

یادداشت

تعامل سازنده با اقتصادهای بزرگ

مهدی رباطی

کارشناس اقتصادی

کشورها هر چقدر شرکای اقتصادی قدرتمندتری داشته باشند، به همان نسبت از رشد اقتصادی بالاتری هم برخوردار خواهند بود. در این مدل، یک رابطه مستقیم بین متغیر رشد اقتصادی و همکاری‌های تجاری با شرکای برتر و قوی‌تر از نظر اقتصادی وجود دارد. تعامل با کشورهای مختلف هزینه‌های تولید، صادرات و واردات را کاهش می‌دهد، انتقال فناوری را تسهیل می‌کند و به افزایش تعاملات فنی می‌انجامد. ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست و به ارتباط سازنده با کشورهای مختلف دنیا نیاز دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد کشور ما در دوره‌های مختلف، هر زمان که تعامل بهتری با دنیا داشته و تنش‌های بین‌المللی کمتری را تجربه کرده است، سرمایه‌گذاری خارجی و تعامل تکنولوژی را شاهد بوده که در نهایت تأثیر محسوسی بر روی مثبت شدن رشد اقتصادی، کاهش نرخ بیکاری، افزایش نرخ تشکیل سرمایه و... داشته است. اما پیش‌نیاز برقراری تعامل اقتصادی مناسب با دنیا، داشتن یک رابطه مثبت سیاسی بین کشورهاست، به شکلی که هم شرکا بتوانند از ظرفیت‌های ایران در حوزه‌های مختلف از جمله ترانزیت، انرژی، زیرساخت‌های اقتصادی و صنعتی و نیروی کار متخصص بهره‌مند شوند و هم ایران بتواند به منافع موردنظر خود برسد. در واقع، مانعی که باعث شده سرمایه‌گذاری خارجی در ایران اتفاق نیفتد، بی‌ثباتی سیاسی و رابطه تنش‌آمیزی است که به ویژه در یک دهه گذشته با دنیا تجربه کرده‌ایم. حوزه اقتصادی هم بیشترین آسیب را از این ارتباط نامناسب خورده است، به نحوی که افزایش هزینه تولید، مستعمل شدن صنایع و رشد هزینه تجارت را در پی داشته است. این آسیب‌ها به طور مستقیم خود را در رشد منفی اقتصادی، افزایش بیکاری و تورم افسارگسیخته نشان داده است بنابراین شرط لازم و نه کافی، داشتن رابطه تعاملی سیاسی مثبت با دنیا و کشورهای دارای قدرت اقتصادی و صنعتی است. کشورمان در حال حاضر با بسیاری از کشورهای صاحب فناوری و قدرت اقتصادی، تعامل مثبتی ندارد و حتی با چین و روسیه هم که مشکل سیاسی جدی با ایران ندارند نیز به یک ادبیات مشترک در حوزه منافع فی مابین نرسیده است، به نحوی که نهادهای ذی‌ربط موفق نشده‌اند دیپلماسی اقتصادی فعال را در پیش بگیرند تا از این طریق بتوان از ظرفیت‌های طرفین استفاده بهینه برد. سرمایه بسیار گریزیا و ترسوست و در ادبیات اقتصادی به آهو تشبیه شده است و کوچکترین تنش، نگرانی، چشم‌انداز مبهم و نااطمینانی در یک کشور می‌تواند آن را فراری دهد. در مورد کشور ما هم یقیناً نوع تعامل کنونی با دنیا باعث می‌شود که سرمایه‌گذاری اتفاق نیفتد.

بخشی از مدیران و سیاست‌گذاران کشور در سطوح مختلف، نگاه مثبت به تعامل اقتصادی با دنیا دارند و بخشی دیگر نگاه منفی، اما آنچه باعث شده است جهت‌گیری کلی به سمت عدم سرمایه‌گذاری خارجی شکل بگیرد و سطح سرمایه‌گذاری خارجی سال به سال کمتر شود، عدم توجه هسته اصلی سیاست‌گذاری کشور به سرمایه‌گذاری خارجی به عنوان یک اولویت است. در واقع، سیاست‌ها به گونه‌ای نیست که با کاهش تنش‌ها به سمتی حرکت کنیم که ورود سرمایه و فناوری به شکل موثری اتفاق بیفتد. در دنیا امروز، امنیت سیاسی و نظامی هر کشور به منافع مشترک با سایر کشورها گره خورده است. به عبارت دیگر، اگر حضور در زمین بازی یک کشور، منافع قدرت‌های سیاسی-اقتصادی را تامین کند به نحوی که آنها نتوانند از این منافع چشم‌پوشی کنند، آن زمان کشور میزبان نیز حاشیه امنیت جدی در حوزه‌های سیاسی، اقتصادی و نظامی پیدا خواهد کرد، چون هرگونه تنش برای این کشور در وهله نخست، منافع شرکایش را به خطر خواهد انداخت. برای مثال، اگر راه ابریشم از ایران عبور کند یا در بنادر و حوزه‌های نفتی کشور، سرمایه‌گذاری خارجی جدی انجام شود، آن زمان منافع اقتصادی و سیاسی قابل توجهی نصیب ایران خواهد شد. در نقطه مقابل، اگر این تعامل ایجاد نشود، کشورها به سادگی در معادلات سیاسی بین‌المللی نادیده گرفته خواهند شد و سطح امنیت اقتصادی-سیاسی به شکل قابل توجهی افت خواهد کرد. اگر ایران بتواند با شرکت‌های بزرگ بین‌المللی و کشورهای صاحب صنعت دنیا به شکلی تعامل کند تا منافع مشترک طرفین به یکدیگر گره بخورد، افزایش امنیت اقتصادی-سیاسی را شاهد خواهد بود. امنیتی که به شکل قابل توجهی می‌تواند قدرت سیاسی ایران را در چانه‌زنی‌های بین‌المللی نیز افزایش دهد. این سیاست در کشورهای حاشیه خلیج فارس، آمریکای لاتین و... هم دیده می‌شود که به دلیل تعامل مناسب با سایر کشورهای بزرگ و قدرتمند اقتصادی از حمایت و پشتیبانی آنها برخوردارند و منافع قابل توجهی نیز می‌برند.



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

کشورها چه یارانه‌ای برای واردات کالاهای اساسی اختصاص می‌دهند؟

اما و اگرهای حذف ارز ترجیحی



آسیب‌پذیر از سال ۲۰۱۱ در این کشور اجرا می‌شود که یکی از آنها، ارائه کارت‌های الکترونیکی دریافت مواد غذایی در قالب پرداخت شبه نقد به افراد بسیار فقیر است. درمجموع، سیاست دولت لبنان، در کوتاه‌مدت تخصیص ارز سوبسیدی برای واردات سبد گسترده‌ای از مواد غذایی و نهاده‌ها، و هم‌زمان با تداوم اجرای سیاست‌های حمایتی با پرداخت شبه نقد برای افراد بسیار فقیر است. در میان‌مدت و بلندمدت، اما دولت به دنبال محدودکردن هرچه بیشتر تخصیص ارز سوبسیدی و در عوض تقویت بخش کشاورزی است.

سوریه نیز به دلیل بحران‌های اقتصادی و محدودیت منابع ارزی، اقدام به اجرای سیستم تخصیص ارز رسمی و ارز ترجیحی برای واردات کالاهای اساسی و مواد اولیه موردنیاز صنعت و کشاورزی می‌کند. ارز رسمی برای واردات کالاهای موردنیاز شرکت دولتی بازرگانی سوریه تخصیص می‌یابد که این شرکت از طریق شبکه فروشگاهی خود اقدام به عرضه مواد غذایی با قیمت‌های سوبسیدی به عموم جامعه می‌کند. ارز ترجیحی نیز برای واردات طیف متنوعی از انواع اقلام غذایی، کشاورزی و صنعتی تخصیص داده می‌شود. دولت سوریه به موازات اعطای ارز برای واردات اقلام اساسی، برنامه‌های گسترده جایگزینی واردات (به منظور کاهش وابستگی به واردات اقلام مختلف) را به اجرا درمی‌آورد.

تجربه ونزوئلا و توصیه‌های سیاستی برای ایران

ونزوئلا هم در سال‌های اخیر با بحران‌های اقتصادی متعددی مواجه بوده که اعمال تحریم‌های آمریکا، آن را تشدید کرده و به بحران غذایی دامن زده است. این کشور به دلیل سیاست‌های نادرست ازجمله واردات گسترده مواد غذایی ارزان‌قیمت با دلارهای نفتی، از توسعه بخش کشاورزی غفلت کرده و به این دلیل وابستگی بالایی به واردات انواع محصولات کشاورزی و مواد غذایی دارد. در گذشته دولت از نرخ ارز سوبسیدی برای تأمین کالاهای اساسی غذایی، دارو و برخی فراورده‌های نفتی بهره می‌برد ولی به دلیل تشدید مشکلات اقتصادی، این سیاست از سال ۲۰۱۸ کنار گذاشته شد و نرخ ارز شناور مدیریت‌شده (دیکوم) برای واردات کالاهای اساسی جایگزین آن شد. سبد کالاهای مشمول واردات با نرخ دیکوم به‌طور پیوسته در حال محدود شدن است.

درمجموع با توجه به تجربه این کشور، می‌توان گفت وابستگی بالا به واردات کالاهای اساسی و عدم توجه به توسعه بخش کشاورزی می‌تواند در بلندمدت خطرآفرین باشد. به‌خصوص در شرایطی که دولت با بحران‌های شدید مواجه بوده و در عمل منابع ارزی لازم برای تخصیص ارز سوبسیدی برای واردات کالاهای اساسی را در اختیار نداشته باشد. همچنین استمرار سیاست ارز ترجیحی تا زمان عبور از شرایط بحرانی و در عین حال اصلاح آن، اجرای طرح کالابرج الکترونیک بر بستر یک بانک اطلاعاتی جامع، توجه به سیاست‌های حمایتی کشاورزی برای کاهش وابستگی به واردات، تنوع بخشیدن به سبد خوراک طیور، حمایت هدفمند از کشت و فراوری دانه‌های روغن خوراکی، منطقی کردن قیمت خرید تضمینی گندم و تخصیص هدفمندتر یارانه‌ها به کشاورزان از جمله توصیه‌های سیاستی در پایان این گزارش است.

آیا قانون خرید تضمینی محصولات کشاورزی با تورم سازگار است؟

خرید تضمینی در آزمون تورم

سال کمتر نباشد (تبصره ۶ قانون). حال سوال این است که با توجه به تورم مزمن اقتصاد ایران که در برخی سال‌ها به‌ویژه سال‌های اخیر با افزایش افسارگسیخته همراه بوده و به دنبال آن هزینه‌های تولید به‌ویژه برای محصول استراتژیکی مثل گندم به شدت افزایش یافته، آیا قانون خرید تضمینی محصولات کشاورزی توانسته خود را با تغییرات تورم اقتصاد سازگار کند؟ بررسی سالانه و کوتاه‌مدت قیمت تضمینی نشان می‌دهد که در اکثر سال‌ها اگرچه میزان قیمت تضمینی مصوب از قیمت محاسبه‌شده کمتر است، اما این اختلاف چندان معنادار نیست و در بیشترین مقدار در سال ۹۷-۱۳۹۶ به ۱۲۴۸ ریال به ازای هر کیلوگرم رسیده است. برآیند کل دوره نیز نشان می‌دهد به دلیل افزایش شدید قیمت تضمینی در برخی سال‌های محدود، در بلندمدت تبصره ۶ قانون کاملاً رعایت شده است و اختلاف معناداری وجود ندارد.

براساس این گزارش، کشاورزان به طور متوسط در هر سال ۰٫۸ میلیون ریال درآمد به واسطه عدم رعایت قانون (تا سال زراعی ۹۹-۱۳۹۸) از دست داده‌اند. این میزان به طور متوسط ۱،۱ درصد از درآمد سالانه کشاورزان را شامل می‌شود که بسیار ناچیز است. در محصول استراتژیک

فرصت امروز: با خروج آمریکا از برجام و بازگشت دور دوم تحریم‌ها بود که دولت برای حمایت از اقشار ضعیف جامعه، سیاست ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی را برای واردات کالاهای اساسی در نظر گرفت. هدف‌گذاری این سیاست، کنترل نوسانات قیمتی و جلوگیری از افزایش قیمت کالاهای اساسی و همچنین جبران رفاه ازدست رفته بخشی از اقشار جامعه بود. در این راستا، دولت دوازدهم سیاست تخصیص ارز با نرخ ترجیحی را از مردادماه ۱۳۹۷ با تعیین ۲۵ قلم کالا به عنوان کالاهای اساسی اجرا کرد که از همان ابتدا با مخالفت‌های کارشناسی همراه شد. با این حال، اجرای این سیاست تا سال ۹۹ هم ادامه یافت، هرچند برخی از گروه‌های کالایی از فهرست کالاهای مشمول دریافت ارز ترجیحی به مرور حذف شدند. با اینکه نمایندگان مجلس در جریان بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ نسبت به حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی مصمم بودند، اما نهایتاً با رد کلیات بودجه در صحن علنی مجلس، تداوم این سیاست در بودجه سال آینده همچنان مبهم و نامشخص است.

در همین حال، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی به عنوان بازوی کارشناسی وزارت صمت در تازه‌ترین گزارش خود به بررسی تجربیات جهانی تخصیص ارز برای واردات کالاهای اساسی و سیاست‌های مکمل و جایگزین آن پرداخته است. به اعتقاد این موسسه پژوهشی، اگرچه تداوم اجرای سیاست تخصیص ارز ترجیحی می‌تواند هزینه‌ها و آسیب‌هایی را به دنبال داشته باشد، اما در شرایط حساس کنونی که اقتصاد ایران با تحریم و کرونا دست به گریبان است، حذف کامل آن به صلاح نیست، چراکه توقف این سیاست می‌تواند با افزایش بیش از پیش قیمت کالاهای اساسی به ملتیب شدن بازارها بینجامد.

تخصیص ۴۱ درصدی ارز ترجیحی در سال گذشته

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در این گزارش با عنوان «بررسی تجربیات جهانی تخصیص ارز برای واردات کالاهای اساسی و سیاست‌های مکمل یا جایگزین آن» به موشکافی تجربیات جهانی تخصیص ارز با رویکرد مطالعه تطبیقی پرداخته و می‌نویسد: بازگشت دور دوم تحریم‌ها در سال ۱۳۹۷، کاهش درآمد‌های ارزی دولت و تشدید مشکلات، موجب شد اقتصاد ایران نسبت به دور اول تحریم‌ها با چالش‌های بیشتری مواجه شود. در همین راستا، دولت در دو سه سال اخیر به تدریج فهرست اقلام مشمول ارز ترجیحی را محدودتر کرده است. این فهرست اکنون تنها شامل جو، ذرت، گندم، روغن خام، دانه‌های روغنی (سویا) و نیز دارو و تجهیزات پزشکی می‌شود. در ماه‌های اخیر، با توجه به استمرار تحریم‌ها، محدودیت رشد تولید ناخالص داخلی و نیز افت سطح فعالیت‌های اقتصادی در اثر شیوع کرونا، روند کاهشی درآمد‌های دولت تشدید شده است. این امر موجب شده تأمین ارز موردنیاز برای واردات کالاهای اساسی با ارز ترجیحی با مشکلات متعددی مواجه شود، به‌طوری‌که طبق اعلام بانک مرکزی، میزان ارز ترجیحی تخصیص‌یافته در هفت ماهه امسال ۶۰۲ میلیارد ریال بوده که تنها معادل ۴۱ درصد رقم تخصیص‌یافته در کل سال ۱۳۹۸ بوده است. این بدین معناست که میزان ارز ترجیحی تخصیص داده‌شده در سال ۹۹ کاهش یافته است. در

منطقی کردن قیمت خرید تضمینی گندم و تخصیص هدفمندتر یارانه‌ها به کشاورزان از جمله توصیه‌های سیاستی است که در گزارش تازه موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی به عنوان سیاست جایگزین تخصیص ارز ترجیحی پیشنهاد شده است. این پیشنهاد بازوی کارشناسی وزارت صمت البته این سوال را مطرح می‌کند که در حال حاضر، قیمت خرید تضمینی محصولات کشاورزی چقدر منطقی است و آیا قانون خرید تضمینی محصولات کشاورزی توانسته خود را با تغییرات تورم اقتصاد سازگار کند و آیا قیمت تضمینی مصوب متناسب با افزایش هزینه‌ها و نرخ تورم تنظیم می‌شود؟ مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب اتاق ایران در گزارش اخیر خود با عنوان «بررسی انطباق قیمت خرید تضمینی گندم با تورم» در جست‌وجوی پاسخ این سوال برآمده است.

قانون خرید تضمینی محصولات اساسی کشاورزی در شهریورماه ۱۳۶۸ به منظور حمایت از تولید محصولات اساسی کشاورزی به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید و در تیرماه ۱۳۸۴ یک تبصره به آن اضافه شد که طی آن، تعیین قیمت خرید تضمینی باید به‌گونه‌ای باشد که میزان افزایش آن هیچ‌گاه از نرخ تورم اعلام‌شده از سوی بانک مرکزی در همان

خبرخوان

روحانی در ستاد ملی مقابله با کرونا هشدار داد

زنگ خطر آغاز موج چهارم کرونا

رئیس جمهور با بیان اینکه در هفته گذشته هیچ شهر قرمزی در کشور نبود، گفت امروز در خوزستان چند شهر قرمز شدند و شهرهایی هم در کشور از رنگ زرد به نارنجی تغییر یافتند و همه اینها یعنی زنگ خطر آغاز موج چهارم کرونا.

حجت الاسلام و المسلمین حسن روحانی در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا با بیان اینکه هیچ‌کس در دنیا فکر نمی‌کرد که دیگر حوادثی مانند پاندمی رخ دهد، افزود: تصور مواجهه با چنین مصیبت بزرگی که در طول قرن بی‌سابقه بوده آن هم با این همه پیشرفت دانش پزشکی برای هیچ‌کس قابل‌پیش‌بینی نبود، اما ما هنوز هم در جهان درگیر این بیماری هستیم و ده‌ها میلیون نفر گرفتار این بیماری شدند و صدها هزار نفر جان باختند.

به گفته وی، همه آرزوها این بود که بشر بتواند به دارویی برای این بیماری برسد اما در نهایت معلوم شد هیچ‌یک از این داروهای اعلام شده درمان دقیق و واقعی نیست. بشر هنوز نتوانسته درمانی برای این بیماری پیدا کند و امیدها به سمت تولید واکسن رفت. رئیس‌جمهور یادآور شد: گاهی برای ساخت واکسن دو، پنج یا حتی ۱۰ سال زمان لازم است اما ناچار شدند راه اضطرار را انتخاب کنند؛ چراکه مرگومیر زیاد شده و چاره‌ای جز استفاده از این واکسن وجود ندارد، اما در زمینه کارآمدی این واکسن و اینکه چقدر تأثیرگذار باقی می‌ماند هیچ اطلاعات دقیقی در دسترس نیست.

روحانی با بیان اینکه معلوم نیست این واکسن‌ها در برابر جهش این بیماری می‌تواند کارآمد باشد یا نه، ادامه داد: به هر حال واکسیناسیون شروع شده و ما هم در کشورمان این کار را آغاز کرده‌ایم و اینکه چه زمانی علم موفق شود این بیماری را به طور کامل به زانو درآورد مشخص نیست، هرچند تجربه تاریخی نشان داده که بشر در این زمینه پیروز خواهد بود.

او با تأکید بر اینکه همچنان باید مراقبت‌های بهداشتی را انجام دهیم، گفت: هنوز هیچ راه‌حل بهتری از کاهش ترده‌ها، تجمعات، شستن دست‌ها و فاصله‌گذاری اجتماعی و ماسک‌زدن نیست. کار واکسیناسیون هم در عین حال در حال انجام است.

رئیس‌جمهور با تأکید بر اینکه مراقبت‌های شدید و دقیقی در زمینه ورود افراد به کشور باید اعمال و مراعات شود، افزود: چه افراد خوش‌شان بیاید و چه نیاید، همه باید بدانند که هر کسی وارد این کشور می‌شود باید با تست‌های بهداشتی مورد مراقبت قرار بگیرند و اگر کسی آلوده باشد مقررات قرنطینه دربار‌هاش عمل شود و همه دست به دست هم دهیم تا از ایجاد خیز چهارم کرونا جلوگیری شود. برای ما مهم است که سلامت مردم حفظ شود و به سرعت موارد جهشیافته این ویروس و مبتلایان به آن را شناسایی کنیم. روحانی با یادآوری اینکه در هفته گذشته هیچ شهر قرمزی در کشور نبود، تصریح کرد: اما امروز در خوزستان چند شهر قرمز شدند و شهرهایی هم در کشور از رنگ زرد به نارنجی تغییر یافتند و همه اینها یعنی زنگ خطر آغاز موج چهارم کرونا. ما حداقل تا یک سال آینده باید سبک زندگی تازه‌ای که در پی شیوع این ویروس شکل گرفت را رعایت کنیم تا بتوانیم در سال ۱۴۰۰ سال مناسب‌تری را شروع کنیم.

