیدگاه انتقادی مجلس نسبت به تخصیص ارز دولتی، صحیح و درست است، اما انتقاد صرف و بدون راهکار منتهی به نتیجه مطلوب نخواهد شد بنابراین نمایندگان مجلس باید به‌طور شفاف اعلام کنند که سیاست جایگزین دلار ۴۲۰۰ تومانی در بودجه ۱۴۰۰ چیست، پرداخت‌ها چگونه صورت می‌گیرد و به طور کلی، نقشه راه سیاست جدید ارزی را ترسیم کنند.

هیأت دولت گفت که «ماحصل فروش روزانه ۲میلیون و ۳۰۰ هزار بشکه نفت در لایحه دولت معادل ۱۹۹ هزار میلیارد تومان بوده است، اما آقایان در مجلس، ۲میلیون و ۳۰۰ هزار را به یک میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه کاهش داده‌اند و در مقابل درآمد ۱۹۹ هزار میلیارد تومانی را در کمیسیون تلفیق به ۲۳۰ هزار میلیارد تومان یعنی ۳۱ هزار میلیارد تومان وابستگی بودجه به نفت افزایش داده‌اند. عجب چشم‌پبندی‌ای کرده‌اند! هر کسی که چهار عمل اصلی حساب را بداند، متوجه می‌شود که چه شده است.» رئیس‌جمهور در تازه‌ترین سخنان بودجه‌ای خود نیز روز گذشته (سه‌شنبه) در جلسه ستاند هماهنگی اقتصادی دولت گفت که «دولت تغییر در شاکله بودجه را نمی‌پذیرد و با هر تغییری که موجب گرانی کالای موردنیاز مردم و نگرانی افکار عمومی و دارای آثار تومی و عواقب سوء در زندگی و معیشت مردم باشد و موجب کاهش ارزش پول ملی شود، مخالف است.»

در این جلسه ابتدا محمدباقر نوینخت، رئیس سازمان برنامه و بودجه از تغییرات لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ در کمیسیون تلفیق مجلس گزارشی ارائه کرد و گفت که «بودجه برخی مراکز و نهادها در ذیل جدول ۱۷ از محل منابع حاصله از افزایش نرخ ارز کالاهای اساسی، افزایش قابل توجهی یافته است.» روحانی نیز پس از ارائه این گزارش گفت که «دولت با هدف آرامش‌بخشی به بازار و اقتصاد کشور با برنامه‌ریزی جهت زمینه‌سازی ثبات در حوزه توسعه‌ای و معیشت مردم در سال جاری، تبعات جنگ اقتصادی را به حداقل رسانده و آثار تحریم‌ها را با حداکثر توان خنثی کرده است. دولت در بودجه ۱۴۰۰ مراقبت کرده است که از پول فقرا به نفع دستگاه‌های خاص هزینه نشود. دولت با توجه به افق امیدبخش پیش‌رو، ریل‌گذاری در بخش‌های خرد و کلان اقتصاد کشور با هدف تاثیر مثبت در معیشت و زندگی مردم، بودجه سال آینده را تنظیم و به مجلس عرضه کرد.»

به گفته وی، «بی‌تردید دولت با هر تغییری که موجب گرانی کالای موردنیاز مردم و نگرانی افکار عمومی و دارای آثار تومی و عواقب سوء در زندگی و معیشت مردم باشد و موجب کاهش ارزش پول ملی شود، مخالف است. سخنانی که علامت افزایش قیمت در بازار دیده نمی‌شود، احتمال آنکه اقتصاد بلافاصله و به طور مستقیم فشار بر افشار کم‌درآمد را افزایش می‌دهد و در شرایطی که همه عوامل، روند کاهش تورم را نشان می‌دهد نباید مجدداً به التهاب تومی دامن زده شود.»

رئیس‌جمهور در انتها نیز گفت که «دولت در عین حال که آمادگی

ایمان ولی‌پور ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com
--

واپسین سال از دهه ۹۰ شاید دشوارترین سال اقتصاد ایران باشد. اگر ایران در سال‌های گذشته به صورت جسته و گریخته با پیامدهای تحریم روبه‌رو بود و در دو سه سال گذشته این تحریم اقتصادی به واسطه خروج آمریکا از برجام به شکل جنگ اقتصادی درآمد، حالا در انتهای این دهه دشوار علاوه بر مسئله تحریم‌ها با رکود اقتصادی ناشی از شیوع کرونا نیز دست به گریبان است. آنچه در گزارش اخیر بانک جهانی از دورنمای اقتصادی جهان در ابتدای سال ۲۰۲۱ میلادی نیز هویدا بود و بانک جهانی، بحران کرونا و تغییرات ژئوپلیتیکی را مهمترین ریسک‌های اقتصاد ایران در سال پیش رو برشمرد.

در همین حال، آخرین بودجه قرن در شرایطی از چند هفته قبل در کمیسیون تلفیق بودجه مجلس در حال چکش‌کاری است که زمین بودجه به جدیدترین میدان تقابل پاستور و بهارستان تبدیل شده است. در اینکه دولت دوازدهم و مجلس یازدهم زاویه سیاسی با هم دارند، هیچ شکی نیست، اما اینکه این زاویه سیاسی به میدان اقتصاد بکشد و به عدم گفت‌وگو و تفاهم در مورد بودجه سال آینده منتهی شود، زنگ خطری است که جامعه را نگران می‌کند. تغییرات یارانه‌های نقدی در سال آینده، کاهش سقف فروش روزانه نفت و تعیین نرخ ارز از جمله مهمترین تغییراتی است که از سوی نمایندگان در بودجه سال ۱۴۰۰ اعمال شده و البته اعتراض دولتمردان را هم به دنبال داشته است، چنانچه اختلاف نظر محمدباقر قالیباف و حسن روحانی به عنوان روسای قوای مقننه و مجریه در حال تبدیل شدن به یک مونولوگ طولانی است و کمتر دیالوگی در جلسه‌ای مشترک میان آنها برقرار می‌شود.

روحانی، دولت تغییر در شاکله بودجه را نمی‌پذیرد

لایحه بودجه سالال ۱۴۰۰ از چند هفته قبل تاکنون بر روی میز کمیسیون تلفیق مجلس قرار دارد و سخنگوی این کمیسیون روزانه در نشست خبری آخرین مصوبات و تغییرات بودجه را اعلام می‌کند. در این بین، نمایندگان مجلس از همان روز نخست تقدیم بودجه بارها و بارها دولت را به غیرواقعی بودن و انبساطی بودن بودجه متهم کرده‌اند و مدعی شده‌اند که ارقام بودجه قابلیت‌تأمین و اجرا ندارد.

در واکنش به این صحبت‌ها، حسن روحانی چهارشنبه گذشته در جلسه

با وجود رشد قیمت و حجم معاملات

فتیله بازار مسکن هنوز پایین است

انتخابات ریاست جمهوری با مقداری ریزنوسان به روند کج‌دار و مریز خود ادامه دهد. این ریزنوسانات می‌تواند افزایشی یا حتی کاهش‌ی باشد، اما به دلیل آنکه متغیر تاثیرگذاری در بازار دیده نمی‌شود، احتمال آنکه تغییرات ماهانه از ۲ تا ۳ واحد درصد بیشتر شود بعید به نظر می‌رسد.

مهمترین متغیر تاثیرگذار بر بازار مسکن، تحولات بازار ارز است که آبان ماه به ثبات رسیده و روند کاهش‌ی به خود گرفته است. عامل دیگر می‌تواند فشار تقاضا باشد که رکود معاملات نشان می‌دهد این آیتم نیز قابلیت ایجاد شوک در بازار مسکن را ندارد. همین حالا هم عمده معاملات بازار مسکن از سوی بخر و فروش‌ها و سرمایه‌گذاران انجام می‌شود. افزایش ۵.۲ درصدی قیمت مسکن منطقه یک در حالی که متوسط نرخ رشد در سطح تهران ۱.۸ درصد بود نشان‌دهنده تقاضای سرمایه‌گذاری در بازار مسکن است. تعداد معاملات در مناطق مصرفی نیز کم‌اکان پایین است. در منطقه ۱۹ تهران فقط ۲۷ فقره معامله مسکن به امضا رسید. تعداد مابیعانما‌ها در مناطق ۱۶، ۲۰، ۲۱ و ۲۲ نیز به ترتیب ۸۱، ۶۶، ۷۰ و ۵۷ فقره بود.

رئیس اتحادیه مشاوران املاک در تشریح وضعیت کنونی بازار مسکن می‌گوید: با توجه به رشد بیش از حد قیمت مسکن که از شرایط عمومی اقتصاد کشور نشأت می‌گیرد، معاملات در بخش خرید و فروش در رکود قرار دارد که به افزایش تعداد قراردادهای اجاره منجر شده است. این نمایه نشان می‌دهد که به دلیل کاهش توان خرید، متقاضیان مصرفی به سمت بازار اجاره سوق پیدا کرده‌اند.

مصطفی قلی خسروی با بیان اینکه قیمت‌های پیشنهادی مسکن در دو ماه گذشته ۱۰ تا ۱۵ درصد کاهش یافته خاطرنشان کرد: به دنبال ایجاد ثبات در بازار ارز، قیمت مسکن در مسیر افت قرار گرفت که امیدواریم این روند ادامه پیدا کند تا افرادی که خانه ندارند بتوانند اقدام به خرید

افزایش ۱.۸ درصدی ماهانه قیمت مسکن و در شرایطی که متغیر اثرگذاری در بازار دیده نمی‌شود، می‌تواند یک تغییر کوچک و طبیعی باشد؛ کارشناسان معتقدند تغییرات ۱ تا ۲ درصدی قیمت بیش از آنکه به معنای رشد یا کاهش باشد، رکود بازار را به تصویر می‌کشد.

به گزارش ایسنا، معاملات مسکن در دی ماه ۳.۸ درصد و قیمت ۱.۸ درصد نسبت به ماه قبل بالا رفت، اما نشانه‌ای از تغییر محسوس در بازار مسکن دیده نشد. متوسط قیمت در تهران به متری ۲۷.۳ میلیون تومان رسید و ۳۵۱۵ فقره معامله نیز منعقد شد. رشد ماهانه ۳.۸ درصدی معاملات نسبت به آذر که عنوان کسادترین ماه طی چهار سال اخیر را از آن خود کرده بود اتفاق افتاد و البته معاملات نسبت به دی ماه سال گذشته ۶۷ درصد کاهش یافت. ریزنوسان ۱.۸درصدی ماهانه قیمت هم با توجه به تعداد پایین معاملات نمی‌تواند رشد معناداری تلقی شود بنابراین هنوز آمار گویای آن است که بازار در رکود به سر می‌برد.

اواخر سال گذشته بازار مسکن پس از رکود مقطعی در میانه سال با رشد معاملات مواجه شده بود. آذر سال ۱۳۹۸ تعداد ۹۵۰۰ فقره و دی ماه ۱۰ هزار و ۷۰۰ فقره معامله مسکن در تهران به امضا رسید. این مقدار با توجه به میانگین ۱۰ تا ۱۵ هزار قرارداد خرید و فروش که به طور معمول در تهران انجام می‌شود تقریباً در یک سطح قرار داشت. حال اگر ۱۰ هزار و ۷۰۰ فقره پارسال را در کنار ۳۵۰۰ فقره امسال بگذاریم متوجه می‌شویم که سایه رکود هنوز بر بازار سنگینی می‌کند.

احتمالا در ماه‌های بهمن و اسفند با توجه به خریدهای شب عید، معاملات مقداری افزایش می‌یابد و ممکن است قیمت‌ها نیز کمی تغییر کند، اما کسادی بازار این الارم را می‌دهد که مالکان نمی‌توانند فتیله قیمت را خیلی بالا بکشند. تحلیل کارشناسان این است که بازار مسکن تا

یادداشت

چرا عرضه ارز در نیما قوت گرفته است؟

 جمشیدنفر
 کارشناس اقتصادی

در یک هفته گذشته به‌طور متوسط در روز بیش از ۱۵۰ میلیون دلار ارز در سامانه نیما عرضه شده است. رئیس کل بانک مرکزی، عرضه این میزان ارز در سامانه نیما را به روند صادرات نفتی و غیرنفتی کشور و تقویت بازارساز نسبت داده است. اگر افزایش عرضه ارز در سامانه نیما در یک ماه ادامه پیدا کند، به رقمی معادل ۳ میلیارد دلار می‌رسد اما به نظر می‌رسد عرضه این میزان ارز در نیما بیش از هر عامل دیگری ناشی از واقعی و منطقی شدن نرخ‌هاست. در چند هفته گذشته، نرخ دلار نیمایی از نرخ آزاد هم بیشتر بود درحالی‌که پیش از این دولت تلاش می‌کرد با تعیین دستوری نرخ برای صادرکنندگان، ارز صادرات غیرنفتی را در سامانه نیما عرضه کند. در شرایطی که قیمت ارز در بازار به ۲۰ هزار تومان می‌رسید، دولت از صادرکننده می‌خواست در سامانه نیما ارز را با قیمت ۱۵ هزار تومان بفروشد. این در حالی است که اگر فاصله قیمت دلار نیما و آزاد را کمتر کنیم، دلیلی برای عدم عرضه وجود ندارد.

عرضه بیشتر دلار در نیما نشان نمی‌دهد نرخ دستوری نتیجه‌بخش نیست، اما اکنون پرسش اصلی از رئیس کل بانک مرکزی این است که چرا تاکنون نرخ ارز نیمایی با نرخ ارز آزاد در این فاصله قیمتی قرار نگرفته بود تا کشور از منافع آن بهره‌مند شود. نکته دیگر، تنوع‌بخشی به روش‌های بازگشت ارز صادراتی است. هرچه از تنوع در روش‌های بازگشت فاصله بگیریم و محدودیت بیشتری برای صادرکننده غیرنفتی ایجاد کنیم، با توجه به شرایط تحریم‌ها، به نتیجه کمتری می‌رسیم. در مقابل، با به رسمیت شناختن روش‌های متعدد در بازگشت ارز صادراتی به نتایج بهتری می‌رسیم.

امروز با توجه به شرایط ارزی کشور بسیاری از فعالان اقتصادی در خرید ارز احتیاط می‌کنند و این طبیعی است. ثبات یک امر اساسی و مهم در همه اقتصادهاست. وقتی مسئولان از دولت ۱۵ هزارتومانی می‌گویند، یک فعال اقتصادی محاسبه می‌کند که اگر جنسی را براساس دلار ۲۵ تومانی بخرد و بعد دلار به ۱۵ هزار تومان برسد، ضرر می‌کند. حرف‌های غیرکارشناسی شده مسئولان به فضای تردید و احتیاط دامن زده و پیامدهای فاجعه‌باری برای اقتصاد در پی دارد. یکی از دلایل سقوط بورس هم همین است. دامن زدن به فضای تردید و طرح مسائل غیرکارشناسی و غیرواقعی که به‌نوعی دخالت در بازار است.

سیاست‌ها با توجه به شرایط باید تغییر کند. برای مثال، در شرایط تحریم دولت‌ها مجبورند تصمیم‌هایی را به اجرا بگذارند که به نفع معیشت مردم است اما با شکوفایی و رشد صادرات هم زاویه دارد. این در حالی است که می‌توان سیاست‌هایی را به اجرا گذاشت که بیشترین منافع و کمترین آسیب را در پی دارد. دولت تلاش می‌کند با تنظیم بازار به نفع رفاه مردم کار کند، اما در عمل به صادرات محصولات به‌ویژه محصولات کشاورزی و غذایی آسیب می‌زند. با این حال، تنظیم بازار با روش‌های هوشمند می‌تواند علاوه بر تأمین منافع مردم به حفظ بازارهای صادراتی هم کمک کند. با اتکا به روش‌های هوشمند میزان تولید، مصرف، واردات و صادرات همه محصولات کشاورزی که ممنوعیت صادرات آن را در دوره‌های مختلف شاهدیم، مشخص می‌شود. این شفاف‌سازی با اتکا به فناوری و روش‌های هوشمند از اعمال تصمیم‌های خلق‌الساعه در اقتصاد جلوگیری می‌کند.

در این بین، نباید از سهم و وظیفه بخش خصوصی و اتاق بازرگانی گذشت. بخش خصوصی با وجود همه بی‌توجهی‌های دولت باید پوست‌اندازی کرده و کمی مدرن فکر کند. حرکت هرچه بیشتر بخش خصوصی در مسیر علمی‌تر شدن به تقویت استفاده‌ای این بخش در مقابل دولت کمک می‌کند. بخش خصوصی باید از همه فرصت‌ها برای ظرفیت‌سازی و گفت‌وگو با دولت استفاده کند. رئیس مجلس شورای اسلامی در هفته جاری از ارتباط کمیسیون‌های متناظر مجلس و اتاق بازرگانی سخن گفت و این فرصتی مناسب برای بخش خصوصی است تا استدلال‌های خود را مطرح کند. اتاق بازرگانی می‌تواند از این فرصت برای ایفای نقش‌های خود به‌خوبی استفاده کند و جلوی تصویب بسیاری از قوانین محل کسب‌وکار و تجارت را بگیرد. هرچند در ایران به دلیل وجود دولتی چاق و فربه نمی‌توانیم به‌سرعت به نتایج موردنظر برسیم، اما نباید ناامید شد و بایستی به تلاش ادامه داد.

ادامه نوسان دلار در کانال ۲۲ هزار تومانی

سکه ۳۶۰ هزار تومان ارزان شد

از آخرین روز دی ماه تاکنون قیمت سکه در کانال ۱۰ میلیونی قرار دارد و به رغم کاهش چند روز اخیر هنوز نتوانسته به کانال پایین‌تر وارد شود. در آخرین گام، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در روز سه‌شنبه با کاهش ۳۶۰ هزار تومانی نسبت به روز قبل به قیمت ۱۰ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه بهار آزادی نیز ۵ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی هم ۲ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان معامله شد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۲۴ هزار تومان و هر مثقال طلا به ۴میلیون ۴۸۰ هزار تومان رسید. انس جهانی طلا نیز در این روز یک‌هزار و ۸۵۲ دلار و ۹۹ سنت فروخته شد.

همچنین قیمت دلار در صرافی‌های بانکی همچنان در کانال ۲۲ هزار تومان قرار دارد و با نوسان جزئی در این کانال تغییر می‌کند. روز گذشته نیز هر دلار در این صرافی‌ها ۲۲ هزار و ۹۷۰ تومان معامله شد که قیمت آن نسبت به روز قبل با افزایش ۱۰۰ تومانی همراه شد و نرخ هر یورو نیز به ۲۷ هزار و ۹۰۰ تومان رسید. بر این اساس، نرخ فروش دلار در صرافی‌های بانکی ۲۲ هزار و ۹۷۰ تومان اعلام شد و قیمت فروش یورو نیز با افزایش ۵۰ تومانی به ۲۷ هزار و ۹۰۰ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار نیز ۲۱ هزار و ۴۸۰ تومان و نرخ خرید هر یورو هم ۲۶ هزار و ۴۱۰ تومان اعلام شد.

مصوبه چند برابر شدن یارانه و هیاهویی که در این رابطه در مجلس برپا شده است، ماجرای تازه‌ای نیست، اما سوال این است که چرا حرفی از اصلاح معضل یارانه‌های نقدی و غربالگری آن به میان نیامده است؟ مجلس با تصمیم اخیر خود رسماً یارانه افراد ثروتمند را دو برابر کرده است، آن‌هم در شرایطی که این پول از محل حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی کالاهای اساسی تأمین می‌شود که تبعات آن می‌تواند دامن اقشار متوسط و ضعیف را بگیرد.

به گزارش اسبنا، از سال ۱۳۹۷ که ارز ۴۲۰۰ تومانی به چرخه ارزی ایران وارد شد تاکنون بارها بحث حذف آن به دلیل رانت سنگین و عدم دسترسی مردم به کالای واردشده با این نرخ به قیمت مناسب مطرح بود. دولت در این فاصله تقریباً تمامی اقلام را از لیست ارز ترجیحی خارج کرد، ولی پنج قلم که عمده‌تپاده‌های تولید هستند به همراه بخشی از دارو و تجهیزات پزشکی همچنان با نرخ ۴۲۰۰ تومانی تأمین ارز می‌شود. دولت ترجیح داد خود حذف ارز ترجیحی از چند قلم باقیمانده را انجام نداده و با مشارکت مجلس انجام دهد، از این رو در یکی دو سال اخیر و البته لایحه بودجه سال آینده این بحث مطرح بوده است.

می‌توان گفت در جریان بررسی لایحه بودجه ۱۴۰۰ پرحاشیه‌ترین موضوع همین تصمیم‌گیری برای حذف ارز ترجیحی بود که کمیسیون تلفیق تصمیم گرفت نرخ ۴۲۰۰ کالای اساسی و ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان تسهیر نرخ ارز را حذف و آن را به نرخ واحد ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان برساند. دولت نیز مخالف حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی نبود ولی تأکید داشت این موضوع باید به نوعی باشد که کمترین تبعات را به همراه داشته و برگشت آن به مردم منطقی و موثر باشد و در این صورت موافق خواهد بود. در نهایت مجلس حذف ارز ۴۲۰۰ تومان را تصویب کرد که در نتیجه تغییرات ایجادشده تا اینجا، منابع ناشی از هدفمندی یارانه‌ها از ۲۶۷هزار میلیارد به ۴۲۹ هزار میلیارد تومان افزایش یافته که ناشی از مصرف فرآورده‌های نفتی در داخل و افزایش صادرات فرآورده‌ها و مشتقات آن است. از سوی دیگر، از حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و مابه‌التفاوت آن با نرخ ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومانی از محل ۸ میلیارد دلاری که برای تأمین کالای اساسی دارو در بودجه پیش‌بینی شده بود، حدود ۱۰۶ هزار میلیارد تومان منابع ایجاد می‌شود که ۷۳ هزار میلیارد تومان آن برای برگشت به مردم در قالب

یارانه ثروتمندان ۲ برابر شد

بازی ناتمام یارانه



۶۰ میلیون نفر که در آن افراد متوسط و نیازمند و فاقد درآمد حضور دارند اعمال نکرده است، هرچند بین آنها هم افرادی هستند که نیازی به دریافت این ارقام نقدی ندارند.

البته در این بین، اقدام دولت هم تأمل‌برانگیز است که در سال‌های اخیر نه تنها در مورد حذف پردرآمدها به طور جدی به هر دلیلی اقدام نکرد بلکه یارانه‌ای دیگر تحت عنوان کمک معیشتی برای ۶۰ میلیون نفر را پیش‌بینی و اجرایی کرد و بارها این نقد مطرح شد که اگر ۶۰ میلیون نفر را محق دریافت این کمک می‌داند چرا یارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی را به ۷۸ میلیون نفر می‌پردازد که در سال هزینه‌ای بالغ بر ۴۲ هزار میلیارد تومان به همراه دارد و با هزینه ۳۰ هزار میلیارد تومانی کمک‌های معیشتی به ۷۰ هزار میلیارد پرداخت نقدی می‌رسد. دولت در سال‌های گذشته در بودجه همواره مکلف به حذف سه دهک بالای درآمدی بود ولی این اتفاق نیفتاد ولی باز هم آن را در لایحه سال آینده آورده بود در حالی که اجراکننده نبوده است.

بازی با کلمات و ارقام؛ چون مردم به یارانه حساسند!

به هر ترتیب بازی با کلمات و سر و صدا کردن با یارانه اقدام تازه‌ای نیست و بارها یارانه مورد استفاده و بازی‌های سیاسی قرار گرفته است. به هر حال مردم بسیار بر جریان یارانه حساس هستند به ویژه در شرایط اقتصادی موجود توجه بیشتری به اقدام در این رابطه خواهند داشت. این در حالی است که پیش از این در جریان انتخابات ۱۳۹۶ هر یک از کاندیدها برنامه اقتصادی خود را بیش از آنکه به سمت طرح‌های تولیدی و توسعه‌ای برده و برنامه‌ای برای آن ارائه دهند، مانور انتخاباتی خود در این حوزه را بر یارانه گذاشتند، جایی که از پرداخت یارانه ۱۱۳ تا ۲۵۰ هزار تومانی سخن می‌گفتند بدون اینکه اعلام کنند قرار است منابع آن از کجا تأمین شود، یا همین مدتی پیش وقتی محمود احمدی‌نژاد، رئیس‌جمهور دولت نهم و دهم از امکان پرداخت یارانه ۹۱۰ هزار تومانی آن‌هم بدون هیچ منطقی سخن گفته بود. حواشی بودجه ۱۴۰۰ به اینجا ختم نشده و آنچه که اتفاق افتاده از لایحه تا مصوبات مجلس مورد نقد کارشناسان بوده است، البته دولت و شخص رئیس‌جمهور در رابطه با نحوه عملکرد مجلس در بررسی بودجه انتقاداتی داشته و خواستار عدم برخوردهای سیاسی با بودجه و اعمال رفتار منطقی اقتصادی بوده‌اند.

یارانه‌های نقدی و ۳۳ هزار میلیارد تومان آن برای دارو در نظر گرفته شد. در این میان، بعد از هیاهوی زیاد نمایندگان در مورد اقدام خود برای حذف رانت ارز ۴۲۰۰ تومانی نوبت به توزیع منابع بین مردم رسید، ولی آنچه که اتفاق افتاد افزایش پرداخت‌های نقدی اما نه برای نیازمندان بلکه کل ۷۸ میلیون نفر یارانه‌بگیر از نیازمند تا پردرآمد بود؛ به طوری که براساس مصوبه کمیسیون تلفیق ۳۵ میلیون نفر اول بیش از ۱۸۰ هزار تومان، حدود ۲۳ میلیون نفر دیگر ۱۳۸ هزار تومان یارانه دریافت می‌کنند و مابقی که حدود ۲۰ میلیون نفر هستند هم ۹۱ هزار تومان در ماه یارانه دریافت می‌کنند.

اینکه مجلس بازهم پرداخت ۷۸ میلیون نفری را ادامه داده بسیار قابل تأمل است، به هر حال از زمانی که دولت دهم اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها را شروع کرد تا به امروز بزرگترین معضل در اجرای آن پرداخت همگانی یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی بوده است، جایی که بارها حتی مجلس در دوره‌های قبلی به این روند پرداخت نقد داشت و در قانون بودجه تکالیفی برای حذف سه دهک بالای درآمدی به عهده دولت قرار داده بود ولی هیچ‌گاه به درستی اجرایی نشد و نتیجه آن، پرداخت یارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی به بیش از ۹۵ درصد ایرانی‌ها بوده است.