تهران و البرز صدردنشین سفرهای جاده‌ای هستند

جغرافیای سفرهای جاده‌ای در میانه بهمن

در هفته گذشته ۱.۵ میلیون تردد روزانه وسایل نقلیه مختلف به صورت متوسط انجام شده که نسبت به هفته قبل از آن روند کاهشی داشته، اما نسبت به سال گذشته با افزایش یک درصدی مواجه بوده است و در این میان خودروهای تهران و البرز در این آمار صدردنشین بوده‌اند.

براساس جدیدترین گزارش مرکز مدیریت اطلاعات راه‌ها و حمل و نقل جاده‌ای کشور از تحلیل وضعیت تردد در بازه زمانی ۱۷ تا ۲۳ بهمن ماه، به طور متوسط روزانه یک میلیون و ۵۵۸ هزار و ۵۶۵ تردد بین استانی انواع وسایل نقلیه انجام شده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته (بازه جمعه ۱۸ تا پنجشنبه ۲۴ بهمن ۹۸) افزایش یک درصدی را تجربه کرده، اما این آمار نسبت به مدت مشابه هفته گذشته (بازه ۱۰ تا ۱۶ بهمن ماه) کاهش ۴درصدی داشته است.

تردد بین استانی وسایل نقلیه سبک در همین بازه زمانی نیز یک افزایش نسبت به مدت مشابه سال گذشته و ۳ درصد کاهش نسبت به مدت مشابه هفته گذشته را ثبت کرده است. استان‌های زنجان با ۵۳ درصد، اردبیل با ۵۲ درصد و آذربایجان شرقی ۴۳ درصد بیشترین افزایش تردد را در هفته گذشته داشته‌اند و در استان‌های کهگیلویه و بویراحمد با منفی ۲۸ درصد، چهار محال و بختیاری با ۲۶ درصد و فارس و هرمزگان با ۲۰ درصد بیشترین کاهش تردد را برای خود به ثبت رسانده‌اند.

البته میزان تردها و سفرهای جاده‌ای مردم نسبت به هفته قبل از این بررسی اینگونه است که تردهای بین استانی استان‌های زنجان با ۱۵درصد، سیستان و بلوچستان با ۱۰ درصد و آذربایجان شرقی با ۸درصد بیشترین افزایش و استان‌های بوشهر با ۱۵ درصد ایلام با ۱۴ درصد و هرمزگان و فارس نیز با ۱۱ درصد بیشترین کاهش را داشته‌اند.

نکته جالب در این گزارش پلاک‌های مشاهده شده در هفته منتهی به ۲۳ بهمن ماه است که مجموعاً به حدود ۸ میلیون و ۳۰۰ هزار پلاک یکتا می‌رسد که در این میان حدود یک میلیون و ۸۰۰ هزار پلاک یکتا به مبدأ تهران و البرز بوده و پس از آن فارس، خراسان رضوی، مازندران، اصفهان و گیلان در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند.

البته در ۱۰روزه منتهی به ۲۳ بهمن ماه بیشترین تخلیه وسایل نقلیه در تهران و البرز با ۱۳۰ هزار و ۵۲۲ وسیله نقلیه در روز پنجشنبه ۲۳ بهمن انجام شده است و این خودروها در استان‌های قم، مازندران، گیلان، مرکزی و اصفهان مشاهده شده‌اند. همچنین در همین روز بیشترین انباشت وسایل نقلیه در مازندران با ۲۶ هزار و ۲۷۵ وسیله نقلیه و در گیلان با ۱۴ هزار و ۵۷۰ وسیله نقلیه اتفاق افتاده است که تهران و البرز بیشترین سهم را در این آمار داشته‌اند.

فروشنندگان نیز از عواملی است که اختلاف فاحشی را بین قیمت ساخت و قیمت فروش رقم زده است. بنا به گفته محمود محمودزاده معاون وزیر راه و شهرسازی، قیمت هر متر مربع مسکن ساخته شده با قیمت فروش آن حدود ۵۰۰ درصد فاصله دارد که علت آن برخورد سرمایه‌ای با مسکن است. به همین دلیل از اواخر سال گذشته سامانه املاک و اسکان برای شناسایی واحدهای خالی انجام شد با این امید که مالکان، واحدهای خالی خود را به بازار عرضه کنند. اقدام دیگر، تکمیل طرح‌های مسکن مهر بود که از حدود ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار واحد فقط ۵۰ هزار واحد باقی مانده که به زودی تحویل داده می‌شود. پس از کنار گذاشتن پروژه مسکن مهر، دولت از شهروم‌ها سهال گذشته طرح اقدام ملی مسکن را آغاز کرده است. البته با توجه به طولانی شدن مسکن مهر به نظر می‌رسد اتمامد نسبت به طرح‌های دولتی کاهش پیدا کرده تا جایی که از ۴۰۰ هزار واحد برنامه‌ریزی شده، براساس اعلام محمد اسلامی وزیر راه و شهرسازی، فقط ۱۵۰ هزار نفر واریز وجه داشته‌اند. البته گفته می‌شود هم‌اکنون ۵۰۴ هزار واحد اقدام ملی در دست احداث است که تا پایان امسال افزایش می‌یابد. این آمار مشمول تهاهیم‌نامه وزارت راه و شهرسازی با دستگاه‌های دولتی نیز می‌شود که ظاهراً از پرداخت‌های منظم‌تری نسبت به قالب ثبت نام عمومی برخوردار است.

همچنین یکی دیگر از عوامل کشیده شدن ترمز ریزش قیمت‌ها در بازار مسکن، اعلام دو آمار متفاوت از سوی مراکز آماری بود. در شرایطی که دی ماه امسال بانک مرکزی گزارش داد که قیمت هر متر مسکن در تهران نسبت به آذرماه ۱.۸ درصد بالا رفته، مرکز آمار نرخ رشد ماهانه را ۸.۲ درصد اعلام کرد. به هر حال آنچه مسلم است بنا به دلایلی که در این گزارش به آنها اشاره شد قیمت‌ها در هر دو بخش معاملات قطعی و نرخ‌های پیشنهادی فریز شده و فعالان بازار مسکن در انتظار شرایط ماه‌های آینده هستند، با این حال در روزهای منتهی به سال جدید هم که بازار املاکی‌ها رونق می‌گرفت شاهد بازاری آرام هستیم و واسطه‌های ملکی از کسادی کسب و کار خود سخن می‌گویند. گویی ماشین زمان در بازار مسکن متوقف شده است!

گفتنی است در دی امسال متوسط قیمت هر متر مسکن در شهر تهران ۲۷ میلیون و ۳۹۰ هزار تومان بوده که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۱.۸ درصد و ۹۸ درصد افزایش دارد. طبق اعلام بانک مرکزی، همچنین تعداد معاملات انجام شده در دی ماه ۳.۵ هزار فقره بوده که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۶۷ درصد کاهش و در مقایسه با ماه قبل ۳۷ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

چرا بین قیمت ساخت و فروش مسکن فاصله ۳ تا ۵ برابری وجود دارد؟

نامعادل‌ه بازار مسکن



از آن معاملات کساد است، اما فروشنندگان از کاهش قیمت‌ها خودداری کردند. از نیمه آبان ماه به دنبال افت قیمت ارز متأثر از تحولات سیاسی و امیدواری به احیای برجام، قیمت‌ها در بازار مسکن روند نزولی به خود گرفت. بررسی‌ها نشان می‌دهد از آن زمان تا اوایل بهمن ماه نرخ‌های پیشنهادی در شهر تهران حدود ۱۳ درصد افت کرده است. قیمت‌های قطعی نیز در آذرماه ۱.۱ درصد پایین آمد، اما در دی ماه بانک مرکزی اعلام کرد که قیمت‌های قطعی ۱.۸ درصد بالا رفته و روند ریزش نرخ‌های پیشنهادی نیز متوقف شده است. در هفته‌های اخیر، سیمان به معضلی برای سازندگان مسکن تبدیل شده است. نرخ هر پاکت سیمان که تا حدود یک ماه قبل نهایتاً ۳۰ هزار تومان بود در روزهای اخیر به ۴۵ هزار تومان افزایش پیدا کرده که نسبت به ۱۰ هزار تومان سال گذشته رشد

۳۵۰ درصدی را نشان می‌دهد. البته نمی‌توان انتظار داشت که به همین نسبت، قیمت مسکن بالا برود، چراکه سایر متغیرها همچون قیمت زمین، دستمزد، عوارض شهرداری و سایر مصالح ساختمانی، رشدی به مراتب کمتر از سیمان داشته‌اند. با این حال، افزایش قیمت سیمان به عنوان یک عامل روانی در جلوگیری از ریزش بیشتر قیمت آپارتمان موثر بود. از طرف دیگر، روند کاهشی قیمت ارز طی روزهای اخیر متوقف شده است. از نیمه آبان ماه تحلیل فعالان بازار ارز این بود که توافق زودهنگامی بین ایران و آمریکا صورت خواهد گرفت که باعث شد فشار عرضه در آذرماه و دی ماه افزایش پیدا کند، اما به تدریج و براساس صحبت‌های مقامات دو کشور، این گمانه‌زنی تقویت شده که توافق حداقل در زودهنگام انجام نخواهد شد. به همین دلیل نرخ دلار که تا محدوده ۲۱ هزار تومان پایین آمده بود روزهای اخیر به کانال ۲۵ هزار تومان وارد شد و شرایط سایر بازارها از جمله طلا، مسکن و خودرو را تحت تأثیر قرار داد. بررسی‌ها نشان می‌دهد طی دو هفته ابتدای بهمن ماه نرخ رشد قیمت‌های پیشنهادی مسکن در آگهی‌های شهر تهران صفر بوده، در حالی که در سه بازه زمانی دو هفتگی قبل از آن به ترتیب ۵ درصد، ۵.۵ درصد و ۲.۲ درصد کاهش پیدا کرده بود. موضوع دیگر اینکه هنوز سایه نرخ‌های کاذب بر این بازار سنگینی می‌کند. از جمله ابزارهای در اختیار دلالان، قیمت‌سازی در فضای مجازی و معاملات صوری است، البته قیمت‌های بالاتر از عرف مناطق در سایت‌ها قابل مشاهده نیست اما تعداد فایل‌های با نرخ‌های نجومی هنوز بالاست. البته کارشناسان معتقدند درج قیمت در سایت‌های فروش مسکن و خودرو که پس از هشت ماه فروزان‌فرد با اشاره به انتظار اتاق برای جابه‌جایی میان دو مجلس ادامه نیست اما می‌تواند به نابسامانی بازار دامن بزند. سوده‌های نامتعارف برخی

فرصت امروز: افزایش قیمت مصالح ساختمانی و به ویژه سیمان، تازه‌ترین بهانه افزایش قیمت مسکن در این روزهاست. سازندگان مسکن، قیمت متوسط ساخت هر متر آپارتمان را حدود ۸ میلیون تومان برآورد می‌کنند که با توجه به متوسط قیمت ۲۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تومانی فروش هر متر آپارتمان در شهر تهران در دی ماه امسال طبق گزارش بانک مرکزی، قیمت فروش یک متر آپارتمان حدود ۲۳۷ درصد بیشتر از هزینه ساخت آن است. این یعنی فاصله دو تا سه برابری قیمت ساخت و فروش مسکن، هرچند معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی، شکاف قیمتی هر مترمربع مسکن ساخته شده با قیمت فروش آن را ۵۰۰ درصد اعلام کرده و گفته است که این تفاوت قیمتی «قابل تفسیر» نیست. حال سوال این است که چرا بین قیمت ساخت و فروش مسکن چنین فاصله وحشتناکی وجود دارد؟

به نظر می‌رسد سوداگری سرمایه‌گذاران و سازندگان مسکن علت مهم این شکاف قیمتی است. چنانچه آمارها نشان می‌دهد در حال حاضر سود تولید مسکن برای سرمایه‌گذاران بیش از ۵۰ درصد است. طبق آمارهای منتشرشده بانک مرکزی در گزارش فعالیت‌های بخش خصوصی سال ۱۳۹۵، سود تولید مسکن از ۷۰ درصد به ۱۲۰ درصد رسیده و این موضوع منجر به رشد ۵۰ درصدی سرمایه‌گذاری با یک تأخیر زمانی در سال ۱۳۹۶ شده است. همچنین براساس گزارش وزارت راه وشهرسازی، میزان سود تولید مسکن برای سرمایه‌گذاران در سال ۹۰ معادل ۱۱۶ درصد است. این سود از سال ۹۱ تا ۹۸ به ترتیب معادل ۷۳، ۷۳، ۷۰، ۱۲۰، ۱۵۹، ۶۴ و ۶۰ درصد است. این یعنی به موازات افزایش هزینه ساخت مسکن در دهه ۹۰، سود تولید مسکن هم در این سال‌ها به بیش از ۵۰ درصد رسیده است.

در حال حاضر بازار مسکن پس از سه ماه افت نرخ‌های پیشنهادی، در حالت رکود معاملاتی و ثبات نسبی قیمت قرار گرفته که عوامل مختلفی از سوی کارشناسان برای این موضوع عنوان می‌شود. به گزارش ایسنا، کارشناسان تحلیل‌های مختلفی درخصوص تغییر رفتار بازار مسکن در هفته‌های اخیر نسبت به روند سه ماه قبل ارائه می‌دهند؛ تحلیل‌هایی که البته به موارد مشابهی اشاره دارد. توقف روند نزولی قیمت ارز و حتی بالا رفتن نسبی قیمت‌ها در روزهای اخیر، رشد قیمت مصالح ساختمانی، قیمت‌های کاذب در بعضی آگهی‌ها، اختلاف فاحش قیمت ساخت با قیمت فروش و ارائه آمارهای متناقض درخصوص میزان رشد یک ماه اخیر قیمت مسکن از جمله مواردی است که کارشناسان از آن به عنوان عوامل تثبیت قیمت‌ها اشاره می‌کنند. هرچند در بهمن ماه به مانند سه ماه قبل

بلای فوتبال را بر سر اتاق بازرگانی درنیاوریم

اعتراض بخش خصوصی به طرح مجلس

مختلفی در رابطه با لزوم اصلاح قانون اتاق بازرگانی مطرح کردند. در دوره‌های ۹۰ و ۹۴ نیز پیگیری‌هایی در این زمینه آغاز شد که متأسفانه نتیجه‌ای نداشت. حتی هیأت رئیسه فعلی اتاق بازرگانی نیز در میان برنامه‌های‌شان، وعده اصلاح قانون اتاق بازرگانی را داده‌اند.

رئیس کمیسیون حمایت قضایی اتاق بازرگانی تهران در پاسخ به این سوال که چرا با وجود تمام این پیگیری‌ها، اصلاح قانون نهایی نشده، گفت: اتاق بازرگانی به پارلمان بخش خصوصی مشهور است و ویژگی عمده پارلمان تضارب آرا و تفاوت دیدگاه‌های اعضای مختلف آن است. از این رو صحبت از لزوم تغییر قوانین از سال‌ها پیش مطرح بوده اما اینکه تمام اعضای اتاق در رابطه با موارد اصلاحی به جمع‌بندی برسند به وجود نیامده و تغییرات در فضای مجلس نیز به این باتلاکینی دامن زده است. فروزان‌فرد با اشاره به انتظار اتاق برای جابه‌جایی میان دو مجلس ادامه داد: با توجه به اینکه تعداد زیادی از نمایندگان جدید مجلس پیش از این در بهارستان حضور نداشتند، اتاق ترجیح داد طرح‌ها و برنامه‌های خود را پس از استقرار نمایندگان و مشخص شدن نظرات و دیدگاه‌های کلان اقتصادی ارائه کند. وی با بیان اینکه طرح ارائه شده از سوی تعدادی از نمایندگان برای اصلاح قانون اتاق، ارتباطی با برنامه‌های قبلی بخش خصوصی یا پیشنهادات بررسی شده از سوی اتاق ندارد، گفت: وقتی طرح ابتدایی از سوی تعدادی از نمایندگان تهیه شد و کلیات آن در صحن نیز مورد تأیید قرار گرفت، اتاق بازرگانی تازه متوجه آن شد که همین امر برای اتاق تعجب‌برانگیز بود.

به تازگی تعدادی از نمایندگان مجلس طرحی را با عنوان «اصلاح قانون اتاق بازرگانی ایران و الحاقات بعدی آن» ارائه کرده‌اند و در آن پیشنهاد داده‌اند که ماهیت حقوقی اتاق بازرگانی از یک موسسه غیرانتفاعی به موسسه عمومی غیروادلسی تغییر یابد. این طرح مورد اعتراض فعالان اقتصادی بخش خصوصی قرار گرفته است. آنها طرح اصلاح قانون اتاق ایران را ناقص و ناکارآمد تلقی کرده و معتقدند که استقلال پارلمان بخش خصوصی کشور با طرح مجلس تضعیف می‌شود. ازجمله یک عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران نسبت به تبعات این طرح هشدار می‌دهد و می‌گوید بلای فوتبال را بر سر اتاق بازرگانی نیاوریم! به اعتقاد حسن فروزان‌فرد، هرچند موضوع تغییر قانون این اتاق از سال‌ها پیش مطرح بوده و چگونگی پرداختن به آن اهمیت بسیار زیادی دارد، اما تمام اعضای این اتاق در رابطه با موارد اصلاحی به جمع‌بندی نرسیده و تغییرات در فضای مجلس نیز به این باتلاکینی دامن زده است.

فروزان‌فرد به ایسنا می‌گوید: قانون ابتدایی اتاق بازرگانی به سال ۱۳۶۹ باز می‌گردد و هرچند چند سال بعد از آن یک اصلاحیه‌ای نیز در آن به وجود آمد اما در واقع حدود سه دهه است که قانون اتاق بدون تغییر مانده و با توجه به سرعت بالای تحولات در اقتصاد و ایرادات اجرایی که به قواعد موجود وارد شده، به نظر می‌رسد یکی از گزینه‌های موجود اصلاح قانون اتاق بازرگانی خواهد بود.

او با بیان اینکه اعضای اتاق بازرگانی، خود برای اصلاح این قانون پیشقدم شده‌اند، توضیح داد: در دوره‌های مختلف، اعضای اتاق بازرگانی موضوعات

بانک نامه



سکه در نزدیکی مرز کانال ۱۲ میلیونی

دلار در بازار آزاد به ۲۶ هزار تومان رسید

قیمت دلار در اولین روز هفته در بازار آزاد به کانال ۲۶ هزار تومان رسید و قیمت سکه نیز در مرز کانال ۱۲ میلیون تومانی ایستاد. روز گذشته در بازار ارز هر دلار ۲۶ هزار و ۱۰۰ تومان، یورو ۳۱ هزار و ۶۰۰ تومان و درهم امارات ۷ هزار و ۱۸۰ تومان قیمت خورد. در صرافی‌های بانکی نیز قیمت دلار و یورو نسبت به روز کاری قبل افزایش یافت و قیمت فروش دلار ۲۴ هزار و ۹۸۰ تومان و قیمت خرید دلار از مردم ۲۴ هزار و ۴۸۰ تومان تعیین شد. قیمت فروش یورو نیز ۳۰ هزار و ۲۷۰ تومان و قیمت خرید یورو هم ۲۹ هزار و ۷۷۰ تومان اعلام شد.

این افزایش نرخ ارز سبب شد تا قیمت‌ها در بازار سکه و طلا نیز روند صعودی را طی کنند به طوری که هر سکه امامی دیروز در مرز کانال ۱۲ میلیون ایستاد و بانرخ ۱۱ میلیون و ۹۴۱ هزار تومان معامله شد. هر مثقال طلا به عنوان مبنای قیمت‌گذاری نیز ۵ میلیون و ۴۹۹ هزار تومان، هر گرم طلای ۱۸ عیار یک میلیون و ۱۶۹ هزار و ۶۰۰ تومان و هر گرم طلای ۲۴ عیار نیز یک میلیون و ۵۵۶ هزار و ۹۰۰ تومان ارزش گذاری شد.

همچنین هر سکه بهار آزادی ۱۱ میلیون و ۶۰۱ هزار و ۹۰۰ تومان، هر نیم سکه غمیلین و ۷۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و سکه‌های گرمی هم ۲ میلیون و ۵۱۰ هزار تومان قیمت خورد. هم‌اکنون حساب سکه امامی در بازار برابر با ۷۴۰ تومان، حساب سکه بهار آزادی ۴۴۱ هزار تومان، حساب نیم سکه یک میلیون و ۱۲۰ هزار تومان، حساب ربع سکه یک میلیون و ۷۰۸ هزار تومان و حساب سکه‌های گرمی هم معادل یک میلیون و ۱۳۴ هزار تومان است.

بانک مرکزی اعلام کرد

کاهش تعداد و مبلغ سفته و برات‌های برگشتی

معادل ۴۰۰ برگ سفته و برات به مبلغی معادل ۲۰ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان در آذرماه امسال در شهر تهران برگشت خورده است که در مقایسه با ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۳۱ درصد و ۱۶.۹ درصد کاهش داشت. به گفته بانک مرکزی، بالغ بر ۷ میلیارد و ۴۱۰ میلیون تومان سفته و برات در آذرماه سال جاری در شهر تهران فروخته شد که در مقایسه با ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۱۸.۴ درصد و ۱۰.۳ درصد افزایش یافت. در ۹ ماهه ابتدای سال جاری بالغ بر ۵۹ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان سفته و برات در شهر تهران فروخته شد که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل ۲۳.۴ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

همچنین، در آذرماه ۹۹ معادل ۴۰۰ برگ سفته و برات به مبلغی معادل ۲۰ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان در شهر تهران برگشت خورد که در این ماه شاخص‌های تعداد و مبلغ سفته و برات برگشت خورده به ترتیب به اعداد ۵۱.۵ و ۱۰۸۸ رسید که در مقایسه با ماه قبل هر دو شاخص مذکور به ترتیب ۳۱ درصد و ۱۶.۹ درصد کاهش داشت و نسبت به ماه مشابه سال قبل از لحاظ تعداد ۵۳.۱ درصد کاهش و از لحاظ مبلغ ۴۶.۲ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

افزایش را نشان می‌دهد. سال جاری نیز به عدد ۲۱۱.۱ رسید که عدد شاخص مذکور در آذرماه ۹۸ معادل ۶۷۸ بوده است.

معاون وزیر اقتصاد از شروع پرداخت وام به دارندگان سهام عدالت خبر داد و گفت از امروز بانک‌های ملی و تجارت آمادگی دارند به شکل الکترونیکی و بدون مراجعه حضوری به دارندگان سهام عدالت ۵۰ درصد ارزش این سهام را توسط کارت اعتباری به مردم ارائه دهند که مدت زمان بازپرداخت این تسهیلات سه ساله است و هیچ‌گونه مدرک یا ضامنی غیر از مدارک هویتی نیاز نیست و سهام عدالت ضامن این وام خواهد شد بنابراین مردم بدون مراجعه به بانک می‌توانند سهام را در تضمین بانک قرار دهند و معادل ۵۰ درصد آن را به صورت کارت اعتباری از ۳ هزار فروشگاه سطح شهر خرید کنند که به مرور سایر بانک‌ها هم اضافه خواهند شد.

عباس معمارنژاد روز گذشته (شنبه) در نشستی خبری در وزارت اقتصاد به عملکرد تسهیلاتی بانک‌ها در ۱۰ ماهه امسال اشاره کرد و گفت: نظام بانکی در ۱۰ ماهه امسال ۱۲۰۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات پرداخت کرده است که نسبت به سال قبل ۲۵ درصد رشد داشته است. از این میزان حدود ۷ درصد آن به بخش کشاورزی، ۳۰ درصد به بخش صنعت و ۱۸ درصد به بخش بازرگانی پرداخت شده است. همچنین معادل ۲۵ درصد تسهیلات اعطایی نظام بانکی برای سرمایه‌گذاری‌های جدید صورت گرفته است.

چقدر از اموال بانک‌ها تاکنون واگذار شده است؟

معاون وزیر اقتصاد درباره واگذاری املاک و سهام بانک‌های زیرمجموعه وزارت اقتصاد نیز گفت: واگذاری املاک و سهام بانک‌های زیرمجموعه وزارت اقتصاد از ابتدای امسال تا دی ماه ۱۱ هزار میلیارد تومان بوده که سهم بانک‌ها ۳۱۰۰ میلیارد تومان و سهم املاک ۷۹۰۰ میلیارد تومان بوده است. البته اگر شرایط بورس به ابتدای سال برگردد و به ثبات برسد، میزان واگذاری سهم بانک‌ها بیشتر می‌شد. در دو مقطع دو شرکت بزرگ گروه سرمایه‌گذاری امید و توسعه مالی در بورس عرضه شد و با توجه به شرایط بورس نتوانستیم این سهام‌ها را به صورت بلوکی بفروشیم که منتظر شرایط مساعد و باثبات در بورس هستیم.

به گفته وی، از ۱۰ ماهه سال ۹۶ تا ۱۰ ماهه سال ۹۹ فروش سهام به املاک بانک‌ها معادل ۳۳ هزار میلیارد تومان بوده است که ۱۱ هزار میلیارد تومان در امسال محقق شده است. شعب نظام بانکی در کشور حدود ۲۲ هزار شعبه است درحالی‌که نیاز کشور حدود ۱۲ هزار شعبه بانکی و شعبی که اضافه هستند مربوط به بانک‌های دولتی و نیمه دولتی

معاون وزیر اقتصاد از آغاز پرداخت وام به دارندگان سهام عدالت خبر داد

جزئیات کارت اعتباری سهام عدالت



است. معمارنژاد همچنین از توسعه استراتژی «فراگیری مالی» خبر داد و گفت: در این طرح به دنبال این هستیم تا برای خدمات مالی شامل خدمات بانکی، بیمه و بورس به تمام مردم کشور در تمام نقاط کشور دسترسی ایجاد کنیم. با توجه به ادغام بانک‌های نظامی این مسئولیت را برعهده بانک سپه گذاشتیم که اگر در منطقه‌ای شعب بانکی وجود نداشته باشد، این بانک یا جا به جایی شعب بانکی خودش این امکان را فراهم کند.

در سال جاری برنامه کاهش ۷۲۵ شعبه بانکی داشتیم که تا آذرماه امسال ۳۴۴ شعبه کم شده است که دلیل اصلی آن فراگیری مالی است. برای سال ۱۴۰۰ نیز معادل ۱۳۹۵ شعبه به تفکیک بانک‌ها باید تعدیل شوند. او با اشاره به اینکه ۹۲ درصد تراکنش‌ها غیرحضوری است، ادامه داد: در سال گذشته در بانک ملی ۸۲ درصد تراکنش‌های بانکی به صورت الکترونیکی بوده است اما اکنون ۹۲ درصد تراکنش‌ها غیرحضوری است و مابقی حضوری است. تا قبل از خرداد سال آینده نسخه اجرایی بانکداری دیجیتال در بانک‌های زیرمجموعه وزارت اقتصاد عملیاتی شود.

طبق گفته معاون وزیر اقتصاد، با ایجاد صندوق خسارت‌های بدنی اکنون هیچ زندانی‌ای در زندان به خاطر خسارت مرتبط به حوادث رانندگی نداریم و تمام کسانی که بیمه نداشتند سعی شده از طریق صندوق خسارت بدنی خسارت آنها پرداخت شود. معادل ۱۰۰۰ میلیارد تومان در ۱۰ ماهه امسال خسارت پرداخته شده است که ۱۴ درصد رشد داشته است. صندوق جدیدی که بیمه حوادث همگانی بلایای طبیعی است در گذشته اگر در یک استان یا چند استان بلایای طبیعی رخ می‌داد، در صورت داشتن بیمه، بیمه پرداخت می‌کرد یا دولت تامین مالی کرد اما حالا با راه‌اندازی این صندوق، این خسارات پرداخت می‌شود و در قانون بودجه سال آینده در نظر گرفته شده است که بخشی از این حق بیمه را مردم و بخش دیگر را دولت تامین می‌کند.

معمارنژاد سپس به سهامداران بانک‌های ادغامی اشاره کرد و افزود: سهامداران بانک‌های ادغامی به دو بخش وابسته و غیروابسته به نیروهای مسلح تقسیم شده‌اند که در مورد غیروابسته‌ها که شامل حقیقی‌ها و حقوقی‌ها می‌شوند، براساس ارزش‌گذاری صورت گرفته و رشد ۲۵ تا ۵۰ درصدی در به سهام به دلیل شرایط تورمی تمام مبالغ پرداخت شده و هیچ بدهی به اشخاص غیروابسته اعم از حقیقی و حقوقی نداریم. به گفته معمارنژاد، برخی از سهامداران صبر کردند تا ارزش‌گذاری

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۰۹۳۶۱۰

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای



شرکت شهرکهای صنعتی استان اصفهان (سهایی خاص)

شرکت شهرکهای صنعتی استان اصفهان درنظر دارد اجرای پروژه های زیر را به پیمانکاران واجد شرایط از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) واگذار نماید.کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد قیمت مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۵ می‌باشد.

آخرین مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : ساعت ۱۹ روز چهارشنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۹

آخرین مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۴:۳۰ روز یکشنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۰

زمان بازگشایی پاکت ها : ساعت ۸:۳۰ صبح روز دوشنبه تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۱

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف : آدرس اصفهان خیابان ۲۲ بهمن، مجموعه اداری امیر کبیر، شرکت شهرکهای صنعتی استان اصفهان و تلفن ۰۲۱۳۲۲۶۴۷۳۰۰

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۰۲۱-۴۱۹۳۴

دفتر ثبت نام در تهران : ۰۲۱-۸۵۱۹۳۷۶۸ و ۸۸۹۶۹۷۳۷

هزینه درج آگهی روزنامه به عهده برنده مناقصه می باشد.

موضوع مناقصه : احداث ساختمان نگهداری شهرک صنعتی زواره (شماره ۰۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۱۴۵ در سامانه ستاد)(تجدید)

مبلغ برآورد اولیه : ۵,۷۵۱,۵۶۶,۱۵۸ ریال و براساس فهرس بهای سال ۱۳۹۹ سازمان برنامه و بود جه کشور (اعتبار طرح جاری)

مبلغ تقصیم شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۲۸۷,۵۷۹,۰۰۰ ریال

رشته و پایه تشخیصی صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته ابنیه

مدت اجرا: ۷ ماه

موضوع مناقصه : خرید، حمل و اجرای مخزن ۱۰۰۰ متر مکعبی و ایستگاه پمپاژ آب و ساختمان های مربوطه در شهرک صنعتی خور (ستاد) (تجدید) ۰۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۱۴۶ در سامانه ستاد)

مبلغ برآورد اولیه : ۲۱,۱۹۲,۴۸۳,۰۵۸ ریال و براساس فهرس بهای سال ۱۳۹۹ سازمان برنامه و بود جه کشور (اعتبار طرح عمرانی / جاری)

مبلغ تقصیم شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۵۹,۶۳۵,۰۰۰ ریال

رشته و پایه تشخیصی صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته آب

مدت اجرا: ۱۵ ماه

موضوع مناقصه : تکمیل ساختمان اداری و محوطه شهرک صنعتی نجف آباد۲ (شماره ۰۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۱۴۸ در سامانه ستاد)

مبلغ برآورد اولیه : ۷,۱۳۳,۹۶۴,۳۵۵ ریال و براساس فهرس بهای سال ۱۳۹۹ سازمان برنامه و بود جه کشور (اعتبار طرح جاری)

مبلغ تقصیم شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۲۸۶,۶۹۸,۰۰۰ ریال

رشته و پایه تشخیصی صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته ابنیه

مدت اجرا: ۴ ماه

موضوع مناقصه : محوطه سازی سایت خدماتی و کارگاهی ناحیه صنعتی سعید آباد گلپایگان (شماره ۰۲۰۹۹۰۰۱۲۸۱۰۰۱۴۹ در سامانه ستاد) (تجدید)

مبلغ برآورد اولیه : ۲۷,۶۸۷,۵۹۴,۴۱۱ ریال و براساس فهرس بهای سال ۱۳۹۹ سازمان برنامه و بود جه کشور (اعتبار طرح جاری)

مبلغ تقصیم شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۱,۲۸۴,۳۸۰,۰۰۰ ریال

رشته و پایه تشخیصی صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته راه و ترابری

مدت اجرا: ۵ ماه

فراخوان تجدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای ش ۶۹-۹۹

پروژه جدولگذاری و احداث معابر به همراه اجرای شبکه آب و فاضلاب مجتمع کارگاهی شهرک صنعتی خوارزمی



شرکت شهرکهای صنعتی استان اصفهان (سهایی خاص)

شرکت شهرکهای صنعتی تهران در نظر دارد مناقصه عمومی خدمات(پروژه جدولگذاری و احداث معابر به همراه اجرای شبکه آب و فاضلاب مجتمع کارگاهی شهرک صنعتی خوارزمی) به شماره (۲۰۹۹۰۰۱۵۱۰۰۰۰۷۴) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به پیمانکار واجد صلاحیت و دارای گواهینامه های صلاحیت پایه ۵ رشته راه و ترابری و پایه ۵ رشته آب از سازمان برنامه و بودجه کشور و دارای گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی امور پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی واگذار نماید.کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند .

- مبلغ برآورد اولیه بر اساس فهرس بهای سال ۱۳۹۹: (۹۱/۵۹۱/۱۰۷/۴۱/۸۸۵ ریال)

- مبلغ تقصیم شرکت در مناقصه : (۳۸۰/۲۵۵/۲/۰۹۴ ریال)

- محل پروژه : شهرستان پاکدشت ، کیلومتر ۲۵ جاده گرمسار ، شهرک صنعتی خوارزمی تلفن : ۳۶۴۷۸۰۰۴-۸

- تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۲۶ / ۱۱ / ۱۳۹۹ می باشد .

-مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت:از تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۶الی ساعت ۱۶ تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۰۶

- مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : تا ساعت ۱۶ تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۹

- پاکت الف حاوی اصل ضمانتنامه بانکی می بایست علاوه بر بازگذاری ، به صورت فیزیکی تا ساعت ۱۴ تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۹ در دبیرخانه شرکت ثبت و تحویل داده شود. -. زمان بازگشایی پاکت ها :

ساعت ۱۱ صبح تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۳

- محل گشایش پیشنهادها:دفتر معاونت فنی شرکت شهرک های صنعتی تهران

- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف : نشانی سپهرودی شمالی کوچه شهید محبی پلاک ۲ طبقه ۴ معاونت فنی و تلفن : ۰۲۱-۸۸۷۶۱۰۳۸

www.tehranec.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی: <http://iets.mporg.ir>

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱ داخلی ۴ دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷

م.الف: ۳۸۳۲

شرکت شهرکهای صنعتی تهران

امور پیمانهای شرکت شهرکهای صنعتی استان اصفهان

۸۹

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۹/۱۱/۲۶

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۹/۱۱/۲۵



دریچه

نگاهی به معاملات بورس در هفته‌ای که گذشت

بازدهی ۳.۵ درصدی بورس در میانه بهمن

بورس تهران هرچند در هفته گذشته یک روز کاری کمتر داشت، اما توانست با رشد ۳.۵ درصدی همراه شود. در این میان گروه‌های بزرگ شاخص‌ساز بیشترین حمایت از شاخص کل را به عمل آوردند و در مقابل کوچک‌ترها رونق چندانی را شاهد نبودند.

به گزارش سنا، نگاهی به عملکرد صنایع بورسی نشان می‌دهد که از ۳۸ گروه فعال بورسی، ۱۹ گروه با رشد قیمت همراه شدند و در مقابل ۱۷ صنعت با افت میانگین قیمت سهام زیرمجموعه خود مواجه شدند. در میان گروه‌های صدرنشین در کسب بازدهی، نام صنایع بزرگ کامودیتی‌محور به چشم می‌خورد.

به این ترتیب گروه فلزات اساسی رشد هفتگی ۷.۶ درصدی را ثبت کرد و از این منظر در صدر جدول بازده هفتگی صنایع بورسی ایستاد. پالایشی‌ها نیز وضعیت مشابهی را شاهد بودند. جایی که سهام زیرمجموعه گروه فرآورده‌های نفتی هفته منتهی به ۲۱ بهمن‌ماه با رشد میانگین ۵.۸ درصدی همراه شدند. این شرایط سبب شد تا NAV صندوق پالایشی یکم نیز به ۷هزار تومان برسد. هر واحد «پالایش» نیز در هفته گذشته با رشد ۱۷.۴ درصدی به ۹۲۵۲ رسید. دو گروه دیگر کالایی یعنی کانه‌های فلزی و محصولات شیمیایی نیز هرچند کمتر اما معاملات هفته گذشته را به ترتیب رشد ۴.۸ درصدی و ۴.۷ درصدی را ثبت کردند، اما دو گر بزرگ غیردلاری نیز از رشد قیمت سهام در هفته مورد بررسی جانماندند. در هفته منتهی به ۲۱ بهمن‌ماه شاهد رشد ۵.۴ درصدی خودرویی‌ها بودیم. بانکی‌ها نیز این هفته را با رشد ۴.۸ درصد به پایان رساندند. در آن سوی بازار گروه‌های کوچک و عمدتا تک سهم سودی به سهامداران خود نرساندند. در این خصوص گروه محصولات چوبی با تک سهم «چغییر» با کاهش قیمت ۱۳.۳ درصدی قعر جدول هفتگی صنایع بورسی را به خود اختصاص داد. گروه انتشارش و چاپ با تک نماد «چافست» دیگر گروهی بود که زیان ۷ درصدی به سهامداران خود تحمیل کرد. سایر معادن، ماشین‌آلات، محصولات چرمی و زغال‌سنگ دیگر صنایع بورسی با بیشترین افت هفتگی بین ۴.۵ درصد تا ۵.۸ درصد در هفته معاملاتی گذشته بودند.

در میان خبرهای اثرگذار بر صنایع بورسی نیز سختگوی کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی، حجت الله فیروزی از آخرین جزئیات از طرح فولادی مجلس پرده برداشت و گفت: در طرح پیش‌بینی شده که کمیته رصد و پایش بازار به ریاست وزیر صمت و با حضور نماینده دادستانی، عضو ناظر مجلس و نماینده بورس تشکیل شود. در این کمیته، محصولات فولادی هر تولیدکننده به دو دسته تقسیم می‌شود یک دسته محصولاتی که از همان اول سهمیه عرضه در بورس می‌گیرند و دسته دیگر محصولاتی که سهمیه صادرات می‌گیرند؛ یعنی هر کارخانه فولادی بخشی از محصولات خود را به بورس عرضه می‌کند و بخشی دیگر را هم صادر می‌کند که میزان هر کدام هم مشخص خواهد شد. همچنین مقرر شد همین کمیته رصد و پایش، کف قیمتی را تعیین کند و سقف در رقابت مشخص خواهد شد. همچنین از دیگر اختیاراتی که به کمیته داده شده این است که در مورد قیمت انرژی واحدها تصمیم‌گیری شود.



بازنگردد، نمی‌توان انتظار رشد شارپی را داشت. برخی کارشناسان نوسان متقارن بود که حالا به حالت نامتقارن تغییر پیدا کرده و انتظار می‌رود این تصمیم در انگیزه فروش تاثیرگذار باشد و باعث کاهش سرعت افت بازار شود زیرا به جای اینکه ارزش سهام‌ها روزی ۵درصد کاهش یابد، روزی ۲درصد کاهش خواهند یافت و از طرف دیگر به جای رشد ۵درصدی در روز، ۶درصد رشد خواهند کرد.

بعد از برگزاری نهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری در سال ۱۳۸۴

بود که شاخص بورس تهران با افت سنگینی مواجه شد و موجب شد

مقامات وقت بازار سرمایه بگیرند برای نخستین‌بار از دامنه نوسان

نامتقارن در بازار سرمایه استفاده کنند. در آن زمان دامنه نوسان قیمت

سهام برخی شرکت‌ها به مثبت ۱۲.۵درصد و منفی ۲درصد تغییر کرد تا

شاید جلوی نزول سنگین بورس گرفته شود، اما این اقدام به سفته‌بازی

در بورس دامن زد چنانکه بعد از چند روز صعود، صف‌های سنگینی برای

فروش سهام شرکت‌ها ایجاد شد و بساط دامنه نوسان نامتقارن را در

بازارسرمایه برچیده شد. مشابه همین تجربه در دهه ۹۰ هم تکرار شد.

هرچند محمدعلی دهقان دهنوی رئیس جدید سازمان بورس گفته، این

تصمیم به صورت موقتی و به دلیل شرایط خاص بازار گرفته شده و از

زمان اجرا بازار رصد شده و گزارش بازار به شورای بورس ارسال و نتایج آن

بررسی می‌شود. او همچنین گفت که در صورت رسیدن به شرایط ثبات

اقتصادی، دامنه نوسان می‌تواند تغییرات دیگری را نیز تجربه کند.