دلیل عدم ورود به حذف دهک‌های بالا چیست؟

در مصوبه تلفیق حداقل پرداختی یارانه ۹۱ هزار تومان برای ۲۰ میلیون نفر است که به طور حتم این حداقل پرداختی برای سه دهک بالا در نظر گرفته شده که در این حالت عملاً یارانه آنها دو برابر شده است، با این اقدام باید نمایندگان پاسخ دهند که هدف از پرداخت مبلغ ۹۱ هزار تومانی به قشر ثروتمند در شرایط فعلی چیست؟ چرا منابع ناشی از حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی که با خود افزایش قیمت کالاهای مربوطه را به همراه خواهد داشت باید بین افراد غیرنیازمند تقسیم شود؟ همچنین چرا مجلس که در صدد اصلاح روند پرداخت یارانه به کالاهای اساسی و مردم بوده است، فکری برای غربالگری یارانه‌بگیران نکرده است تا این معضل ۱۰ ساله که دولت برای آن اقدامی نکرده و با نتیجه‌ای نداشتنه برای همیشه تمام شود؟ در عین حال دولت از سال گذشته پرداخت کمک معیشتی ناشی از افزایش قیمت بنزین را به کمتر از ۶۰ میلیون نفر یارانه‌بگیران انجام داد و تقریباً سه دهک بالایی از دریافت این کمک کنار گذاشته شدند. پس چرا مجلس طرح خود برای افزایش یارانه‌های نقدی را در محدود این حدود

معاون اقتصادی بانک مرکزی:

چشم‌انداز بهتری برای کاهش نرخ تورم فراهم است

ماهانه در فروردین ماه به ۱.۵ درصد رسیده بود و تورم نقطه به نقطه ۲۵.۸ درصد بود. لذا این براساس آن مفروضات کاملاً قابل تحقق بود. منتها اقتصاد ما امسال در یک شرایط خاص و ویژه‌ای قرار داشته است، که شاید در سالیان گذشته چنین تجربه‌ای را به این شدت نداشتیم.

به گفته معاون اقتصادی بانک مرکزی، به هر ترتیب اوج تحریم‌ها را تجربه کردیم، بحث بیماری کرونا را تجربه کردیم که باعث کاهش صادرات غیرنفتی ما در اوایل سال شد و یک سری التهابات و جنگ‌های روانی درخصوص التهاب آفرینی در اقتصاد را داشتیم که همانطور هم که مقام معظم رهبری اشاره کردند اینها عمده‌تا ریشه‌های سیاسی و امنیتی داشته است که نسبت به آن رسیدگی می‌شود.

قربانی با بیان اینکه در چند ماه گذشته، نرخ ارز مرتب نوسان داشت و تا نزدیک ۲۳ هزار تومان هم افزایش پیدا کرد و در حال حاضر کاهش یافته است، افزود: همین افزایش نرخ ارز به مرز ۲۳ هزار تومان و کاهش آن تا این حد که ان‌شاءالله استمرار هم خواهد داشت، به این معناست که چقدر آن جو روانی و آن عوامل غیرفاندمنتالی که ما در اقتصاد داریم روی بحث نرخ ارز و تورم تأثیرگذار است. این به این معنا نیست که سیاست هدف گذاری تورم، اشتباه بوده؛ این سیاست در سطح دنیا آزموده شده و

کشورهای مختلف به این سمت رفته‌اند.

به اعتقاد وی، این هدف‌گذاری تورمی هم که ما داشته‌ایم، برای ایجاد یک چشم‌انداز راجع به متغیرهای آتی اقتصاد برای فعالان اقتصادی بوده است. منتها همانگونه که عرض کردم شرایط خاصی را داشتیم و اینجا این سیاست برای اولین بار اجرا شده و بافت‌دا با افقی که پیش روی اقتصاد ایران هست، چشم‌انداز بهتری برای کاهش تورم به صورت پایدار و پایین فراهم است و بانک مرکزی هم همه سعی و تلاشش را می‌کند که این مسیر را ادامه دهد. آن چیزی که مهم است در چارچوب هدف‌گذاری تورم، این است که بانک مرکزی در یک ارتباط فعال با مردم و فعالان اقتصادی، عوامل انحراف را توضیح دهد و بگوید که چه چیزهایی خارج از کنترل بانک مرکزی بود.

معاون اقتصادی بانک مرکزی در انتها نیز گفت: در دنیا هم راجع به مسائل برون‌زا اینگونه است. مثلاً یک دفعه شوک قیمت نفت اتفاق بیفتد و باعث جهش قیمت نفت در یک کشوری بشود، بانک مرکزی آن کشوری که واردکننده نفت است، درخصوص آن بخش مسئولیتی ندارد و بیشتر درخصوص تورم هسته پاسخگو است و البته راجع به تحولات تورم توضیحات لازم را به مردم می‌دهد.



کاهش ۳۴ درصدی واردات روغن نسبت به سال گذشته

با توجه به تحریم‌ها و مشکلات مترتب بر تامین ارز کشور، واردات روغن خام طی ۱۰ ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل ۳۴ درصد (۴۵۴ هزار تن) کاهش داشته است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از شاتا، پیرو اخبار منتشره درخصوص بازار روغن نباتی کشور و بعضا اعلام نیاز کارخانجات به روغن خام برای تولید بیشتر، شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران، اطلاعیه‌ای صادر کرد.

در این اطلاعیه آمده است: میانگین تولید و توزیع روغن نباتی کشور طی چهار سال گذشته سالیانه قریب به یک میلیون و ۷۰۰ هزار تن و میزان روغن خام تأمین شده برای کارخانجات از ابتدای امسال تاکنون قریب به یک میلیون و ۶۰۰ هزار تن بوده است. از ابتدای سال ۱۳۹۹ روغن خام موردنیاز کارخانه‌های روغن نباتی برای توزیع در شبکه‌های خانسوار و صنف و صنعت از چهار محل واردات بخش خصوصی، استحصالی دانه وارداتی، استحصالی دانه داخلی و ذخایر راهبردی تأمین شده که با احتساب موجودی اول دوره میزان ۱۶۰۰ هزار تن روغن خام موردنیاز تولید روغن نباتی کارخانجات تامین شده است و در حال حاضر روغن موجود در مخازن کارخانجات و مخازن بنادر بخش خصوصی و دولتی در شرایط مطلوبی قرار دارد.

تأمین کسری میزان واردات روغن خام از محل ذخایر راهبردی با توجه به تحریم‌های ظالمانه استکبار جهانی علیه ملت بزرگ ایران و مشکلات مترتب بر تامین ارز کشور، واردات روغن خام طی ۱۰ ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل ۳۴ درصد (۴۵۴ هزار تن) کاهش داشته است که تدابیر دولت در مقابله با تحریم و حفظ و ارتقای ذخایر راهبردی کالاهای اساسی کشور موجب شد کسری میزان واردات از محل ذخایر راهبردی به میزان ۵۲۳ هزار تن از ابتدای امسال تاکنون تامین و توزیع شود و به منظور جبران تقاضاهای مضاعف موجود و نیازهای پایان سال، برنامه توزیع ۳۰۰ هزار تن روغن خام مازاد بر توزیع قبلی توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت ابلاغ شده است که در حال اجرا است.

تولید و توزیع نزدیک به ۱۶۰۰ هزار تن روغن موردنیاز کشور طی ۱۰ ماهه امسال با احتساب روغن استحصالی از محل دانه داخلی و موجودی ابتدای سال ۱۳۹۹ نزدیک به ۱۶۰۰ هزار تن روغن موردنیاز کشور تولید و توزیع شده که بیشتر از ارقام تولید متوسط دوره مشابه چهار سال گذشته کشور است، ذخایر روغن کشور و میزان روغن خام تامین ارز شده و در حال حمل به کشور در شرایط مناسبی قرار دارد و با لطف خدای متعال از وضعیت باثبات و قابل اتکایی برخوردار است.

نکته قابل توجه در تحلیل مشکل پیش آمده در بازار روغن، آثار انتظارات تورمی ناشی از اطلاع‌رسانی گسترده و متراکم درخصوص آزادسازی نرخ ارز کالاهای اساسی در کمیسیون تلفیق مجلس شورای اسلامی طی بررسی بودجه سال ۱۴۰۰ است که فشار بسیار سنگینی بر تقاضای بخش صنف و صنعت و خانوار به بازار تحمیل و عملا بازار را از حالت تعادل خارج کرده است.

در آخرین جلسه تنظیم بازار کالاهای اساسی که در دفتر معاون اول رئیس جمهور بر گزار شد صراحتا اعلام شد، دولت محترم هیچ تصمیمی به منظور تغییر ارز کالاهای اساسی از جمله روغن خام را نداشته و امید است با کاهش انتظارات تورمی ناشی از این تدابیر در آینده نزدیک بازار روغن به آرامش برسد.

دستیابی محققان کشور به دانش فنی کشت آناناس

آغاز تولید گلخانه‌ای از ۱۴۰۱

رئیس پژوهشکده ملی گل و گیاهان زینتی با اشاره به جایگاه ویژه ایران به عنوان یکی از ۱۵ تولیدکننده گل در جهان و ضرورت توسعه صادرات گل از دستیابی کامل محققان این پژوهشکده به دانش فنی کشت آناناس و آغاز تولید گلخانه‌ای این محصول از اوایل ۱۴۰۱ خبر داد.

به گزارش ایسنا، دکتر محمدرضا شفیعی در سومین کنگره بین‌المللی و چهارمین کنگره ملی گل و گیاهان زینتی ایران که به میزبانی دانشگاه شهید چمران اهواز بر گزار شد، اظهار کرد: در مقابل همه محصولات کشاورزی که تامین امنیت غذایی را پوشش می‌دهند، گیاهان زینتی نقش مهمی را در تأمین امنیت روانی جامعه و گسترش مهر و دوستی و آرامش جامعه دارد.

دبیر اجرایی سومین کنگره بین‌المللی و چهارمین کنگره ملی گل و گیاهان زینتی ایران افزود: براساس آمار سال ۱۳۹۸ سطح زیر کشت تولید گل کشور به ۸ هزار و ۱۹۴ هکتار (۳ هزار و ۱۰۳ هکتار گلخانه و ۵ هزار و ۹۰ هکتار فضای باز) رسیده است که در شرایط کنونی به ویژه با افزایش نرخ ارزهای خارجی پتانسیل صادراتی نزدیک به یک میلیارد دلار برای گل کشور متصور است. شفیعی خاطر نشان کرد: مجموع سطح گلخانه‌های سبزی و صیفی و گل کشور به حدود ۱۵۰۰۰ هکتار رسیده که قرار است تا افق ۱۴۰۴ سطح گلخانه‌های کشور ۴۸ هزار و ۳۵۵ هکتار افزایش یابد که با توجه به هزینه ۴ تا ۱۰ میلیارد تومانی در هر هکتار گلخانه، شاهد افزایش سرمایه‌گذاری کلان ملی سالانه ۴۰ تا ۱۰۰ هزار میلیارد تومانی خواهیم بود و توجه به ایجاد مهارت و دانش فنی نوین، رسالتی سنگین برای مراکز علمی-پژوهشی کشور است.

دبیر اجرایی سومین کنگره بین‌المللی و چهارمین کنگره ملی گل و گیاهان زینتی ایران تصریح کرد: برگزاری این کنگره و برنامه‌های جانبی آن از جمله برگزاری کارگاه‌های آموزشی و نشست هم‌اندیشی بخش خصوصی فرصتی مناسب برای گردهمایی پژوهشگران و فعالان حوزه گل و گیاه کشور فراهم آورده تا گامی در راستای توسعه پایدار گل و گیاهان زینتی کشور برداشته شود.

دکتر ولی الله بنی‌عمری، رئیس سومین کنگره بین‌المللی و چهارمین کنگره ملی گل و گیاهان زینتی نیز اظهار کرد: روند رو به رشد توسعه گلخانه‌های کشور با رشد ۵۳ درصدی گل و گیاهان زینتی در هفت سال گذشته حاکی از اقبال عمومی به بخش گل و گیاهان زینتی است.

تلاش می‌کنیم قیمت کنسرو بیشتر از ۳۰ هزار تومان نشود

مدیرکل دفتر بهبود کیفیت، فرآوری و توسعه بازار آبریان سازمان شیلات با بیان اینکه عوامل متعددی در قیمت کنسرو ماهی اثرگذار است، گفت در سه ماهه پاییز علی رغم کاهش قیمت ماهی با افزایش قیمت روغن مواجه شدیم و از طرفی کارخانجات نیز با کمبود ورق برای تولید قوطی فلزی کنسرو مواجه هستند که تمام این عوامل در قیمت تمام شده کنسرو ماهی اثرگذار است.

به گزارش ایسنا، عیسی گلشاهی در نشست خبری سازمان شیلات که صبح دیروز برگزار شد در پاسخ به این سوال که قرار بود قیمت کنسرو ماهی کاهش پیدا یابد پس چرا روند قیمت‌ها در بازار کاهشی نبوده است؟ گفت: عوامل مختلفی در قیمت کنسرو ماهی تاثیرگذار است و مهمترین آن غذایی آلمان خوردن این نوع کلوچه به دلیل وجود آلاینده‌هایی با اثرات تغییر خواهد کرد.

وی ادامه داد: آنچه که با سندیکای کنسروسازی توافق کردیم این است

رئیس پژوهشگاه استاندارد درباره وجود آلایندگی در کلوچه ایرانی صادر شده به آلمان توضیحاتی ارائه داد.

به گزارش ایسنا، اخیرا یک رسانه آلمانی گزارش داده بود که یک تاجر بزرگ ایرانی در آلمان فروش کلوچه نادری را با نظر بازرسان مواد غذایی این کشور متوقف کرده و دلیل این اقدام این بود که به نظر بازرسان مواد غذایی آلمان خوردن این نوع کلوچه به دلیل وجود آلاینده‌هایی با اثرات ژنتیکی و سرطان‌زایی می‌تواند برای سلامتی خطر ایجاد کند.

در این رابطه فراننه انصاری، رئیس پژوهشگاه استاندارد، در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه همه محصولات صادراتی حد مجازی برای آزمون انطباق دارند، اظهار کرد: اخیراً درباره وجود دو آلاینده در کلوچه اخباری منتشر و اعلام شده بود با استانداردهای کشور مقصد مطابقت ندارد، اما در زمینه صادرات به کشورهای اروپایی ملاک ما قوانین و ضوابط موجود در اتحادیه اروپا است.

به گفته وی بر طبق قوانین و ضوابط اتحادیه اروپا، الحاقیه به شماره ۱۸۸۱ در زمینه آلاینده‌های مواد غذایی در سپتامبر ۲۰۲۰ منتشر شده که در آن تاریخ اجرا از ژانویه ۲۰۲۱ است، اما تاریخ تولید کلوچه صادراتی

که در سال جاری با هر قیمت ماهی که به دست‌شان می‌رسد قیمت کنسرو ماهی از ۳۰ هزار تومان بیشتر نشود، اما به صورت عمومی با کمتر از این قیمت در فروشگاه‌ها عرضه شود.

مدیرکل دفتر بهبود کیفیت، فرآوری و توسعه بازار آبریان سازمان شیلات اضافه کرد: میانگین قیمت کنسرو ماهی ۱۸۰ گرمی در روغن گیاهی در شش ماهه اول سال در فروشگاه‌های زنجیره‌ای حدود ۲۸هزارو ۵۰۰ بوده است. البته انواع کنسروهای خاص با روغن زیتون و روغن کنجد که مجموع آنها بیشتر از ۵ درصد مجموع تولید کنسرو را شامل نمی‌شود ممکن است با قیمت بالاتری عرضه شود.

گلشاهی تصریح کرد: میانگین قیمت کنسرو ماهی ۱۸۰ گرمی در روغن گیاهی در سه ماهه سوم سال به ۲۴هزار و ۵۰۰تومان رسیده است و در فروشگاه‌های زنجیره‌ای نیز با این قیمت عرضه می‌شود. زیرا صید آغاز شده است و ماهی در اختیار کنسروسازان قرار گرفته و تولید را انجام می‌دهند.

به گفته وی قیمت جت پرنیت روی کنسروها قابل تغییر نیست زیرا

از ایران قبل از تاریخ اجرای این الحاقیه بود.

البته رئیس پژوهشگاه استاندارد گفت که در این الحاقیه هم حد مجازی برای دو آلاینده یادشده درج نشده، یعنی محدوده اندازه‌گیری وجود ندارد. پس حتی اگر تاریخ اجرای الحاقیه قبل از ورود کلوچه به کشور مقصد بود، باز هم قابلیت اندازه‌گیری آلاینده‌ها وجود نداشت. وی افزود: به طور کلی در صادرات و واردات بین کشورها خریدار می‌تواند طبق توافق یا فروشنده، استانداردهای خود را مطالبه کند که در این مورد ضوابط جدیدی به تولیدکننده ایرانی اعلام نشده بود.

انصاری در پاسخ به موضوع سرطانزا بودن این محصول نیز با بیان اینکه اخیرا برای بررسی مسائل مشابه این موضوع کمیته ارزیابی ریسک تشکیل شده، اظهار کرد: در این کمیته موضوعاتی که مربوط به مسائل ایمنی است بررسی خواهد شد و زمانی که به اجماع نظر برسیم که ممکن است یک محصول خطرناک باشد، حتما اقدامات لازم انجام می‌شود.

وی افزود: در الحاقیه اتحادیه اروپا نیز در مورد فرآورده کلوچه عددی عنوان نشده و به عبارت دیگر هنوز خطر آن مسجل نشده است به عبارت دیگر ممکن است آلودگی وجود داشته باشد، اما در حد خطرزا نیست. ما

بهار یا تابستان آینده از واکسن ایرانی کرونا استفاده می‌کنیم

برای حل تحریم‌ها زیاد وقت نداریم

چرخه تجارت خارجی و کاهش شدید درآمد‌های نفتی و غیرنفتی شد، اما بالاخره با مقاومت مردم، صبوری و تدبیر منتخبان مردم و دولت تحولات اقتصادی فصل دوم سال ۱۳۹۹ به همت همه فعالان اقتصادی و تدابیر اندیشیده شده حاکی از روند رو به بهبود اقتصاد کشور است .

به حفظ آرامش بازارهای پولی و مالی کمک شود

وی با اعلام اینکه رشد اقتصادی و رشد اقتصادی بدون نفت در فصل دوم سال جاری به ترتیب به ۵.۱ (۵ ممیز ۱) و ۳.۲ (۳ ممیز ۲) درصد بوده و رشد ارزش افزوده تمام گروه‌های اقتصادی مثبت شده است، تصریح کرد: در تجارت خارجی میزان صادرات و واردات ۹ ماهه سال ۱۳۹۹ به ترتیب ۲۵.۱ (۲۵ ممیز ۱) و ۲۶.۹ (۲۶ ممیز ۹) میلیارد دلار بوده است و روند تراز نیز رو به بهبود است.

وی خاطر نشان کرد: در این شرایط اهمیت بازارهای اقتصادی ایجاد می‌کند آرامش لازم در این بازارها برقرار باشد. دولت از همگان می‌خواهد در این شرایط به حفظ آرامش در جامعه و بازارهای پولی و مالی کمک کنند. از سوی دیگر تدبیر در سیاست خارجی خود به رغم همه فشارهای آمریکایی و نیز فشارهای تعداد قابل توجهی از مخالفان برجام را با همه سختی‌ها حفظ کرد. همین تدبیر موجب

فرآیند تغییرات نرخی که سازمان حمایت تعریف کرده بسیار طولانی است و به همین خاطر جت پرنیت اصلی تغییر پیدا نمی‌کند، اما کنسرو ماهی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای با تخفیف و فروش ویژه در اختیار مردم قرار می‌گیرد.

وی اضافه کرد: براساس رصد هفتگی قیمت کنسرو ماهی در فروشگاه‌ها از قیمت ۲۲ هزارتومان تا ۲۶هزار و ۹۰۰تومان به مردم عرضه می‌شود و میانگین آن ۲۴هزارو ۵۰۰تومان است.

گلشاهی همچنین به عوامل دیگر افزایش قیمت کنسرو ماهی نیز اشاره کرد و گفت: علی رغم کاهش قیمت ماهی در سه ماهه پاییز قیمت روغن افزایش پیدا کرده است. همچنین کارخانجات درگیر به دست آوردن قوطی فلزی هستند یعنی ورقی وجود ندارد که قوطی فلزی تولید کنند. حتی در صنعت روغن با وجود اینکه روغن تولید می‌شود، اما ورق برای بسته‌بندی روغن وجود ندارد. این عوامل هم تاثیرگذار هستند اما تلاش می‌کنیم که قیمت‌ها تثبیت شوند.

ماجرای کلوچه آلوده ایرانی در آلمان چه بود؟

زمانی ورود می‌کنیم که با اسناد و مدارک تشخیص دهیم آلودگی برای سلامت مردم خطرناک است.

به گفته این مقام مسئول در بحث ارزیابی ریسک سبد خانوار، میزان ورودی آن آلاینده از مجموع کل غذای مصرفی یک فرد و میزان بروز بیماری که ممکن است آلاینده موردنظر در یک جامعه آماری مشخص ایجاد کند همه با روش‌های آماری پیچیده محاسبه می‌شود که در نهایت میزان بیماری‌زایی آلاینده مشخص می‌شود بنابراین باید حداقلی در سبد غذایی خانوار ایرانی که برای ما مهم است، داشته باشد.

وی افزود: در مواردی ممکن است یک آلاینده به دلیل شرایط آب و هوا، خاک و ... بالفطره در یک محصول وجود داشته باشد و لزوماً به محصولات اضافه نمی‌شود.

انصاری با بیان اینکه در بحث صادرات هم مسئله ارزیابی ریسک مهم است، تصریح کرد: اگر کشوری با ارزیابی ریسک متوجه شده که محصول موردنظر در سبد خانوار مهم است و برای او خطرناک محسوب می‌شود می‌تواند از کشوری که خریداری می‌کند بخواهد که با ضوابط موردنظر کشور مقصد محصول تولید شود.

عدم موفقیت دولت قبلی آمریکا در ایجاد اجماع جهانی و حتی داخلی کشور خودش شد. ربیعی با بیان اینکه جنگ‌افروزان نتوانستند جنگ جدیدی بر ما تحمیل کنند و ما در داخل کشور زیرساخت‌های توسعه آتی و اقتصاد مقاوم را دنبال کردیم، گفت: ما در داخل کشور شرکت‌های دانش‌بنیان را تقویت و گسترش دادیم. امروز در ساخت پالایشگاه بیدبلند ۶۵ درصد توسط شرکت‌های دانش‌بنیان صورت گرفته است. وی ادامه داد: صنعت لوازم داخلی و صنعت کفش و پوشاک و خوراکی‌ها و همینطور قطعه‌سازی‌ها به شدت رشد کرده‌اند. این روزها تلاش دولت در جهت کاهش قیمت ارز به قیمت واقعی، پسگیری سهم بازار نفت جهانی با افزایش تولید نفت، ایجاد گشایش در ورود منابع ارزی به کشور و آغاز روند مثبت در انتقال ارز و از همه مهمتر افزایش تولید داخلی است.

مناسبات اقتصادی کشور ورود به مرحله جدیدی را تجربه می‌کند سخنگوی دولت با بیان اینکه با شکست جنگ اقتصادی ترامپ، نگاه طرف‌های تجاری ایران تغییر یافته و مناسبات اقتصادی کشور در حال ورود به مرحله جدیدی است، تصریح کرد: همه باید کمک کنند که بازارهای حساس نظیر ارز در چارچوب سیاست‌هایی که بانک مرکزی اعمال می‌کند مدیریت و به تعادل برسد.

اخبار

تکرار بحران توقف خطوط تولید قطعه‌سازان در ماه‌های پایانی سال

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو گفت سیاست‌گذاری‌های اشتباه در حوزه قیمت‌گذاری خودرو و چالش‌های تامین نقدینگی تحقق جهش تولید خودرو و تامین قطعات را در هاله‌ای از ابهام قرار داده است.

مازیار بیگلو در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص احتمال عدم بازنگری فصلی قیمت خودرو از سوی شورای رقابت در سه ماهه پایانی سال جاری و تاثیر آن بر اصلاح قیمت قطعات و قراردادهای قطعه‌سازان با خودروسازان اظهار داشت: یک نگرش این است که قطعه‌سازان بخش خصوصی هستند و تصمیماتی که در حوزه قیمت خودرو از سوی دولت اتخاذ می‌شود، مرتبط با این صنعت نبوده، لذا قیمت قطعات می‌بایست اصلاح شده و حقوق قطعه‌سازان پرداخت شود.

وی با بیان اینکه برخی اصلاح قیمت قطعات را منوط به اصلاح قیمت خودرو می‌دانند، افزود: قطعه‌سازان از آنجایی که بخش خصوصی محسوب می‌شوند، همواره بر اصلاح قیمت قطعات بدون تاثیرپذیری از اشتباهات و تصمیمات متخذه از سوی دولت و بلاتکلیفی‌های موجود در حوزه قیمت‌گذاری خودرو تاکید داشته و انتظارات خود را در این باره، بارها اعلام کرده‌اند.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو گفت: البته روند اصلاح قیمت قطعات از سوی شرکت‌های ایران خودرو و سایپا آغاز شده، اما فرمول قیمت‌گذاری خودرو از سوی شورای رقابت، زیان‌دهی بالایی برای آن دو شرکت را رقم زده به نحوی که حتی پس از اصلاح قیمت قطعه، به دلیل کاهش نقدینگی، توان پرداخت مطالبات قطعه‌سازان وجود ندارد.