البته برخی از کشورها تجربه این شرایط را داشته‌اند. برای مثال دامنه

نوسان در بورس شنزن در سال‌های ۱۹۹۰ و ۱۹۹۱ یک بار مثبت یک

و منفی پنج و یک بار منفی دو و مثبت پنج نامتقارن شد. در کشورهای

حوزه خلیج فارس هم در سال گذشته به دلیل شرایطی که کرونا ایجاد

کرده؛ این اتفاق در کویت و ابوظبی افتاد. البته صاحب‌نظران بر این

باورند اعمال این تغییر در بازار سرمایه باعث بازگشت تعادل بلندمدت

در این بازار نخواهد شد و شاید مسکنی کوتاه‌مدت برای کشیدن ترمز

نزول‌های پی در پی این بازار باشد. عواملی نظیر ابهام در قیمت دلار،

وضعیت مذاکره ایران و آمریکا، قیمت‌گذاری دستوری برخی صنایع در

کنار بی‌اعتمادی سهامداران باعث شده که در هفته‌های گذشته حتی

سهام‌های بنیادی زیر ارزش ذاتی خود معامله شوند و به نظر می‌رسد

تا ابهامات یادشده برطرف نشود و اعتماد سهامداران به بازار سرمایه

سرعت رشد شاخص بورس بیشتر شد

در بیست و پنجمین روز بهمن ماه شاخص کل با رشد ۴۷ هزار و ۷۸۶ واحدی به ارتفاع یک میلیون و ۲۶۲ هزار واحد رسید. شاخص کل هم وزن نیز با ۱۲ هزار و ۵۵۵ واحد افزایش به ۴۳۵ هزار و ۶۱۵ واحد و شاخص قیمت هم وزن با ۸ هزار و ۲۱۱ واحد رشد به ۲۸۴ هزار و ۸۹۱ واحد رسید. شاخص بازار اول ۳۹ هزار و ۶۹۳ واحد و شاخص بازار دوم ۸۰ هزار و ۱۴۹ واحد افزایش داشت. در معاملات این روز بیش از ۷ میلیارد و ۹۶۱ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۳۴ هزار و ۳۴۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، صنعتی زر ماکارون (غزر)، توسعه و عمران امید (نامید)، لیزنگ پارس‌بان (ولپارس)، بانک تجارت (وتجارت)، گروه دارویی برکت (برکت) و سرمایه‌گذاری سیمان تامین (سیتا) ازجمله نمادهای پربیننده بودند. گروه خودرو هم صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه یک میلیارد و ۴۱۰ میلیون برگه سهم به ارزش ۶ هزار و ۹۹۵ میلیارد ریال داد و ستد شد. در آن سوی بازار سرمایه هم شاخص فرابورس حدود ۳۳۴ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۷ هزار و ۸۷۳ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۷۰۲ میلیون برگه سهم به ارزش ۸۶ هزار و ۸۱۲ میلیارد ریال داد و ستد شد.

فرصت امروز: روند صعودی بازار سرمایه که از میانه هفته گذشته آغاز شده بود، در اولین روز این هفته و همزمان با تغییر دامنه نوسان سهام ادامه یافت و به نظر می‌رسد تغییرات جدید شورای عالی بورس کارگر بوده است. از روز شنبه ۲۵ بهمن ماه مقررات جدیدی شامل تغییر دامنه نوسان از متقارن به نامتقارن در بازار سرمایه اجرا شد و طبق تصمیم شورای بورس، دامنه نوسان قیمت سهام شرکت‌های بورس می‌تواند روزانه تا ۶ درصد رشد کند، اما فقط اجازه دارند ۲درصد افت کنند. البته هنوز اثرات میان‌مدت و بلندمدت این مقررات جدید بر بازار سرمایه مشخص نیست، اما پرواضح است که مسئولان بازار سرمایه چنین تصمیمی را با هدف جلوگیری از تداوم افت شاخص بورس اجرا کرده‌اند و تاکنون هم این تدبیر بورسی موفق بوده است؛ هرچند بخشی از کارشناسان به تغییرات جدید چندان خوش‌بین نیستند.

دامنه نوسان پایین‌ترین تا بالاترین قیمتی است که در آن دامنه طی یک یا چند جلسه رسمی معاملاتی بورس، قیمت سهم می‌تواند نوسان داشته باشد و برای جلوگیری از آشفتنگی در بازار محدودیت نوسان قیمت اوراق بهادار وجود دارد. تا پیش از این دامنه نوسان در بازار سرمایه ایران، مثبت و منفی پنج بود که طبق تصمیم تازه شورای عالی بورس از دیروز دامنه نوسان خرید و فروش سهام منفی ۲درصد و مثبت ۶درصد شد.

روی خوش بورس تهران به تغییر دامنه نوسان

چراغ‌های قرمز پی در پی برای بازار سرمایه مسئولان را بر آن داشت تا دست به تغییر قوانین این بازار بزنند و بر این اساس قرار شد دامنه تغییرات تغییر کند. اتفاقی که به گفته فرهاد دژپسند، وزیر اقتصاد چندی است بحث آن مطرح است و پیش از این نیز پیشنهاد منفی و مثبت دو برای دامنه نوسان مطرح شده بود اما رأی نیاورده بود. در نهایت تغییر دامنه نوسان از متقارن به نامتقارن در یکی از جلسات شورای عالی بورس تصویب شد. همانطور که اشاره شد، دامنه نوسان پایین‌ترین تا بالاترین قیمتی است که در آن دامنه، طی یک یا چند جلسه رسمی معاملاتی بورس، قیمت سهم می‌تواند نوسان داشته باشد و برای جلوگیری از آشفتنگی در بازار محدودیت نوسان قیمت اوراق بهادار وجود دارد. تغییر دامنه نوسان از متقارن به نامتقارن در بازار سرمایه کشور اتفاق بی‌سابقه‌ای است. تا پیش از این دامنه نوسان در بازار سرمایه ایران، مثبت و منفی پنج بود که طبق تصمیمات شورای عالی بورس از ابتدای این هفته دامنه نوسان خرید و



اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری خیلان

آگهی مزایده عمومی یک مرحله‌ای

نوبت دوم

شناسه آگهی ۰۹۳۵۵۱

اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گیلان بعنوان مزایده گزار در نظر دارد اجرای احاله مدیریت تولید نهال در نهالستان های مندرج در جدول زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و از طریق مزایده و با جزئیات مندرج در اسناد مزایده به شرح زیر واگذار نماید. کلیه مراحل فرآیند مزایدات از دریافت اسناد مزایدات تا ارائه پیشنهاد قیمت مزایده‌گران و گشایش پیشنهادات از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس WWW.setadiran.ir و همچنین با ارائه اصل تضمین به دبیر خانه مزایده گزار انجام خواهد شد. به تضمینات واصله بدون یارگذاری در سامانه فوق و همچنین به تضمیناتی که بعد از انقضای مدت مقرر واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

ردیف	شماره مزایده	محل اجرای طرح (شهرستان)	میلغ پایه پیره هالکاته ساهای اول، دوم، سوم تولید نهال	مبلغ تضمین شرکت در مزایده (ریال)	مهلت دریافت اسناد از سامانه «ستاد»	مهلت ارائه پیشنهاد در بازگشایی پیشنهادات در سامانه «ستاد»	تاریخ
۱	۵۰۹۹۰۰۳۹۳۱۰۰۰۰۰۰۹	نهالستان صفراپیسته آستانه اشرفیه	۳/۶۹۷/۵۸۹/۸۲۴	۸۳۴/۰۰۰/۰۰۰	۹۹/۱۱/۳۰	۹۹/۱۱/۳۰	۱۳۹۹/۱۲/۲
۲	۵۰۹۹۰۰۳۹۳۱۰۰۰۰۰۰۱۰	نهالستان کپاشهر در آستانه اشرفیه	۴/۳۱۰/۴۵۹/۷۳۴	۱/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۹۹/۱۱/۳۰	۹۹/۱۱/۳۰	۱۳۹۹/۱۲/۲
۳	۵۰۹۹۰۰۳۹۳۱۰۰۰۰۰۰۱۱	نهالستان امتیل آستارا	۳/۱۸۲/۶۴۶/۲۴۰	۳۹۸/۸۰۰/۰۰۰	۹۹/۱۱/۳۰	۹۹/۱۱/۳۰	۱۳۹۹/۱۲/۲
۴	۵۰۹۹۰۰۳۹۳۱۰۰۰۰۰۰۸	نهالستان لنگان رشت	۵/۴۰۳/۷۱۹/۵۲۶	۱/۳۴۰/۰۰۰/۰۰۰	۹۹/۱۱/۳۰	۹۹/۱۱/۳۰	۱۳۹۹/۱۲/۲

- کل هزینه های انتشار آگهی های اسناد مزایده و تجدید مزایده حاضر به نسبت به عهده برنده مزایدات فوق خواهد بود.
- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مزایدات درج شده است.
- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: تلفن مرکز راهبری و پشتیبانی ۴۱۹۳۴-۰۲۱ می باشد.
- توضیح مهم اینکه هر یک از ردیفهای ۱ تا ۴ بعنوان یک مزایده مستقل شناخته شده و برای شرکت در آنها باید جداگانه اقدام نمود.

تاریخ آگهی نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۱/۲۶

تاریخ آگهی نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۱/۲۵

ماهیت اتاق بازرگانی را بر هم نزنید!



بازار دو نرخى مرغ و سردرگمى مصرف‌کنندگان!

به نظر می‌رسد بی‌سروسامانی بازار مرغ و تخم مرغ که هیچ‌کس تقصیر آن را به گردن نمی‌گیرد، در کنار اعلام نرخ‌های مختلف از سوی مسئولان، مصرف‌کنندگان را سردرگم می‌کند. به گزارش ایسنا، در پی افزایش دوباره قیمت به حدود ۳۰ هزار تومان، چندی پیش حبیب اسدالله‌نژاد، نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوهشتی، گفت که قیمت واقعی مرغ، قیمت مصوب تنظیم بازار یعنی ۲۰هزار و ۴۰۰ تومان نیست. قیمت واقعی مرغ زنده با توجه به افزایش مولفه‌های تولید براساس آنالیز تشکل‌ها ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان و قیمت مرغ گرم نیز ۲۴ تا ۲۵ هزارتومان می‌شود و فروش مرغ بیش از ۲۷ هزارتومان گرانفروشی است. این اظهارات در حالی مطرح می‌شود که در سال جاری قیمت مصوب مرغ در ستاد تنظیم بازار دو بار افزایش یافته و در حال حاضر قیمت مصوب آن ۲۰هزار و ۴۰۰ تومان است. نگاه کوتاهی به بازار کالاهای اساسی در سال جاری نشان می‌دهد که بیشتر کالاهای اساسی و ضروری سبد خانوار با افزایش قیمت چند باره به صورت قانونی و با موافقت ستاد تنظیم بازار مواجه شده و در نهایت باز هم گران‌تر از نرخ مصوب عرضه شده است. به طور خلاصه در سال جاری با موافقت ستاد تنظیم بازار، از بین کالاهای اساسی خوراکی سه بار قیمت تخم مرغ و دو بار قیمت مرغ، دو بار قیمت لبنیات و از بین سایر کالاهای دو بار قیمت انواع شوینده و دو بار قیمت لوازم خانگی افزایش یافت. همچنین براساس جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) قیمت ۲۰ قلم کالا از انواع خوراک دام و طیور، صیفی جات، میوه، حبوبات و برنج و همچنین آهن‌آلات در آبان ماه امسال بیش از ۱۰۰ درصد افزایش داشته و بین ۲ تا ۴۵ برابر شده و ۲۷ کالا هم بین ۵۰ تا ۱۰۰ درصد افزایش قیمت داشتند.

در میان کالاهای اساسی به نظر می‌رسد بازار مرغ و تخم مرغ از سایر کالاهای بی‌سروسامان‌تر است، چراکه همانطور که اشاره شد با وجود افزایش چندین باره نرخ مصوب این کالاها، در حال حاضر قیمت هر کیلو مرغ در سطح خرده‌فروشی‌ها به ۳۰ هزار تومان و قیمت هر شانه تخم مرغ به ۵۰ هزار تومان هم رسیده است، اما قیمت مصوب این دو کالای اساسی به ترتیب ۲۰ هزار و ۴۰۰ تومان و ۳۲ هزار تومان است. این در حالی است که در سال‌های اخیر و با افزایش چشمگیر قیمت گوشت قرمز، برای اقشار ضعیف جایگزین آن شده بود. دلیل این نابسامانی‌ها نیز دقیقاً مشخص نیست و وزارت صمت و جهاد کشاورزی همواره انگشت اتهام را به سوی یکدیگر می‌گیرند. به طوری که وزارت صمت همواره از کمبود عرضه و تخلخل برخی از واحدهایی که ارز دولتی دریافت کردند، اما کالای خود را به قیمت مصوب عرضه نمی‌کنند گلایه دارد، اما وزارت جهاد کشاورزی می‌گوید نهاده‌ها را در سامانه بازار گاه توزیع کرده و گران‌فروشی در سطح بازار اتفاق می‌افتد که مسئولیتش با وزارت صمت است. در همین شرایط مرعداران قبلاً عدم دریافت نهاده‌های تولید به قیمت مصوب را عامل گرانی مرغ می‌دانستند، حالا می‌گویند از آذرماه به بعد حدود ۸۰ درصد نهاده‌های موردنیاز واحدهای مرغداری با قیمت مصوب دولتی تأمین شده، اما باز هم قیمت تمام شده برای آنها بیش از نرخ مصوب است.

بنابراین وضعیت بازار مرغ و تخم مرغ کلاف سردرگم و پیچیده‌ای شده که هیچ‌کس مسئولیت آن را قبول نمی‌کند و مصرف‌کننده نیز بیش از همه از این شرایط زیان می‌بیند.

رئیس اتاق بازرگانی ایران مطرح کرد

لزوم توجه به حمل‌ونقل و ترانزیت کالا برای بهبود تجارت خارجی

رئیس اتاق بازرگانی ایران گفت نیازمند مدیریت صحیح و کارآمد از سوی وزیر راهوشهرسازی و معاونان مربوطه در بخش حمل‌ونقل و ترانزیت کالا برای بهبود تجارت خارجی هستیم. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، غلامحسین شافعی در نشست خبری اتاق بازرگانی با وزارت راه و شهرسازی اظهار کرد: ایران در بین کشورهای منطقه از نظر ترانزیت کالا و انجام امور تجارت خارجی از جایگاه مناسبی برخوردار است، همچنین به عنوان شاهراه در انجام تجارت بین بسیاری از کشورها معرفی شده است. او افزود: اما در این بین رقibایی هستند که روز به روز در حال گسترش و پیشرفت بحث ترانزیت خود هستند که ممکن است در آینده نه چندان دور به ایران برسند و ترانزیت ایران را پشت سر بگذارند. رئیس اتاق بازرگانی ایران بیان کرد: عقب افتادن در این رقابت از رقبای منطقه، امر یک بسیار مهم و تخصصی است که بخش خصوصی از این موضوع ابراز نگرانی می‌کند تا با کمک بخش‌های دولتی بتواند از این مشکل عبور کند. شافعی ادامه داد: به عنوان بخش خصوصی در انجام تجارت خارجی به خصوص با کشورهای همسایه با مشکلاتی مواجه هستیم که گمرکات مرزی، حمل و نقل خارجی و سومعدیریت در گمرکات از مهمترین آنها هستند. او تصریح کرد: به طور جد نیازمند مدیریت صحیح و کارآمد از سوی وزیر راه و شهرسازی و معاونان مربوطه در بخش حمل و نقل و ترانزیت کالا هستیم تا تجارت خارجی کشور بهبود پیدا کند.

رئیس اتاق بازرگانی ایران در پایان ابراز کرد: همچنین خواستار بهره‌برداری رسمی از گذرگاههای جدید مرزی در کشور هستیم.

مشکل بذر علوفه مانده در گمرک تا یک هفته آینده حل می‌شود

معاون توسعه صنایع تبدیلی و کسب و کارهای کشاورزی گفت بنابر مکاتبات صورت گرفته حداکثر ظرف یک هفته آینده مشکل بذرها حل می‌شود. امید گیلاتپور، معاون توسعه صنایع تبدیلی و کسب و کارهای کشاورزی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به آخرین وضعیت هزار و ۲۰۰ تن بذر پایه علوفه در گمرک اظهار کرد: با هماهنگی‌های صورت گرفته با بانک مرکزی و وزارت صمت، بذرها از گمرک خارج شده و در اختیار بخش تولید قرار می‌گیرد. او افزود: بنابر مکاتبات صورت گرفته حداکثر ظرف یک هفته آینده بذرها در دستور کار کارگروه تنظیم بازار قرار می‌گیرند و مشکل حل می‌شود. گیلاتپور ادامه داد: با پرداخت مابه‌التفاوت ارز، شرکت‌ها نسبت به توزیع بذر اقدام می‌کنند.

معاون وزیر جهاد گفت: در شرایطی که ارز ۴۲۰۰ تومانی نداریم و ارز نهاده به نیما تبدیل شده، مابه‌التفاوت آن باید پرداخت شود. هرچند برای برخی نهاده‌های کشاورزی که قابلیت تحمل این شرایط را ندارند، حداقل در کوتاه‌مدت مجبور به حمایت هستیم تا تولید استمرار یابد.

به دنبال پیگیری طرحی در مجلس شورای اسلامی برای اصلاح قانون اتاق بازرگانی، نمایندگان بخش خصوصی انتقادات خود از این طرح را آغاز کرده‌اند.

به گزارش ایسنا، براساس طرحی که تعدادی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی آن را پیگیری می‌کنند، ماهیت اتاق بازرگانی ایران تغییر خواهد کرد. تعدادی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی طرحی را با عنوان «اصلاح قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران و الحاقات بعدی آن» تقدیم مجلس کرده‌اند که به موجب ماده ۲ آن ماهیت حقوقی اتاق از یک موسسه غیرانتفاعی، موضوع ماده ۲ قانون اتاق بازرگانی، صنایع، معادن مصوب اسفندماه ۱۳۶۹، به موسسه عمومی غیردولتی تغییر یافته است.

هرچند مشخص نیست که سرنوشت این طرح به کجا خواهد رسید، اما احمد پورفلاح – مشاور رئیس اتاق بازرگانی ایران – به ارائه ایرادات بخش خصوصی در رابطه با طرح جدید نمایندگان مجلس پرداخته است. او گفته همان‌طور که پزشکان در تدوین قانون وزارت بهداشت و

طبق اعلام معاون فنی گمرک ایران طی پیگیری‌های صورت گرفته، امکان ترخیص آن دسته از کالاهای گروه ۴ (واردات ممنوع) که دارای ثبت سفارش بانکی بوده و قبل و یا حتی بعد از تاریخ ممنوعیت تأمین ارز شده باشند، بدون قید زمانی فراهم شده است، در مورد ترخیص ثبت سفارش‌های بدون انتقال ارز نیز به زودی تصمیم‌گیری می‌شود. به گزارش ایسنا، از سال ۱۳۹۷ و با تغییر شرایط ارزی و محدودیت‌های اعمال شده، واردات کالاهای گروه ۴ که عمدتاً مصرفی و غیرضرور هستند، ممنوع شد، اما قبل از ممنوعیت، بیش از ۷۰ میلیون یورو از این کالاها وارد گمرک و بنادر شده بود که با توجه به محدودیت‌های ارزی، با واردات آنها مخالفت و متوقف شد.

در حالی انتقاداتی نسبت به ترخیص این قبیل کالاها وجود داشت که مسئولان گمرک اعلام کرده بودند تمام این اقلام قبل از ممنوعیت واردات به گمرک و بنادر آمده و صاحبان آنها علی رغم حقوق مکتسبه ایجادشده نتوانسته بودند در مهلت قانونی نسبت به ترخیص اقدام کنند. به هر صورت، طی مذاکرات صورت گرفته از سال گذشته و در ۲۹ بهمن سال ۱۳۹۸ تا ۲۶ شهریورماه امسال، در دو دوره زمانی فرصتی برای ترخیص کالاهای گروه ۴ طبق شرایطی تعیین شد که بخشی ترخیص و همچنان بخش دیگری باقی مانده بودند. در بین آنها اقلام با ثبت سفارش بانکی و بدون انتقال ارز وجود داشت، در عین حال که

صنعتگران در تهیه قانون وزارت صنعت، معدن و تجارت دخالت نمی‌کنند، بخش خصوصی نیز انتظار دارد که در تهیه و اصلاح قانون مربوط به این حوزه، به صورت مستقل عمل کند هرچند بر جنبه‌های نظارتی کار واقف بوده و آن را اقدامی ضروری می‌داند.

این فعال اقتصادی تدوین طرح اصلاح قانون اتاق ایران را بدون مشورت‌خواهی از مصرف‌کنندگان این قانون، توسط مجلس، اقدامی غیرکارشناسانه و نادرست خواند و گفت: آنچه انتظار می‌رفت تا از بازرگری قانون اتاق ایران به دست آید در طرح مذکور دیده نمی‌شود و متأسفانه این طرح تمرکز اصلی خود را روی تضعیف استقلال این اتاق صرف کرده است. سیستم نظارتی و نادرست مالی اتاق ایران توسط شرکت‌های حسابرسی مالی، انجام می‌شود و از طرفی شورای عالی نظارت متشکل از نمایندگان دولتی نیز بر اقدامات اتاق ایران نظارت دارند.

او تضعیف برخی مراکز و اتاق‌ها را از طریق طرح اصلاح قانون اتاق ایران مورد توجه قرار داد و گفت: در اتاق، نواقصی وجود دارد که باید با بازرگری قانون، اصلاح می‌شد؛ متأسفانه طرح موردنظر به هیچ‌کدام از این نیازها

ترخیص کالاهای ممنوعه آزاد شد

خارج این اقلام نیز بودند کالاهای با ثبت سفارش بانکی که در ترخیص با ابهاماتی مواجه بود.

اما تازه‌ترین اعلام ارونقی – معاون فنی گمرک ایران – به ایسنا از این حکایت دارد که در مورد ترخیص کالاهای گروه ۴ با ثبت سفارش بانکی تصمیماتی اتخاذ شده و برای آن دسته که دارای ثبت سفارش بدون انتقال ارز نیز هستند در ادامه تصمیم‌گیری خواهد شد.