بیگلو ادامه داد: عدم پرداخت مطالبات قطعه‌سازان، مجدداً آنها را به سمت بحران کمبود نقدینگی سوق خواهد داد که در چنین شرایطی، احتمال کاهش تیراژ تولید دور از ذهن نیست. وی درخصوص وضعیت به‌روزآوری قراردادهای سه ماهه دوم سال جاری تا پایان دی ماه تصریح کرد: درصد بالایی از این قراردادها به‌روزرسانی شده‌اند، اما به دلیل عدم کفایت مدارک برخی از قطعه‌سازان برای دو خودروساز، اصلاح سایر قرارداده‌ا بررسی مدارک در حال پیگیری است.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو درخصوص برنامه‌های تولیدی قطعه‌سازان تا پایان سال جاری تاکید کرد: قطعه‌سازان، تمامی سازوکارها برای تولید قطعات براساس بسته جهش تولید ابلاغی از سوی وزارت صمت را مهیا کرده بودند، اما اتفاقی که در حال حاضر در حال وقوع است، این است که کمبود نقدینگی، حرکت دائمی قطعه‌سازان به سمت توقف تولید را موجب شده به طوری که حتی قطعه‌سازان بزرگ نیز دیگر، قادر به تامین قطعات نیستند و علت آن عدم پرداخت مطالبات آنها است. بیگلو در ادامه یادآور شد: اگر تسهیلات ۵ هزار میلیارد تومانی ابلاغی از سوی شورای پول و اعتبار به عنوان الباقی تسهیلات مصوب شده در دی ماه سال گذشته، در اختیار قطعه‌سازان قرار بگیرد، حرکت در راستای تحقق بسته جهش تولید تا پایان سال تداوم خواهد داشت، اما در صورتی که چالش تامین نقدینگی به قوت خود باقی باشد، متأسفانه و ناخواسته، امکان جا ماندن قطعه‌سازان از تولید وجود دارد. وی در پایان خاطر‌نشان کرد: براساس مصوبه شورای پول و اعتبار طی هفته گذشته مبنی بر پرداخت تسهیلات ۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومانی به هر یک از دو خودروساز از منابع بانکی، خودروسازان سایپا و ایران خودرو در حال طی مراحل بانکی برای دریافت تسهیلات از بانک‌های عامل هستند.

خودروسازان خارجی مدل متفاوت برای بازگشت به ایران اعلام کردند

مذاکرات خارجی خودروسازان با سیگنال‌های امیدوارکننده در عصر «پساترمپ» آغاز شده است. از سال ۹۷ همراه با تحریم‌های بین‌المللی، بسیاری از شرکای خودروسازی کشور با تهدیدات دولت آمریکا اقدام به فسخ یک‌طرفه قراردادهای همکاری کردند و از ایران خارج شدند.

به گزارش پدال نیوز، اکنون اما برخی شرکای قدیمی فضای بازگشت را مساعد دیده و به‌طور پیدا و پنهان مذاکرات خود را با خودروسازان داخلی آغاز کرده‌اند. در بین این شرکت‌ها، خودروسازان چینی باز هم پیش‌قدم شده و در صف اول مذاکره هستند؛ اگرچه تولیدکنندگان اروپایی نیز به چشم می‌آیند. با این حال مدل پیشنهادی این شرکت‌ها برای بازگشت با تغییراتی همراه شده؛ به‌طوری‌که شرکت‌های خارجی با حالت احتیاط برای ورود تمایل دارند در فاز اول به مونتاژ خودرو در ایران – به جای ورود سرمایه – دست بزنند. کارشناسان می‌گویند در این مقطع که نااطمینانی اقتصادی فروکش کرده است، طرف‌های خارجی در صورت حس اطمینان بیشتر فاز سرمایه‌گذاری را انتخاب می‌کنند. این روزها در حالی برخی خودروسازان داخلی خود را آماده شراکت دوباره با خارجی‌ها در صورت لغو تحریم‌ها کرده‌اند که به‌نظر می‌رسد این بار شرکای خارجی حضوری متفاوت خواهند داشت. پیش‌بینی می‌شود با توجه به اینکه صنعت خودروی کشور دوبار تحریم و خارجی‌ها مجبور به ترک ایران شدند، این بار آنها با احتیاط بیشتری یای میز مذاکره حاضر شوند. پیش از تحریم‌های اولیه و ثانویه، برخی از شرکای خارجی اقدام به سرمایه‌گذاری در صنعت خودروی کشور کردند. این در شرایطی است که به‌نظر می‌رسد این بار چندان تمایلی به سرمایه‌گذاری مستقیم در ایران نداشته باشند و مونتاژ خودرو در کشور را دنبال کنند. هرچند ظاهر این اتفاق احتمالی چندان خوشایند نیست، با این حال می‌تواند فرصت حضور خودروسازان ایرانی در زنجیره جهانی فروش و صادرات شرکت‌های خارجی را فراهم کند. این مسیری است که برخی کشورها از جمله ترکیه و چین به‌طور اصولی طی کرده‌اند و از قضا به موفقیت‌های چشمگیری هم دست یافته‌اند بنابراین صنعت خودروی ایران نیز می‌تواند از حضور بدون سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی‌ها بهره ببرد. این فرصت البته در سایه بازگشت آمریکا به توافق هسته‌ای و برجام و لغو تحریم‌ها ایجاد خواهد شد؛ اتفاقی که خیلی‌ها به آن امیدوارند.

مر قرضی مصطفوی: بازار به سمت رفتار هوشمندانه حرکت کرده است



آن هستیم آگاهی متقاضیان نسبت به دوره‌های قبل است و این بی‌میلی درواقع نوعی واکنش به بالابودن نرخ محصولات نسبت به ارزش واقعی آنها است.

هوشمندسازی نسبت به صنعت خودرو اتفاق افتاده

این کارشناس صنعت خودرو می‌گوید: در رفتار مردم به خصوص در روزهای اخیر نسبت به بازار خودرو چند عامل مؤثر است؛ یکی دسترسی آنها به اطلاعات و گسترش فضای مجازی که به تبع آن متقاضیان هوشمندتر نسبت به گذشته رفتار می‌کنند. اگر امروز مردم با یک خودروی باکیفیت آشنایی نداشتند و میزان استاندارد خودروهای داخلی را با جهانی مقایسه نمی‌کردند و این امکان برای آنها فراهم نبود حالا نیز شاهد رفتار هوشمندانه آنها در بازار خودرو نبودیم. یعنی گسترش فناوری اطلاعات و به تبع آن آگاهی عمومی باعث شده است که دیگر خودروسازان قادر نباشند هر محصول بی‌کیفیت را با قیمت‌های گزاف و فضایی به خریداران غالب کنند، چراکه مردم با نگاهی به پرونده صنعت خودروسازی در ایران بعد از ۶ دهه دریافته‌اند که نه تنها پیشرفتی نداشته‌اند بلکه با انحصار بازار داخلی زمینه رانت و فساد را نیز ایجاد کرده‌اند.

مردم وقتی خودشان را با کشورهای همسایه چون عراق و افغانستان و پاکستان مقایسه می‌کنند و می‌بینند که آنها بهترین خودروهای

قیمت‌گذاری به نفع خودروساز

قیمت واقعی خودرو شفاف نیست

خودروهای مونتاژی در بازار خودرو اظهار کرد: ماشین‌های چینی بیشترین سهم را در ماشین‌های مونتاژ در بازار خودرو کشور دارند که از ابتدا به علت عدم نظارت بر نمایندگی‌های فروش ماشین‌های خارجی، این مراکز با اشراف کامل به روند نرخ دلار ماشین‌های‌شان را گران‌تر از قیمت بازار به مشتریان پیش‌فروش کرده‌اند.

وی افزود: قیمت فروش ماشین‌های چینی در نمایندگی‌ها به‌مراتب ۵۰ الی ۷۰ میلیون تومان از قیمت بازار آزاد گران‌تر است. روند نزولی بازار خودروهای چینی باتزاب ثبات نرخ ارز در ماه گذشته است. رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان اتومبیل مشهد با توجه به رفتار سرمایه‌گذاران بازار خودرو در یک‌ماهه اخیر خاطرنشان کرد: تا نرخ ارز ثبات پیدا نکند رفتار سرمایه‌گذاران و دلالتان بازار خودرو غیرقابل پیش‌بینی است، از همین رو، ثبات قیمت دلار در یک‌ماهه گذشته موجب شناسایی خریدوفروش کلان دلالتان بازار خودرو در کشور شده و به همین علت قیمت خودرو در دو هفته اخیر روند نزولی پیدا کرده است.

وی افزود: خریداران معطل نوسان ریزشی قیمت دلار شده‌اند و فروشندگان نیز از هراس افزایش ضرر در نمایشگاه‌های ماشین صف فروش بسته‌اند.

با وجود اختلاف ۵۰ میلیونی خودروهای وارداتی از قیمت نمایندگی‌های مجاز، چگونگی قیمت‌گذاری شورای رقابت در بازار خودرو مورد اشکام است.

به گزارش شبکه اطلاع‌رسانی راه دانا به نقل از صبح توس؛ با ثبات نرخ ارز در یک ماه گذشته روند افزایش قیمت خودرو نیز شیب منفی به خود گرفته است و در کلانشهرهایی همچون تهران و مشهد، قیمت خودروهای مونتاژ شده بازار ایران که اغلب ساخت کشور چین هستند، از نرخ اعلام‌شده نمایندگی‌های مجاز فروش خودروهای چینی پایین‌تر آمده است.

کف قیمت برای مصرف‌کننده یا کف‌سازی برای خودروسازها این در حالی است که بسیاری از مردم مبالغ چند صدمیلیونی را به نمایندگی‌ها تحویل داده‌اند و حالا قیمت بازار آزاد این خودروها با نمایندگی‌های مجاز که اصطلاحاً شورای نظارت و قیمت‌گذاری روی آنها نظارت دارد اختلاف ۵۰ الی ۷۰ میلیون تومانی دارد.

در برخی از خودروهای داخلی همچون کوئیک ار نیز قیمت بازار آزاد آن از قیمت شرکت خودروسازی سایپا ۵ میلیون تومان کمتر است.

محمدرضا حیدری، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان اتومبیل مشهد در گفت‌وگو با خبرنگار ما در رابطه با روند نزولی قیمت

لغو مصوبه خودرویی شورای رقابت ناشی از نقص در فرمول قیمت‌گذاری است

عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران ضمن ابراز تأسف از سیاست‌زدگی تصمیم‌گیران در حوزه صنعت خودرو گفت به دنبال تعویق به‌روزرسانی قیمت خودرو، زیان ۷۰ هزار میلیارد تومانی تا پایان سال حتمی بوده و خطر ورشکستگی خودروسازان را تهدید می‌کند. امیرحسین کاکایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: این موضوع که سیاست‌گذاران زیر بار تصحیح قیمت خودرو نخواهند رفت را بنده پیش‌بینی کرده بودم و باید بگویم که اقدام شورای رقابت در ارائه فرمول جدید قیمت‌گذاری خودرو صرفاً یک نمایش بود. وی درخصوص علت وقوع این نوع رفتارها و اتفاقات گفت: واقعیت این است که متأسفانه سیاستمداران ما به شدت سیاست‌زده شده‌اند و درگیر یک سری افکاری هستند که موجب شده منافع بلندمدت را فدای منافع کوتاه‌مدت کنند به این معنا که به دنبال عدم افزایش قیمت خودرو، موفق به کسب رضایت مصرف‌کنندگان و برخورداری از محبوبیت نزد مردم می‌شوند.

عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران افزود: مصوبه اخیر شورای رقابت مبنی بر آزدسازی قیمت کم‌تیراژها، آخرین راهکاری بود که امید به نجات صنعت خودرو را زنده می‌کرد.

کاکایی بیان کرد: تعلل در اصلاح و به‌روزرسانی قیمت خودرو طی شش ماه گذشته، هزاران میلیارد تومان زیان به زیان‌های گذشته خودروسازان افزوده شد به طوری که زیان دو سال و نیم گذشته به بیش از ۶۰ میلیارد تومان افزایش یافته و پیش‌بینی بنده این است که در صورت ادامه روند کنونی، ۷۰ هزار میلیارد تومان زیان تا پایان سال برای خودروسازان حتمی خواهد بود که معنای مشخص آن، قرار گرفتن خودروسازان در معرض ورشکستگی است.

وی ادامه داد: از طرف دیگر، بدهی خودروسازان به مجموعه‌های متعدد از جمله قطعه‌سازان به بیش از ۵۰ هزار میلیارد تومان رسیده



زیست فناوری به خدمات آزمایشگاهی رسید و تعامل فناوریانه این ۲ صنعت ارتقا یافت

استفاده از فناوری های زیستی در خدمات آزمایشگاهی گسترش می یابد. با این کار هر دو صنعت روندی رو به رشد را تجربه می کنند. خدمات آزمایشگاهی یکی از حوزه هایی است که ارتباط تنگاتنگی با فناوری های زیستی دارد. بر همین اساس نیز شبکه آزمایشگاهی فناوری های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در تلاش است تا پیوند میان این دو حوزه را افزایش دهد. زیست فناوری علمی بین رشته ای است و در حوزه های گوناگونی همچون کشاورزی، مواد آرایشی و بهداشتی، غذا و دارو، محیط زیست، میکروبیولوژی، میراث فرهنگی و ... کاربرد دارد. به همین دلیل یکی از عرصه های کاربردی در علوم آزمایشگاهی محسوب می شود. شبکه آزمایشگاهی فناوری های راهبردی در تلاش است تا با توسعه فعالیت کار گروه زیست فناوری، کاربرد این دو حوزه علمی را در تعامل با یکدیگر بیشتر کند.



دریچه

نوآوری دانش بنیان ها به صنعت ساختمان می پیوندد

پروژه ساخت خانه های کم انرژی با حضور مجری ملی پروژه بهینه سازی انرژی و محیط زیست بازدید شد.

علی وطنی مجری پروژه ملی بهینه سازی انرژی و محیط زیست در بازدید از پروژه ساخت خانه های دارای رده انرژی EC+ در شهر جدید اندیشه استان تهران، با بیان اینکه در این پروژه ۱۷۵ خانه کم انرژی ساخته می شود، عنوان کرد: پس از امضای تفاهم نامه میان پروژه بهینه سازی انرژی و محیط زیست در ساختمان (EEEB) و شرکت گروه سرمایه گذاری مسکن، خوشبختانه این پروژه باجدیت پیگیری شده و به عنوان الگویی برای دیگر پروژه های حوزه ساختمان به مرحله اجرا در آمده است.

وی با تاکید بر ضرورت استفاده از فناوری ها و نوآوری هایی که همراه و یاریگر محیط زیست هستند، ادامه داد: برای برخورداری از توسعه پایدار و پیشرفت،

تجهیزات و صنایع بزرگ به تنهایی پاسخگو نیست و باید فناوری های بهینه و سازگار با محیط زیست و اقلیم هر منطقه، در توسعه مورد استفاده قرار بگیرند. بحران آب یکی از بحران های جدی است و اصفهان، مثالی از توسعه صنعتی است که به دلیل عدم رعایت الزامات زیست بومی و محیط زیستی، امروزه با چالش های جدی به ویژه در حوزه منابع آبی دست و پنجه نرم می کند بنابراین باید از فناوری های نو و سازگار با محیط زیست در توسعه صنایع و زیرساخت ها بهره گرفته شود.

مجالى برای ورود نوآوری دانش بنیان ها

به صنعت ساختمان

مجری ملی پروژه بهینه سازی انرژی و محیط زیست با اشاره به استفاده از انرژی های نو و زیست سازگار در ساختمان ها گفت: دانش آموختگان و متخصصانی که الان در شرکت های دانش بنیان و فناوری فعالیت می کنند در صورتی که به بازار بزرگ صنعت ساختمان راه پیدا کنند، ضمن ارزش آوری و اشتغال درخور توجه، می توانند محیط زیست سالم و ماندگاری

منابع ارزشمندی همچون آب و انرژی را به ارمان بیاورند.

وطنی با اشاره به آمادگی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای کمک به ایجاد پلی میان صنعت ساختمان و فناوری های نو در حوزه انرژی و محیط زیست، گفت: شرکت های دانش بنیان و استارت آپ ها مملو از ظرفیت های نهفته در فناوری ها و نوآوری هایی هستند که می تواند صنعت ساختمان کشورمان را همگام با استانداردهای روز زیست محیطی به پیش ببرد. لازم است ارتباطی میان این فناوری ها به عنوان طرف عرضه از یک سو و حوزه ساختمان، راه و شهرسازی به مثابه طرف متقاضی ایجاد شود. به ویژه در حوزه انرژی ها ستاد توسعه فناوری های آب و انرژی و نیز دیگر ستادهای توسعه فناوری، کاملاً آماده هستند تا شرکت های دانش بنیان این حوزه را حمایت و زیرساخت های لازم برای ایجاد این ارتباط را فراهم کنند.

رعایت مقررات ملی ساختمان با ورود فناوری های نو به ساختمان ها

همچنین روزبه ظهیری هاشمی، مدیرعامل شرکت گروه سرمایه گذاری مسکن نیز در جریان این بازدید با بیان اینکه پروژه ساخت خانه های کم انرژی در راستای انعقاد تفاهم نامه همکاری با پروژه ملی بهینه سازی انرژی و محیط



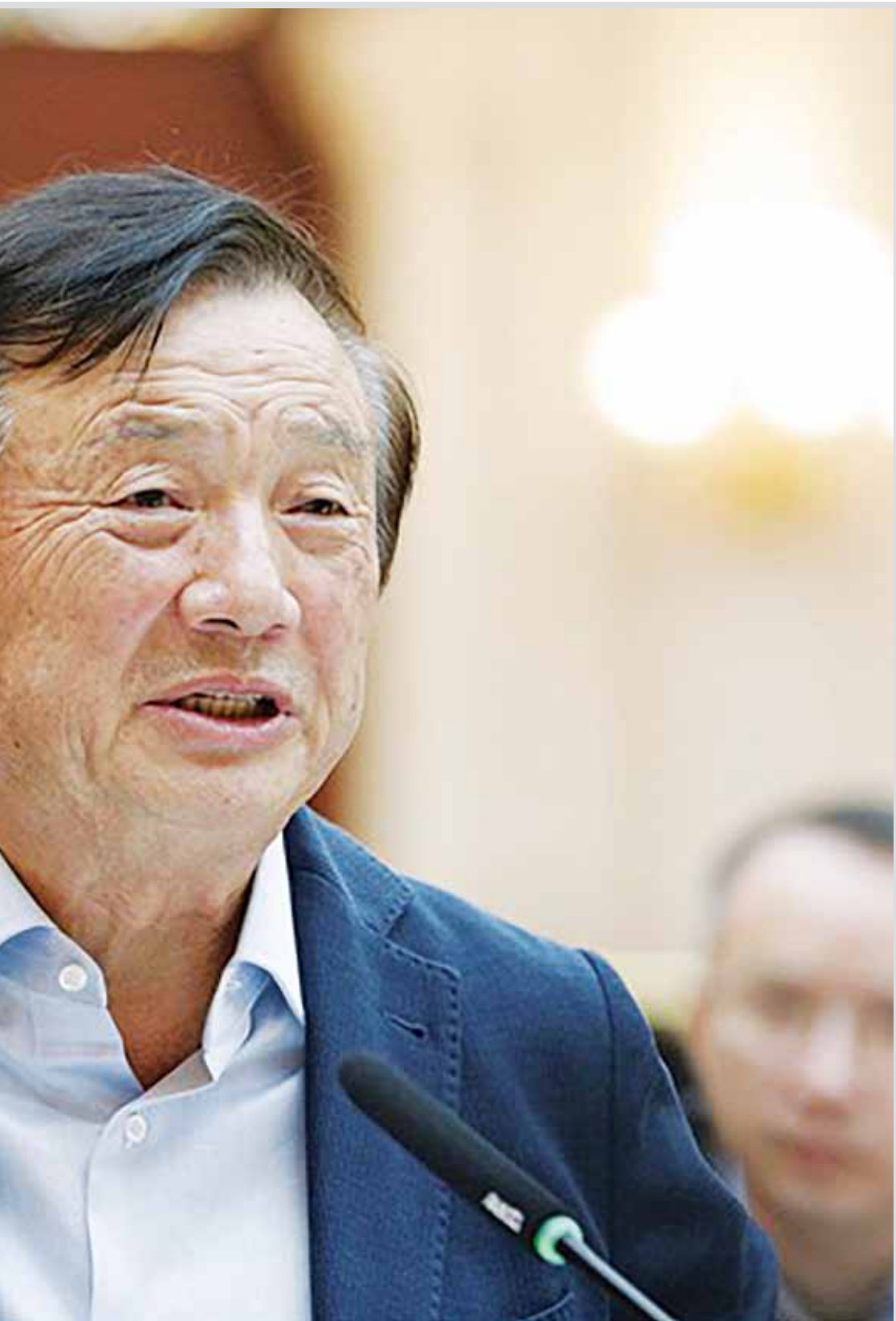
آغاز راه ساختمان های پایدار برای آینده

در مراسم این روز، پیشرفت عملیات احداث ۱۷۵ واحد ساختمانی مطابق با آخرین

ویرایش میحت ۱۹ مقررات ملی ساختمان مورد بازدید قرار گرفت و پروژه ملی بهینه سازی انرژی و محیط زیست (EEEB) ناظر پایش انرژی این مجموعه خواهد بود. این ساختمان ها به سامانه ملی پایش انرژی متصل خواهند شد و مصرف انرژی در آنان پایش می شود.

تفاهم نامه میان پروژه بهینه سازی انرژی و محیط زیست در ساختمان و شرکت گروه سرمایه گذاری مسکن با هدف طراحی و ساخت خانه های کم انرژی (EC+) مطابق با آخرین ویرایش میحت ۱۹ مقررات ملی ساختمان در سطح استان تهران منعقد شد.

براساس این تفاهم نامه، همکاری به منظور بسترسازی لازم برای اتصال به سامانه پایش اطلاعات انرژی، مشارکت در تامین منابع مالی بخشی از هزینه مضاعف ساخت خانه کم انرژی مطابق با میحت ۱۹ مقررات ملی ساختمان و همکاری فنی و مشاوره اجرایی از سوی کارشناسان ملی و بین المللی در راستای اجرای فنی و اصولی ساخت خانه های کم انرژی و همکاری در راستای تهیه محتوا و اشتراک گذاری تجارب حاصل از اجرای این پروژه برای سایر پروژه ها و سازندگان در دستور کار دو طرف قرار گرفته است.



هو آوی کسب و کار موبا

هو آوی به این موضوع اشاره نشده است که با می دهد. در حال حاضر هو آوی امکان تأمین ت دیگر تراشه های HiSilicon را برای هو آو فروش تراشه به این شرکت را ندارند. پس از و شرکت های آمریکایی و بسیاری از شرکت ه برای همکاری باید از دولت مجوز بگیرند. ه

هو آوی اخبار منتشرشده درباره فروش کسب و کار گوشی های پرچمدار خود را رد کرد. به گزارش زومیت، روز گذشته رویترز در گزارشی اعلام کرد که هو آوی قصد دارد کسب و کار ساخت تولید گوشی پرچمدار از جمله سری پی و سری ام را بفروشد. این خبر که سروصدای زیادی به پا کرد، واکنش هو آوی را به همراه داشت و در بیانیهای رسمی، خبر منتشرشده را تکذیب کرد. در بیانیه این شرکت چینی گفته شده است که همچنان به ساخت گوشی رده بالا ادامه خواهد داد. به گزارش GSMarena، در بیانیه

کسب و کارهای نوپا به میدان آمدند

توسعه علوم و فناوری های شناختی معاونت علمی دنبال می شود. در همین راستا نیز از رویدادهای نوآورانه حمایت می کند تا توسعه محصولات فناوریانه سرعت گیرد. «توسعه فناوری، محصولات و خدمات شناختی سالمندان»

نیز یکی از این رویدادها است که از سوی شتاب دهنده شناختی و مرکز نوآوری دانشکده فنی دانشگاه تهران (کارولوکس) و با حمایت ستاد از مردامه امسال آغاز شده بود. در مراسم اختتامیه دوره پیش شتابدهی این چالش، تیم های بازی چلچلی، روایت سلحشوران و تیم به کارگیری فناوری واقعیت مجازی در توانبخشی شناختی سالمندان در جایگاه اول تا سوم و تیم های کتاب کار شناختی سالمندان و بازی جدی رایانه ای برای تمرین شناختی در بیماران با اختلال شناختی خفیف به طور مشترک به عنوان تیم چهارم و تیم های استفاده از فناوری واقعیت مجازی در تشخیص و ارتقای



کارکردهای شناختی کهنسالان و نرم افزار واقعیت مجازی بهیاد، تقویت حافظه سالمندان با رویکرد سرگرمی به طور مشترک عنوان پنجمی این چالش را به خود اختصاص دادند و سه تیم نیز شایسته تقدیر شدند.

مراسم اختتامیه دوره پیش شتابدهی چالش «توسعه فناوری محصولات و خدمات شناختی سالمندان» برگزار شد. در این مراسم تیم های برتر این رویداد علمی انتخاب و معرفی شدند و تیم ها به صورت حضوری و آنلاین به

ارائه طرح های خود پرداختند و در پایان پنج تیم چک های عادی و تضمینی، تکالیف جدید بانک ها و موسسات اعتباری پس از برگشت خوردن چک، ضمانت اچراهای کیفی و جرم انگاری های جدید، راههای رفع سوء اثر از چک برگشتی در قانون جدید و نوآوری موجود در اصلاحات اخیر در رابطه با چک های حقوقی، از جمله برخی محورهای مورد بحث در این کارگاه آنلاین آموزشی است. انجمن تولیدکنندگان اسباب بازی ایران نیز از جمله حامیان برگزارای این رویداد آموزشی است. این رویداد در ۹ بهمن ماه ۱۳۹۹ برگزار می شود. علاقه مندان برای شرکت در این

آنلاین با همکاری اساتید و متخصصان این حوزه ها به تیم ها ارائه شد. افزایش سرمایه شناختی جامعه و پیشگیری از کاهش عملکرد شناختی در بزرگسالان با استفاده از مداخلات و خدمات شناختی یکی از هدف هایی است که در ستاد

فعالان خلاق در حوزه مالی و بانکی آموزش می بینند

مرتبط با بخش مالی و بانکی نیز مسائل و چالش های خود را با کارشناس مدعو در میان می گذارند و از وی مشاوره می گیرند.

فرآیند جدید صدور دسته چک و صلاحیت های مورد نیاز جهت اخذ دسته

چک، ساز و کار جدید صدور و ظهورنویسی چک های عادی و تضمینی، تکالیف جدید بانک ها و موسسات اعتباری پس از برگشت خوردن چک، ضمانت اچراهای کیفی و جرم انگاری های جدید، راههای رفع سوء اثر از چک برگشتی در قانون جدید و نوآوری موجود در اصلاحات اخیر در رابطه با چک های حقوقی، از جمله برخی محورهای مورد بحث در این کارگاه آنلاین آموزشی است.

انجمن تولیدکنندگان اسباب بازی ایران نیز از جمله حامیان برگزارای این رویداد آموزشی است. این رویداد در ۹ بهمن ماه ۱۳۹۹ برگزار می شود. علاقه مندان برای شرکت در این برنامه، می توانند به سامانه های خبری ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق و دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق، وابسته به این ستاد، مراجعه کنند.



با حمایت ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، شرکت های خلاق با قوانین مالی و بانکی آشنا می شوند.

استارت آپ ها و شرکت های خلاق، معمولاً توسط جوانان فارغ التحصیل و فعالان فرهنگی و خلاق تاسیس می شود. این موسسان اغلب تجارب کمی در بازار و کار عملی در حوزه مالی و بانکی دارند.

برای موفقیت بیشتر شرکت های خلاق، لازم است که فعالان صنایع نرم و خلاق، با کلیه تغییر و تحولات در حوزه مالی و بانکی آشنا شوند و بر زوایای مختلف این حوزه، اشراف کامل داشته باشند. از این رو با حمایت ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، یک سلسله کارگاه و آموزش های برخط و حضوری برای این فعالان برنامه ریزی شده است تا شرکت کنندگان در این کارگاه ها، توانمندتر شوند.

وبینار آموزشی آشنایی با اصلاحات جدید قانون صدور چک، یکی از این برنامه ها است. در این کارگاه آموزشی، حاضران نه تنها با قوانین و مقررات صدور چک و سایر اسناد مالی تعهدآور، آشنا می شوند، بلکه در دیگر حوزه های



معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری به کنیا سفر کرد

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری برای دومین بار در رأس هیأتی ۴۰ نفره از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق به کشور کنیا رفت. پرویز کرمی، مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اعلام این خبر، گفت: سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در رأس هیأتی از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق به کنیا سفر کرد تا فضای همکاری مشترک فناوریانه و تجاری میان دو کشور تقویت شود. کرمی افزود: در این هیأت نمایندگان از وزارت امور خارجه، صندوق نوآوری و شکوفایی، ۴۰ نفر از نمایندگان شرکت‌های دانش‌بنیان، فناوری و خلاق و روسای چند صندوق پژوهش و فناوری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری را همراهی می‌کنند.

یادداشت

مدل بومی بازگشت نخبگان را در اختیار ارمنستان قرار می‌دهیم

مشترک فناوریانه بین دو کشور ضروری است چون این کار به توسعه ارتباطات طرفین کمک می‌کند و به تقویت همکاری‌های دوجانبه منجر خواهد شد.

دستاوردهای دانشی را به زندگی مردم پیوند زدیم

رئیس بنیاد ملی نخبگان، با اشاره به اینکه ۹۸ درصد داروهای موردنیاز کشور در داخل تولید می‌شود، بیان کرد: نیروی انسانی متخصص داخلی ما توان تامین نیازهای داخلی را دارد به همین دلیل می‌توانیم در حوزه توسعه فناوری‌های نو به کشور ارمنستان کمک کنیم. ستاری در ادامه افزود: ما در این زیست‌بوم تلاش می‌کنیم دانش را به بازار متصل کنیم. یعنی محصولات تولیدی در مرز دانش را به زندگی مردم پیوند بزنیم و جامعه دستاورد این تلاش‌های فناوریانه را لمس کند. چون آموزشی مفید است که نتیجه آن بین ۵ تا ۱۰ سال در کشور نمود باید در غیر این صورت، این آموزش اثرگذار و مثمرتر نیست. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه جامعه ارمنه جایگاه ویژه‌ای در ایران دارند، تاکید کرد: دانشمندان و سرآمدان علمی ارمنستانی زیادی در دانشگاه‌های ایران تحصیل می‌کنند. این کشور نیز مانند ایران با پدیده مهاجرت و رفتن نخبگان خود مواجه است، اما می‌توانید با کمک مدل بومی ما نخبگان خود را به بازگشت ترغیب کنید. رئیس بنیاد ملی نخبگان با اشاره به اینکه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری آماده به اشتراک‌گذاری همه تجربیات خود به کشور ارمنستان است، گفت: می‌توانیم پروژه‌هایی در حوزه ایجاد پارک فناوری مشترک و تبادل دانشجو با یکدیگر همکاری کنیم.

تبادل دانشجو میان ایران و ارمنستان ضروری است

ستاری ادامه داد: در حال حاضر در ایران بیشتر تجهیزات آزمایشگاهی به شکل بومی تولید می‌شود. ما نمایشگاه تجهیزات آزمایشگاهی ایران ساخت را داریم که در حال حاضر ۱۰ هزار محصول در آن به نمایش درآمده است. ایران آماده همکاری با ارمنستان در این حوزه نیز هست. وی تبادل دانشجو میان کشورها را یک ضرورت دانست و بیان کرد: آمریکا با وجود سیاست‌های جنگ‌طلبانه‌اش با ایران پذیرای ۱۱ هزار دانشجو ما است. چون این کار ربطی به سیاست ندارد و یک ارتباط فرهنگی است. ایران و ارمنستان نیز باید با هم برای تبادل دانشجو همکاری کنند.

اجرای پروژه‌های مشترک میان ایران و ارمنستان یک ضرورت است در ادامه این نشست واهان کروبیان، وزیر اقتصاد کشور ارمنستان نیز با اشاره به اینکه این کشور پیش از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی بیشترین تعداد دانشمند را داشت، گفت: اما پس از فروپاشی، بخش اعظمی از آنها در کل دنیا پراکنده شدند. در حال حاضر نیز دانشمندان ما با بسیار پیر یا بسیار جوان هستند.

وی افزود: ارمنستان به دنبال اجرای برنامه‌ای است که بتواند نخبگان و تحصیلکردگانش را از سراسر دنیا به کشور بازگرداند. این کار رونق اقتصادی برای ما به همراه دارد. برنامه بازگشت نخبگانی که در ایران اجرایی شده است را می‌توانیم به شکلی بومی برای خود به کار بندیم. کروبیان ادامه داد: ما برای اجرای پروژه‌ای در حوزه ایجاد پارک فناوری به صورت مشترک میان ایران و ارمنستان بسیار موافق هستیم و علاقه داریم کارهای اجرایی آن هرچه زودتر انجام شود و تیمی برای توسعه همکاری‌های دوجانبه شکل گیر.

وزیر اقتصاد کشور ارمنستان همچنین بیان کرد: ظرفیت‌های علمی و فناوریانه ایران بسیار بالا است و ما علاقه‌مند به استفاده از آن هستیم. البته ارمنستان هم در این حوزه در خدمت ایران است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با وزیر اقتصاد کشور ارمنستان دیدار کرد تا فضا برای توسعه روابط فناوریانه دو کشور فراهم شود.

واهان کروبیان، وزیر اقتصاد کشور ارمنستان در رأس هیأتی عالی‌رتبه به ایران آمد تا از زیرساخت‌های فناوریانه و دستاوردهای علمی کشور بازدید کند و در نشستی مشترک با سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری شرایط برای توسعه تعاملات و تبادلات میان دو کشور را بررسی کنند. سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این بازدید با اشاره به طراحی زیست‌بومی برای بازگشت نخبگان ایرانی از یکصد دانشگاه برتر جهان، گفت: در این مدل بومی ابتدا سازوکارهای بازگشت آنها به کشور را فراهم می‌کنیم. مثلاً با ایجاد پارک‌های فناوری، مراکز نوآوری و کارخانجات نوآوری زمینه فعالیت نخبگان در کشور را ایجاد و سپس آنها را برای بازگشت ترغیب می‌کنیم.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه ایده اولیه این کار را از یک مدل چینی گرفتیم، بیان کرد: در مرحله بعدی آن را کاملاً بومی‌سازی کردیم. در این مدل بومی توانستیم طی ۳ سال، ۲ هزار دانشجوی ایرانی را از یکصد دانشگاه برتر دنیا به کشور بازگردانیم. یعنی سالی ۶۰۰ نفر. قطعاً این افراد با هدف پول بازنگشتند بلکه برای آنها تاثیرگذاری در جامعه مهم است. ستاری ادامه داد: با توجه به اینکه این مدل به فرهنگ کشور ارمنستان نزدیک‌تر است قطعاً کاربرد بیشتری نیز برای مسئولان و مدیران این کشور برای بازگشت نخبگان‌شان دارد. مدل‌های اروپایی و آمریکایی فاصله بیشتری با فرهنگ ارمنستان دارد. ما آمادگی کامل داریم که مدل بومی خود را در اختیار شما بگذاریم. مردم هر روز شاهد دستاورد اقتصاد دانش‌بنیان در زندگی خود هستند

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین با اشاره به اجرایی شدن اقتصاد دانش‌بنیان در ایران، گفت: نتیجه و دستاورد بارز این اقتصاد هر روز در زندگی مردم قابل لمس است و کاربردی عمومی در روزمرگی‌های مردم دارد. این دستاوردها زندگی مردم را راحت‌تر کرده است. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در ادامه تاکید کرد: ایران کشوری درگیر با تحریم‌ها و دشمنی‌های برخی کشورها است، اما با وجود همه مشکلات توانستیم در روزهای بحرانی نیازهای خود را تامین کنیم. مثلاً شیوع کرونا ما را به هیچ کشوری وابسته نکرد و با اتکا به توان و دانش متخصصان داخلی خود همه تجهیزات موردنیاز در این زمینه را تولید و تامین کردیم. ستاری افزود: معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری از ابتدای دولت فعلی بر روی اقتصاد دانش‌بنیان و اقتصاد مقاومتی تمرکز کرد. این کار را هم به اتکای جوانان و نیروی انسانی متخصص و تحصیلکرده خود به اجرا درآورد. ایران ۴ میلیون دانشجو دارد که ظرفیت بالای دانشی دارند. از توان آنها برای تحقق اقتصاد دانش‌بنیان بهره برداییم.

ایران صاحب بزرگترین استارت‌آپ‌های منطقه است

رئیس بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه شکل‌گیری زیست‌بوم فناوری و نوآوری مهمترین و اساسی‌ترین نیاز تحقق اقتصاد دانش‌بنیان در کشور است، گفت: در کنار نیروی تحصیلکرده، دانشگاه‌ها، مراکز نوآوری، کارخانجات نوآوری، پارک‌های فناوری و ... اصلی‌ترین اجزای این زیست‌بوم هستند. در حال حاضر ۶ هزار شرکت دانش‌بنیان در ایران فعالیت دارد و سال گذشته حاصل فعالیت آنها حدود ۱۲ میلیارد دلار بود.

ستاری ادامه داد: ایران صاحب بزرگترین استارت‌آپ‌های منطقه در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، زیست‌فناوری، نانو فناوری، سلول‌های بنیادی و ... است و حدود ۵۰ پارک فناوری هم در کل ایران شکل گرفته است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری معتقد است که اجرای طرح‌های



ایل خود را نمی‌فروشد

دادن به تحریم‌های هوآوی را دارد یا خیر. در ادامه می‌توانید ببانیه رسمی هوآوی ایران را مشاهده کنید: هوآوی می‌داند شایعات بی‌اساس بسیار زیادی پیرامون فروش احتمالی برندهای پرچمداری که تولید می‌کند، وجود دارد؛ این شایعات بی‌اساس هستند و هوآوی چنین برنامه‌ای ندارد. ما کاملاً به تجارت گوشی‌های هوشمند خود پایبند هستیم و قصد داریم مسیر تولید و ارائه محصولات باکیفیت را با قدرت و با کمک تجربه‌هایی که تاکنون آموخته‌ایم، ادامه دهیم.

چه صورت به فعالیت در حوزه موبایل ادامه را مشاهده کنید: هوآوی می‌داند شایعات بی‌اساس بسیار زیادی پیرامون فروش احتمالی برندهای پرچمداری که تولید می‌کند، وجود دارد؛ این شایعات بی‌اساس هستند و هوآوی چنین برنامه‌ای ندارد. ما کاملاً به تجارت گوشی‌های هوشمند خود پایبند هستیم و قصد داریم مسیر تولید و ارائه محصولات باکیفیت را با قدرت و با کمک تجربه‌هایی که تاکنون آموخته‌ایم، ادامه دهیم.

۱۷۵ ساختمان حافظ منابع انرژی و محیط زیست شد

این ساختمان‌ها، توضیحاتی درباره مواد، جنس و فناوری عایق‌هایی که در این پروژه به کار رفته از نسوی «علی‌شاه‌حیدری» مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری مسکن تهران که مجری این پروژه است، ارائه شد. در این ساختمان‌ها این مواد از عایق‌ها و دیوارپوش‌هایی استفاده شده است که ضمن افزایش عایق صوتی، مصرف انرژی را کاهش می‌دهد و تمام این تجهیزات توسط شرکت‌های داخلی تولید شده‌اند. همچنین بیان شد که با استفاده از این تجهیزات و فناوری‌های بهینه‌سازی، ساختمان‌ها الزامات محیط ۱۹ مقررات ملی ساختمان را رعایت می‌کنند. این ساختمان‌ها بخشی از پروژه‌ای است که با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای بهینه‌سازی مصرف انرژی و محیط زیست دنبال می‌شود و در بخشی از این طرح، ساختمان‌ها با مصرف انرژی اندک و رده انرژی بهینه (EC+) احداث خواهد شد. در ادامه این بازدیدها، مجری

پروژه ملی بهینه‌سازی انرژی از محل دفتر کارگاهی پروژه بهینه‌سازی انرژی و محیط زیست در ساختمان (EEEB) واقع در مرکز نوآوری و فناوری‌های ساخت گروه سرمایه‌گذاری مسکن بازدید کرد. این ساختمان‌ها، توضیحاتی درباره مواد، جنس و فناوری عایق‌هایی که در این پروژه به کار رفته از نسوی «علی‌شاه‌حیدری» مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری مسکن تهران که مجری این پروژه است، ارائه شد. در این ساختمان‌ها این مواد از عایق‌ها و دیوارپوش‌هایی استفاده شده است که ضمن افزایش عایق صوتی، مصرف انرژی را کاهش می‌دهد و تمام این تجهیزات توسط شرکت‌های داخلی تولید شده‌اند. همچنین بیان شد که با استفاده از این تجهیزات و فناوری‌های بهینه‌سازی، ساختمان‌ها الزامات محیط ۱۹ مقررات ملی ساختمان را رعایت می‌کنند. این ساختمان‌ها بخشی از پروژه‌ای است که با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای بهینه‌سازی مصرف انرژی و محیط زیست دنبال می‌شود و در بخشی از این طرح، ساختمان‌ها با مصرف انرژی اندک و رده انرژی بهینه (EC+) احداث خواهد شد. در ادامه این بازدیدها، مجری



پروژه ملی بهینه‌سازی انرژی و محیط زیست در ساختمان (EEEB) واقع در مرکز نوآوری و فناوری‌های ساخت گروه سرمایه‌گذاری مسکن، یکی از ساختمان‌هایی را که بخش‌های اصلی آن تکمیل شده و در حال آماده‌سازی است بررسی کرد. در جریان بازدید

خلاق‌ها همچون دانش‌بنیان‌ها تسهیلات صادراتی دریافت می‌کنند

کلیه خدمات حمایتی و بلاعوض مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری برای صادرات محصولات خود به‌رمند شوند.

امانی ادامه داد: این مرکز دو نوع خدمت بلاعوض و تسهیلات ارزان‌قیمت را ارائه می‌دهد که از طریق صندوق صادرات این خدمات انجام می‌شود.

مدیرعامل صندوق توسعه صادرات و تبادل فناوری با بیان اینکه خدمات بلاعوض در ۱۴ دستورالعمل مختلف که هر یک زیرمجموعه‌هایی دارد، ارائه می‌شود، افزود: حمایت از اعزام هیأت‌ها به خارج کشور، حضور در پائوبون‌ها و نمایشگاه‌های خارجی، حضور اختصاصی در نمایشگاه‌ها، تامین نیازمندی‌های بین‌المللی‌سازی یک شرکت مثال‌هایی از این دستورالعمل‌هاست.

پر کردن جالی خالی صندوق نوآوری امانی همچنین بیان کرد: در گذشته تنها شرکت‌های دانش‌بنیان از این خدمات استفاده می‌کردند، اما اکنون شرکت‌های خلاق نیز می‌توانند این خدمات را از طریق صندوق صادرات با کربودر صادرات معاونت علمی دریافت کنند.

خلاقیت و نوآوری در دنیای امروز حرف نخست را می‌زند؛ حرفی به وسعت موفقیت یک کسب و کار.

محصولات تولیدشده‌ای که با این نوآوری‌ها درهم می‌آمیزد و به رفاه مردم کمک می‌کند در این میان شرکت‌های خلاق از ظرفیت بالایی برای تولید ثروت و ایجاد این رفاه در جامعه دارند.

ظرفیت تولید و اشتغال‌زایی شرکت‌های خلاق بالا است، اما به دلیل اینکه مانند شرکت‌های دانش‌بنیان نمی‌توانند از خدمات صندوق نوآوری و شکوفایی استفاده کنند، هنوز دغدغه تامین مالی را دارند.

در همین راستا اقداماتی توسط ستاد توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق انجام شد؛ اقداماتی که افقی روشن را پیش روی این شرکت‌ها برای صادرات قرار داد.

بهرمندی از کلیه خدمات حمایتی بهرمداد امانی، مدیرعامل صندوق توسعه صادرات و تبادل فناوری درباره این خدمات گفت: از این پس شرکت‌های خلاق معرفی شده از سوی ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه فناوری‌های نرم و خلاق می‌توانند از



ماجرای جالب مروارید مراسم تحلیف

چندین گروه مختلف در فیس‌بوک با طرح درخواست از زنان برای استفاده از جواهرات محبوب کاملاً هریس در روز برگزاری مراسم تحلیف ریاست جمهوری در ۲۰ ژانویه، موفق به جذب هزاران عضو جدید شدند.

وقتی «هوب آلوی» با هدف تشویق زنان به استفاده از مروارید در مراسم تحلیف معاون اول رئیس جمهور ایالات متحده آمریکا، یک گروه جدید را در فیس‌بوک راه‌اندازی کرد، متوجه نشد که این نوع جواهر نزد سناتور سابق، کاملاً هریس، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

آلوی در مصاحبه با وب‌سایت خبری «TODAY» گفت که دلیل تمایل هریس به سمت مروارید این است که او آن را ابزار قدرت زن می‌داند. وی در این راستا عضو گروه «بیسست مروارید» دانشگاه «آلفا کاپا آلفا» شده است که اعضای ذهنیت مشابهی در سر دارند. موسسان گروه هر یک از ۲۹۰ هزار عضو خود را به مثابه مرواریدی درخشان می‌دانند. بارها و بارها او با مروارید‌هایی به سبک‌های مختلف به تصویر کشیده شده است.

آلوی، یک کهنه‌سوار ۴۶ ساله در فلوریدا علت تشبیه زن به مروارید را به این ترتیب بیان می‌کند: «مروارید به این دلیل شبیه به زن است که با عبور از سختی‌ها و مصائب فراوان، در نهایت درخشان ظاهر می‌شود. مروارید صرف نظر از رنگ، شکل و اندازه خود، همواره زیبا است.»

به اعتقاد آلوی، هدف از راه‌اندازی این گروه در وهله نخست، طرح راه حل و پیشنهادی برای قدرت بخشیدن زنان به یکدیگر بود. در عین حال تحلیف کاملاً هریس به عنوان اولین زن آمریکایی-آفریقایی‌تبار معاون ریاست جمهوری آمریکا نیز گرمای داشته می‌شد. از زمان راه‌اندازی گروه، تاکنون جذب بیش از ۴۳۰ هزار عضو جدید، آن را به مکانی برای حمایت روزانه زنان از یکدیگر تبدیل کرده است. طیف سنی اعضای گروه از ۱۳ تا ۱۰۰ سال متغیر است و اعضایش تقریباً از ۱۰۰ کشور جهان گردهم جمع شده‌اند.

بسیاری از اعضای گروه پیشنهاد داده بودند که به آن دسته از افرادی که مرواریدی برای به گردن انداختن در تاریخ بیستم ژانویه در اختیار ندارند، مروارید اهدا شود.

یکی از اعضای سیاه‌پوست گروه به نام «استک»، تماشای کاملاً هریس در حال انجام مذاکره را بسیار هیجان‌انگیز می‌داند زیرا او را به درستی نماینده خود به عنوان فردی دو رگه می‌بیند. حضور پرقدرد هریس در صحنه سیاست و تماشای او به عنوان کسی که به میراث خود افتخار می‌کند، لحظه-ای نفسگیر و هیجان‌انگیز به شمار می‌رود. این در حالی است که سکان دنیای سیاست را بیش از همه، مردان سفیدپوست در دست دارند.

از نظر استک، مرواریدها هنگام مواجهه با مشکلات، نماد مرغوبیت، کلاس بالا و متانت هستند. از نگاه مادرش، ماهیت کروی یک مروارید، مفهوم وحدت را در ذهن تداعی می‌کند. در این راستا، یک سری قطعات بسیار کوچک در کنار هم، دست به خلق اثری زیبا و شگفت‌انگیز می‌زنند.

نیکسون، یکی از دوستان مادر هریس، شیاملا گوپالان هریس، تا حدودی به خاطر این رابطه دوستانه، در تاریخ بیستم ژانویه، گردنبندی از مروارید بر گردن می‌آویزد. او گفت اغلب اوقات به عکس‌های قدیمی فکر می‌کند که مادر کاملاً هریس در آن گردنبدن مروارید بر گردن آویخته است.

او از نحوه تربیت دختران به عنوان یک زن مهاجر از شیاملا هریس الگو گرفته است. به عقیده نیکسون، اگر او توانسته از عهده این‌کار برآید، نیکسون نیز حتما خواهد توانست مثل او مادری موفق باشد.

نیکسون به فرهنگ و پیشینه تاریخی خود افتخار می‌کند. در همین حال او همچنان در صدد است تا فرصت رشد و پیشرفت را برای فرزندان‌ش به وجود آورد تا به آنها بگوید که در شرایط کنونی باید آمریکا را به عنوان خانه خود بپذیرند.

گروه آلوی تنها گروهی نیست که در فیس‌بوک زنان را به افتخار تحلیف هریس به استفاده از جواهرات محبوب او تشویق می‌کند. فیلیشیا چیک، سناک اتلانتا مدیر گروهی به نام «روز جاکس و مروارید» است. این اسم اشاره به مواقعی دارد که هریس با کفش کتانی «جاکس تیلور»، محصول «کانورس» (Converse) دیده شده است. دوست دبیرستانی چیک، ژانت دوان، ساکن آستین تگزاس، گروه را راه‌اندازی کرد.

به گفته چیک، این کفش‌ها و مرواریدها نشان از سادگی کاملاً هریس دارند. او روحیه و طبیعی آزاد و رها دارد ولی در عین حال بسیار مطمئن، بی‌پروا و از جذابیت خود آگاه است.

وقتی درباره موفقیت این گروه با بیش از ۷۲ هزار عضو از چیک سوال شد، او توضیح داد که مردم از شنیدن و دیدن هر چیز مثبت و جدیدی به وجد می‌آیند. آنها آماده استقبال از چیزی هستند که بتوانند آن را حفظ کنند و قدرش را بدانند.

چیک معتقد است که باید منتظر چیزی بزرگ‌تر از این هم نیز بود. او امیدوار است که هیجان ناشی از این انتصاب همچنان ادامه یابد. اعضای گروه باید واقعاً بفهمند که چگونه می‌توانند در آینده کشور خود سهیم باشند.

منبع: today.com/mbanews



معمای بازیابی مشتریان از دست رفته



ارزیابی بازخوردهای دریافتی از مشتریان

وقتی کسب و کارها نسبت به ترک شرکت از سوی مشتریان دست به ساماندهی برخی از اقدامات می‌زنند، امکان مشاهده بازخوردهای دریافتی به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. بسیاری از برندها نسبت به این نکته مهم توجه لازم را ندارند بنابراین به طور مداوم با مشکلاتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه می‌شوند. وقتی مشتریان نسبت به فعالیت‌های برند در راستای بازیابی مشتریان واکنش‌های نامناسبی ارائه می‌کنند، معنای ضمنی این امر ناتوانی برای بازیابی دوباره مشتریان خواهد بود. دلیل این امر ایرادهای طرح بازیابی مشتریان است بنابراین در وهله نخست باید نسبت به بهبود طرح موردنظر و سپس اجرای دوبارهاش اقدام کنیم.

یادآوری آنچه مشتریان از دست می‌دهند

بدون تردید مشتریان از دست رفته برنند دیگر امکان استفاده از محصولات یا خدمات شما را نخواهند داشت. گاهی اوقات یادآوری همین نکته ساده برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کافی خواهد بود. امروزه بسیاری از بازیاب‌ها با استفاده از همین تکنیک موفق به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و حتی بازیابی دوباره مشتریان می‌شوند بنابراین همیشه باید به مشتریان مزیت خدمات و محصولات برند را یادآوری نماییم. در غیر این صورت آنها قید کسب و کار ما را خواهند زد.

منبع: marketingprofs.com

وقتی با استفاده از داده‌ها و ارزیابی‌شان به صورت مقایسه‌ای ایرادات اصلی فعالیت برند شناسایی شد، باید در گام بعد نسبت به رفع آنها اقدام نماییم. در غیر این صورت شرایط برای برندمان به شدت دشوار خواهد شد. برخی از برندها در این میان نسبت به شیوه‌های مناسب تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف حساسیت زیادی به خرج می‌دهند. این امر شامل تلاش برای ارزیابی دوباره و دوباره داده‌ها برای پی بردن به ایرادات بیشتر است. مهمترین مسئله در این میان محدودیت زمان است بنابراین کسب و کارها باید در کمترین زمان ممکن دست به عمل بزنند.