وی اعلام کرد که با موافقت‌های صورت گرفته، امکان ادامه فرآیند تجاری اعم از تمدید، ویرایش یا ترخیص برای آن دسته که دارای ثبت سفارش بانکی بوده و چه قبل یا بعد از تاریخ ممنوعیت تأمین ارز شده باشند، فراهم شده است.

به گفته ارونقی، چنانچه بانک عامل به صورت کتبی و صراحتاً تأمین ارز را تأیید و در سامانه تأمین ارز بانک مرکزی رویت شود، امکان ادامه فرایند تجاری و ترخیص، به صورت بانکی مقرر خواهد بود. وی تأکید کرد که ثبت سفارشات اخذشده از این محل مشمول قید زمانی برای ترخیص نیست و صاحبان کالا می‌توانند از روز شنبه (دیروز) همزمان با ۲۵ بهمن ماه برای ترخیص کالاهای خود اقدام کنند.

بدون انتقال ارزها هم به زودی تعیین تکلیف می‌شود معاون فنی گمرک ایران در رابطه با اینکه وضعیت کالاهایی که ثبت سفارش آنها بدون انتقال ارز بوده، چگونه خواهد شد؟ نیز توضیح داد که

یک مغازه پر از روغن و دیگری خالی‌تر از خالی!

صنعت، معدن و تجارت خراسان جنوبی در این رابطه به ایسنا، گفت: بازرسان این سازمان به صورت ویژه و در قالب تیم‌های تخصصی و گشت‌های مشترک واحدهای عمده‌فروشی و خرده‌فروشی مورد رصد و بازرسی قرار می‌دهند.

وی ادامه داد: واحدهای خرده‌فروشی ملزم به ارائه فاکتور خرید به بازرسان و صدور فاکتور یا صورتحساب فروش در صورت درخواست مشتری به مصرف‌کننده هستند.

الیاس جویبان، معاون امور بازرگانی و توسعه تجارت سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان جنوبی از پیگیری جذب ۴۵۰ تن روغن خوراکی برای استان خبر داد و افزود: از این رقم ۳۰۰ تن سهمیه صنایع و مصرف واحدهای تولید شیرینی و ۱۵۰ تن روغن خوراکی است که پیگیر جذب آن هستیم.

معاون امور بازرگانی و توسعه تجارت سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان جنوبی از پیگیری جذب ۴۵۰ تن روغن خوراکی برای استان خبر داد و افزود: از این رقم ۳۰۰ تن سهمیه صنایع و مصرف واحدهای تولید شیرینی و ۱۵۰ تن روغن خوراکی است که پیگیر

یکی از فروشندگان به ایسنا، می‌گوید: چند ماه است که روغن جامد یا مایع پخت و پز در شهر کمیاب شده است و همین ترس از کمیاب شدن، مردم بیش از نیاز خرید می‌کنند.

وی با بیان اینکه روغن سرخ‌کردنی، هر ۱۰ روز چند کارتن در اختیار ما قرار می‌گیرد، تصریح کرد: برخی از مردم عادت به خوردن روغن جامد کرده‌اند و هرچه پولش باشد می‌خرند، اما قفسه مغازه‌ها از این روغن خالی است.

مسئولان در چند ماه گذشته فروشگاه‌های اینترنتی بسیاری راه‌اندازی کرده‌اند، اما سوال اینجاست چند درصد از مردم این فروشگاه‌ها را شناخته و یا استفاده می‌کنند؛ بیشتر مردم استان عادت به خرید حضوری کرده‌اند و به گفته مدیر فروشگاه‌های اینترنتی، انگار مردم دوست ندارند این تغییر در خرید را بآور کنند. به گفته

مسئولان، هرگونه تغییر با افزایش قیمت اقلام اساسی از قبیل روغن خوراکی توسط سازمان صنعت، معدن و تجارت تعیین می‌شود و در اختیار اصناف قرار می‌گیرد، اما برخی از افراد سودجو سهمیه خود را گران‌تر از حد معمول آن هم به عده خاصی می‌فروشند، اما تعزیرات با این امر مقابله می‌کنند.

علی تهوری، معاون بازرسی و حمایت از مصرف‌کنندگان سازمان

اخبار

جای خالی پلتفرم مشترک در خودروهای کار و تجاری

خودروسازان خواستار طراحی پلتفرم مشترک کامیون در کشور شدند

دبیر انجمن خودروسازان ایران با توجه به ظرفیت تولید سالانه ۶۰ هزار دستگاه کامیون در کشور، خواستار اهتمام وزارت صمت به منظور اجرای پروژه طراحی و تولید پلتفرم مشترک خودروهای کار و تجاری و کامیون در کشور شد. به گزارش پرشین خودرو، در حالی سازمان حفاظت محیط زیست با درخواست سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای مبنی بر صدور مجوز واردات کامیون های دست دوم موافقت کرد که همچنان مخالفت‌ها با واردات این‌ نوع کامیون‌ها ادامه دارد. در تازه‌ترین این واکنش‌ها، رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس با اعلام مخالفت با واردات خودروهای سنگین و کشنده دست دوم این امر را برخلاف اقتصاد مقاومتی دانست و عنوان کرد: «هر وزیری که به دنبال اجرای این موضوع باشد، باید در برابر مجلس و کمیسیون صنایع و معادن پاسخگو باشد.»

این اظهارات در حالی است که از مدت‌ها پیش و طبق ماده ۳۰ قانون احکام دائمی برنامه کشور، واردات کامیون‌های دست دوم به منظور نوسازی ناوگان حمل و نقل باری، مجاز شد و بر این اساس سه گروه شامل تولیدکنندگان داخلی، واردکنندگان رسمی و شرکت‌های حمل و نقل می‌توانند نسبت به واردات کامیون‌های حداکثر سه سال کارکرد اقدام کنند. با وجود اقدام قانونی دولت و سازمان راهداری و محیط زیست درخصوص واردات کامیون‌های دست دوم، اما کم‌آمان خودروسازان از واردات کامیون‌های دست دوم گلایه دارند. در همین زمینه احمد نعمت‌بخش، دبیر انجمن خودروسازان ایران، در گفت و گو با خبرنگار پرشین خودرو، اظهار داشت: با وجود اینکه همچنان خودروسازان مخالف واردات کامیون‌های دست دوم هستند اما متأسفانه این مسئله جزو قانون دائمی در کشور شده است و برنامه ششم توسعه نیز بر این امر تأکید دارد که شرکت‌های حمل و نقل می‌توانند نسبت به واردات کامیون‌های حداکثر سه سال کارکرد اقدام کنند.

سازمان محیط زیست ملزم به اجرای قانون است

وی با توجه به موافقت محیط زیست با واردات کامیون‌های دست دوم تصریح کرد: اصولا سازمان محیط زیست نمی‌تواند مخالفت کند، چراکه جزو دستگاه‌های اجرایی است و ملزم به عمل به قانون است. وی همچنین به اظهارات رئیس کمیسیون صنایع مجلس و مخالفت با واردات کامیون و اتوبوس‌های دست دوم اشاره و خاطرنشان کرد: همان‌گونه که رئیس کمیسیون صنایع مجلس مطرح کردند واردات کامیون و اتوبوس‌های دست دوم با وجود ظرفیت داخلی، ضربه به تولید و خلاف مصالح ملی، اقتصاد مقاومتی است. انجمن خودروسازان نیز بارها واردات کامیون‌های دست دوم را خیانت به کشور اعلام کرده است، چراکه کامیون‌های ۳ سال کارکرده با توجه به اینکه در سه شیفت توسط شرکت‌های حمل و نقل در اروپا فعالیت دارند کارکرد آنها معادل ۹ سال کار در ایران است. دبیر انجمن خودروسازان ایران تصریح کرد: با این حال طبق ماده ۳۰ قانون احکام دائمی برنامه کشور، واردات کامیون‌های دست دوم به منظور نوسازی ناوگان حمل و نقل باری، مجاز بوده و سازمان محیط زیست نیز نمی‌تواند برخلاف قانون عمل کند.

با اصلاح قانون واردات کامیون دست دوم ممنوع می‌شود

نعمت‌بخش اظهار داشت: خوشبختانه رئیس کمیسیون صنایع مجلس نیز جزو کسانی هستند که سال‌ها در صنعت کشور فعالیت داشتند و به این مسئله اشراف دارند لذا اظهارنظرهای وی درخصوص واردات دست دوم‌ها کاملا درست و منطقی است ضمن اینکه رئیس کمیسیون صنایع می‌تواند به سهولت با اعلام نظر و همکاری مجلس قانون را اصلاح کنند. وی تأکید کرد: امید است در برنامه پنج سال بعدی این قانون اصلاح شود و دیگر شاهد واردات کامیون‌های دست دوم به کشور نباشیم.

ظرفیت تولید سالانه ۶۰ هزار کامیون در کشور

وی در ادامه با توجه به توان و ظرفیت کشور برای تولید سالانه ۶۰ هزار کامیون در کشور تصریح کرد: البته این ظرفیت به شرط سفارش گذاری و امکان تأمین قطعات آن، فراهم می‌شود.

چه موانعی توسعه صادرات در صنعت خودروی کشور را به چالش کشیده است؟



عضو هیأت علمی دانشکده مهندسی خودروی دانشگاه علم و صنعت ایران به تشریح موانع توسعه صادرات در صنعت خودرو پرداخت. امیرحسین کاکایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: موانع توسعه صادراتی خودرو به چند دسته تقسیم می‌شود که یکی از بزرگترین آنها تحریم‌ها و قوانین FATF است. حتی به شرط لغو تحریم‌ها اگر بهترین محصول صادراتی را در اختیار داشته باشیم قوانین FATF مانعی بزرگ برای تبادلات مالی ما با دنیا است. نکته دیگر اینکه هدف هر کشوری از صادرات سودآوری و کسب درآمد است و کشورهایی مانند چین و روسیه که روابط سیاسی خوبی با ما دارند براساس منافع خود و سیاست‌های کلانی که در کل دنیا جاری است عمل می‌کنند.

وی ادامه داد: همچنین در صورت لغو تحریم‌ها و AFTF یکی از عمده‌ترین موانع توسعه صادراتی خودرو در کشور ما عدم ثبات رویه در حوزه صادرات حداقل در ۲۰ سال گذشته است. ثبات رویه صادراتی در مورد محصولی پیچیده مانند خودرو بسیار موضوع مهمی است. زیرا هنگامی که کالایی را صادر می‌کنیم حداقل باید ۱۰ سال خدمات پس از فروش ارائه دهیم و اگر قرار باشد در ارائه خدمات پس از فروش ثبات رویه نداشته باشیم اعتماد بازار هدف از بین خواهد رفت.

این کارشناس صنعت خودرو افزود: در حال حاضر صادرات خودرو در کشور ما بسیار محدود است و در مورد قطعه نیز بیشتر قطعات یدکی صادر می‌شود که آن نیز ساختار یافته نیست. ضمن اینکه شرکای تجاری و خارجی ما مانند سوریه، عراق و ونزوئلا که از بازارهای صادراتی ما هستند با موانعی مواجه شدند و این موضوع توسعه صادراتی ما را تحت تأثیر

قرار داده است. کاکایی با بیان اینکه حتی به شرط لغو تحریم‌ها و قوانین AFTF و ثبات رویه صادراتی مشکلات دیگری برای صادرات وجود دارد، تشریح کرد: برای صادرات داشتن محصول جدید از اهمیت بسزایی برخوردار است. کشور ما محصول جدید و با استانداردهای روز و قیمت اقتصادی در اختیار دارد، اما چون در کشور با کاهش عرضه خودرو مواجه هستیم بنابراین سازمان‌های نظارتی اجازه صادرات آن را نخواهند داد. در صورتی که برای برخورداری از جایگاه خوب میان‌غول‌های خودروساز دنیا باید به جای تولید داخل، صادرات را در اولویت قرار دهیم. همانطور که خودروسازان بزرگ دنیا هر روز با هم متحد شده و به غول‌های صنعتی جهان تبدیل می‌شوند. در حالی که کشور ما دارای دو خودروساز بزرگ است که مجموعاً می‌توانند یک میلیون و ۵۰۰ هزار دستگاه خودرو تولید کنند. وی خاطرنشان کرد: فرض کنیم محصول جدید و ظرفیت تولید آن را در اختیار داریم و قصد فتح بازار صادراتی دنیا را داریم. این اقدام در وهله اول نیازمند سرمایه‌گذاری، بازاریابی و برندسازی است که به راحتی ممکن نیست. بسیاری از کشورهای بزرگ دنیا مانند چین وقتی برند محصولی را ندارند برای مدتی اقدام به فروش محصولات خود به زیرقیمت یا اصطلاحاً دامپینگ می‌کنند بنابراین برای برندسازی باید برای مدتی توان زیرفروشی را داشته باشیم. به عنوان مثال صادرات خودرو به کشور افغانستان ظاهراً کار راحتی به نظر می‌رسد در صورتی که اینطور نیست. زیرا سطح درآمد در کشور افغانستان پایین است، جاده‌ها استاندارد نیستند و سوخت در این کشور گران است و اقشاری که درآمد بالایی دارند نیز حاضر به خرید خودروهای ما نیستند.

آغوش باز صنعت خودرو به روی صنعت فناوری

و گسترش یافته است. هر آنچه که از زیرمجموعه نرم‌افزاری خودرویی گروه خودروسازی فولکس واگن موسوم به Car.Software بیرون بیاید می‌تواند در تمامی زیربندهای این گروه خودروسازی قرار گیرد (در حال حاضر برندهای زیر چتر گروه خودروسازی آلمانی فولکس واگن عبارتند از: آئودی، سئات، اشکودا، بنتلی، بوگاتی، لامبورگینی، پورشه، دوکاتی، اسکائیا و مان) با این قرارداد جدید همه زیربندهای این گروه خودروسازی از پلتفرم آژور مایکروسافت بهره‌مند می‌شوند. هدف نهایی از همکاری با صنعت فناوری و استفاده از فناوری‌های دیجیتالی، ایجاد پلتفرم‌های خودروان است که نیاز به راننده را به تدریج کاهش داده (و به صفر برساند)

فولکس واگن آلمان از توانایی‌ها و قابلیت‌های مایکروسافت در حوزه «پلتفرم‌های مبتنی بر ابر» برای فناوری‌های خودروان آینده و سامانه‌های کمک به راننده استفاده می‌کند.

به گزارش پدال نیوز، گروه خودروسازی فولکس واگن، آجر دیگری روی بنای نرم‌افزاری خودروان‌ها گذاشت. این خودروساز آلمانی از شراکت جدید خود با مایکروسافت خبر داد که در آن قرار است پلتفرم‌های جدید ساخت خودروان‌ها از فناوری‌های مبتنی بر ابر cloud-based platform استفاده کند. البته بین فولکس و مایکروسافت شراکتی در سال ۲۰۱۸ شکل گرفته، اما حالا دامنه کاربردها و همکاری‌های آن بسط

مجوز خودروی شاهین برای پلاک‌گذاری صادر می‌شود

رئیس مرکز ملی هوا و تغییر اقلیم سازمان حفاظت محیط زیست افزود: بعد از بررسی‌های فنی و تطابق با استانداردهای زیست محیطی توسط شرکت‌های بازرسی، گزارش‌ها به سازمان حفاظت محیط زیست ارسال می‌شود و در صورت تأیید رویه‌ها، طی نامه‌ای به پلیس راهور، پلاک‌گذاری بلاانع اعلام می‌شود. میرزایی قمی بیان کرد: تمام گزارش‌های فنی و مدارک مربوط به مسائل زیست‌محیطی خودروی شاهین قرار است هفته آتی به سازمان محیط زیست ارسال شود تا بررسی‌های لازم صورت گیرد. وی گفت: با توجه به اینکه در نتایج برخی از آزمون اولیه زیست محیطی خودروی شاهین که به صورت غیررسمی دریافت شده، مشکل خاصی مشاهده نشده، به نظر می‌رسد، مجوزهای نهایی نیز برای پلاک‌گذاری صادر شود؛ قطعاً اگر مشکلی هم وجود داشته باشد، پیگیری شده و حل می‌شود. دبیر کارگروه ملی کاهش آلودگی هوای سازمان حفاظت محیط زیست افزود: ارائه مجوز یک فرایند اداری است و شایسته نیست

تست‌های مربوط به خودروی شاهین در حال تکمیل شدن است و ان‌شاءالله در صورت احراز شرایط فنی و استانداردهای زیست محیطی مربوطه، مجوز خودروی شاهین برای پلاک‌گذاری صادر خواهد شد. به گزارش پرشین خودرو، سید محمد مهدی میرزایی قمی دبیر کارگروه ملی کاهش آلودگی هوای سازمان حفاظت محیط زیست، با بیان این مطلب درباره شماره‌گذاری خودروی شاهین و روندی که این خودرو در پلاک‌گذاری خواهد داشت، گفت: اساساً اینکه گفته می‌شود سازمان حفاظت محیط‌زیست با پلاک‌گذاری خودروی شاهین مخالف است، صحت ندارد و اشتباه است.

وی ادامه داد: روند اخذ مجوز زیست محیطی هر مدل خودرو توسط شرکت‌های خودروسازی این‌گونه است که براساس دستورالعمل‌ها، تست‌ها و آزمون‌های زیست محیطی را انجام می‌دهند و مدارک موردنیاز را به شرکت‌های بازرسی که مورد وثوق سازمان حفاظت محیط زیست هستند، ارسال می‌کنند.

عضو هیأت علمی دانشکده مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت ایران افزود: البته خودروسازان ما طی سال‌های گذشته اقدام به دامپینگ کردند اما به دلیل عدم ثبات رویه تا خواستند به سودآوری برسند به دلیل مشکلات موجود خودشان و یا شرکای تجاری آنها مانند سوریه و عراق بازار را رها کردند و این امر نشان می‌دهد که ما بازار صادراتی قابل اطمینانی را انتخاب نکرده‌ایم.

کاکایی در پاسخ به این سوال که آیا منظور شما این است که در شناسایی بازار هدف موفق عمل نکردیم، گفت: این‌ موضوع را می‌توان از دو بعد تعبیر کرد. گاهی ممکن است تیم شناسایی‌کننده ضعیف عمل کرده و هدف‌گذاری مناسبی نکرده باشد اما ادعای تیم شناسایی‌کننده این است که بازار هدف نداریم. ضمن اینکه پس از انقلاب ما همیشه در تحریم بوده‌ایم و به طور خاص در ۲۰ سال گذشته تحت تنش‌های سیاسی و در ۱۰ سال گذشته کاملاً تحت فشارهای سیاسی و اقتصادی بوده‌ایم بنابراین بهتر است بگوییم که به دلیل تحریم‌ها ما را در بازارهای صادراتی راه ندادند و یا در صورت ورود نمی‌توانستیم موفق عمل کنیم.

وی حمایت‌های بانکی را یکی از مهمترین عوامل توسعه صادراتی دانست و عنوان کرد: اکثر کشورهای دنیا خودرو را به صورت لیزینگ خریداری می‌کنند و این کار خودروساز نیست و وجود یک سیستم حمایتی لیزینگ ضروری به نظر می‌رسد. اتحادهای تجاری در دنیا با هدف تقسیم بازار و حمایت از آنها تشکیل می‌شوند که گاهی اجازه ورود به بازار را می‌دهند، اما حمایت نمی‌کنند بنابراین ما برای توسعه صادرات خودرو نیازمند حمایت‌های بانکی و سیستم حمایتی لیزینگ هستیم.

و علاوه بر افزایش بهره‌وری (اثربخشی و کارایی) فرآیند طراحی نرم‌افزار را ساده‌تر خواهد کرد. هم‌زمان با همکاری گروه خودروسازی فولکس واگن و مایکروسافت، این گروه خودروسازی در حال سرمایه‌گذاری برای دیجیتالی شدن صنعت خودرو تا سال ۲۰۲۵ است. به کمک این سرمایه‌گذاری، گروه خودروسازی فولکس واگن به توانایی نوشتن نرم‌افزارها در داخل کارخانه‌های خود می‌رسد. یعنی دیگر لازم نیست سامانه‌های کمک به راننده و سامانه‌های ایمنی را از شرکت‌های سازنده بیرونی خریداری کند مخصوصاً که سازگار کردن آنها با استانداردهای داخلی خودروسازان همیشه پرهزینه، پرمب و دشوار بوده است.

مخالف شماره‌گذاری نیستیم

میرزایی قمی با بیان اینکه سازمان حفاظت محیط زیست مخالفتی با شماره‌گذاری شاهین یا هر خودرو دیگری ندارد، تأکید کرد: خودروی شاهین یک پروژه ملی است و در این پروژه از نیروی انسانی، مهندسان ایرانی و دانش فنی داخلی استفاده شده، از این رو سازمان حفاظت محیط زیست در چارچوب قوانین، ضوابط و دستورالعمل‌ها در کنار پروژه‌های ملی است و قطعاً حمایت از پروژه شاهین مستثنی از این رویکرد نیست.