چرا مشتریان شرکت را ترک کردند؟

گاهی اوقات دلیل اصلی ترک شرکت از سوی مشتریان مربوط به کیفیت خدمات یا محصولات برند نیست. حضور یک رقیب بزرگ یا حتی نوآوری مشخص در عرصه کسب و کار مهمترین دلایل این امر محسوب می‌شود. نحوه مواجهه یک برند با شرایط موردنظر باید از هر نظر حساب شده باشد. در غیر این صورت مشتریان بیشتری از برند اقدام به ترک آن خواهند کرد. رقابت مناسب با دیگر برندها باید جزئی از برنامه فعالیت هر کسب و کاری باشد. اگر یک کسب و کار در این راستا با مشکل مواجه شود، در نهایت شکست سسگینی خواهد خورد. دامنه رقابت در کسب و کارهای مختلف به طور باورنکردنی افزایش یافته است. با این حساب نیاز کسب و کارها برای بهبود وضعیت‌شان نیاز به توضیح ندارد.

ولی سپس، فقط یک چیز اهمیت پیدا می‌کند: احساسات‌شان. اعتماد مرد و سرنوشت زن. شما شاهد خواهید بود یک معلم معمولی چه کارهایی می‌تواند برای خانواده‌اش انجام بدهد.

۴. سرتق از برج

این فیلم کم‌دی مهیج تا هر زمان که دروتمندان در این دنیا ارزش‌های ابدی را فراموش کنند، می‌تواند به زندگی هر آدمی مربوط بشود. جاش، که مدیر یک مجموعه مسکونی سطح بالا است، قربانی رقابتی برای ثروت می‌شود و کارکنانش را نیز با خود همراه می‌کند. یک میلیونر پول آنها را می‌دزد، ولی چگونه می‌توان با یک آدم بانفوذ مبارزه کرد؟ شاید چاره‌ای جز تسلیم نباشد. شخصیت داستان در همین موقعیت به چالش کشیده می‌شود. گروهی از بازیگران درخشان کم‌دی به رهبری بن استیлер در نقش جاش نمی‌خواهند تسلیم شوند!

۵. نگهبان

وقتی فردی را دچار مشکل می‌بینیم، این شانس را داریم که به وی کمک کنیم و مشکلات خردمان را نیز از زوایه‌ای تازه نگاه کنیم. بن راندال بارها و بارها چنین شانس‌ی را داشته است. زیرا وی یک امدادگر گروه گارد ساحلی است، ولی یک روز در تاریکی‌های شب، وی یکی از افرادش را از دست می‌دهد... وی چگونه بر این چالش غلبه می‌کند؟ فقط یک راه برای خروج از این وضعیت وجود دارد. اگر شما نیز عاشق دنیای مربوط به کارهای دلیرانه و مردان بی‌باک هستید، حتماً از شخصیت‌هایی که اشتون کوچر و کوین کاستنر در آنها ایفای نقش می‌کنند، خوش‌تان خواهد آمد.

۶. نقشه پرواز

این فیلم دارای یک داستان ظاهراً ساده ولی غیرمنتظره است. کایل در پرواز خود از برلین به نیویورک، متوجه می‌شود دختر ۶ ساله‌اش گم شده است. این زن به تازگی همسرش را از دست داده، به همین خاطر خدمه پرواز فکر می‌کند وی فقط عصبی است و درباره این مسئله اغراق می‌کند. وضعیت کاملاً عجیب و غیرمنطقی می‌شود، زیرا تمام شواهد ثابت می‌کنند این دختر بچه اصلاً سوار هواپیما نشده است. اکنون، کایل برای حل این معما فقط می‌تواند روی خودش حساب کند و جان دختر عزیزش را نجات بدهد. بازی واقعی و زیبایی جودی فاستر به شما اجازه نمی‌دهد لحظه‌ای به حقیقت اتفاقی که در حال وقوع است، تردید پیدا کنید.

۷. چشم عقاب

مردی فارغ از تمام هیاهوی جهان زندگی می‌کرد و نمی‌دانست چرا آدم‌ها می‌خواهند به موفقیت برسند. حتی برادر دوقلوی جاه‌طلبش نیز تمام وقت آزاد خود را وقف رسیدن به همین مسئله می‌کرد، ولی همه چیز در یک لحظه تغییر کرد: برادر دوقلوی موفق این مرد در شرایط

به قلم: پترا اوداک مسئول بخش بازاریابی در موسسه Better Proposals
ترجمه: علی‌العلی

از دست دادن مشتریان اتفاق خوشایندی برای برندها نیست. کمتر کسب و کاری تمایل به از دست دادن مشتریانش دارد. اگر این اتفاق روی دهد، بسیاری از برندها تا مدت‌ها با مشکلات مالی گسترده مواجه خواهند شد. شاید مهمترین نکته پس از ریزش مشتریان بازیابی آنها باشد، اما اغلب کارآفرینان به دلیل شوک‌های گسترده از دست دادن مشتریان به این نکته توجه نمی‌کنند. در ادامه به برخی از نکات مهم در راستای بازیابی مشتریان پس از ریزش‌شان اشاره خواهیم کرد. این امر امکان کاهش بار مالی سنگین بر روی دوش کسب و کارها را به همراه دارد.

اجازه دهید داده‌های معتبر شما را راهنمایی کند

استفاده از داده‌های معتبر برای ارزیابی وضعیت پیش روی اهمیت زیادی دارد. بسیاری از کارآفرینان پس از ریزش مشتریان حدس‌های احتمالی در مورد دلایل شکست‌شان می‌زنند، اما این حدس‌ها اغلب فاصله بسیار زیادی تا واقعیت دارد. بنابراین با استفاده از داده‌های معتبر امکان ارزیابی هرچه بهتر شرایط فراهم خواهد شد. خوشبختانه امروزه دسترسی به داده‌های معتبر در مورد وضعیت برندها ساده‌تر از هر زمان دیگری است بنابراین شروع کار ارزیابی وضعیت برند باید با همین داده‌ها باشد.

لذت‌ها و چالش‌ها با برنامه‌ریزی خودشان در برابرمان قرار می‌گیرند. آیا فردا هم یک روز معمولی دیگری است یا آیا به طور کلی زندگی‌مان دستخوش یک تغییر می‌شود؟ چه کسی می‌داند، ولی همه آدم‌ها این شانس را دارند که تغییر کنند و غیرممکن را به ممکن تبدیل کنند. ما در این مقاله ۱۰ فیلم الهام‌بخش برای انجام کارهای ناممکن زندگی را برای‌تان انتخاب کرده‌ایم که شخصیت‌های اصلی آنها تصمیم می‌گیرند تمام موانع سر راهشان را برای رسیدن به هدف نادیده بگیرند.

فیلم الهام‌بخش برای انجام کارهای ناممکن زندگی

۱. ناشناخته

زندگی خوب است. دکتر مارتین هریس به همراه همسرش برای شرکت در یک کنفره بین‌المللی به برلین می‌رود. آنها به یک هتل لوکس می‌روند، ولی ناگهان متوجه می‌شوند یکی از چمدان‌های‌شان را در فرودگاه جا گذاشته‌اند. مارتین تاکسی می‌گیرد و با عجله سعی می‌کند خود را به فرودگاه برساند، ولی خودرو ناگهانی دچار تصادف می‌شود و از یک پل به پایین سقوط می‌کند؛ مارتین بر اثر این حادثه، بیهوش می‌شود... وقتی دنیای یک فرد در یک لحظه از هم فرو می‌پاشد، برای بازیابی از این اتفاق چقدر می‌تواند شانس داشته باشد؟ شاید پاسخی برای این سوال وجود نداشته باشد ولی علی‌رغم همه اینها، وی با ناشناخته‌ها مبارزه خواهد کرد.

۲. موبایل

مردی دارای یک خانواده شاد و خوشبخت به طور تصادفی با یک اتفاق مجرمانه مواجه می‌شود. عده‌ای همسرش را گروگان می‌گیرند. آنها وی را در یک اتاق زیر شیروانی حبس می‌کنند و تنها امید وی به فرار یک گوشی موبایل قدیمی است که به سختی کار می‌کند. آدم‌ربایان این زن را برای مدتی تنها می‌گذارند و این زن با آن موبایل قدیمی به طور تصادفی با یک مرد تماس می‌گیرد... برای فردی که به اجبار با یک پرتگاه رو به رو شده است، چه چیزی باقی می‌ماند؟ شاید توانایی فشردن دستان یک غریبه. جذابیت و بازی فوق‌العاده کیم بیسینگر باعث می‌شود بیننده احساس کند خودش در این موقعیت گرفتار شده است. بیایید دعا کنیم هیچ‌وقت موبایل‌مان از کار نیفتد!

۳. سه روز آینده

آیا یک درام جنایی می‌تواند این چنین ملموس باشد؟ هنگام تماشای این فیلم پرتحرک، لحظه‌ای فرصت پیدا نمی‌کنید تا به جریان اتفاقات فکر کنید. شخصیت اصلی، جان، دارای همسر و یک پسر است؛ وی عاشقانه همسرش را دوست دارد. همه چیز طبق معمول پیش می‌رفت، ولی یک روز صبح، ماموران پلیس وارد خانه‌شان می‌شوند و لا‌را (همسر جان) را به جرم قتل دستگیر می‌کنند... جهان در یک لحظه زیر و رو می‌شود.

بازاریابی با جلب نظر احساسات مشتریان



به قلم: دکتر گریستین مک کور میک ویراستار حوزه مدیریت در موسسه Word Stream
ترجمه: علی آلی

هر صاحب کسب و کاری در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف به منظور بازاریابی و تاثیرگذاری بهتر بر روی وی است. این امر اغلب اوقات با نیم نگاهی به کمپین‌های بزرگ و موفق در سراسر دنیا روی می‌دهد. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شیوه‌های بسیار زیادی را امتحان می‌کنند. حال اگر از همان ابتدا از شیوه‌های بازاریابی امتحان شده استفاده کنیم، وضعیت بازاریابی برندهمان به طور کامل متفاوت خواهد بود. استفاده از احساسات در عرصه بازاریابی ایده تازه‌ای نیست. بسیاری از بازاریاب‌ها در طول زمان از این ایده برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده کرده‌اند. همچنین در طول زمان بسیاری از کمپین‌ها با تاکید بر روی احساساتی خاص موفق به جلب نظر پایداری مشتریان شده‌اند. بدون تردید این امر ساده یا حتی بی‌دردسر نیست. اگر کسب و کارها و بازاریاب‌ها بر روی احساسات نادرستی تاکید کنند، شاید واکنش منفی و کاملاً شدید مشتریان را به همراه داشته باشد. بنابراین فعالیت همراه با دقت نظر فراوان در این عرصه امری ضروری خواهد بود.

استفاده از کلمات مناسب برای بیان احساسات به مخاطب هدف امری رایج محسوب می‌شود. بسیاری از بازاریاب‌ها تاثیر کلمات را هنوز هم گسترده ارزیابی می‌کنند. حتی اگر در کمپین‌های بازاریابی از فرمت ویدئو نیز استفاده شود، بازهم کلمات دارای تاثیرگذاری بالایی خواهد بود. درست به همین خاطر برخی از بازاریاب‌ها پیش از طراحی یک کمپین بازاریابی به دنبال یافتن کلمات مناسب برای آن هستند. به عبار دیگر، در حوزه بازاریابی همه چیز با یک کلمه شروع می‌شود.

بازاریاب‌ها برای ایجاد تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف باید از ایده‌ها و احساسات متنوعی استفاده نمایند. چالش اصلی در این میان ناتوانی برای جلب نظر مخاطب هدف است. اگر از ایده‌های نادرست برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده نکنیم، شاید در نهایت به عنوان برندی کسل‌کننده در بازار شناخته شویم. بدون تردید چنین شهرتی برای هیچ کسب و کاری مناسب نخواهد بود. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از نکات مهم و اساسی در زمینه بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف با استفاده از احساسات مختلف است. در این میان تمرکز اصلی بر روی کلمات و عبارات‌های مهم برای جلب نظر مخاطب هدف است. در ادامه براساس نوع تاثیرگذاری و احساس موردنظر برای ترغیب در میان مخاطب هدف اقدام به بررسی هرچه دقیق‌تر موضوع خواهیم کرد.

عبارات‌های مناسب برای کاهش ریسک در میان مشتریان
بسیاری از کسب و کارها باید ریسک‌های موجود برای مشتریان را به حداقل برسانند. این امر ضرورت بالایی برای فروش محصولات و تعامل با مشتریان دارد. کسب و کار بیمه به عنوان یکی از مثال‌های روشن در این میان اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب موسسه‌های فعال در حوزه بیمه باید تضمین‌های متعددی به مشتریان دهند. در غیر این صورت توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست خواهند داد. استفاده از واژگان مناسب برای ایجاد اعتماد و نمایش کاهش ریسک پیش روی مشتریان امری ضروری محسوب می‌شود. متأسفانه بسیاری از برندها در این راستا با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستند. برخی از عبارت‌های مناسب برای کاهش ریسک‌ها در نظر مشتریان به شرح ذیل است:

- تضمین بازگشت هزینه خرید محصولات
- امکان لغو عضویت و عدم پرداخت هزینه اضافه در هر لحظه
- عدم دریافت پیام و ایمیل‌های متعدد
- عدم نیاز برای پرداخت اضافی
- مشاهده اولیه بدون نیاز به خرید
- لغو استفاده از سرویس در هر زمان
- هیچ چیز برای از دست دادن وجود ندارد (در مورد خرید محصولات دارای تخفیف گسترده)
- بازگشت رایگان محصول و بازپرداخت هزینه خرید
- امتحان رایگان سرویس برای یک هفته

اغلب اوقات کارآفرینان با ارائه پیشنهاد‌های متنوع برای استفاده آزمایشی محصولات از سوی مشتریان امکان کاهش ریسک‌های احتمالی را دارند بنابراین برندها باید نسبت به این نکته تمرکز قابل ملاحظه‌ای نشان دهند. در غیر این صورت شناس کافی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را نخواهند یافت. اشتباه اغلب برندها تلاش برای ترغیب مخاطب هدف بدون تلاش برای تاثیرگذاری بر روی آنها براساس نمایش کیفیت محصولات‌شان است. این امر هرگز موجب کاهش ریسک‌های مدنظر بازاریاب‌ها نخواهد شد.

عبارات‌های مناسب برای کاهش فقدان اطمینان در میان مشتریان
گاهی اوقات مشتریان نسبت به ادعا یا محصولات یک برند احساس بی‌اعتمادی دارند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای بازاریاب‌ها ایجاد می‌کند. تاثیرگذاری مناسب محتوای بازاریابی نیازمند دست کم مقداری اعتماد میان برند و مشتریان است. شاید دلیل بی‌اعتمادی مشتریان نسبت به برند مربوط به تجربه‌های قبلی تعامل باشد. وظیفه اصلی تیم بازاریابی در این میان تلاش برای بهبود وضعیت است. در غیر این صورت خبری از موفقیت بازاریابی نخواهد بود.

احساسات مشتریان در قبال برندها در طول تعاملات مختلف صورت می‌گیرد. بنابراین تغییر آن نیز باید در زمان قابل توجهی انجام شود. ایراد برخی از بازاریاب‌ها تلاش برای حل و فصل تمام مشکلات در کوتاه‌ترین زمان ممکن است. اگر این امر بدون بازنگری اساسی دنبال شود، فقط موجب ناتوانی کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد شد. بسیاری از برندها در طول زمان برای بهبود وضعیت اطمینان مشتریان اقدام به تاکید بر روی احساسات مختلفی می‌کنند. برخی از عبارت‌های مناسب برای کاهش فقدان اطمینان مشتریان به برندها به شرح ذیل است:

- امکان استفاده رایگان یک ماهه از محصول
- خودتان مشاهده کنید
- هیچ چیز مخفی وجود ندارد
- گزارش‌های مشتریان دیگر را مطالعه نمایید
- تضمین بازگشت هزینه خرید
- ضمانت فقدان هر گونه ریسک و ایراد در استفاده از محصول
- خدمات پشتیبانی گسترده و تمام‌وقت

بسیاری از مشتریان پس از خرید یک محصول تمایل به استفاده از خدمات پس از فروش گسترده دارند. اگر این امر مدنظر برندها قرار گیرد، فرآیند بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بسیار ساده‌تر خواهد شد. اغلب مردم پس از خرید یک محصول و ناپدید شدن برند موردنظر احساس خوشایندی را تجربه نمی‌کنند. درست به همین خاطر برندهای بزرگ و نام‌اشنا گزینیه‌های مناسبی برای خرید مجدد هستند.

عبارات‌های مناسب برای ایجاد اعتماد در میان مشتریان
ایجاد اعتماد در میان مشتریان امر بسیار دشواری محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای جلب نظر مشتریان و ایجاد اعتماد اقدام به صرف هزینه‌های متعدد می‌کنند. این امر موجب ناتوانی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود. بهترین راهکار برای جلب نظر اعتماد مشتریان باید با هزینه‌های اندک دنبال شود. در غیر این صورت شاید بار سنگین مالی امکان هرگونه فعالیت دیگری را از کسب و کار دریغ نماید. عرصه بازاریابی برای ایجاد اعتماد در میان مشتریان وظایف بسیار سنگینی بر دوش دارد. برخی از مهمترین عبارت‌ها برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان در راستای ایجاد اعتماد به شرح ذیل است:

- ارزایی کارشناس‌های برتر دربارہ محصولات برند را مشاهده نمایید
- نظرات مشتریان قبلی در سایت‌های معتبر (مانند آمازون) را مشاهده نمایید
- کیفیت ساخت محصولات را در قالب ویدئو مشاهده کنید
- گفت‌وگوی مستقیم و زنده با کارشناس‌های ارشد شرکت.
- بدون تردید برخی از عبارت‌های مورد استفاده در بخش‌های قبل در اینجا نیز تکرار شده است. این امر شاید در نگاه نخست عجیب به نظر برسد. نکته مهم در این میان نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. وقتی یک عبارت در فضایی متفاوت به کار گرفته می‌شود، معنای منحصر به فردی نیز خواهد داشت. بنابراین عبارت‌های مشابه در بخش‌های این مقاله در صورت استفاده در وضعیت متفاوت همراه با بار معنایی گوناگونی خواهد بود. مهمترین مسئله در اینجا توجه به بار معنایی هر عبارت در قالب یک کمپین بازاریابی است.

عبارات‌های مناسب برای ترغیب مشتریان به سوی خرید
خرید محصولات از سوی مشتریان یکی از اهداف اصلی هر کمپین بازاریابی محسوب می‌شود. برندها بدون فروش محصولات‌شان توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهند داشت. بسیاری از برندها در عمل با هزینه‌های سرسام‌آور اقدام به طراحی کمپین‌های بازاریابی و تبلیغاتی به منظور فروش محصولات‌شان می‌کنند. بدترین تجربه در این میان ناتوانی برندها برای فروش محصولات‌شان است بنابراین باید راهکاری برای این مسئله مهم وجود داشته باشد. در اینجا بازهم مسئله استفاده از عبارت‌های مناسب به منظور تاثیرگذاری احساس بر روی مخاطب هدف مطرح می‌شود. این امر باید در قالبی همراه با احترام مدنظر بازاریاب‌ها قرار گیرد.

گاهی اوقات برندها در عمل رفتار مناسبی با مشتریان ندارند. این امر موجب تحریم خرید محصول از سوی کسب و کارها می‌شود بنابراین رفتار

بازاریاب‌ها با مشتریان نتیجه نهایی تعامل میان برند و مشتریان را مشخص خواهد کرد. برخی از عبارت‌های مناسب برای ترغیب مشتریان به خرید محصولات برند به این ترتیب است:

- بهترین پیشنهاد ممکن برای امروز
- همین الان برای خرید اقدام کنید
- چه چیزی برای از دست دادن دارید؟
- یک شانس کوچک به ما بدهید
- چه چیزی پیش روی شما قرار دارد؟
- همین حالا از پیشنهاد ویژه شرکت استفاده کنید
- پیشنهادی که نمی‌توانید رد کنید
- کسب سود بیشتر با خرید همراه با تخفیف از برند ما
- ارزان‌تر و باکیفیت‌تر از همه جا
- بهترین خرید سال را انجام دهید.

گاهی اوقات برندها برای فروش محصولات‌شان به صرف دعوت ساده از مشتریان اکتفا می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. برخی از برندها برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف نیاز به اندکی انرژی بیشتر دارند. اگر این انرژی و شور در میان برندها مشاهده نشود، نتیجه نهایی فرآیند بازاریابی از پیش مشخص خواهد بود. امروزه برندهای بزرگ همیشه شور و هیجان مشخصی در فرآیند فروش‌شان نشان می‌دهند. درست به همین خاطر در مقایسه با دیگر برندها موفقیت بازاریابی بیشتری کسب می‌کنند.

عبارات‌های مناسب برای افزایش اضطراب در میان مشتریان
فروش ویژه برای بسیاری از برندها به مثابه زمان کسب سودهای فراوان است. وقتی یک برند مناسبیت مهمی پیش روی دارد، ارائه تخفیف‌های جذاب راهکار منطقی برای کسب سود خواهد بود. فروش گسترده و همراه با تخفیف فقط در صورت جلب نظر دامنه وسیعی از مشتریان همراه با موفقیت خواهد بود. در غیر این صورت ارائه تخفیف فقط به معنای بار مالی بیشتر بر روی دوش کسب و کارهاست.

بازاریاب‌ها برای جلب نظر مخاطب هدف نیاز به استفاده از عبارت‌های جذاب دارند. وقتی مشتریان احساس اضطراب نمایند، تمایل بسیار بیشتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهند داشت. کسب و کارها پس از مطالعه اولیه وضعیت بازار و همچنین سلیقه مشتریان امکان استفاده از برخی عبارت‌های ذیل را خواهند داشت:

- همین الان خرید/دانلود نمایید
- این فرصت دیگر تکرار نخواهد شد
- پیشنهاد ویژه برای مناسبت پیش روی
- دوستان‌تان را غافلگیر کنید
- ما برای شما پول‌تان را صرفه‌جویی خواهیم کرد
- دیگر نیازی به خرید گران نیست
- نایاب این فرصت را از دست دهید
- هیچ‌کس این فرصت طلایی را از دست نخواهد داد.

اغلب اوقات برندها برای ایجاد احساس اضطراب در میان مشتریان از شیوه‌های متنوعی استفاده می‌کنند. مهمترین نکته در این میان تلاش برای نمایش جا ماندن مشتریان از دیگران در صورت بی‌توجهی به این نکات است. برخی از برندها در چنین وضعیتی به طور مداوم با مشکل مواجه می‌شوند. دلیل این امر ناتوانی برای بیان مناسب و باورپذیر شعارهای بازاریابی‌شان است. اندکی تمرین در این حوزه تمام شرایط بازاریابی برندها را تغییر خواهد داد.

عبارات‌های مناسب برای ترغیب کنجکاوی مشتریان
عنصر کنجکاوی نقش مهمی در موفقیت بازاریابی برندهای بزرگ دارد. وقتی مشتریان نسبت به محصولات تازه یک برند چنین احساسی داشته باشند، تمایل بالایی برای خریدشان نشان می‌دهند. این امر به بهترین شکل در مورد محصولات برند اپل قابل مشاهده است. تمام مشتریان برای خرید این محصولات صف می‌یهند. این امر به معنای کیفیت بالای دستگاه‌های هوشمند اپل همراه با جذابیت بالا برای مشتریان است. بازاریاب‌ها برای بهبود فرآیند ترغیب مخاطب هدف به خرید از عنصر کنجکاوی بیشترین استفاده را می‌کنند. مهمترین مسئله در این میان استفاده درست از احساس موردنظر است. برخی از عبارت‌های مهم در این میان به این شرح است:

- خودتان مشاهده کنید
- باید این محصول را امتحان کنید
- اگر از این محصول استفاده کنید... (استفاده از نقطه‌های دنباله‌دار برای ایجاد احساس کنجکاوی)
- کیفیت‌های تازه را کشف کنید

- فقط یک بار امتحان لازم است
- تصور کنید...

استفاده از ابهام برای ترغیب مخاطب هدف امر مهمی است. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف نیاز به این تکنیک دارند بنابراین باید کنجکاوی و احساس ابهام را در کنار هم مدنظر قرار دهیم. در غیر این صورت شرایط برای برندها به شدت دشوار خواهد شد.

عبارات‌های مناسب برای تعامل بهتر با مشتریان

برخی از کمپین‌های بازاریابی دارای هدف مشخصی در زمینه فروش نیستند، بلکه بهبود رابطه برند با مشتریان را مدنظر قرار می‌دهند. این امر از نقطه نظر بازاریابی دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها به طور مداوم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به تعامل نزدیک با آنها دارند. این امر هرچه دسترسی به محصولات ساده‌تر باشد، افزایش خواهد یافت. به عنوان مثال، یک خرده‌فروشی در مقایسه با کسب و کار فعال در زمینه تولید خودروهایی لوکس نیاز بیشتری برای تعامل نزدیک با مشتریان دارد. برخی از عبارت‌های مناسب برای بازاریابی در راستای ترغیب این احساس مشتریان به شرح ذیل است:

- آیا تا به حال احساس نزدیکی با کسب و کاری را داشته‌اید؟
- بالاخره پس از مدت‌ها کسب و کارمان فعالیت رسمی‌اش را شروع کرد
- دست‌کم شناخت بهتری از هم خواهیم داشت
- محصولات بهتر با تعامل بیشتر با شما فراهم می‌شود
- این خدمات درخشان حاصل اعتماد و همکاری شماست

بدون تردید جلب همکاری مشتریان برای تعامل نزدیک ضروری است. برخی از مشتریان به طور مداوم با پیشنهاد تعامل برندها مخالفت می‌کنند. این امر کار بازاریاب‌ها را سخت خواهد کرد. وظیفه اصلی یک برند در این شرایط تلاش برای آگاهی از دلیل مخالفت مداوم مشتریان با تعامل بیشتر است. بدون تردید این امر ساده نخواهد بود، اما در نهایت وضعیت برند را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود خواهد بخشید. برخی از کسب و کارها برای تعامل با مخاطب هدف نیاز به زمان زیادی دارند. این امر در صورت مواجهه کسب و کار با بازه‌های زمانی حساس به شدت دردسرساز خواهد بود. با این حساب هر کسب و کار مدت زمانی اندک برای جلب تعامل مخاطب هدف دارد بنابراین باید بهترین استفاده را از زمان در دسترسش نماید. استفاده از عبارت‌های فوق نقش مهمی در جلب تعامل مشتریان خواهد داشت. این امر به معنای امکان تعامل و جلب نظر مخاطب برای پیگیری سایر اهداف اصلی کسب و کار خواهد بود.