چرا دولت هنوز سهام خودروسازان را در قالب صندوق‌های ETF عرضه نکرده است؟

یک ماه دیگر به پایان وعده دولت مبنی بر واگذاری سهام خودروسازان باقی مانده حال آنکه در شرایط کنونی عزمی برای تحقق این وعده در مجموعه دولت دیده نمی‌شود، با وجود این به نظر می‌رسد همراه با چشم‌انداز لغو تحریم‌ها شرایط مناسب‌تری برای واگذاری‌های پیش روی دولت قرار دارد. به گزارش پدال نیوز، اواخر سال گذشته رضا رحمانی وزیر پیشین صنعت، معدن و تجارت از طرح واگذاری الباقی سهام دولتی شرکت‌های خودروساز رونمایی کرد و طبق وعده وی دولت تا پایان سال ۹۹ تمامی سهام خودروسازان را واگذار خواهد کرد. هرچند وعده رحمانی تداعی‌کننده برنامه دولت یازدهم برای واگذاری سهام خودروسازی حتی به شرکت‌های خارجی بود، اما در نهایت مشخص شد با توجه به شرایط اضطراری کشور و کسری بودجه دولت، شورای هماهنگی سران سه قوه با هدف کسب درآمد دولت از خصوصی‌سازی شرکت‌های دولتی، رأی به واگذاری سهام خودروسازان داده است. به این ترتیب واضح بود که دولت چندان توجهی به اصلاح ساختار بیمار شرکت‌های خودروساز نداشته بلکه آنچه در این واگذاری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده کسب درآمد از محل واگذاری سهام خودروسازی است. دولت‌مردان به دنبال این بودند تا از محل واگذاری سهام خودروسازی که در اختیار داشتند مبلغ ۱۰ هزار میلیارد تومان کسب درآمد کنند تا به نوعی کسری درآمدهای نفتی را که به واسطه تحریم‌های اقتصادی گریبان دولت را گرفته بود، جبران کنند. در این ارتباط طرح دولت در شورای هماهنگی اقتصادی سران سه قوه مطرح و مجوزهای واگذاری نیز صادر شد. رضا رحمانی نیز ذیل این مجوز، سه گام برای خصوصی‌سازی خودروسازان در نظر گرفت. گام اول واگذاری اموال مازاد این شرکت‌ها، گام دیگر واگذاری شرکت‌های زیانده زیرمجموعه خودروسازان و گام سوم و نهایی نیز واگذاری الباقی سهام دولتی شرکت‌های خودروساز در نظر گرفته شد.



مدیرعامل اوبر: پذیرش بیت کوین

دهیم. چنین کاری برای کسب و کارمان، رانندگی به آن خواهیم داشت.» طبق گفته مزیت باشد، بیت کوین را به عنوان یک ارز و میان مزیتی وجود داشته باشد یا اگر نیاز باشد، ما نمی خواهیم این کار را به عنوان بخشی از آن صورت می گیرد که مدیر ارشد مالی تو کرد که این شبکه اجتماعی افزودن بیت کوین رمزارزها در دوران اوج شیوع ویروس کر

به نظر می رسد پس از اعلام خبر سرمایه گذاری شرکت تسلا در بیت کوین و افزایش چشمگیر قیمت آن در روزهای گذشته، کمپانی های بیشتری به سمت پذیرش آن قدم برمی دارند. حالا «دارا خسروشاهی»، مدیرعامل اوبر اعلام کرده که این کمپانی پذیرش بیت کوین به عنوان یک ارز را مورد بررسی قرار می دهد. به گزارش دیجیاتو، خسروشاهی اخیرا در مصاحبه ای با CNBC، دیدگاه اوبر درباره افزودن بیت کوین به عنوان یک روش پرداخت را بیان کرده: «همانطور که در کشورهای مختلف ارزهای محلی را قبول می کنیم، می خواهیم رمزارزها و بیت کوین را به عنوان یک ارز برای پرداخت ها و معامله مورد بررسی قرار

ظرفیت صنعت فرودگاهی با خلاقیت ها ارتقا می یابد و کیفیت ارائه خدمات به مسافران بیشتر می شود

تفاهم نامه همکاری میان معاونت علمی و فناوری و فرودگاه امام خمینی برای ارتقای کیفیت خدمات ارائه شده به مسافران امضا شد. یک تفاهم نامه همکاری با موضوع تحقق اهداف سند توسعه هوافضای کشور برای ارتقای ظرفیت مسافر و بار در فرودگاه امام خمینی به امضای منوچهر منطقی دبیر ستاد توسعه فناوری های فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و محمدمهدی کربلایی مدیرعامل شرکت شهر فرودگاهی امام خمینی رسید. «ارتقای سامانه های اتوماسیون عملیات فرودگاهی در راستای افزایش سطح کیفی و کمی خدمات به مسافران مطابق با آخرین فناوری های روز دنیا» و «ایجاد مرکز تعمیر، نگهداری و اورهال جامع برای هواپیما توسط شرکت های دانش بنیان برای ارائه خدمات به ناوگان پروازی داخلی و خارجی»، «ایجاد سایت تبدیل کاربری هواپیما مسافربری به باربری» و نیز «ارتقای هواپیماهای موجود» از مفاد اصلی این تفاهم نامه است.



پلی بر شکاف دیجیتال جنسیتی

بودند. در دهلی نو، سازمانی غیردولتی به نام Feminist approach to Technology یک مرکز فناوری راه اندازی کرد تا به یاری دختران محروم برود. هدف این سازمان اساسا رفع موانع فرهنگی کاربرد تکنولوژی توسط زنان، افزایش آگاهی از فرصت های آموزش عالی و تقویت مهارت های رایانه ای در زنان است و برای راحتی کار، کارمندان این سازمان همگی زن هستند. این گروه در سطح بالاتر به پشتیبانی از سیاست های حوزه زنان می پردازد، از زنان در مشاغل فنی و از آموزش فناوری فراگیر جنسیتی حمایت می کند و برای شکل گیری سازمان های زنانه ظرفیت سازی می کند. در مناطق روستایی هند زیرساخت های خدمات اینترنتی بسیار محدود است بنابراین نوآوری های اجتماعی معمولا رویکرد دیگری اتخاذ می کنند. برای مثال Internet Saathi پروژه ای که حاصل مشارکت گوگل و «تاتا تراست» است آموزش ابتدایی درباره کاربرد و مزایای اینترنت را از طریق چرخ های دستی مجهز به اینترنت که به طور ویژه برای روستاها طراحی شده اند، برای زنان روستایی فراهم کرده است. این چرخ های دستی، مجهز به سیدی از گوشی هوشمند و تبلت، به مدت ۴ تا ۶ ماه، دو روز تا دو هفته در هر روستا مستقر می شوند. مریبان در جوامع خود شناخته شده اند و اعضای گروه های خودیاری یا سازمان های غیردولتی هستند. در سال ۲۰۱۵، هنگامی که این برنامه توسعه یافت هدف آن دسترسی به ۴۵۰۰ روستا و ۵۰۰ هزار زن تا پایان سال بعد بود، اما نتایج به طرز شگفت آوری بیش از حد انتظار شد. ۹ هزار مریب زن در ۱۵ هالت هند توانستند بیش از یک میلیون زن را آموزش دهند.

از سوی دیگر «انجمن خوداشتغالی زنان در هند» نیز روی دسترسی و کاربرد موبایل توسط زنان شاغل کار می کند. هدف این انجمن، ارسال پیامک درباره قیمت روز و آتی کالاها در بازارهای مختلف است. این امر زنان را قادر می سازد تا بهای کالای خود را به حداکثر برسانند، برای کاشت و برداشت محصولات خود موثرتر برنامه ریزی کنند و با دریافت اطلاعات از طریق موبایل، در وقت و پول صرفه جویی کنند. روش جایگزینی هم برای کسانی که نمی توانند موبایل بخرند وجود دارد. در هر روستا تابلوی اعلانات دیجیتالی نصب شده و حتی به صورت صوتی تعاملی برای کسانی که سواد ندارند قیمت ها را اعلام می کند.

ابتکار عمل در زمینه دولت الکترونیکی هند نیز در رفع شکاف دیجیتال نقش دارد. مراکز خدمات عمومی (CSC) در روستاهای این کشور به صورت کیوسک هستند. این کیوسک ها توسط کارآفرینان محلی اداره می شوند که هزینه های راه اندازی، دسترسی به رایانه و اینترنت را تأمین و دسترسی به سوابق شهروندان، بانک، بیمه، شارژ تلفن همراه، بلیت الکترونیکی، برنامه های سواد دیجیتال زنان و برنامه های اساسی سوادآموزی را تسهیل می کنند. اغلب این CSC ها توسط زنان اداره می شوند و درآمد بیشتری نسبت به CSC های اداره شده توسط مردان دارند. تجربه هند نشان می دهد نوآوری های اجتماعی نقش قدرتمندی در رفع موانع برابری دیجیتال دارند اما با چالش هایی هم روبهرو هستند. «هزینه» و «کمبود سرمایه انسانی» از جمله این چالش ها هستند. تحلیلگران می گویند با توجه به این چالش ها، نوآوری اجتماعی مبتنی بر فناوری همراه با مشارکت استراتژیک بین دولت، شرکت ها، سازمان های غیردولتی و کنشگران اجتماعی ضروری است. دولت ها حتی اگر مستقیما درگیر این برنامه ها نباشند نقشی حیاتی دارند. سرمایه گذاری دولت در زیرساخت ها بخشی از کلید معماست ضمن آنکه این سیاست های دولت است که حقوق قانونی، تحصیلات و فرصت های شغلی زنان و دختران را مشخص می کند. باید یادآور شویم دسترسی به فناوری های دیجیتال فرصت های جدیدی برای بهبود شرایط فراهم می کند اما صرفا با اصلاحات فنی نمی توان مشکلات ساختاری که باعث ایجاد شکاف دیجیتال می شوند را برطرف کرد؛ برای تقویت مشارکت کامل زنان و دختران در اقتصاد دیجیتال همزمان، اقداماتی برای افزایش آگاهی و رفع کلیشه های جنسیتی ضروری است.

مولود پاکروان / تحلیلگر حوزه زنان؛ برخی از مهمترین منابع مورد نیاز برای توسعه مانند دانش و دسترسی به تکنولوژی نالملموس هستند. در جهان در حال توسعه، فناوری می تواند دسترسی به این منابع را تسهیل کند و نیازهای اصلی جوامع را برطرف سازد؛ از آموزش کشاورزان گرفته تا ارائه اطلاعات بهداشتی و خدمات مالی مبتنی بر موبایل.

برخی از این خدمات دسترسی به منابع را به ویژه برای زنان گسترش می دهند. در محیط هایی که زنان از نظر اجتماعی و اقتصادی در معرض آسیب قرار دارند، فناوری اطلاعات و ارتباطات می تواند زنان را قادر سازد اطلاعات ارزشمند کسب کنند، طیف وسیع تری از فرصت های تجاری را به دست بیاورند، به بازارهای گسترده تر دسترسی یابند. در برنامه های آموزشی مشارکت کنند، تجربیات خود را با زنان دیگر به اشتراک بگذارند و از زنان دیگر مشاوری بگیرند.

فراستر از این دنیای آرمانی اما در دنیای واقعی و به ویژه در مناطق کمتر برخوردار، در دسترسی به فناوری شکاف جنسیتی عمیقی وجود دارد. آنگونه که گزارش GSMa در سال ۲۰۲۰ نشان می دهد، ۵۴ درصد از زنان در کشورهای با درآمد کم یا متوسط از اینترنت استفاده می کنند و شکاف دیجیتال اندکی کم شده است اما با وجود این پیشرفت، زنان ۸ درصد کمتر از مردان به تلفن همراه و ۲۰ درصد کمتر به اینترنت موبایل دسترسی دارند. این یعنی ۳۰۰ میلیون زن کمتر از مردان قادر به اتصال به دنیای دیجیتال هستند. وای دسترسی به فناوری، حضور آنها در مشاغل ICT، مدیریت های رده بالا و مشاغل دانشگاهی کم رنگ است و چهار برابر کمتر از مردان در ICT تخصص دارند. تحلیلگران می گویند موانع دسترسی، مقرون به صرفه نبودن، نبود آموزش و نیز تعصبات ذاتی و هنجارهای فرهنگی -اجتماعی، توانایی زنان و دختران را برای استفاده از فرصت های دنیای دیجیتال محدود می کند. علاوه بر این، ثبت نام نسبتا اندک دختران در رشته هایی که به آنها امکان می دهد در این دنیا عملکرد خوبی داشته باشند – مانند علوم، فناوری، مهندسی و ریاضیات و ICT- در کنار محدودیت استفاده زنان و دختران از ابزارهای دیجیتال، می تواند منجر به افزایش شکاف ها و نابرابری ها شود.

موانع کاهش شکاف دیجیتال جنسیتی

آن گونه که مطالعات بین المللی نشان می دهد، چندین مانع بر سر راه کاهش شکاف دیجیتال جنسیتی وجود دارد؛ آگاهی از گزینه ها و کاربرد آنها، هزینه، هنجارهای فرهنگی و اجتماعی، سطح تحصیلات، فرصت های شغلی، پوشش و کیفیت زیرساخت ها، اعتماد به بازیگران / عوامل، سیاست های حمایت از برابری جنسیتی و سواد فنی و اعتماد به نفس. این موانع چه از نظر ماهیت فردی و در سطح سیستم، غالبا با هم مرتبط هستند. اگرچه برخی موانع (مانند هزینه) بر همه مصرف کنندگان تأثیر می گذارند، اما زنان به دلیل درآمد کمتر یا قدرت چانه زنی پایین تر در خانه از آن تأثیر نامطلوب بیشتری می پذیرند.

در مرکز توجه برنامه ریزان قرار گرفته است. نوآوری های اجتماعی در واقع یک راه حل جدید، موثرتر، کارآمدتر، پایدارتر و درست تر نسبت به راه حل های موجود برای مسائل اجتماعی هستند که ارزش ایجاد شده توسط آنها به کل افراد جامعه و نه افراد خاص تعلق می گیرد. نوآوری های اجتماعی صرف نظر از شیوه تأمین سرمایه یا افق زمانی رویکرد، می توانند توسط هر فرد، گروه یا سازمانی طراحی و تولید شود و از کنشگری ها، اقدامات حمایتی یا کارهای سیاسی نشأت بگیرند.

تجربه هند

با نگاهی به هند بهتر می توانیم کارکرد این نوآوری های در کاهش شکاف جنسیتی دیجیتال را بررسی کنیم. تا سال ۲۰۱۵ در این کشور، ۸۳ درصد از زنان به اینترنت دسترسی نداشتند و ۵۵ درصد هرگز متنی را ارسال نکرده

گسترش خانه های خلاق؛ توسعه استارت آپ ها رونق گرفت

مجموعه خلاق یا این خانه خلاق، همکاری می کنند. با آغاز به کار دوره جدید ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق و با کمک دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق، فعالیت های استارت آپی خلاق، در استان جانی تازه گرفت.

مدیرعامل خانه خلاق حیرانی، در ادامه ضمن اشاره به فعالیت های صورت گرفته توسط این مجموعه افزود: این خانه خلاق، فضای کار مناسبی در اختیار استارت آپ ها قرار می دهد، همچنین یک مجموعه تخصصی در اینجا حضور دارند که به استارت آپ ها کمک می کنند تا برای محصولات و خدمات شان مشتری بیابند و قرارداد منعقد کنند. سپس با حمایت ستاد، بسته های حمایتی مختلف تخصیص یافته توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، به این استارت آپ ها، ارائه می شود و در نهایت آنها برای تبدیل شدن به شرکت خلاق معرفی می شوند.

وی همچنین بیان کرد: با توجه به رونق گرفتن حمایت ها از سوی ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، امیدوار هستیم در آینده بتوانیم شباهت بیشتری در دیگر شهرهای استان یزد نیز افتتاح کنیم.

با تشکیل ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق استارت آپ های مختلفی در سطح استان ها به شرکت خلاق تبدیل شد. مرتضی نقیعی، مدیرعامل خانه خلاق حیرانی و شرکت خلاق الست مهر آریا گفت: ستاد

فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، در تلاش است تا با محوریت بخش خصوصی، خانه های خلاق را در سطح کشور گسترش دهد. خانه های خلاق، به عنوان پایگاهی عمل می کنند که استارت آپ های فعال در حوزه صنایع نرم و خلاق را تحت پوشش قرار می دهند و آنها را برای ورود به بازار آماده می کنند. مدیرعامل خانه خلاق حیرانی در استان یزد، در ادامه افزود: ما به عنوان یک مجموعه از فعالان خلاق استان یزد، با حمایت ستاد موفق شدیم تا یکی از بناهای تاریخی استان را به یک خانه خلاق تبدیل کنیم. این بنا از لحاظ تاریخی بسیار ارزشمند است و جزو بناهای قاجاری محسوب می شود و یکی از بلندترین

بادگیرهای شهر نیز متعلق به این بنا است. نقیعی همچنین گفت: این خانه خلاق با ۱۲۰۰ متر زیر بنا و با محیطی زیبا، استارت آپ های مختلف را دعوت کرده است تا از امکانات این مجموعه استفاده کنند. در حال حاضر در حدود ۱۲ استارت آپ و

مجلس با ابزار قانون گذاری مسیر حمایت از خلاق ها را تسهیل می کند

قانون گذاری هر حمایت لازمی را برای تسهیل کار این شرکت ها تخصیص دهد. تشکیل فراکسیون حمایت از شرکت های دانش بنیان نیز نشانگر عزم این مجلس برای برداشتن گام های اساسی در این مسیر است. این نماینده مجلس شورای

اسلامی ضمن تشریح بیشتر حمایت های قانونی گفت: شرکت های خلاق نیز با توجه به حوزه فعالیت آنها مانند کسب و کارهای دیجیتال و فضای مجازی، بازی، اسباب بازی و سرگرمی، صنایع دستی، گردشگری و میراث فرهنگی، صنایع دبداری و شینداری، طراحی، یادگیری، چاپ و نشر، گیاهان دارویی و طب سنتی، هنرهای تجسمی و نمایشی، می توانند اشتغال قابل توجهی ایجاد کنند و ثروت آفرین باشند. وی افزود: بی شک این تنها فناوری نیست که باید در صدر اهمیت باشد و خلاقیت نیز شریک کارآمد فناوری است، به همین دلیل حمایت از شرکت های خلاق و فعالان خلاق و نوآور نیز باید

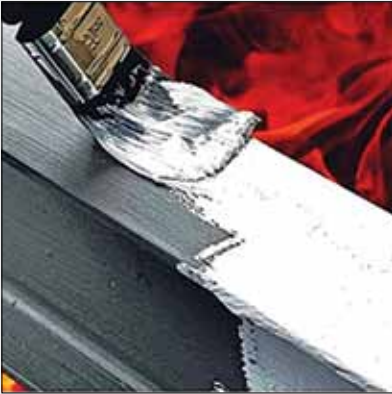


یکی از سرفصل های قوانین حمایتی در این حوزه را شکل دهد. مجلس آمادگی دارد تا شرکت های خلاق و جوانان مومن و نوآور فعال در این عرصه را نیز مانند شرکت های دانش بنیان در قانون حمایتی مورد تصویب بگنجانند.

یک نماینده مجلس گفت با توجه به حوزه فعالیت شرکت های خلاق حمایت از آنها باید همچون حمایت از سایر شرکت های فناور در اولویت باشد. الهام آزاد، نماینده مردم از حوزه انتخابیه نائین، خور و بیابانک، در مجلس شورای

اسلامی گفت: مطمئنا یکی از دستاوردهای بزرگ انقلاب اسلامی، ایجاد فرهنگ خودباوری علمی و آغاز حیات زیست بوم اقتصاد دانش بنیان و خلاق در کشور است. در حال حاضر هزاران شرکت دانش بنیان، خلاق و نوآور مشغول فعالیت هستند و این نشانگر عزم راسخ نظام و جوانان مومن و نخبه ای است که تلاش دارند کشور را از مسیر استقلال صنعتی و اقتصادی به سمت اعتلا و شکوفایی هدایت کنند. صنایع سنتی غالبا به مونتاژ توجه دارند، در حالی که فعالان خلاق و دانش بنیان، بومی سازی را در مرکز توجه خود قرار داده اند. این عضو کمیسیون اصل ۹۰ مجلس در ادامه افزود: بی شک تخصیص حمایت ها

به شرکت های دانش بنیان، خلاق و نوآور، وظیفه ای است که برعهده هر سه قوه مقننه، قضائیه و مجریه گذارده شده است و هر یک باید به سهم خود در این راه تلاش کنند. قوه مقننه نیز در این بین آماده است تا از طریق ابزار



رنگ‌های ضدحریق به تولید رسید تا مقاومت سازه‌ها در برابر عوامل تخریبی بالاتر رود

شرکتی دانش‌بنیان با تولید رنگ‌های ضدحریق عوارض جانی و مالی بروز حوادث را کاهش داد. صنایع مختلف از این رنگ‌ها بهره می‌برند. نوید رنگ پدram، مجموعه‌ای دانش‌بنیان است که در حوزه تولید و تامین انواع پوشش‌های صنعتی تحت لیسانس شرکت‌های معتبر بین‌المللی فعالیت می‌کند. محصولات این شرکت در حوزه‌هایی چون نفت، گاز، پتروشیمی، صنایع فولاد، آب، برق، خودروسازی و آتش‌نشانی کاربرد دارد. این شرکت در زمینه تولید رنگ و کامپوزیت با فناوریهای نو فعال است. امروز رنگ در طرح‌های صنعتی و عمرانی دیگر تنها به عنوان یک پوشش تزئینی یا عایق مطرح نیست بلکه کاربردهایی از قبیل حفاظت استحکام حتی ضدحریق بودن سازه را نیز دارا است.



یادداشت

شبکه‌سازی خدمات نوآورانه چگونه زندگی بهتری به جامعه هدیه می‌دهد

دیگر هدف‌های این اقدام‌ها کمک به تجاری شدن ایده‌های نوآورانه و ایجاد تعاملی میان تمامی عناصر این زیست‌بوم بود؛ کاری که با ایجاد شبکه‌ای میان فعالان زیست‌بوم فناوری، نوآوری و کارآفرینی کشور، ممکن شد. با شکل گرفتن «شبکه نوآوری تهران» که جمع فعالان شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق را گرد هم می‌آورد و بستری همدلانه میان آنها ایجاد می‌کند، حمایت‌های لازم برای توسعه کسب و کارها از خدمات کسب و کار گرفته تا بازارهای مجازی بیمه و سلامت، فن‌بازار و جذب نیروی انسانی خلاق و کارآمد، بخشی از خدماتی هستند که شبکه نوآوری تهران ارائه می‌دهد. حمایت از شرکت‌های فناور و دانش‌بنیان، افراد نوآور، مجتمع‌های فناوری و نوآوری، مزایا و حمایت‌های قانونی و خدمات تجاری‌سازی را به اعضای خود ارائه می‌کند و بستر مناسبی برای توسعه زیست بوم فناوری و نوآوری و ظرفیت‌سازی برای توسعه دانش و هم‌افزایی زنجیره ایده تا بازار را فراهم می‌کند، اما این شبکه فقط به حمایت‌های قانونی اکتفا نکرده و راه را برای تعامل و هم‌افزایی همه عناصر، با پیوند دادن سرمایه‌گذاران خطرپذیر توسعه زیست بوم فناوری و نوآوری هموار می‌کند.

پیوندی مستحکم میان فعالان زیست‌بوم

شبکه نوآوری تهران که با هدف تعامل و پیوند میان فعالان زیست‌بوم نوآوری و حرکت چرخ‌های زنجیره ارزش شکل یافته، چگونه کارش را انجام می‌دهد؟ ایده ایجاد شبکه برای پاسخگویی به نیازهای تمامی اعضای این زیست‌بوم مهم‌ترین رویکردی بود که شبکه نوآوری تهران بر مبنای آن شکل گرفت، اما گام اصلی و نگاه بلندمدت این شبکه، ایجاد تعامل‌هایی در چند لایه گوناگون بود. ایجاد تعامل میان شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، فعالان فناور یا یکدیگر و نیز شرکت‌ها و افراد با بازار و مردم است. که در صورت شکل‌گیری این تعاملات و هم‌افزایی‌های حاصل از آن، اهداف بلندمدت شبکه محقق خواهد شد. اما چه کسانی می‌توانند از موهبت‌های شبکه نوآوری تهران بهره‌مند شوند. فرد حقیقی و حقوقی که در زیست‌بوم نوآوری و فناوری کشور فعالیت می‌کند، چه خدمت‌دهنده باشد و چه خدمت‌گیرنده، چه ایده‌پرداز باشد و چه خریدار ایده و یا به صورت گسترده‌تر هر فردی که تمایل به فعالیت در این زیست‌بوم را دارد می‌تواند عضوی از شبکه باشد.

دستاوردهای شبکه نوآوری

یکی از مهمترین دستاوردهای شبکه نوآوری تهران برای اعضای آن، یکپارچگی دسترسی به خدمات و یکپارچگی دسترسی به عناصر زیست بوم است؛ موضوعی که ارائه محصولات و خدمات باکیفیت‌تر، ارزان‌تر و سریع‌تر را ممکن می‌کند. حضور اثرگذارتر برای معرفی شرکت‌های فناور و صنایع خلاق بوده است. موضوعی که رشد شتابان و درخور توجه این کسب و کارها را ممکن می‌کند. تاکنون بیش از ۶ هزار عضو حقیقی و صدها شرکت دانش‌بنیان و خلاق، از زیست‌بوم توسعه یافته توسط شبکه نوآوری تهران بهره‌برده‌اند و حمایت‌های ارائه شده بر بستر قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان را دریافت کرده‌اند. همچنین بستری فراهم شده است تا ضمن برخورداری از حمایت‌های بیمه‌ای، گمرکی، معافیت‌های مالیاتی و سربازی، مراکز تحقیقاتی و آزمایشگاهی خدمات فناورانه و آزمایشگاهی و تحقیقاتی را دریافت کنند؛ خدماتی که همگی هدف توسعه توانمندی‌ها و فناوری‌های بومی، تحرک بخشیدن به ابداعات، نوآوری‌ها و کارآفرینی، حمایت از استعدادهای برتر، گرد هم آوردن تمامی فعالان عرصه فناوری و نوآوری را به مدد هموار کردن مسیر توسعه اقتصاد دانش‌بنیان ممکن می‌کند.

شکل‌گیری و تکامل زنجیره ارزش نیازمند بسترها و زیرساخت‌هایی است تا در کنار هم، زمینه را برای رساندن نوآوری به محصول یا خدمت فراهم کند. زمانه فناوری و نوآوری، پا را از تجهیزات پیشرفته صنعتی و تجاری فراتر نهاده و به زندگی روزمره ما راه یافته است؛ فناوری‌هایی که بعد زمان و فاصله زمانی را در هم شکسته و شبکه‌ای از فناوری‌ها، خلاقیت‌ها و تجربه‌ها را ایجاد کرده است، اما فناوری برای رشد و بلوغ به یک مجموعه یکپارچه از زیرساخت‌ها، ابزارها و نرم‌افزارهایی است که تقویتی کنند و پیشرفت را به ارمغان بیاورند. مرز رقابت میان کسب‌وکارهای بزرگ و متوسط نیز با لبه‌ای به نام فناوری از یکدیگر تمایز داده می‌شود. شرکت‌های بزرگ ملی و بین‌المللی به هر میزانی که بتوانند بر لبه این فناوری آزادانه و ماهرانه حرکت کنند، باید از قابلیت‌های نوآورانه و فناورانه برخوردار باشند. این توانمندی، در شبکه وسیعی از عوامل مختلف، از جمله سیستم‌های مالکیت فکری، نظام تأمین مالی کارآمد و منابع انسانی ماهر عمل می‌کند و می‌تواند افزایش نرخ نوآوری‌های ملی را به دنبال داشته باشد. حال، جامعه‌ای که همه اجزایش در مسیر حمایت از نوآوری حرکت می‌کند و فناوری‌ها، به یاری جامعه می‌آید، می‌تواند پیشرفت را از هر زمانی بیشتر به خود نزدیک کند؛ پیشرفتی که مرهون زیست‌بوم نوآوری است.

حمایت‌هایی که سخت‌افزاری نیستند

زیست‌بوم نوآوری مجموعه‌ای منسجم، یکپارچه و هماهنگ است از زیرساخت‌های نرم‌افزاری، سخت‌افزاری و فکری که خلق پدیده از ایده‌ها را ممکن می‌کنند. این زیست‌بوم باید تمامی عناصر زنجیره ارزش، از ایده‌پرداز، نوآفرین تا سرمایه‌گذار و حمایتگر را گرد هم بیاورد و مسیر را برای ارائه خدمات نوآورانه و دانش‌بنیان فراهم کند.

اما این روزها به موازات توسعه فناوری‌ها، خدمات و حمایت از فناوری‌ها نیز رنگ و بویی نوآورانه گرفته و صرفاً به محدوده جغرافیایی خاصی نیست، بلکه یک زیرساخت نرم‌افزاری و غیرفیزیکی از تمامی این حمایتگرها به یک پهنه گسترده و در قالب شبکه‌ای منسجم ارائه می‌شود.

تهران بستری برای خلاقیت‌ها

کلاشهر تهران با پهنه گسترده‌ای از مراکز نوآوری، شتاب‌دهنده‌ها، کارخانه‌های نوآوری و خانه‌های خلاق که به تازگی به جمع زیست‌بوم نوآوری افزوده شده‌اند، بستری مساعد برای فعالیت تعداد قابل توجهی از شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع خلاق بوده است. این شهر با ظرفیت بالایی که در رشد و رونق این کسب و کارها دارد با روش‌ها و سازوکارهای گوناگون، ارائه خدمات حمایتی، راهبردی، شتابدهی و تجاری‌سازی را برای کسب و کارها فراهم کرده است. خدماتی که با وسعت دامنه حضور فعالان فناور در نقاط گوناگون باید سد محدودیت‌های فیزیکی و زیرساختی را می‌شکستند و راهی برای ارائه این خدمات و شبکه‌ای گسترده از فعالان زیست‌بوم، فارغ از نقطه جغرافیایی حضورشان پیدا می‌کردند. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با هدف رونق زیست‌بوم نوآوری که به توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها و صنایع خلاق منجر شود، از ایجاد شبکه‌ای منسجم و گسترده خدمات فناورانه و نوآورانه حمایت کرده است.

شبکه‌ای برای حمایت بدون محدودیت

هدف مهم بارورسازی و رونق کسب و کارهای دانش‌بنیان و خلاق با ایجاد گروهی از دانش‌آموختگان جوان، نخبه و مخترع یکی از رویکردها برای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و خلاق بود که با گام‌هایی مانند توسعه پهنه‌های نوآورانه و شبکه‌سازی میان فعالان زنجیره ارزش ممکن شد. از



ز مشتریان را مدنظر قرار می‌دهیم

شدند، اما در ماه‌های پایانی ۲۰۲۰ ورق برگشت و مورد توجه زیادی قرار گرفتند. بیت‌کوین توانست در این بازه زمانی چندین بار رکوردشکنی کند، اما پس از مدت کمی با کاهش قیمت مواجه شد.

این کاهش ارزش بیت‌کوین موقت بود، چراکه اعلام خبر سرمایه‌گذاری ۱.۵ میلیارد دلاری تسلا قیمت آن را دوباره افزایش داد و ارزش بازار کل واحدهای بیت‌کوین از یک تریلیون دلار عبور کرد. حالا انتظار می‌رود با پذیرش این رمزارز توسط شرکت‌های بیشتر و سرمایه‌گذاری در آن، با افزایش قیمت بیت‌کوین در ماه‌های آینده مواجه شویم، البته اگر این افزایش قیمت یک حباب بزرگ نباشد.

ندگان و مشتریان ما خوب است و قطعاً مدیرعامل اوپر، اگر چنین اقدامی دارای روش پرداخت قبول می‌کنند: «اگر در این به چنین کاری باشد، آن را انجام می‌دهیم. از یک تبلیغ انجام دهیم.» این گفته پس ریبتر در مصاحبه‌ای به این موضوع اشاره ن به ترازنامه مالی را مدنظر قرار می‌دهد. رونا با کاهش چشمگیر ارزش خود مواجه

محدودیت‌های استرالیا افزایش یافت و امید دانشجویان بین‌المللی برای تحصیل رنگ باخت

این کشور، از حدود ۴۱۰۰ مورد به ۶۳۰۰ نفر افزایش داده و مرکز قرنطینه هوارد اسپرینگ را در سرزمین شمالی گسترش می‌دهد تا ورود بین‌المللی بیشتری را برای دوره قرنطینه اجباری ۱۴ روزه انجام دهد.

کمرنگ بودن امیدهای دانشجویان بین‌المللی برای تحصیل این امکانات قبلاً در تنها برنامه آزمایشی کشور برای بازگشت دانشجویان بین‌المللی به دانشگاه مورد استفاده قرار گرفته بود که توسط دانشگاه چارلز داروین اجرا می‌شد. امید بود اخبار مشخصی در مورد برنامه‌های ایالتی و فدرال برای گشودن فضای حضور دانشجویان بین‌المللی وجود داشته باشد، اما در برنامه‌های این کشور، بازگشت ۴۰ هزار استرالیایی که در خارج از کشور مانده‌اند همچنان اولویت اصلی است.

به گفته نخست‌وزیر استرالیا، یک بار دیگر توافق شد که بازگشت ساکنان این کشور از نظر ورود به استرالیا در اولویت است و باید به یاد داشته باشیم که مرزهای ما بسته شده‌اند. هیچ‌کس نمی‌تواند به استرالیا بیاید.

با شیوع ویروس کرونا و اعمال محدودیت‌ها، در حال حاضر ۳۰ درصد از دانشجویان بین‌المللی دارندگان ویزای دانشجویی استرالیا از ورود به این کشور بازمانده‌اند.

به گزارش سایت خبری و تحلیلی Pienews شیوع کرونا بر همه حوزه‌ها تأثیری گسترده داشت، از جمله حوزه مهاجرت. جمع قابل توجهی از دانشجویان بین‌المللی که درخواست‌های مهاجرت خود را پیگیری می‌کردند با مشکلات جدی روبه رو شدند. تقریباً ۱۶۴ هزار نفر از ۵۴۲ هزار دارنده ویزای دانشجویی استرالیا امکان ورود به این کشور و آغاز تحصیل ندارند. انتظار می‌رفت در نشست کابینه ملی بین رهبران ایالتی و فدرال، طیفی از اقدامات مربوط به سفر و واکسن مربوط به کرونا، از جمله برنامه‌های پیشنهادی برای بازگرداندن دانشجویان بین‌المللی، مورد بحث قرار بگیرد، با این حال پس از نشست اسکاوت موريسون نخست‌وزیر استرالیا، هیچ اشاره‌ای به دانشجویان بین‌المللی و تاریخ بازگشت آنان نشده است. وی اعلام کرد که این کشور از اواسط ماه فوریه میزان ورود خود را به مقصد



سامانه بهینه‌سازی و کنترل آسیاب‌های معدنی ایران ساخت شد و هدررفت این صنعت کاهش یافت

گوناگون نصب می‌شوند تا پس از اندازه‌گیری معیارهای موردنیز به صورت خودکار و آنلاین، معیارهای بهینه خروجی را پیدا کنند و به دستگاه‌ها ارائه دهند. جمع‌زاده درباره کارایی این سامانه بهینه‌سازی و کنترل گفت: پس

از دریافت معیارهای کارکرد بهینه، هر کدام از این معیارها به سیستم کنترل سامانه انتقال یافته و تجهیزات خط را در حالت بهینه کنترل می‌کنند. مدیرعامل پیشرو صنعت دانش فراز، از تنوع این معیارها و اهمیت بالای آن در کاهش هزینه‌ها و انرژی گفت و ادامه داد: به طور مثال در آسیاب‌های معدنی، ابعاد و وزن موادی که قرار است به آسیاب برود، با دوربین‌ها و حسگرهایی اندازه‌گیری می‌شود؛ همچنین خوراک ورودی به خط، اندازه‌گیری شده و سختی ماده معدنی ورودی به خط نیز مورد ارزیابی و سنجش قرار می‌گیرد.

وی افزود: با توجه به دانش فنی که در این ارتباط کسب کردیم تمامی معیارها مانند خردایش‌ها، سرعت‌ها، نیروها، توان‌های موتور و آمپر، به میزان خروجی بهینه تنظیم می‌شوند.

خطوط تولید و فرآوری نیازمند سامانه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است که بتواند با کمترین میزان مصرف انرژی، تولیدات را افزایش دهد.

در خطوط صنایع معدنی تجهیزاتی وجود دارند که وظیفه خردایش مواد معدنی را برعهده دارند که با توجه به اهمیت کار این، تجهیزات، بهینه‌سازی و کنترل عملکردشان برای صنایع حائز اهمیت بالایی است. حال یک شرکت داخلی توانسته است با تولید نمونه ایران‌ساخت این دستگاه، خردایش صنایع معدنی را بهینه کند. عماد جمعه‌زاده، مدیرعامل شرکت پیشرو صنعت دانش فراز با اشاره به فعالیت مستمر جمعی از دانش‌آموختگان کشور برای تولید این سامانه گفت: با ۱۵ سال کار تحقیقاتی روی حوزه خردایش توانستیم به دانش فنی کنترل و بهینه‌سازی بسیاری از تجهیزات مانند آسیاب‌های معدنی دست پیدا کنیم.

این فعال فناور با بیان اینکه سامانه یادشده می‌تواند آسیب‌های معدنی را کنترل و کارایی را افزایش دهد، ادامه داد: در این سامانه که مجموعه‌ای است یکپارچه از سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای گوناگون، تجهیزات پایش در محل‌های



سخنی با فروشندگان بیمه عمر

بیمه عمر بیمه زندگی است



به روی آنها باز می‌شود. شما فکر می‌کنید چرا مردم بیمارند؟ آیا چیزی به نام بیماری در جهان واقعی وجود دارد؟ پاسخ منفی است. بیماری یک امر ذهنی است. زمانی که ذهن در وضعیت غیرتعادلی قرار می‌گیرد دچار بهم‌ریختگی می‌شود و نمود آن در جسم تجلی می‌کند. فرد بیمار یک ناهماهنگی و بی‌توازی ذهنی دارد. وقتی شما با فروش بیمه عمر به او امنیت می‌دهید، آرامش می‌دهید ذهن در وضعیت تعادلی و توازنی قرار می‌گیرد و بدن سلامت خود را حفظ می‌کند، اما وقتی دلهره و نگرانی در جان آدمی باشد سیستم دفاعی بدن قدرت خود را از دست می‌دهد. شما با فروش بیمه عمر به انسان‌ها زندگی می‌دهید. سلامتی می‌دهید. این نعمت بزرگی است. شما چند تا عدد و رقم نمی‌فروشید شما کاغذ نمی‌فروشید شما جان دوباره و حیات تازه به زندگی آدم‌ها می‌دهید.

کسی که فکر می‌کند بازاریابی بیمه عمر مانند بازاریابی ماست و پنیر است لطفا همین امروز کارش را رها کند، چون تفاوت از زمین تا آسمان است. کاری که بیمه عمر می‌کند راهی به سوی موفقیت و ثروت و سلامتی است. زیرا وقتی آدم‌ها آرامش داشته باشند به حس خوبی از زندگی می‌رسند و طبق نظر روانشناسان حس خوب اتفاق‌های خوب را در زندگی آدم رقم می‌زند. حال خوب زندگی خوبی برای آدم می‌آورد. کارمند شریفی که نگران بازنشستگی خود و بیکاری فرزند و بیماری همسر است با بیمه عمر آرام می‌شود. خیالش برای فردا راحت است. می‌داند که در زیر چتر بزرگ بیمه عمر می‌تواند به همه نگرانی‌ها در زمان لازم پاسخ دهد. وقتی ذهنش آرام باشد شکوفایی و خلاقیّت از راه می‌رسد. همین کارمند در آستانه بازنشستگی با ذهن آرام خود کاری خلاقانه می‌کند دست به آفرینشگری می‌زند. کارآفرین می‌شود. فرزند او با انگیزه وارد میدان کار می‌شود و چون سراسر شوق و مهربانی است کائنات نیز با او همسو می‌شوند و او به سرعت در جایی مشغول به کار می‌شود. سیستم دفاعی بدن همسر به خاطر آرامش موجود در خانواده قوی می‌شود و بیماری را از خانه وجودش بیرون می‌کند. اینها معجزه بیمه عمر است.

شما با بیمه عمر معجزه می‌کنید و زندگی انسان‌ها را از ناامنی نجات می‌دهید. وظیفه شما در برخورد با آدم‌ها بسیار سنگین است. شما رسالتی بر دوش دارید شما با بیمه عمر کردن آدم‌ها به زندگی آنها، به خانواده آنها، به جامعه خود و به خود خدمت می‌کنید و اگر آنها را بیمه عمر نکنید کوتاهی کردید.

برای اینکه شما چیزی می‌دانید که دیگران نمی‌دانند. انگار در بیابان خشک و بی‌آب و علف شما چندین بشکه آب دارید و با قمقمه می‌توانید زندگی آدم‌ها را از تشنگی نجات دهید، اما در زیر درخت و کنار بشکه‌های آب خنک و سرد نشست‌ه‌اید و انگار نه انگار که مردم تشنه آب زندگی‌اند در واقع در انجام رسالت شغلی خود کوتاهی کردید.

آب زندگی در دستان شماست. شما باید کوچه به کوچه بگردید و تشنگان آب را نجات دهید. از شما انتظار نجات‌دهندگی است. ما از مدیران و فروشندگان لوازم بدکی خودرو انتظار نداریم که زندگی مردم را از ناامنی و ترس و غم رها کنند، اما از شما که هم آگاهی و دانایی دارید و وظیفه انتقال این آگاهی و دانایی بر دوش شماست انتظار می‌رود کمی جدی‌تر به کار خود نگاه کنید.

رویکرد شما در برابر آدم‌ها باید نجات‌دهنگی باشد. شما نباید وقتی با مشتری روبه‌رو شدید ابتدا از پول و ثروت و سرمایه و پس‌انداز حرف بزنید شما باید دقیق و ظریف از نیازهای انسان امروز و نگرانی‌هایش بگویید. بیمه عمر می‌تواند معجزه زندگی باشد اگر شما بتوانید این رسالت بزرگ را که بر دوش شما فروشندگان و نمایندگان و مدیران فروش است به خوبی ادا کنید.