عبارات‌های مناسب برای نمایش اقتدار برند

مشتریان همیشه به دنبال برندهای دارای اقتدار هستند. این امر دلیل تلاش کسب و کارها برای نمایش جلوه‌ای قدرتمند را توضیح می‌دهد. نمایش اقتدار در عرصه بازاریابی همیشه با مشکلاتی همراه است. این چالش شامل تلاش برای ایجاد توازن میان اقتدار برند و مشتری‌مداری است. برخی از برندها با زیاده‌روی در این راستا شناس‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست می‌دهند. برخی از عبارت‌های مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و نمایش اقتدار برند به این ترتیب است:

- بهترین برند در بازار
- ما با شما بهترین هستیم
- کارشناس‌ها تایید می‌کنند
- بهترین برند در (نام منطقه‌ای خاص)
- چند دهه اقتدار در بازار
- برندی پیشرو در صنعت
- شخصی‌سازی محصولات با بهترین کیفیت ممکن
- کسب و کاری بی‌رقیب

بدون تردید بازاریابی برای مخاطب هدف باید دارای محدودیت‌هایی در زمینه نمایش اقتدار باشد. اگر یک برند نسبت به توانایی‌های خود بیش از اندازه مطمئن باشد، در نهایت مشکلات بسیار زیادی پیش‌روی‌اش قرار خواهد گرفت بنابراین همیشه باید اندکی تواضع را چاشنی فعالیت بازاریابی‌مان نماییم. این امر وجهه صمیمانه برندهمان را حفظ خواهد کرد. امروزه کسب و کارها در زمینه بازاریابی مشکلات بسیار زیادی را تجربه می‌کنند. اغلب اوقات جلب نظر مخاطب هدف براساس تاکید بر روی احساسات مختلف کار دشواری است. اگر در این میان از توصیه‌های حرفه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده کنیم، نتیجه بسیار بهتری در مقایسه با دیگر برندها خواهیم داشت. هدف اصلی این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات در راستای بازاریابی با تاکید بر روی احساسات مشتریان بود. این امر کمک شایانی به بازاریاب‌ها و برندها برای افزایش کیفیت محتوای بازاریابی‌شان خواهد کرد.

منبع: wordstream.com



۹ عادت قدرتمند برای غلبه بر احساس شکست در زندگی



با این ۵ روش می‌توانید کار بیشتری را در مدت‌زمان کمتر انجام دهید

کار کردن بهتر لزوماً به معنای بیشتر کار کردن نیست. با اعمال این ۵ تغییر کوچک در نحوه کار کردن می‌توانید سطح بهره‌وری خود را به صورت چشمگیری افزایش دهید؛ علاوه بر این، با این ترفندها می‌توان کار بیشتری را در مدت زمان کمتری به سرانجام رساند.

کار کردن هوشمند به این معنا نیست که زمان بیشتری را در محیط کار خود سپری کنید. در حقیقت، افزایش ساعات کار می‌تواند اثر معکوس داشته باشد. بسیاری از ما بدون اینکه خودمان متوجه شویم، ساعات کاری زیادی را هدر می‌دهیم. با اعمال چند تغییر کوچک برای از بین بردن هدررفت زمان و افزایش بهره‌وری می‌توان کار بیشتری را در مدت زمان کمتر انجام داد. در ادامه با ۴ ترفندی که باعث افزایش بهره‌وری می‌شوند آشنا خواهیم شد.

۱. به روش پومودورو کار کنید

تکنیک پومودورو (Pomodoro) یکی از بهترین روش‌هایی است که افراد موفق آن را دنبال می‌کنند؛ با این روش می‌توانید مدت زمان لازم برای انجام دادن وظایف خود را به نصف برسانید.

مجبور نیستید تکنیک پیچیده‌ای را انجام دهید؛ تنها کافی است یک تایمر را به مدت ۲۵ دقیقه تنظیم کنید و روی کار خود متمرکز شوید. صفحه ایمیل و پنجره‌های اضافی مرورگر را ببندید و تلفن همراه خود را خاموش کنید تا نتوانید روی کار تمرکز کنید. بعد از این ۲۵ دقیقه، ۵ دقیقه به خود استراحت دهید. پیشنهاد می‌کنیم که در آن ۵ دقیقه به ایمیل‌ها، صفحات اجتماعی و سایر مواردی که ذهن شما را اشغال کرده‌اند سر بزنید.

این روش برای کسانی که در دفاتر شلوغ و با تیم‌های مختلف کار می‌کنند چندان کارآمد نیست، اما برای کسانی که به تنهایی کار می‌کنند، روش مناسبی است تا کار یک هفته خود را تنها در عرض چند ساعت به اتمام برسانند.

۲. حواس‌پرتی‌های دیجیتالی خود را کنار بگذارید

رسانه‌های اجتماعی، ایمیل‌ها، خریدهای آنلاین و ویدئوها از جمله حواس‌پرتی‌های بیشمار هستند که بهره‌وری افراد را کاهش می‌دهند. اگر از کسانی هستید که به سادگی با این موارد تمرکز خود را از دست می‌دهید، می‌توانید از برنامه‌هایی مثل Freedom.co استفاده کنید؛ این برنامه می‌تواند برخی اپلیکیشن‌های مشخص شده یا سایت‌های شبکه‌های اجتماعی را برای مدت زمان محدودی مسدود کند؛ بدین ترتیب، تمرکز کردن برای انجام دادن کار موردنظر، آسان‌تر خواهد بود.

۳. از لیست To-Do یا کارهایی که باید انجام دهید استفاده کنید

اگر از کارهایی که باید انجام دهید، لیست تهیه می‌کنید (لیست To-Do)، پیشنهاد می‌کنیم که این روش را کنار بگذارید. لیست‌های To-Do کارآمد نیستند. دلایل این ناکارآمدی بسیار زیاد هستند اما می‌توان آنها را در دو دلیل اصلی خلاصه کرد:

کارها و وظایف شما به صورت مداوم به این لیست اضافه می‌شوند، بدون اینکه فرصت کافی برای انجام آنها داشته باشید؛ این امر باعث از بین رفتن انگیزه و اشتیاق شما می‌شود.

یک لیست ساده نمی‌تواند اولویت‌های شما را مشخص کند بنابراین شما بعد از مدتی و تنها با انجام دادن کارهایی که به آنها تمایل دارید، سرخورده می‌شوید و احساس گناه می‌کنید.

بدین ترتیب پیشنهاد می‌کنیم که به جای لیست To-Do

از یک اپلیکیشن ساده مدیریت وظایف استفاده کنید؛ با این اپلیکیشن‌ها می‌توانید کار و وظیفه خود را در یک تقویم تنظیم کرده و مدت زمان لازم برای انجام آن را نیز محاسبه کنید.

۴. در ساعاتی که بیشترین بهره‌وری را دارید، کار کنید

این روش همیشه عملی نیست؛ برخی از افراد باید در ساعات مشخص شده فعالیت کنند، اما اگر برای کار کردن محدودیت زمانی ندارید می‌توانید از این روش برای بهینه کار کردن استفاده کنید.

ساعات بهینه برای بسیاری افراد از صبح زود آغاز می‌شود و تا چند ساعت بعد ادامه دارد؛ برخی دیگر نیز در ساعات بعدازظهر بهره‌وری بسیار کمی دارند. بنابراین پیشنهاد می‌کنیم که شما نیز در ساعاتی که بالاترین راندمان را دارید، فعالیت کنید. این ساعات در تمام افراد یکسان نیستند. اگر هنوز هم از آنها باخبر نیستید، تنها کافی است این روش را آزمایش کنید تا بهترین زمان برای عملکرد بهینه خود را بیابید.

۵. زمان کمتری را به نمایشگرها خیره شوید

با اعمال تغییرات کوچک در شیوه کار کردن خود می‌توانید زمان کمتری را برای سپری کردن در مقابل نمایشگرها اختصاص دهید؛ علاوه بر اینکه می‌توانید بهتر کار کنید و زمان بیشتری را برای انجام کارهای مهمتر اختصاص دهید.

منبع: inc/ucan



توسط آدم‌های موفق آگاهی یابید.

یا به سادگی با گوش دادن به یک پادکست یا کتاب صوتی، ظرف ۳۰ الی ۶۰ دقیقه، از اشتیاق یا انگیزه سایر آدم‌ها الهام بگیرید.

این راه‌حل شاید به طور خاص به چالش فعلی‌تان ارتباط نداشته باشد، ولی می‌تواند به تغییر روحیه و بازگشت ذهنیت‌تان به سمت خوش‌بینی کمک کند.

۷. به حرکت‌تان به سمت جلو ادامه دهید، به مدت طولانی فکر‌تان را مشغول این مسئله نکنید

وضعیت‌تان را به خوبی تحلیل کنید و آن را بپذیرید؛ پذیرش شکست مسئله مهمی است.

ولی تجربه به من نشان داده است، به سادگی برای یک هفته یا یک ماه می‌توانید دائماً گرفتار افکار مربوط به شکست شوید.

عادت‌ی که به من کمک کرده است از این دام‌هایی پیدا کنم، درس گرفتن از پاسخ‌های مربوط به سوالاتی است که در بخش سوم بیان کرده‌ام؛ سپس باید برنامه مختصر و دقیقی درخصوص نحوه ادامه حرکت به سمت جلو طراحی کنید.

بنابراین، باید کمی وقت بگذارید و چنین برنامه‌ای را روی کاغذ بنویسید.

۸. به سرعت پس از طراحی این برنامه، آن را عملی کنید

برنامه‌ای که برای حرکت به سمت جلو طراحی کرده‌اید، تازه آغاز راه‌تان است. شما می‌توانید در طول مسیر، این برنامه را اصلاح کنید.

بنابراین لازم نیست این برنامه از همان ابتدا کامل و صحیح باشد. گاهی اوقات، تلاش برای عملی کردن این برنامه به خودی خود به عاملی برای تأخیر در حرکت‌تان تبدیل می‌شود، زیرا ممکن است از شکست مجدد ترس داشته باشید یا پس از تجربه این اتفاق تلخ و منحرف‌کننده، شروع حرکت مجدد برای‌تان دشوار باشد.

مرحله شروع برنامه را نیز به گام‌های کوچک‌تر تقسیم کنید و این برنامه را گام به گام عملی کنید.

اگر همچنان شروع کار برای‌تان دشوار است، همین گام‌ها را نیز می‌توانید به گام‌های بسیار کوچک‌تر تبدیل کنید – کارهایی که انجام‌شان حتی ۱ الی ۵ دقیقه زمان نیاز دارد. نکته مهم شروع کار و آغاز حرکت مجدد به سمت جلو است بنابراین به خودتان سخت نگیرید.

۹. عزت نفس‌تان را تقویت کنید

آخرین موردی که به طور کلی در مقابله با موانع به من کمک کرده است، تقویت عزت نفس است.

با انجام این کار، شکست به عاملی برای سرخوردگی و ناراحتی تبدیل نمی‌شود، و به سرعت می‌توانید از اندوه ناشی از شکست خارج شوید.

همچنین، این کار نه تنها بررسی شفاف‌تر وضعیت و قبول مسئولیت – در صورتی که تمام یا بخشی از مسئولیت شکست بر گردن شما است – را آسان‌تر می‌کند، بلکه بررسی سهم دیگران در این شکست یا تأثیر شانس – در مواردی که حقیقتاً آینده‌قابلی پیش‌بینی نباشد – را نیز ممکن می‌سازد.

این کار به من کمک کرده است این فکر را از ذهنم بیرون کنم که تمام مشکلات و اشتباهاتی که در زندگی‌ام رخ داده‌اند، ۱۰۰ درصد تقصیر من بوده‌اند.

ولی چگونه می‌توان عزت نفس را تقویت کرد؟

بهترین گزینه برای شروع تقویت عزت نفس، استفاده از نکاتی است که در این مقاله بیان کرده‌ام.

نکاتی نظیر اینکه شما عامل شکست نیستید، همه آدم‌ها دچار موانع می‌شوند، با ناملایمات زندگی برخوردی سازنده داشته باشید و ...

با تمرین مکرر این کارها و تبدیل آنها به عادت زندگی‌تان، عزت نفس خود را تقویت کنید.

و به مرور زمان، موانع کوچک‌تر فقط کمی باعث زحمت‌تان می‌شوند و موانع بزرگ‌تر نیز مانند سابق، شما را متوقف نمی‌کنند و تحمل ضربه ناشی از شکست، و ایستادن و حرکت مجدد برای‌تان آسان‌تر می‌شود؛ از این پس، شکست شما را به زانو در نخواهد آورد.

منبع: positivityblog/bazdeh

خوش‌بینانه و ادامه حرکت رو به جلو است.

۳. سازنده باشید و از این موقعیت درس بیاموزید

شکست را به عنوان یک بازخورد ارزشمند و عاملی ببینید که با استفاده از آن می‌توانید وضعیت خود را بهبود ببخشید، نه یک ضربه یا مانع بزرگ. من دریافت‌ام ساده‌ترین و مفیدترین راه برای رسیدن به این نگرش، پرسیدن سوالات خوب از خودم است (نه سوالات رایجی که معمولاً آدم‌ها در این مواقع از خود می‌پرسند و باعث می‌شوند آنها گرفتار گرداب منفی‌بافی شوند).

سوال‌هایی نظیر:

الف. من چه چیزی از این شکست می‌توانم بیاموزم؟

ب. چگونه می‌توانم روشم را به گونه‌ای اصلاح کنم که دیگر گرفتار این دام نشوم / این اشتباه را تکرار نکنم و دفعه بعد عملکرد بهتری از خود نشان بدهم؟

پ. دفعه بعد باید چه تغییراتی در خود ایجاد بکنم؟

مدتی به این سوالات فکر کنید و در پاسخ دادن به آنها با خودتان صادق باشید.

هیچ عجله‌ای نیست و با اینکه پاسخ برخی از این سوالات ممکن است به سرعت به ذهن‌تان برسد، برای رسیدن به پاسخ برخی دیگر از آنها شاید مجبور شوید یک ساعت، یک روز یا حتی یک هفته فکر کنید.

نکته مهم این است که باید با این دیدگاه به این وضعیت فکر کنید و با همه چیز برخورد سازنده داشته باشید، نه اینکه گرفتار انکار یا منفی‌بافی و بی‌علاقگی شوید.

۴. به خاطر بسپارید، هر آدمی که بخواهد کار ارزشمندی در زندگی انجام دهد، دچار شکست می‌شود

ما دائماً درباره موفقیت‌های آدم‌ها چیزهای زیادی می‌شنویم.

ولی مسیر رسیدن به نقاط عطف در زندگی معمولاً پر از مانع است. معمولاً داستان‌هایی که درباره موفقیت آدم‌ها در رسانه‌ها می‌شنویم یا در ذهن خود می‌سازیم، ممکن است فقط بخش‌های سرگرم‌کننده آنها را نشان بدهند و از سختی‌های آن به سرعت عبور کنند.

ولی حقیقت ماجرا – و روش مفید برای مقابله با موانع – بیشتر شبیه این نقل قول از مایکل جردن است:

«من بیش از ۹۰۰۰ پرتاب را در طول زندگی حرفه‌ای‌ام از دست دادم. تقریباً در ۳۰۰ بازی باختیم. ۲۶ بار مطمئن بودم بازی را برده‌ایم ولی در نهایت شکست خوردیم. من بارها و بارها و بارها در زندگی شکست خورده‌ام و به همین خاطر به موفقیت رسیده‌ام.»

۵. درباره شکست‌های‌تان با دیگران صحبت کنید

یکی دیگر از روش‌های قوی برای غلبه بر احساس شکست این است که آن را در دل خودتان نگه ندارید.

بلکه با یکی از نزدیک‌تان در این مورد صحبت کنید و هر چه را در دل‌تان با وی در میان بگذارید.

با تخلیه افکار و هیجان‌های منفی‌تان از طریق بیان ناراحتی‌های خود برای فرد مقابل، می‌توانید وضعیت‌تان را کمی سر و سامان بدهید، به خودتان کمک کنید این اتفاقات را بپذیرد – نه اینکه بخواهید از حقیقت فرار کنید – و این فشار درونی را خالی کنید.

با گفت‌وگو درباره شرایط خود با دیگران، می‌توانید این وضعیت را از دیدگاه جدید و از چشم دیگران مشاهده کنید.

این فرد می‌تواند کمک‌تان کند بار دیگر پای‌تان را روی زمین محکم کنید، شما را تشویق کند و شاید حتی راهی را برای حرکت رو به جلو برای‌تان پیدا کند.

۶. از جهان اطراف‌تان الهام و پشتیبانی بگیرید

گفت‌وگو با یکی از نزدیکان‌تان می‌تواند برای شما بسیار مفید باشد.

یکی دیگر از کارهایی که می‌توانید انجام دهید این است که از افرادی که پیش از شما این مسیر را طی کرده‌اند، درس بیاموزید.

با مطالعه کتاب‌ها، مقالات وب‌سایت‌ها یا مطالب ارسالی در انجمن‌های آنلاین، از نحوه مدیریت موانع و سختی‌ها در مسیر رسیدن به موفقیت

در بیشتر وقت‌ها همه چیز درست پیش می‌رود یا حتی اوضاع بهتر می‌شود، ولی در بعضی روزها، وضعیت اینطور نیست. دچار اشتباه می‌شوید، به مانع برمی‌خورید یا به سادگی شکست می‌خورید. وضعیت جالبی نیست ولی از یک طرف نیز نمی‌توانید از بروز این وضعیت‌ها اجتناب کنید، مگر آنکه به طور کلی دست از همه کارها بکشید بنابراین لازم است چنین وضعیت‌هایی را با روش هوشمندانه و دلسوزانه مدیریت کنید، نه اینکه اجازه دهید این شرایط، شما را مجبور به خودخوری کنند و باعث شوند کل روز یا کل ماه پیش روی‌تان دچار منفی‌بافی شوید. در این مقاله، می‌خواهم به ۹ عادت قدرتمند برای غلبه بر احساس شکست در زندگی اشاره کنم که در این کار به من کمک کرده‌اند. امیدوارم این توصیه‌ها بتوانند برای شما نیز کارساز باشند.

۱ «شکست‌ها تابلوهای راهنمایی هستند که شما را به جاده موفقیت می‌رسانند». – سی. اس. لوئیس

۲ «من می‌توانم شکست را بپذیرم، همه آدم‌ها گاهی اوقات شکست می‌خورند ولی من نمی‌توانم دست کشیدن از تلاش را بپذیرم». – مایکل جردن

۳ «سعی کرده‌اید، شکست خورده‌اید. عیب ندارد. دوباره سعی کنید، دوباره شکست بخورید. این بار بهتر شکست بخورید.» – ساموئل بکت

۴ نخست، فقط احساس خود را بپذیرید

وقتی به تازگی دچار شکست می‌شوید، احتمالاً احساس ناراحتی خواهید کرد؛ گاهی اوقات کم و گاهی اوقات زیاد.

این مسئله‌ای طبیعی است.

سعی نکنید خودتان را بی‌تفاوت نشان دهید و حواس‌تان را به چیزهای دیگر پرت کنید یا سعی نکنید مسئولیت این شکست را به گردن سایر آدم‌ها بیندازید (البته اگر در عمق وجودتان می‌دانید بخشی از مسئولیت این شکست یا کل آن به گردن شما است).

و همچنین، سعی نکنید آن را با یک لیخند لاپوشانی کنید.

من متوجه شده‌ام بهتر است از انجام این کارها یا تسلیم شدن در برابر این هیجان‌ها اجتناب کنید تا مسیر خود را به سمت موفقیت منحرف نکنید.

در عوض، بهتر است احساسات و افکار خود را بپذیرید. سعی کنید این وضعیت را قبول کنید، به آن فکر کنید و حتی مدتی بابت این مسئله ناراحت باشید ولی سعی نکنید آن را پس بزنید و از آن فرار کنید.

زیرا وقتی آن را در وجود خود بپذیرید، آثار شکست سریع‌تر دست از سرتان برمی‌دارند و در طولانی مدت، پردازش همه اتفاقات منتهی به شکست برای‌تان آسان‌تر خواهد بود.

ولی اگر از احساس واقعی‌تان فرار کنید، این هیجان‌ها در زمانی که انتظارش را ندارید، ناگهان عود می‌کنند و می‌توانند باعث بدخلقی، بدبینی، خشم یا اندوه شوند.

۲. به خاطر داشته باشید، برخورد با مانع به این معنا نیست که شما عامل شکست هستید

وقتی با یک مانع برخورد می‌کنید، به سادگی ممکن است فکر کنید شما همیشه در این حوزه از کار یا زندگی‌تان دچار شکست خواهید شد. ممکن است به سادگی فکر کنید شما واقعا عامل شکست هستید.

هرگز گرفتار چنین افکار مخرب و گاهی اوقات، تأثیرات ناشی از انتظارش واهی از خودتان نشوید.

در عوض، به خودتان یادآور شوید که

الف. شکست دیروز یا امروز شما به معنای شکست خوردن‌تان در آینده نیست.

ب. اگر همچنان به سمت جلو حرکت کنید، دست به کار شوید و عبرت‌آموزی کنید، حقیقتاً دوران شکست به سر می‌رسد و یک یا چند بار شکست خوردن باعث نمی‌شود این برچسب همیشه همراه شما بماند (مگر آنکه خودتان تصمیم بگیرید این برچسب را روی خودتان بچسبانید).

تلقی احساسات منفی به عنوان یک وضعیت موقتی، به جای دیدن آن به عنوان یک مشکل ماندگار، کلید اصلی رسیدن به یک نگرش

طی ده ماه گذشته در بندر شهید رجایی و کشتی سازیهای داخلی صورت گرفت؛

تعمیرات ۲۷ فروند انواع شناور با تکیه بر توان داخلی



برروی این شناورها را در زمینه های تعمیرات زیرآبی، تعمیرات موتور، تعمیرات راش، رفع نقص گیربکس، داک اضطراری جهت رفع نقص شافت پروانه و همچنین رفع نقص دسته مانورها و جک های بالابر؛ به دست متخصصین بومی عنوان کرد. مدیر کل بنادر

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان گفت: به منظور آماده به کاری ناوگان خدماتی و پشتیبانی از ابتدای سال جاری تا پایان دیماه ۲۷فروند شناور با کاربری مختلف در اداره تعمیر و نگهداری تجهیزات دریایی بندر شهیدرجایی و کشتی سازی های استان تعمیر و به چرخه خدمات حمل و نقل دریایی بازگشته اند.
به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان، " علیرضا محمدی کرجی ران" با بیان اینکه نگهداری مطلوب و آماده به کاری شناورها به منظور ارائه خدمات بهتر دریایی در همه حوزه ها همواره ارجح امور است اظهار داشت: طی ۱۰ ماه سال جاری برروی ۲۷ فروند شناور با کاربری های مختلف تعمیرات صورت گرفته که عمدتا در اداره تعمیر و نگهداری تجهیزات دریایی بندر شهید رجایی و شناورهای بزرگتر که نیازمند عملیات داکینگ بوده اند در کشتی سازی استان به انجام رسیده است. وی عمده اقدامات صورت گرفته

رئیس اداره فرهنگی و کتاب اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم خبر داد:

حضور ۱۷۰ ناشر از استان قم در نمایشگاه مجازی کتاب تهران

عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، روح‌الله کریمی رئیس اداره فرهنگی و کتاب اداره‌کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم در گفت‌وگو با خبرنگار خبرگزاری کتاب ایران(ایبنا) در قم، درباره نمایشگاه مجازی کتاب تهران، گفت: نمایشگاه کتاب تهران اتفاقی است که امسال برای اولین‌بار به این شیوه (مجازی) برگزار می‌شود. اگرچه نمایشگاه‌ها به‌صورت فیزیکی شور و حال خاصی در بین مخاطبان ایجاد می‌کنند اما به‌دلیل شیوع ویروس کرونا و رعایت شسیوه‌نامه‌های بهداشتی امسال نمایشگاه به‌صورت مجازی تجربه می‌شود. وی اضافه کرد: راحت بودن خرید کتاب، سفارش کتاب از منزل و محل کار و دریافت آن به‌صورت رایگان از ویژگی‌های نخستین نمایشگاه مجازی کتاب تهران است. کریمی یادآور شد: می‌توان گفت این نمایشگاه فرصتی است تا ناشران



قم – خبرنگار فرصت امروز: رئیس اداره فرهنگی و کتاب اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم از حضور ۱۷۰ ناشر از این استان در نمایشگاه مجازی کتاب تهران خبر داد. به گزارش روابط

با حضور مسئولان استانی و شهرستانی صورت گرفت؛

برگزاری آئین معارفه سرپرست جدید شهرداری الوند

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: آئین تکریم و تقدیر از زحمات دکتراحمدزاده کرمانی شهردار سابق الوند همراه و همگام

با معارفه سرپرست جدید شهرداری الوند مهندس رضا شکور با حضور مهندس نصیری فرماندار شهرستان البرز، حجت الاسلام و المسلمین مهدوی امام جمعه الوند، دکتر محمودخانی رئیس دادگستری شهرستان البرز، حجت الاسلام والمسلمین محمدزاده دادستان شهرستان البرز، مهندس ذاکری رئیس و اعضای شورای اسلامی شهر الوند، نمایندگان سپاه ناحیه امام رضا (ع) و فرماندهی انتظامی شهرستان البرز، دکتر عبدی زاده مدیرعامل شرکت شهر صنعتی البرز و مدیران واحدهای شهرداری الوند برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شهرداری الوند؛ مهندس ذاکری، رئیس شورای اسلامی شهر الوند در این مراسم ضمن عرض خیر مقدم به مسئولین و مهمانان حاضر در جلسه، از دکتر احمدزاده کرمانی بابت زحمات و تلاش های ایشان در طی مدت خدمت در شهرداری الوند تقدیر نمود. وی همچنین ضمن ابراز تأسف از اتفاقات چند روز اخیر در مدیریت شهری بیان داشت: امیدوارم شاهد چنین اتفاقاتی در آینده نباشیم چرا که تصمیمات و تغییراتی می تواند از مجرای قانونی و صحیح آن با رعایت رویه ها و در کمال آرامش و با احترام انجام شود. ایشان در ادامه تصریح کرد: با توجه به ارائه استعفای آقای دکتراحمدزاده کرمانی در مورخ ۱۳/۱/۹۹ شورای شهر با تشکیل جلسه فوق العاده در همان روز ضمن موافقت با استعفای ایشان با هفت رای اعضای محترم شورای شهر و به اتفاق آراء نسبت به انتخاب مهندس رضا شکور به سمت سرپرست جدید شهرداری طبق قانون اقدام نموده است. مهندس ذاکری در ادامه ضمن آرزوی موفقیت و سربلندی برای مهندس شکور افزود: ایشان از نیروهای با تجربه و توانمند شهرداری هستند و قبلاً نیز مسئولیت سرپرستی شهرداری الوند از طرف شورای شهر به ایشان سپرده شده است. وی همچنین از فرمانداری محترم و اعضای محترم شورای تأمین به جهت همکاری در ایجاد وحدت و همدلی و آراش در مدیریت شهری و تقدیر و تشکر کرد و گفت: امیدوارم با وحدت و همدلی و هم افزایی و با حمایت از سرپرست جدید شهرداری شاهد ارائه خدمات مطلوبتر به شهروندان عزیز باشیم.

برگزاری نشست مشترک پلیس و مخابرات جهت پیشگیری از سرقت کابل‌های تلفن در اراک

اراک – خبرنگار فرصت امروز: در راستای اقدامات حفاظتی وجلوگیری از سرقت کابل های مخابراتی نشست مشترک مدیران مخابرات منطقه مرکزی با رییس پلیس پیشگیری شهرستان اراک وتعدادی از روسای کلاتری‌های اراک برگزار شد. به گزارش اداره روابط عمومی مخابرات منطقه مرکزی به دلیل افزایش سرقت کابل‌های مخابراتی در شهر اراک جلسهای با حضور مهندس ملک حسینی ، مدیر منطقه وجمعی از مدیران مخابرات وسرنگه‌های پهنشی، رییس پلیس پیشگیری شهرستان اراک وتعدادی از روسای کلاتری‌های اراک در ساختمان شهید ناصری

مخابرات برگزار شد. بر اساس این گزارش مهندس ملک حسینی در ابتدای این نشست اظهار داشت : متأسفانه در سال ۹۹ نسبت به سال گذشته سرقت کابل ها وتجهیزات مخا براتی بسیار افزایش یافته است که این امر علاوه بر خسارات مالی به مخابرات، موجب نارضایتی مردم رانیز در بر داشته است. در ادامه این نشست پس از تبادل نظر در خصوص آسیب شناسی سرقت کابل‌های تلفن شهری اراک ،موضوع تخریب وسرقت تجهیزات مخابراتی مورد بررسی قرار گرفت وتصمیماتی در راستای پیشگیری از سرقت کابل‌های تلفن در دستور کار قرار گرفت

انجام ۴۹ عملیات امداد ونجات و اطفاء حریق آتش نشانی شهرداری گرگان در هفته گذشته

گرگان – خبرنگار فرصت امروز:مدیرعامل سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری گرگان از انجام ۴۹ عملیات امداد ونجات و اطفاء حریق از سوی نیروهای این سازمان در مدت یک هفته گذشته خبر داد.مهدی قره قاشی با اعلام این خبر افزود: از این رقم، ۲۵ عملیات مربوط به حوزه امداد و نجات و ۲۴ عملیات مربوط به حوزه اطفاء حریق بوده است.قره قاشی گفت: ۸ مورد محبوس شدن شهروندان در آسانسور، ۶ مورد حریق وسائط نقلیه، ۵ مورد محبوس شدن در اماکن و ۴ مورد حریق منازل مسکونی بیشترین آمار حریق و حوادث طی هفته گذشته را شامل می شود.به گفته وی، این حوادث خوشبختانه فوتی نداشته و تنها ۲ مصدوم در بر داشته است.مدیرعامل سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری گرگان تصریح کرد: برای انجام این عملیات ها ۵۱ ناوگان اعزام شدند و در مجموع ۴۲ بازدید پیشگیرانه صورت گرفته است.

برگزاری آزمون جوشکاران منطقه ۹ در مراکز بهره برداری گرگان، نور و رشت

ساری –دهقان : آزمون جوشکاران منطقه ۹ در مراکز بهره برداری گرگان، نور و رشت برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل از روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، ابرج عرب معاون خطوط لوله منطقه ۹ با اعلام این خبر اظهار کرد: آزمون جوشکاران منطقه به منظور آماده نگهداشتن جوشکاران و بررسی وضعیت آنها توسط معاونت عملیات خطوط لوله منطقه و زیر نظر بازرسی فنی در منطقه برگزار گردید. وی با بیان اینکه در این آزمون کلیه منطقه شرکت کرده اند، افزود: آزمون جوشکاران منطقه به صورت سالانه جهت ارزیابی کیفی آنها در یک مرکز برگزار می گردید که امسال به دلیل شیوع ویروس کرونا، این آزمون به صورت جداگانه در سه مرکز بهره برداری گرگان، نور و رشت برگزار شد

با حضور فرماندار شهرستان انزلی انجام شد؛

معارفه رییس جدید و تودیع رییس سابق ناحیه انزلی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان

رشت – خبرنگار فرصت امروز: عصر روز یکشنبه مورخ پنجم بهمن ماه سال جاری با حضور فرماندار شهرستان انزلی، اسماعیل میرغفرغری و مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان، کورش بالادست معارفه و تودیع رییس جدید و سابقان ناحیه انزلی انجام شد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان؛ در این جلسه محمد علیاری به عنوان رییس جدید ناحیه انزلی معرفی شد و از زحمات غلامرضا حسن پور، رییس اسبق ناحیه انزلی بابت تأمین سوخت بخش دریانوردی، صیادی و کشاورزی شهرستانهای تحت پوشش ناحیه و تأمین بموقع سوخت مجاری عرضه با توجه به اینکه شهرستان انزلی یکی از قطب های توریستی استان گیلان است تقدیر شد. در این نشست فرماندار شهرستان انزلی با آرزوی موفقیت به حسن پور و تبریک به علیاری از رییس جدید ناحیه انزلی خواست با برنامه ریزی های لازم، تأمین به موقع سوخت این شهرستان و تکریم ارباب رجوع را در اولویت کاری خود قرار دهد.



پایش الکترونیکی مصوبات شوراهای اسلامی در استان سمنان

سمنان – حسین بابامحمدی:مدیر کل دفتر امور شهری و شوراهای استانداری سمنان گفت: پایش الکترونیکی مصوبات با همکاری خوب فرمانداری ها و اعضای شورای اسلامی و هیأت تطبیق یکی از اقداماتی است که انجام شد.راضیه شهاب در جلسه آموزشی شوراهای اسلامی شهر که در سالن یادگار امام (ره) استانداری سمنان برگزار شد، اظهار کرد: ۲۱ شهر استان سمنان دارای شورای اسلامی هستند که فرمانداری ها با این شوراهای اسلامی همکاری خوبی دارند. وی افزود: استان سمنان دارای بیش از ۷۰۲ هزار و ۳۶۰ نفر جمعیت است که ۸۰ درصد آن در ۲۱ شهر زندگی می کنند.مدیر کل دفتر امور شهری و شوراهای استانداری سمنان بیان کرد: تعداد اعضای شورای شهرها ۱۱۱ نفر است که ۴۰ درصد کارمند، ۲۳ درصد بازنشسته و مابقی دارای شغل آزاد هستند و دو درصد اعضای شورای شهر استان زیر دیپلم، ۱۰ درصد فوق دیپلم، ۴۴ درصد کارشناسی و ۳۴ درصد فوق لیسانس یک درصد تحصیلات حوزوی و مابقی مدرک تحصیلی دکترا دارند. شهاب با بیان اینکه ۹ نفر اعضای شورای شهرهای استان سمنان خاتم و مابقی آقا هستند، ادامه داد: در سال ۹۸ سه جلسه شورای حل اختلاف در حوزه شورای شهر استان برگزار و ۱۴ پرونده در آن مطرح شد که ۱۰ پرونده منجر به صدور رأی شده است و در سال ۹۹ نیز یک جلسه حل اختلاف با طر ح ۸ مورد داشته‌ایم که شش مورد آن منجر به صدور رأی شده است. وی گفت: در سال ۹۸ همچنین ۱۷۰ جلسه هیأت تطبیق با بررسی سه هزار و ۵۸۳ مصوبه برگزار شد که تقریباً ۱۷ درصد این مصوبات مورد اعتراض هیأت قرار گرفتند.مدیر کل دفتر امور شهری و شوراهای استانداری سمنان عنوان کرد: در شش‌ماه نخست سال جاری ۱۱۹ جلسه هیأت تطبیق برگزار شد که هزار و ۴۵۱ مصوبه بررسی شده است، همچنین ۱۰ درصد از این مصوبات مورد اعتراض واقع شده است.شهاب گفت: بیشترین فروانی اعتراض درباره عدم ارسال مستندات و مدارک مرتبط با مصوبه بود که از همین‌جا از اعضای شورای اسلامی شهرها می‌خواهیم مصوبات ارسالی‌شان با مستندات متقن باشد که دوباره بازگشت نخورد.وی بیان کرد: پایش الکترونیکی مصوبات با همکاری خوب فرمانداری ها و اعضای شورای اسلامی و هیأت تطبیق یکی از اقداماتی است که در سطح استان باید از آن تقدیر کرد.

آغاز عملیات اجرایی احداث زباله سوز ۶۰۰تنی

علاوه بر این شهردار رشت دیروز جلسه‌ای هم با مسئولان سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور داشت و در تشریح این موضوع یادآور شد: ۱۰۰ میلیارد تومان اعتبار به پروژه‌های مدیریت پسماند شهرداری رشت اختصاص یافته است که بخشی از آن برای افزایش ظرفیت و بیه روز آوری کارخانه کودآلی هزینه خواهد شد. وی اضافه کرد: بخشی دیگر از این اعتبارات ۱۰۰ میلیارد تومانی نیز برای تکمیل ۲۵ درصد مبلغ پیش‌پرداخت پیمانکار پروژه احداث زباله‌سوز هزینه می‌شود و به این ترتیب عملیات اجرایی این طرح هم به زودی و پس از قریب ۸ سال آغاز می‌شود. شهردار رشت در پایان خاطر نشان کرد: بدون شک تمام این موفقیت‌ها و دستاوردها در جهت جذب اعتبارات لازم با حمایت‌های همه‌جانبه و با پیگیری‌های ویژه استاندار گیلان، نمایندگان مجلس، اعضای شورای اسلامی شهر رشت و مجموعه مدیریت شهری رقم خورده است که جا دارد در همین‌جا از تمامی این عزیزان تشکر و قدردانی کنم



جمهور و رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور و مهدی عبوری معاون وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل شرکت بازافرینی شهری ایران داشتند که با هدف پیگیری نتایج سفر معاون وزیر راه و شهرسازی به رشت برگزار شد. در این جلسه ابتدا معاون وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل شرکت بازافرینی شهری ایران گزارشی از سفر خود به شهر رشت را ارائه داد و شهردار رشت نیز پروژه‌های بازافرینی شهر را تشریح کرد.

شهردار قدس خبر داد:

تشویق شهروندان برای مشارکت در احیای بافت فرسوده



تحقق این امر را فراهم نموده است تا شهروندان به سهولت بتوانند نسبت به نوسازی بناهای فرسوده خود اقدام نمایند. چنانکه با ارائه این مشوق ها و مشارکت شهروندان در ۳ سال گذشته حدود ۱۰

سه کارمند برق منطقه ای خوزستان در کمیته بازنگري درسی دانشگاه جامع علمی– کاربردی



کارمند بازنشسته این شرکت نیز عضو کمیته « علمی – تخصصی صنعت برق و کنترل» هستند. دکتر سید سیدالله مرضوی ضو هیئت علمی دانشگاه شهید چمران اهواز، مهندس مصطفی صادقی و مهندس محمد حسین براتی مبارکه از کارکنان بازنشسته نیروگاه رامین دیگر اعضای این کمیته را تشکیل می دهند. خاتم شراره

بهره برداری از ۴۱ پروژه حوزه آب و فاضلاب گیلان در ایام دهه فجر



این پروژه ها بیش از ۵۹۸ میلیارد ریال از محل اعتبارات ملی و استانی هزینه شده است. سید محسن حسینی افزود: این پروژه ها که در دو بخش آبرسانی روستایی و دفع بهداشتی فاضلاب است در شهرستان های رشت، صومعه سرا، ماسال، لاهیجان، لنگرود، رودسر، انزلی، امالش،

رشت – خبرنگار فرصت امروز: همزمان با ایام الله دهه مبارک فجر، ۴۱ پروژه حوزه آب و فاضلاب استان گیلان به بهره برداری می رسد. به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آبفا گیلان؛ رئیس هیات مدیره و مدیرعامل این شرکت امروز گفت: برای اجرای

این پروژه ها بیش از ۵۹۸ میلیارد ریال از محل

اعتبارات ملی و استانی هزینه شده است. سید محسن حسینی افزود: این پروژه ها که در دو بخش آبرسانی روستایی و دفع بهداشتی فاضلاب است در شهرستان های رشت، صومعه سرا، ماسال، لاهیجان، لنگرود، رودسر، انزلی، امالش،

رودبار، سیاهکل، شفت، فومن و رضوانشهر اجرا

شده است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب گیلان تصریح کرد: از این ۴۱ پروژه، تعداد ۲۵ پروژه در بخش آب و ۱۶ پروژه در بخش فاضلاب است که در روزهای فرخنده دهه فجر با حضور مسئولان افتتاح می شود.

آیا با استفاده از غذا و هنر می‌توان بهره‌وری و انگیزه را در محل کار افزایش داد؟



غذا فرهنگی یکپارچه است. در سال‌های اخیر شاهد افزایش تمایلات به غذا بوده‌ایم و اخیراً تقاضا برای تولید مواد غذایی تازه، محلی و دارای ارزش غذایی افزایش یافته است. چنین تغییراتی در هنر هم وجود داشته و غذا و هنر به همکاری قدرتمند تبدیل شده‌اند. سؤال این است که آیا کسب و کار می‌تواند به وسیله آنها تیم‌های متعهدتری را ایجاد کند و به طور بالقوه انگیزه و بهره‌وری کارکنان را از طریق ارتباط با طعم و تجربه بصری افزایش دهد؟

عشق ما به غذا و هنر بخشی از پیشرفت طبیعی است. بخش عمده‌ای از تحقیقاتی که ما می‌خوانیم به این واقعیت اشاره می‌کند که زندگی روزمره ما بیشتر و بیشتر تحت تأثیر فناوری قرار می‌گیرد. چه برای تجارت، ارتباطات یا دلایل اجتماعی باشد، امروزه کسب و کار به دلیل وابستگی به تکنولوژی، هیچ خلاقیت واقعی انسانی را از خود نشان نمی‌دهد. یک «استبداد» شروع به خراب کردن زندگی کاری و راندن استعداد از محل کار کرده است.

روزهای کاری ما بیشتر از همیشه کنترل می‌شوند

شکی نیست که توازن بین افراد و زندگی کاری در حال افزایش است و داستانی برای گفتن در حول همین موضوع وجود دارد. ما می‌دانیم که تنها ۱۱ درصد از نیروی کار واقعاً کار خود را انجام می‌دهند، تعداد روزافزونی از افراد مبتلا به مشکلات روان شناختی و افسردگی مشاهده می‌شوند. در اقتصاد هم این تصویر نمایان می‌شود که بیشتر مردم تصمیم به بیرون رفتن از شرکت‌ها می‌گیرند و به تنهایی شروع به راندن از کسب و کار می‌کنند.

نکته مضحک این است که بسیاری استدلال می‌کنند که پیشرفت‌های تکنولوژی در حقیقت زمان در محل کار را آزاد می‌کند و در عین حال اکنون روزهای بسیاری از مردم بیشتر از همیشه مشغول است. تعدادی از مدیران اجرایی احساس می‌کنند که تمرکز خارجی قوی در محل کار وجود دارد و بسیاری موافقت می‌کنند که فکر در محل کار به صورت فزاینده‌ای محدود شده است. ما مقالاتی در مورد اینکه انسان‌ها در سال‌های آینده در کنار ربات‌ها کار خواهند کرد می‌خوانیم، اما آیا این واقعا پیشرفت است؟ بسیاری می‌گویند بله، اما اگر به شواهدی از قبیل سقوط فرهنگ کار، بهره‌وری و رهبری در محل کار نگاه کنید، واقعیت این است که ما استعداد را محدود می‌کنیم و جلوی موفقیت و رشد کسب و کار را می‌گیریم.

همان‌طور که زندگی بیشتر مورد کنترل قرار می‌گیرد، نژاد بشر به دنبال مسائل بصری بیشتر و بیشتر خواهد بود. فیلم و تلویزیون در حال افزایش است زیرا این احساسات بصری را القا می‌کند. این تغییرات بصری ما را تحریک می‌کند و به ما انگیزه می‌دهد. غذا به سرعت در حال رشد است و هنر به همان اندازه پیشرفت می‌کند. گالری‌های هنری امروزه در اکثر شهرها بر گزار می‌شوند و بسیاری از خانواده‌ها در حال خرید هنر به گونه‌ای هستند که پیش از این اتفاق نیفتاده است. هتل‌ها اکنون از هنرمندان میزبانی می‌کنند، کار آنها را تبلیغ کرده و به هنرمندان می‌فروشند. هتل‌ها و رستوران‌ها پلنفرم‌های غیررسمی برای هنر هستند و البته این دو حس فرهنگی، غذا و هنر را با هم ترکیب می‌کنند.

اصول اولیه را دوست داشته باشید

مسلماً، ۳۰ سال پیش، اکثر مردم به سختی امروزه کار نمی‌کردند. آزادی و پاداش بیشتری در طول روز کاری وجود داشت. کارمندان در فواصل زمانی مختلفی در محل کار وقت استراحت داشتند. امروزه این امر نادر است. امروزه غذا به یک پاداش کلیدی و بخشی از آرامش در طول روز تبدیل شده و مردم غذا را با چشم‌خود می‌پسندند. غذاها رنگین‌تر، خلاق‌تر و هیجان‌انگیزتر شده‌اند؛ در نتیجه عشق بسیاری برای محصولات تازه نه را گانیک، بلکه مواد غذایی تازه محلی وجود دارد. امروزه در هنگام خرید یک گوجه فرنگی خریدار می‌خواهد بداند که این گوجه فرنگی از کجا می‌آید. افراد بیشتر و بیشتری به سفرهایی برای کشف منابع غذاهای عالی می‌روند. دانش غذایی به میزان بالارفتن فروش آن افزایش می‌یابد.

همان‌طور که جهان پیچیده‌تر می‌شود، مردم عاشق میانی‌ای که زندگی روزمره که زندگی را الهام‌بخش تر می‌کنند، مانند غذاها، مزارع، صنایع

دستی، نانوايي، روش‌های سنتی آشپزی، تئاترهای هنری، تلویزیون و سینما می‌شوند.

یک انقلاب آرام

امروزه بطور این ارتباطات با کسب و کار مرتبط هستند؟ اگر ما همچنان به کنترل بیشتر زندگی ادامه و اجازه دهیم زندگی‌مان را تکنولوژی هدایت کند، احتمالاً شاهد یک انقلاب آرام خواهیم بود که مردم در واقع زندگی مشترکشان را رد می‌کنند و در عوض در این مناطق تمرکز می‌کنند. ما شاهد تغییرات در بوتیک‌ها، رستوران‌های جدید، سینماها، تئاترها و گالری‌ها خواهیم بود زیرا مردم می‌خواهند چیزی جذاب‌تر از جلسات،

فرآیندها و تکنولوژی داشته باشند.

چه نخواهید چه نخواهید، ما انسان‌ها به‌طور طبیعی از طریق حس بصری الهام می‌گیریم. ما حس بصری را به عنوان یک عنصر کلیدی در زندگی می‌بینیم و این دستور کار را در هر چیز دیگری که در اطراف‌مان وجود دارد ترکیب می‌کنیم. به همین ترتیب نباید تعجب کنید که کسب و کارها در دنیای شرکت‌های بزرگ، هنر و سبک‌های غذایی بیشتری را در عملیات خود وارد کنند زیرا آنها به دنبال پاسخ‌ها و راه حل‌هایی برای سقوط فرهنگ هستند. کسب و کارها می‌خواهند و نیاز دارند که به کارکنان خود انگیزه و الهام ببخشند، پس چرا بر غذا و هنر برای جمع

آگهی فقدان سند مالکیت
بدینوسیله ائشار میدارد: شرکت تصفیه خانه قند و ورامین طی تقاضای وارده مالک ۱۰۶۰۰۱۱۹۷۲ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۶ و دو برگ استثنایه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۹۸/۲۱۵۳۹۷۵۰۰۵۵۶ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۶ در دفترخانه اسناد رسمی ۱۷ فرجک مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح ذیل آگهی می‌گردد
۱- نام و نام خانوادگی مالک شرکت تصفیه خانه قند و ورامین
۲- میزان مالکیت: سند مالکیت شش دانگ قطعه زمین مساحت ۱۵۰ متر مربع قطعه ۱۴ تفکیکی تحت پلاک ۳۱۹۱ فرعی از ۷ اصلی مغرور و مجری شده از پلاک ۵۰۰ فرعی از ۷ اصلی واقع در کاظم آباد بخش بهنام پازوکی ورامین که در دفتر ۴۲۴ صفحه ۲۷۸ ذیل ثبت ۱۳۴۴۵۶ بنام شرکت تصفیه خانه قند و ورامین ثبت و سند مالکیت بشماره جایی ۱۳۵۰۳ الف ۸۳ صادر گردید.
۳- علت از بین رفتن: حلاجی
۴- بحکایت سوابق ثبتی و ثبت دفتر املاک تاکنون نیست به مورد ثبت معامله ای صورت نگرفته است لذا با توجه به فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست المثنی مراتب اعلام تا شخص یا اشخاصی نیست به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده اند و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد طرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی به ثبت اسناد ورامین مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند انتقال تسلیم نماید و چنانچه طرف مهلت مقرر اعتراضی واصل نشود سند مالکیت المثنی طبق قانون و مقررات صادر و تسلیم خواهد شد
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان ورامین -
محمد رحیم پوررانی

آگهی فقدان سند مالکیت
بدینوسیله ائشار میدارد: شرکت تصفیه خانه قند و ورامین طی تقاضای وارده مالک ۱۰۶۰۰۱۱۸۵۴ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۷ و دو برگ استثنایه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۹۸/۲۱۵۳۹۷۵۰۰۵۵۷ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۵ در دفترخانه اسناد رسمی ۱۷ فرجک مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح ذیل آگهی می‌گردد
۱- نام و نام خانوادگی مالک شرکت تصفیه خانه قند و ورامین
۲- میزان مالکیت: سند مالکیت شش دانگ باب مساحت ۱۵۰ متر مربع قطعه ۱۱ تفکیکی تحت پلاک ۳۱۸۹ فرعی از ۷ اصلی مغرور و مجری شده از پلاک ۵۰۰ فرعی از ۷ اصلی واقع در کاظم آباد بخش بهنام پازوکی ورامین که در دفتر ۴۲۴ صفحه ۲۶۱ ذیل ثبت ۱۳۴۴۵۰ بنام شرکت تصفیه خانه قند و ورامین ثبت و سند مالکیت بشماره جایی ۱۳۷۹۷ الف ۸۳ صادر گردید.
۳- علت از بین رفتن: حلاجی
۴- بحکایت سوابق ثبتی و ثبت دفتر املاک تاکنون نیست به مورد ثبت معامله ای صورت نگرفته است لذا با توجه به فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست المثنی مراتب اعلام تا شخص یا اشخاصی نیست به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده اند و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد طرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی به ثبت اسناد ورامین مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند انتقال تسلیم نماید و چنانچه طرف مهلت مقرر اعتراضی واصل نشود سند مالکیت المثنی طبق قانون و مقررات صادر و تسلیم خواهد شد
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان ورامین -
محمد رحیم پوررانی

آگهی فقدان سند مالکیت
بدینوسیله ائشار میدارد: شرکت تصفیه خانه قند و ورامین طی تقاضای وارده مالک ۱۰۶۰۰۱۱۷۸۷ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۷ و دو برگ استثنایه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۹۸/۲۱۵۳۹۷۵۰۰۵۵۸ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۶ در دفترخانه اسناد رسمی ۱۷ فرجک مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح ذیل آگهی می‌گردد
۱- نام و نام خانوادگی مالک شرکت تصفیه خانه قند و ورامین
۲- میزان مالکیت: سند مالکیت شش دانگ باب مساحت ۱۵۰ متر مربع قطعه ۱۱ تفکیکی تحت پلاک ۳۱۸۹ فرعی از ۷ اصلی مغرور و مجری شده از پلاک ۵۰۰ فرعی از ۷ اصلی واقع در کاظم آباد بخش بهنام پازوکی ورامین که در دفتر ۴۲۴ صفحه ۲۶۲ ذیل ثبت ۱۳۴۴۵۲ بنام شرکت تصفیه خانه قند و ورامین ثبت و سند مالکیت بشماره جایی ۱۳۵۸۲ الف ۸۳ صادر گردید.
۳- علت از بین رفتن: حلاجی
۴- بحکایت سوابق ثبتی و ثبت دفتر املاک تاکنون نیست به مورد ثبت معامله ای صورت نگرفته است لذا با توجه به فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست المثنی مراتب اعلام تا شخص یا اشخاصی نیست به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده اند و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد طرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی به ثبت اسناد ورامین مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند انتقال تسلیم نماید و چنانچه طرف مهلت مقرر اعتراضی واصل نشود سند مالکیت المثنی طبق قانون و مقررات صادر و تسلیم خواهد شد
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان ورامین -
محمد رحیم پوررانی

آگهی فقدان سند مالکیت
بدینوسیله ائشار میدارد: شرکت تصفیه خانه قند و ورامین طی تقاضای وارده مالک ۱۰۶۰۰۱۱۸۵۴ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۷ و دو برگ استثنایه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۹۸/۲۱۵۳۹۷۵۰۰۵۵۶ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۶ در دفترخانه اسناد رسمی ۱۷ فرجک مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح ذیل آگهی می‌گردد
۱- نام و نام خانوادگی مالک شرکت تصفیه خانه قند و ورامین
۲- میزان مالکیت: سند مالکیت شش دانگ قطعه زمین مساحت ۱۵۰ متر مربع قطعه ۱۴ تفکیکی تحت پلاک ۳۱۹۱ فرعی از ۷ اصلی مغرور و مجری شده از پلاک ۵۰۰ فرعی از ۷ اصلی واقع در کاظم آباد بخش بهنام پازوکی ورامین که در دفتر ۴۲۴ صفحه ۲۷۸ ذیل ثبت ۱۳۴۴۵۰ بنام شرکت تصفیه خانه قند و ورامین ثبت و سند مالکیت بشماره جایی ۱۳۷۹۷ الف ۸۳ صادر گردید.
۳- علت از بین رفتن: حلاجی
۴- بحکایت سوابق ثبتی و ثبت دفتر املاک تاکنون نیست به مورد ثبت معامله ای صورت نگرفته است لذا با توجه به فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست المثنی مراتب اعلام تا شخص یا اشخاصی نیست به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده اند و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد طرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی به ثبت اسناد ورامین مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند انتقال تسلیم نماید و چنانچه طرف مهلت مقرر اعتراضی واصل نشود سند مالکیت المثنی طبق قانون و مقررات صادر و تسلیم خواهد شد
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان ورامین -
محمد رحیم پوررانی

آگهی فقدان سند مالکیت
بدینوسیله ائشار میدارد: شرکت تصفیه خانه قند و ورامین طی تقاضای وارده مالک ۱۰۶۰۰۱۱۷۸۷ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۷ و دو برگ استثنایه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۹۸/۲۱۵۳۹۷۵۰۰۵۵۸ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۶ در دفترخانه اسناد رسمی ۱۷ فرجک مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح ذیل آگهی می‌گردد
۱- نام و نام خانوادگی مالک شرکت تصفیه خانه قند و ورامین
۲- میزان مالکیت: سند مالکیت شش دانگ باب مساحت ۱۵۰ متر مربع قطعه ۱۴ تفکیکی تحت پلاک ۳۱۸۹ فرعی از ۷ اصلی مغرور و مجری شده از پلاک ۵۰۰ فرعی از ۷ اصلی واقع در کاظم آباد بخش بهنام پازوکی ورامین که در دفتر ۴۲۴ صفحه ۲۶۲ ذیل ثبت ۱۳۴۴۵۰ بنام شرکت تصفیه خانه قند و ورامین ثبت و سند مالکیت بشماره جایی ۱۳۷۹۷ الف ۸۳ صادر گردید.
۳- علت از بین رفتن: حلاجی
۴- بحکایت سوابق ثبتی و ثبت دفتر املاک تاکنون نیست به مورد ثبت معامله ای صورت نگرفته است لذا با توجه به فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست المثنی مراتب اعلام تا شخص یا اشخاصی نیست به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده اند و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد طرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی به ثبت اسناد ورامین مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند انتقال تسلیم نماید و چنانچه طرف مهلت مقرر اعتراضی واصل نشود سند مالکیت المثنی طبق قانون و مقررات صادر و تسلیم خواهد شد
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان ورامین -
محمد رحیم پوررانی

آگهی فقدان سند مالکیت
بدینوسیله ائشار میدارد: شرکت تصفیه خانه قند و ورامین طی تقاضای وارده مالک ۱۰۶۰۰۱۱۸۵۴ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۷ و دو برگ استثنایه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۹۸/۲۱۵۳۹۷۵۰۰۵۵۸ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۶ در دفترخانه اسناد رسمی ۱۷ فرجک مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح ذیل آگهی می‌گردد
۱- نام و نام خانوادگی مالک شرکت تصفیه خانه قند و ورامین
۲- میزان مالکیت: سند مالکیت شش دانگ باب مساحت ۱۵۰ متر مربع قطعه ۱۴ تفکیکی تحت پلاک ۳۱۸۹ فرعی از ۷ اصلی مغرور و مجری شده از پلاک ۵۰۰ فرعی از ۷ اصلی واقع در کاظم آباد بخش بهنام پازوکی ورامین که در دفتر ۴۲۴ صفحه ۲۶۲ ذیل ثبت ۱۳۴۴۵۲ بنام شرکت تصفیه خانه قند و ورامین ثبت و سند مالکیت بشماره جایی ۱۳۵۸۲ الف ۸۳ صادر گردید.
۳- علت از بین رفتن: حلاجی
۴- بحکایت سوابق ثبتی و ثبت دفتر املاک تاکنون نیست به مورد ثبت معامله ای صورت نگرفته است لذا با توجه به فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست المثنی مراتب اعلام تا شخص یا اشخاصی نیست به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده اند و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد طرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی به ثبت اسناد ورامین مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند انتقال تسلیم نماید و چنانچه طرف مهلت مقرر اعتراضی واصل نشود سند مالکیت المثنی طبق قانون و مقررات صادر و تسلیم خواهد شد
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان ورامین -
محمد رحیم پوررانی

آگهی فقدان سند مالکیت
بدینوسیله ائشار میدارد: شرکت تصفیه خانه قند و ورامین طی تقاضای وارده مالک ۱۰۶۰۰۱۱۷۸۷ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۷ و دو برگ استثنایه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۹۸/۲۱۵۳۹۷۵۰۰۵۵۶ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۵ در دفترخانه اسناد رسمی ۱۷ فرجک مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح ذیل آگهی می‌گردد
۱- نام و نام خانوادگی مالک شرکت تصفیه خانه قند و ورامین
۲- میزان مالکیت: سند مالکیت شش دانگ قطعه زمین مساحت ۱۵۰ متر مربع قطعه ۸ تفکیکی تحت پلاک ۳۱۸۶ فرعی از ۷ اصلی مغرور و مجری شده از پلاک ۵۰۰ فرعی از ۷ اصلی واقع در کاظم آباد بخش بهنام پازوکی ورامین که در دفتر ۴۲۴ صفحه ۲۶۴ ذیل ثبت ۱۳۴۴۵۱ بنام شرکت تصفیه خانه قند و ورامین ثبت و سند مالکیت بشماره جایی ۱۳۷۹۷ الف ۸۳ صادر گردید.
۳- علت از بین رفتن: حلاجی
۴- بحکایت سوابق ثبتی و ثبت دفتر املاک تاکنون نیست به مورد ثبت معامله ای صورت نگرفته است لذا با توجه به فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست المثنی مراتب اعلام تا شخص یا اشخاصی نیست به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده اند و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد طرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی به ثبت اسناد ورامین مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند انتقال تسلیم نماید و چنانچه طرف مهلت مقرر اعتراضی واصل نشود سند مالکیت المثنی طبق قانون و مقررات صادر و تسلیم خواهد شد
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان ورامین -
محمد رحیم پوررانی

آگهی فقدان سند مالکیت
بدینوسیله ائشار میدارد: شرکت تصفیه خانه قند و ورامین طی تقاضای وارده مالک ۱۰۶۰۰۱۲۰۹۸ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۷ و دو برگ استثنایه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۹۸/۲۱۵۳۹۷۵۰۰۵۵۴ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۵ در دفترخانه اسناد رسمی ۱۷ فرجک مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح ذیل آگهی می‌گردد
۱- نام و نام خانوادگی مالک شرکت تصفیه خانه قند و ورامین
۲- میزان مالکیت: سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین مساحت ۵۲.۲۵ مترمربع قطعه ۸۱ تفکیکی تحت پلاک ۳۲۳۸ فرعی از ۷ اصلی مغرور و مجری شده از پلاک ۵۰۰ فرعی از ۷ اصلی واقع در کاظم آباد بخش بهنام پازوکی ورامین که در دفتر ۴۲۴ صفحه ۲۶۵ ذیل ثبت ۱۳۴۵۱۷ بنام شرکت تصفیه خانه قند و ورامین ثبت و سند مالکیت بشماره جایی ۱۳۵۸۲ الف ۸۳ صادر گردید.
۳- علت از بین رفتن: حلاجی
۴- بحکایت سوابق ثبتی و ثبت دفتر املاک تاکنون نیست به مورد ثبت معامله ای صورت نگرفته است لذا با توجه به فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست المثنی مراتب اعلام تا شخص یا اشخاصی نیست به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده اند و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد طرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی به ثبت اسناد ورامین مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند انتقال تسلیم نماید و چنانچه طرف مهلت مقرر اعتراضی واصل نشود سند مالکیت المثنی طبق قانون و مقررات صادر و تسلیم خواهد شد
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان ورامین -
محمد رحیم پوررانی

آگهی فقدان سند مالکیت
بدینوسیله ائشار میدارد: شرکت تصفیه خانه قند و ورامین طی تقاضای وارده مالک ۱۰۶۰۰۱۲۰۹۹ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۷ و دو برگ استثنایه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۹۸/۲۱۵۳۹۷۵۰۰۵۵۴ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۶ در دفترخانه اسناد رسمی ۱۷ فرجک درخواست تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح ذیل آگهی می‌گردد
۱- نام و نام خانوادگی مالک شرکت تصفیه خانه قند و ورامین
۲- میزان مالکیت: سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین مساحت ۲۲۵ متر مربع قطعه ۸۳ تفکیکی تحت پلاک ۳۲۴۰ فرعی از ۷ اصلی مغرور و مجری شده از پلاک ۵۰۰ فرعی از ۷ اصلی واقع در کاظم آباد بخش بهنام پازوکی ورامین که در دفتر ۴۲۴ صفحه ۲۶۲ ذیل ثبت ۱۳۴۵۱۶ بنام شرکت تصفیه خانه قند و ورامین ثبت و سند مالکیت بشماره جایی ۱۳۵۸۵ الف ۸۳ صادر گردید.
۳- علت از بین رفتن: حلاجی
۴- بحکایت سوابق ثبتی و ثبت دفتر املاک تاکنون نیست به مورد ثبت معامله ای صورت نگرفته است لذا با توجه به فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست المثنی مراتب اعلام تا شخص یا اشخاصی نیست به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده اند و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد طرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی به ثبت اسناد ورامین مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند انتقال تسلیم نماید و چنانچه طرف مهلت مقرر اعتراضی واصل نشود سند مالکیت المثنی طبق قانون و مقررات صادر و تسلیم خواهد شد
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان ورامین -
محمد رحیم پوررانی

تعهد یونیلیور برای بهبود سطح زندگی همکاران خرده‌فروشی خود

به قلم: آنیشا کاپور کارشناس برندسازی

ترجمه:علی آل علی

شرکت یونیلیور در تازه‌ترین اقدام خود از طرح حمایت گسترده از همکارانش پرده برداشته است. یونیلیور بر این اساس نسبت به تامین شرایط برابر اشتغال و همکاری با شرکت و همچنین بهبود سطح حقوق دریافتی تمام کارمندان شرکت متعهد شده است. یکی از نکات مهم در این رابطه همکاری غیرمستقیم میان یونیلیور و کارکنان گسترده در کشورهای مختلف جهان است. بر این اساس تعهد تازه یونیلیور مبنی بر بهبود سطح عادی این دسته از افراد است. تعهد نسبت به بهبود وضعیت برند دارای اهمیت بسیار زیادی است. بدون تردید تهیه بودجه لازم برای اجرای این برنامه نکته مهمی محسوب می‌شود. بر این اساس مدیران ارشد یونیلیور برنامه‌ای بلندمدت برای اجرا تا سال ۲۰۳۰ تدوین کرده‌اند. هزینه اختصاص یافته برای این طرح در مجموع ۲ میلیارد یورو است. با این حساب برنامه یونیلیور کاملاً جدی و حساب شده به نظر می‌رسد. یکی از ایرادات اصلی تعهدات برندها در رابطه با مشتریان یا کارمندان برند مربوط به عدم اجرای درست آنهاست. این امر موجب بروز تجربه‌های منفی در تعامل با برند از سوی مخاطب هدف می‌شود.

الن جوپ، مدیرعامل یونیلیور، در رابطه با تعهد تازه این شرکت توضیحات جالبی دارد. وی بر روی بحران تغییر آب و هوا و نابرابری اجتماعی به عنوان مهمترین مسائل کنونی جهان تاکید دارد: «بحران‌های تغییر آب و هوا و نابرابری اجتماعی بزرگترین بحران‌ها پیش روی بشر در طول سال‌های پیش روی هستند. امروزه مردم در سراسر جهان به بخش‌های نابرابری تقسیم شده‌اند. وظیفه یونیلیور در این میان کمک به مردم در حد توانش است.»

ضرورت اقدام عملی برای بهبود وضعیت همکاران برند یونیلیور ایده‌ای تازه نیست. این برند از نزدیک به یک دهه پیش در تلاش برای بهبود وضع کارمندانش بوده است. انتقاد مهم از فعالیت سابق این برند عدم توجه به همکاران غیررسمی یونیلیور در کشورهای مختلف است. بر این اساس در طرح تازه یونیلیور اطمینان از کسب درآمد و عایدی مناسب با تامین حداقل‌های زندگی از سوی همکاران یونیلیور مدنظر قرار گرفته است.

اطمینان از کسب حداقل درآمد موردنیاز برای تامین معیشت از سوی همکاران برند یونیلیور گامی اساسی برای ایجاد انجمنی همراه با برابری بیشتر برای این غول عرصه خرده‌فروشی محسوب می‌شود. این برنامه جسورانه فقط در مورد همکاران یونیلیور مصداق پیدا نمی‌کند. یکی از طرح‌های جانبی مدیران ارشد یونیلیور ارائه کمک‌های قابل ملاحظه به افراد کم‌درآمد و کشورهای مختلف است. این امر بیشتر در ارتباط با حمایت یونیلیور از مشتریان معنا پیدا می‌کند. با این حساب یونیلیور در طول سال‌های پیش روی تمرکز اصلی‌اش بر روی مشتریان و همکاران برندش خواهد بود. این امر با توجه به بحران کرونا و کاهش درآمد مردم در نقاط مختلف جهان تا حد زیادی تاثیرگذار به نظر می‌رسد. یونیلیور در همین راستا همکاری گسترده‌ای با سازمان‌های مردم نهاد شروع کرده است. با این حساب در آینده باید منتظر اقدامات تازه یونیلیور در راستای بهبود سطح زندگی مردم باشیم.

منبع: brandingforum.org

هاینز و استفاده بازاریابی از طرح‌های مشتریان

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه:علی آل علی

نمایندگی برند هاینز در کانادا در تازه‌ترین اقدامش کمپین بازاریابی جذابی برای نظرخواهی از مشتریان برای انتخاب بهترین برچسب بر روی بسته‌های شُس را طراحی کرده است. تیم بازاریابی هاینز در این میان از چندین طرح آمانتور و غیرحرفه‌ای طرفداران برندش به عنوان پیشنهادات اصلی به مشتریان استفاده کرده است. بسیاری از برندها به طور مداوم محتوایی از سوی طرفداران‌شان دریافت می‌کنند. این امر در مورد برند هاینز نیز صحت دارد. نکته مهم در این میان تجربه خوشایند مشتریان از تعامل و تولید محتوا پیرامون این برند است. بنابراین کمپین بازاریابی جدید هاینز با محوریت مشتریانش جای تعجب ندارد.

هاینز یکی از برندهای پرطرفدار در سطح جهان محسوب می‌شود. نکته جالب اینکه عمده شهرت این برند برای تولید شُس‌های کچاپ است. تیم بازاریابی این برند در اینستاگرام و توئیتر حضور بسیار فعالی دارد. نکته جالب اینکه بازاریاب‌های هاینز به طور مداوم به نظرات و پرسش‌های مختلف کاربران پاسخ می‌دهند. شاید همین امر موجب محبوبیت جهانی هاینز شده است.

کمپین تازه هاینز با دعوت از هنرمندان آمانتور و مشتریان برند برای طراحی بسته‌بندی و همچنین برچسب متفاوت برای شُس‌های این برند صورت گرفت. برند هاینز در مدت زمانی کوتاه چند هزار محتوای جذاب دریافت کرد. شاید بسیاری از برندها این امر را نقطه پایان کمپین‌های بازاریابی تلقی کنند، اما شرایط برای هاینز به طور غیرمنتظره‌ای متفاوت است. هاینز پس از دریافت طرح‌های پیشنهادی کاربران اقدام به نصب برخی از آنها به عنوان بیلبورد در شهرهای مختلف کانادا کرد. بدون تردید مشتریان با مشاهده طرح‌های‌شان به عنوان بیلبورد تمایل بیشتری برای تعامل با برند هاینز پیدا می‌کنند. این امر در مورد ترغیب سایر کاربران شبکه‌های اجتماعی برای تعامل با هاینز نیز صحت دارد. با این حساب برند هاینز با یک برنامه‌ریزی دقیق موفق به تاثیرگذاری بر روی دامنه وسیعی از مشتریان در بازار کانادا شده است.

طرح‌های برگزیده در کمپین هاینز نسخه‌های ویژه‌ای از شُس‌های این برند با طرح و برچسب خودشان را دریافت خواهند کرد. همچنین شاید هاینز در ادامه اقدام به عرضه گستره طرح‌های منتخب نیز نماید.

منبع: marketingdive.com

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی - اقتصادی

| چهارشنبه | ۸ بهمن ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۱۵ | 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

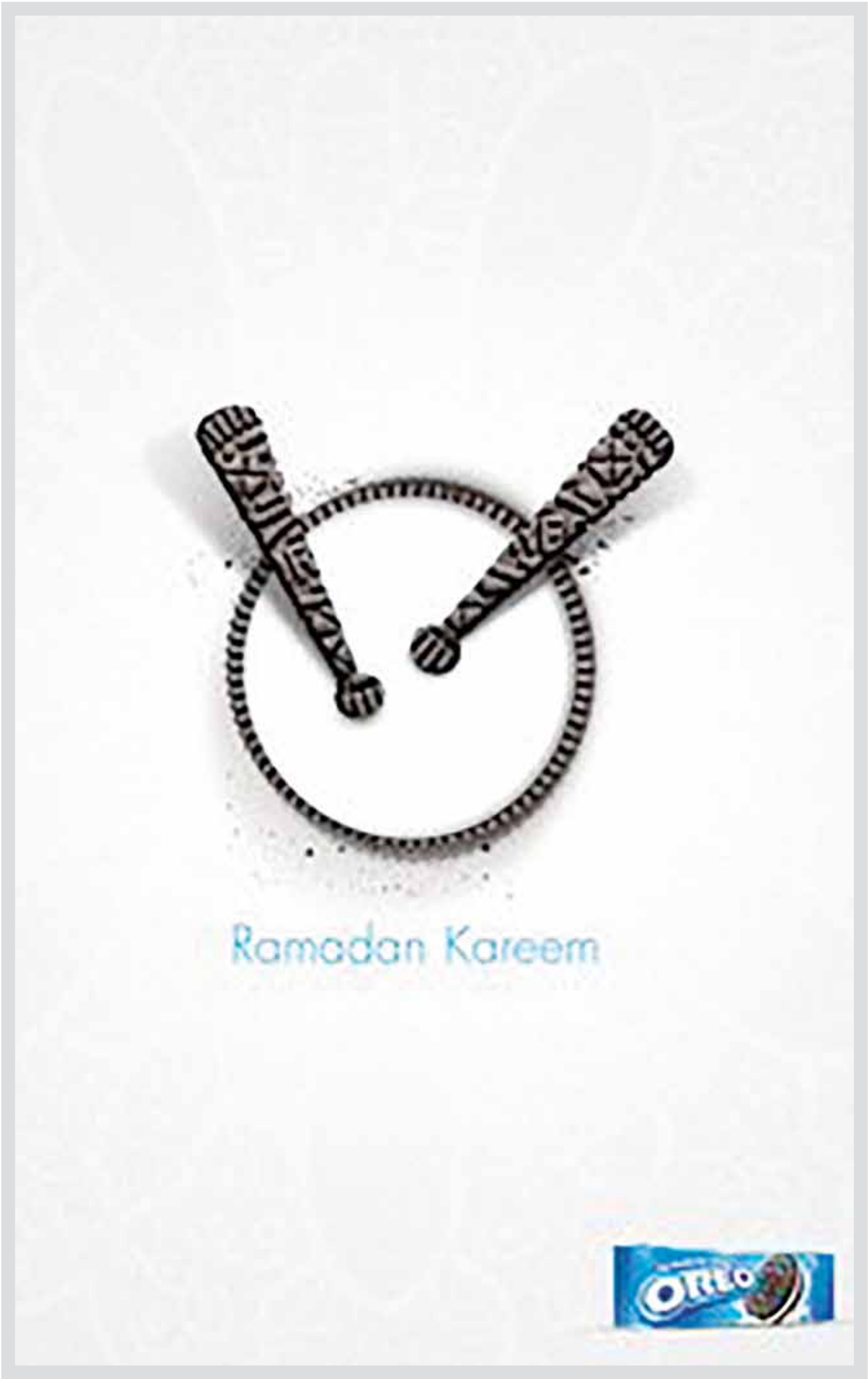
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روز نامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

با این تمرین ۲ دقیقه‌ای صبحگاهی روز بهتر و بهره‌وری بیشتری داشته باشید

شبکه‌های اجتماعی از همین موضوع استفاده می‌کنند و با ترکیبی از محتوا، بیشترین توجه را به خود جلب می‌کنند بنابراین شما در این زمینه تنها نیستید. برای جلوگیری از این مشکل، باید درون کارت خود چیزی درباره داشته‌های‌تان بنویسید و قدردان آنها باشید. این کار را برای چندین هفته تکرار کنید تا علاوه بر اینکه شما را خوشحال‌تر کند، از نظر فیزیکی هم سالم‌تر شوید. تا به اینجای کار باید در کارت خود کارهای روزانه‌تان و همچنین مواردی که قدردان آنها هستید را نوشته باشید. با این وجود تمام ما در طول زندگی با حس پشیمانی دست و پنجه نرم می‌کنیم که می‌تواند تاثیر مخربی روی ما داشته باشد. برای دوری از این حس، در پایان کارت خود موردی را بنویسید که می‌خواهید از دست آن راحت شوید. برای مثال می‌توانید درباره جلسه‌ای بنویسید که به آن نرسیده‌اید و می‌خواهید دیگر به آن فکر نکنید. هر روز صبح می‌توانید با صرف تنها ۲ دقیقه زمان، یک کارت کوچک را با موارد بالا پر کنید. مسلماً چنین کاری باعث نمی‌شود همیشه خوشحال باشید یا دیگر با هیچ مشکل یا اضطرابی مواجه نشوید، اما روز بهتری را تجربه خواهید کرد و با گذر زمان، تاثیر مثبتی روی کیفیت زندگی‌تان خواهد داشت.

تعداد کمی از اهداف روزانه‌تان و کارهایی که می‌خواهید در طول روز روی آنها تمرکز کنید را در یک کارت کوچک بنویسید. برای یادداشت این موارد از عبارت‌هایی مانند «من امروز می‌خواهم روی این کار تمرکز کنم»، استفاده کنید.

این تمرین باعث تعادل در روزهای شما می‌شود و دیگر با سوالی مانند «باید در ادامه چه کاری انجام دهم؟» روبه‌رو نمی‌شوید. علاوه بر این می‌توانید پروژه‌های بزرگ را به چندین کار ساده تقسیم کنید. برای مثال اگر می‌خواهید در یک دوره مشخص یک کتاب بنویسید، می‌توانید روزانه ۵۰۰ کلمه از آن را بنویسید یا اینکه به جای برنامه شدید ورزشی، روزانه ۱۰ دقیقه پیاده‌روی کنید.

برای شروع کار باید چندین کارت کوچک بخرید و با نوشتن کارهای روزانه‌تان، از خستگی تصمیم‌گیری دوری کنید. شاید پس از مدتی دوباره شروع به تمرکز روی تفکرات منفی کنید که البته این اشتباه شما نیست و مربوط به «آمیگدال» یا «بادامه» مغز انسان‌ها می‌شود. تکامل باعث شده به اخبار بد و غم‌انگیز توجه کنیم و به همین دلیل به طور مداوم به دنبال کارهای اشتباه خود هستیم. آمیگدال عملکرد بی‌نظیری در جست‌وجوی مشکلات، پیدا کردن و رفع آنها دارد. رسانه‌های خبری و

بسیاری از ما بنابر دلایل مختلفی با استرس و اضطراب روبه‌رو هستیم و همین احساسات می‌توانند روز ما را خراب کنند و نمی‌توانیم به طور بهینه و مناسب از زمان خود استفاده کنیم، با این حال برای اینکه روز بهتری داشته باشید و بهره‌وری شما افزایش پیدا کند، می‌توانید یک کارت کوچک تهیه کنید و یک تمرین ۲ دقیقه‌ای را هر روز صبح انجام دهید.

برخی افراد زمانی که با شرایط نامساعدی مانند تنهایی، مشکلات بی‌خوابی یا اضطراب بی‌پایان مواجه می‌شوند، شروع به کار زیاد می‌کنند و در حقیقت معتاد به کار می‌شوند. در حقیقت برای فرار از احساساتی که با آنها دست و پنجه نرم می‌کنیم، کار را به عنوان جایگزین آنها انتخاب می‌کنیم.

این موضوع می‌تواند آسیب‌های زیادی به ما وارد کند و نه تنها مشکلات قبلی مانند بی‌خوابی و استرس را برطرف نمی‌کند، بلکه با مشکلات جدیدی هم مواجه می‌شویم. اعتیاد به کار خود مانع از خواب می‌شود که در ترکیب با استرس می‌تواند مشکل بی‌خوابی را تشدید کند.

دلیل چنین موضوعی می‌تواند «خستگی تصمیم‌گیری» باشد و در حقیقت شما به دنبال انجام کارهای زیادی در یک روز هستید. برای جلوگیری از بروز چنین مشکلی باید