نماینده یا مدیر فروش بیمه عمر به سمت شکوفایی ثروتمندانه حرکت می‌کند.

اگر تاکنون از ظرفیت‌های موجود در جامعه ایران برای بیمه عمر استفاده نشده به دلیل بی‌توجهی ماست. آیا ما توانستیم به شکل حرفه‌ای در این زمینه تحقیق کنیم؟ اگر کوتاهی از ماست پس از همین اکنون می‌توانیم جبران ما فات کنیم و به شکل درست وارد این بازار بکر و دست‌نخورده شویم.

ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که چشم ما همیشه به دست دیگری است. اگر مردم آرامش ندارند تک تک ما آدم‌ها مسئول این نگرانی و ناآرامی آنها هستیم. فروشندگان بیمه عمر در ایران هنوز نتوانستند رسالت واقعی خود را ادا کنند. مدیران بازاریابی و فروش بیمه عمر هنوز به درستی یاد نگرفتند که رسالت آنها در فروش برای رسیدن به یک زندگی بهتر و زیباتر برای هر ایرانی است. شما باید در درون خود روزی هزار بار این جمله را تکرار کنید که من وظیفه دارم به سهم خود برای بهتر شدن زندگی مردم ایران قدمی بردارم.

رسالت شما در فروش بیمه عمر ایجاد کشوری امن و آباد و مردمانی شاد و خوشحال است. این را همه فروشندگان بیمه عمر نمی‌دانند. آنها تصور می‌کنند که کارشان به مانند فروش یک کالای فیزیکی است. فروش بیمه عمر فروش امنیت است. فروش شادی است. فروش خوشبختی است. فروش بیمه عمر فروش رهایی است. فروش خنده و شادمانی است. شما لحظه‌ای را به یاد بیاورید که کودک لبخند شوق‌آمیزی بر لب دارد. همسر نگاه محبت‌آمیزی به شوهر دارد. شوهر نگاه شادی‌بخشی به خانواده دارد.

اینها نتیجه و ارغمان کار شماست.

فروش بیمه یک رسالت عظیم انسانی است. فروش بیمه راهی برای آزادی و رهایی انسان‌ها از بند نگرانی و ترس و غم و بیماری است. فروش بیمه عمر کاری بزرگ و حیاتی است. شما در همسویی با نظام الهی می‌خواهید جان و مال انسان‌ها را از ناامنی رها کنید، می‌خواهید بال‌های خوشبختی و شادی به آنها ببخشید. شما فروشندگان و مدیران بیمه عمر کار بزرگی در نظام کیهانی انجام می‌دهید. شما آفریده شدید تا به دیگران شادی بدهید، امنیت بدهید و عشق بدهید. لبخند هدیه کنید. کارتان را بزرگ بدانید.

کسی که دستمال کاغذی می‌فروشد با شما که خوشبختی و مهربانی و امنیت می‌فروشید فرق دارد. تفاوت از ثری تا ثریاست. هیچ کاری در جهان لذت‌بخش‌تر از فروش بیمه عمر نیست. شما فقط فروشنده نیستید شما فرشتگان مهربانی هستید که به انسان خدمت می‌کنید. شما رستگاری را به زندگی مردم هدیه می‌دهید. شما امنیت را وارد زندگی مردم می‌کنید. فرآیند فروش بیمه عمر مانند فروش یک کالای فیزیکی با خدمات صرفا درمانی نیست. شما آرامش و خوشبختی و شادمانی را برای هر خانواده به ارغمان می‌آورید.

فروشنده‌ای می‌گفت من هر وقت یک بیمه عمر می‌فروشم اشک شوق از پهنای صورتم سرازیر می‌شود. گفتم: چرا؟ لبخندی زد و گفت: من با کار خود به آن فرد و خانواده‌اش امنیت دادم. آرامش دادم و این کاری بزرگ است. از اینکه می‌بینم در آرامش مردم نقشی ولواندک دارم خیلی خوشحالم. حالم خوب است. من حال دیگران را برای زندگی کردن خوب می‌کنم.

تک تک شما فروشندگان و مدیران بیمه عمر کاری کارستان می‌کنید. شاید برخی هنوز ندانند که در چه دریای زیبایی از عشق و مهربانی کار می‌کنند. شما کار می‌کنید پول درمی‌آورید، اما کار شما فقط فروختن و پول درآوردن نیست. شما زندگی مردم را از ناامنی و نگرانی و ترس و دلهره نجات می‌دهید.

وقتی آدمی به آرامش برسد دروازه‌های خوشبختی و ثروت و سلامتی

محمدرضا محمدی کارشناس اقتصادی

طبق آخرین آمار تنها درصد کمی از ایرانی‌ها بیمه عمر دارند. این خبر از یک سو برای جامعه در حال توسعه ایران بسیار تأسف‌برانگیز و غمناک است و از سوی دیگر برای مدیران و فروشندگان بیمه عمر جای بسی خوشحالی است.

برخی از افراد بدبین با نگاهی نومیثانه می‌گویند ما در منطقه‌ای از جهان در زمینه فروش بیمه عمر کار می‌کنیم که هیچ آگاهی و دانایی و توجهی به بیمه عمر وجود ندارد، اما آیا در دل این تهدید یک فرصت عالی وجود ندارد؟ بگذارید مسئله را از آن سو نگاه کنیم. اگر همه مردم ایران از بیمه عمر استفاده می‌کردند آیا فرصتی برای فروش بیمه عمر وجود داشت؟ ما بر این باوریم که در دریایی از فرصت‌ها زندگی می‌کنیم. آنقدر فرصت برای فروش بیمه عمر وجود دارد که حیرت‌انگیز است. شما به هر سازمان و اداره و شرکتی بروید می‌توانید با تعداد زیادی از افراد روبه‌رو شوید که بیمه عمر ندارند.

داستان بیمه عمر در ایران ما را به یاد داستان فروش کفش توسط یکی از برندهای اروپایی می‌اندازد. مدیر بازاریابی شرکت به کشوری آفریقایی می‌رود. در همان نگاه اول متوجه می‌شود که در این منطقه از کره زمین انگار کسی کفش را نمی‌شناسد به طوری که همه پابرهنه راه می‌رفتند. وی در گزارش فعالیت بازاریابی به مدیر ارشد گفت: متأسفانه در این منطقه امکان فروش کفش وجود ندارد زیرا هیچ‌کس اینجا کفش نمی‌پوشد بنابراین امکان فروش میسر نیست. مدیر ارشد برای تحقیقات بیشتر بازاریابی مدیر دیگری را بدون اطلاع قبلی به همان منطقه می‌فرستد. مدیر جدید به محض ورود به این منطقه آنچنان به وجد می‌آید که سراسیمه به مدیر ارشد سازمان خود تلفن می‌کند و می‌گوید: ما به دریایی از فرصت طلایی دست یافتیم. اینجا ما می‌توانیم به هر فرد یک جفت کفش بفروشیم چون هیچ‌کس کفش نمی‌پوشد. در این داستان دو نگاه وجود دارد. یکی از نگاه منفی و دیگری از نگاه مثبت به مسئله نگاه می‌کنند.

لطفا شما برای فروش بیمه عمر در ایران نگاه مثبت داشته باشید. جامعه ایرانی دریایی از فرصت‌های طلایی برای فروش بیمه عمر است. از همین حالا بهانه را کنار بگذارید و با انگیزه قوی وارد بازار شوید. همه مردم در انتظار شما هستند تا به محض ورود به شما برای بیمه عمر سلام کنند. شاید این روزها به دلیل شیوع ویروس و مسائل اقتصاد داخلی و نوسان‌های موجود و کاهش ارزش پول داخلی مردم بهانه‌های مختلفی برای بیمه نشدن ارائه کنند اما یک فروشنده حرفه‌ای می‌تواند با ارائه دلایل متقن رضایت مشتریان را فراهم کند.

ظرفیت موجود برای تامین بیمه عمر در ایران بیش از چند ده میلیون نفر است. این عدد و رقم می‌تواند معجزه بزرگی در زندگی مردم و شما به وجود بیاورد. وقتی مردم یک سرزمین با بیمه عمر از امنیت و آرامش بیشتری برخوردار می‌شوند، اتفاق‌های خوب و مبارک در زندگی روزانه آنها اتفاق می‌افتد. این یک قانون کیهانی است که افراد در همسویی آرامش‌بخش با نظام کیهانی می‌توانند به همه خواسته‌های خود برسند.

بی‌تردید بیمه عمر می‌تواند بخش زیادی از نگرانی‌های مردم را برای رسیدن به زندگی بهتر برطرف کند. وقتی نگرانی از زندگی رخت بریندد آرامش وارد می‌شود و آرامش مقدمه‌ای برای موفقیت‌های بزرگ زندگی و رسیدن به ثروت و سلامتی و خوشبختی است.

از سوی دیگر وقتی همه مردم به بیمه عمر روی خوش نشان دهند شما با دریایی از ثروت روبه‌رو می‌شوید و زندگی شما به عنوان فروشنده،

کمپین مک دونالد برای سال نو سنتی در آسیای شرقی

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه:علی علی

برند مک دونالد همیشه تأکید زیادی بر روی سال نو در فرهنگ‌های مختلف دارد. دلیل این امر امکان تأثیرگذاری بسیار بیشتر بر روی مخاطب هدف در چنین زمان‌هایی است. سال نو در فرهنگ آسیای شرقی منطبق با ۸ فوریه است. شاید تا همین چند دهه پیش این امر برای برندهای اروپایی و آمریکایی دارای اهمیت نبود، اما امروزه به دلیل سهم گسترده آسیای شرقی از محصولات مختلف وضعیت متفاوت شده است.

کمپین مک دونالد برای سال جدید میلادی شامل همکاری با برخی از هنرمندان بومی آسیای شرقی به منظور طراحی ویدئو و همچنین تصاویر جذاب برای سال نو است. بی‌شک اغلب مردم در مورد افسانه‌های مختلف بومی در آسیای شرقی نکاتی را شنیده‌اند. این امر جذابیت‌های این فرهنگ برای مردم سراسر دنیا را افزایش می‌دهد. نکته جالب اینکه مک دونالد برای سال نو سنتی در آسیای شرقی برنامه تخفیف ویژه به مشتریان را دارد. مشتریان به این ترتیب با خرید هر کدام از برگرهای مک دونالد یک برگر رایگان به عنوان هدیه سال نو دریافت خواهند کرد و این امر جذابیت‌های بازاریابی مک دونالد برای سال نو را افزایش داده است.

انتخاب نام برای کمپین‌های بازاریابی همیشه امر دشواری بوده است. مک دونالد در رابطه با انتخاب نام برای کمپین جدید در آسیای شرقی بر روی نزدیک ساختن فرهنگ غربی و آسیای شرقی تمرکز کرده است. بر این اساس نام «شروع طلایی» بر روی کمپین تازه این برند گذاشته شده است. این نام بر روی شروع بهتر سال جدید، با توجه به بحران کرونا و همچنین همکاری نزدیکتر میان مک دونالد و برندهای فست فود محلی در این منطقه تأکید دارد. با این حساب مک دونالد در زمینه انتخاب نام برای کمپین تازه‌اش نهایت دقت نظر را به خرج داده است. یکی از دیگر از نکات جالب در مورد کمپین مک دونالد مربوط به استفاده از بازیگران بومی در آن است. این امر نقش مهمی در تأثیرگذاری بهینه کمپین خواهد داشت.

منبع: marketingdive.com

فاجعه مایکروسافت در به‌روز رسانی اخیر ویندوز ۱۰

به قلم: تام پرتچارد کارشناس فناوری

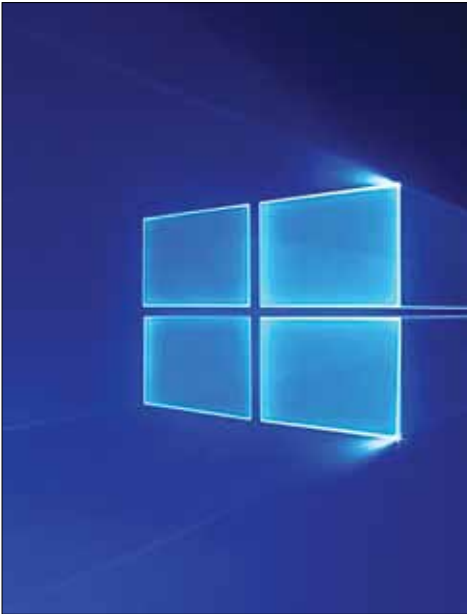
ترجمه:علی آل علی

یک روز دیگر با به‌روز رسانی فاجعه‌بار ویندوز ۱۰ از سوی مایکروسافت همراه شده است. کاربران ویندوز در طول سال‌های اخیر به نسخه‌های به‌روز رسانی فاجعه‌بار عادت کرده‌اند. نسخه‌های مختلف ویندوز ۱۰ هر چند هفته یک بار با آپدیتی دردسرساز مواجه می‌شوند. تیم فنی مایکروسافت آپدیت فوریه را با هدف کاهش برخی از ایرادات در نسخه قبلی طراحی کرد، اما در عمل همین به‌روز رسانی مشکلات بیشتری برای کاربران به همراه داشته است.

اگر سیستم شما نیز در پی به‌روز رسانی جدید مایکروسافت دچار مشکلاتی شده است، باید نسبت به ورژن ویندوز ۱۰ تان توجه نمایید. براساس گزارش رسمی تیم فنی مایکروسافت ورژن‌های ۱۹۰۹، ۲۰۰۴ و ۲۰H۲ در به‌روز رسانی جدید ویندوز دچار مشکلات قابل ملاحظه‌ای شده‌اند. آپدیت ماه فوریه ویندوز با هدف رفع مشکلات مربوط به نرم‌افزارهای NET Framework در نسخه‌های ۳.5 و ۴.۸ طراحی شد، با این حال خود موجب بروز مشکلات جدی در سیستم کاربران می‌شود. برخی از کاربران مشکل در بالاآمدن ویندوز و حتی مواجهه با صفحه آبی ویندوز را گزارش کرده‌اند.

یکی از نرم‌افزارهای دردسرساز برای تیم طراحی و برنامه‌نویسی ویندوز ۱۰ Visual Studio است. مایکروسافت نحوه طراحی اولیه این نرم‌افزار را دردسرساز و دشوار برای توسعه بیشتر ارزیابی کرده‌اند، با این حساب به زودی شاهد تغییر شیوه برنامه‌نویسی این نرم‌افزار از سوی تیم فنی مایکروسافت خواهیم بود. متأسفانه مشکل موردنظر تنها ایراد موجود در ویندوز ۱۰ نیست. تیم مایکروسافت برای پوشش ایرادات جاری باید زمان بسیار زیادی را اختصاص دهند. در غیر این صورت نارضایتی‌ها نسبت به ویندوز ۱۰ و کیفیت پایین به‌روز رسانی‌هایش ادامه خواهد داشت.

منبع: tomsguide.com



توصیه‌هایی برای استفاده از یک الگوی نوین بازاریابی

آشنایی با بازاریابی توجه‌محور



به قلم: ربکا ریز ریاتو کارشناس بازاریابی در موسسه HubSpot
ترجمه: علی آلی

آیا تا به حال نسبت به هزینه‌های بالای جلب نظر مخاطب هدف در عرصه بازاریابی فکر کرده‌اید؟ بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف نیاز به طی مراحل مختلفی دارند. این امر مشکلات بازاریابی برندها را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. امروزه جلب نظر مخاطب هدف به دلیل افزایش سطح رقابت میان برندها بدل به امری دشوار شده است. اگر کسب و کارها برنامه و استراتژی مشخصی برای جلب نظر مخاطب هدف نداشته باشند، با مشکلات بسیار زیادی در این مسیر مواجه خواهند شد.

بسیاری از بازاریاب‌ها و کاربران عادی در سطح اینترنت در طول چند سال اخیر مفهوم بازاریابی توجه‌محور را شنیده‌اند، شاید پیش از این چنین مفهومی برای بازاریاب‌ها چندان جدی نبود. شمار بالایی از شیوه‌های بازاریابی نوآورانه در عمل تکرار همان الگوهای ثابت و پرتعداد است. نکته مهم در این میان تفاوت بازاریابی توجه‌محور با دیگر الگوهای جاری است. بازاریابی توجه‌محور بر روی سلیقه و المان‌های جلب‌کننده توجه مشتریانی تأکید دارد. بازاریاب‌ها با استفاده از این شیوه امکان تعامل هرچه بهتر با مخاطب هدف را پیدا می‌کنند. یکی از پیشفرض‌های اصلی در دنیای بازاریابی و تبلیغات محدودیت توجه کاربران به نکات مختلف است. این امر برای بسیاری از بازاریاب‌ها مشکلات بسیار زیادی به همراه داشته است بنابراین بازاریابی توجه‌محور در تلاش برای استفاده حداکثری از توان بازاریاب‌ها برای جلب نظر مخاطب هدف است.

بسیاری از کمپین‌های بازاریابی در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف به شیوه‌های تهاجمی است. این امر به معنای هدف‌گذاری برندها بر روی مخاطب هدف به منظور جلب نظر آنها با پیشنهاد مستقیم محصولات است. اگر کسب و کارها علاقه‌مند به استفاده از الگوی بازاریابی توجه‌محور باشند، باید مراجعه مستقیم به مشتریان را فراموش نمایند. این امر یکی از اصول اولیه بازاریابی توجه‌محور است بنابراین کسب و کارها باید بر روی نکات متفاوتی برای جلب نظر مخاطب هدف تمرکز داشته باشند. مهمترین مرحله در اینجا تلاش برای شناسایی مخاطب هدف است. بدون شناخت درست از مشتریان امکان تأثیرگذاری مناسب بر روی‌شان فراهم نخواهد شد.

اصطلاح بازاریابی توجه‌محور نخستین بار از سوی استیو جلی مطرح شد. هدف اصلی جلی بحث از شیوه‌های دیگر بازاریابی و تلاش برای ایجاد تنوع هرچه بیشتر در فرآیند فعالیت بازاریابی برندها بود. امروزه بسیاری از کسب و کارها دیگر به دنبال شیوه‌های تهاجمی برای جلب نظر مخاطب هدف نیستند. این امر شامل کاهش تعداد تبلیغات آزاردهنده در اینترنت می‌شود. با این حساب آشنایی با الگوی بازاریابی توجه‌محور برای هر کسب و کار علاقه‌مند به تغییر الگوی بازاریابی‌اش ضروری خواهد بود. در ادامه برخی از نکات و گام‌های مهم برای اجرای درست بازاریابی توجه‌محور را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. تمرکز بر روی ویژگی پلتفرم‌ها

یکی از راهکارهای جالب برای جلب نظر مخاطب هدف نمایش محتوای بازاریابی برندها به صورت عادی در شبکه‌های اجتماعی است. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به استفاده از شیوه‌های عجیبی می‌کنند. پرداخت هزینه برای نمایش تبلیغات در بخش‌های منحصر به فرد شبکه‌های اجتماعی شاید در نگاه نخست ایده بسیار جذابی باشد، اما در مدت زمانی اندک موجب بی‌توجهی کاربران خواهد شد. در عوض اگر کاربران محتوای بازاریابی را به طور کاملاً عادی دریافت کنند، تمایل بسیار بیشتری برای تعامل با برندها نشان خواهند داد. این امر نوعی بازاریابی معکوس محسوب می‌شود بنابراین در الگوی پیش روی تمرکز اصلی بر روی استفاده معکوس از شیوه‌های بازاریابی رایج است. شاید این امر در ابتدا برای بازاریاب‌ها بسیار دشوار باشد، اما در بلندمدت بدل به مزیت رقابتی کمپین‌های‌شان خواهد شد.

استفاده از داستان‌های جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف شیوه تازه‌ای نیست. داستان‌سرایی در عرصه کسب و کار و بازاریابی دارای قدمت بسیار زیادی است. اغلب رسانه‌ها نیز برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به بیان داستان‌های جذاب می‌کنند. درست به همین خاطر صنعت سینمای یکی از پرتعدادترین حوزه‌های زندگی مردم را شکل می‌دهد. بازاریاب‌ها برای تأثیرگذاری و جلب نظر مخاطب هدف باید نسبت به بیان داستان‌های جذاب حساسیت نشان دهند. در غیر این صورت شانس برای رقابت موثر و جلب نظر مخاطب هدف نخواهند داشت. امروزه برخی از برندها برای تعامل با مخاطب هدف اهداف بسیار دور و درازی را تدوین می‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست به برنامه بازاریابی برند شکل و نظم خاصی دهد، اما در عمل موجب ناتوانی برای تمرکز بر روی اهداف جاری خواهد شد بنابراین بهترین راهکار برای یک برند تمرکز بر روی اهداف جاری کسب و کار خواهد بود.

داستان یک برند باید دست‌کم تا بخشی ریشه در واقعیت داشته باشد. استفاده از سرگذشت برند برای داستان‌سرایی همیشه ایده جذابی بوده است. شیوه‌های داستان‌سرایی در طول سال‌های اخیر پیشرفت قابل ملاحظه‌ای داشته است. اکنون برندها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از ایده‌های متنوعی استفاده می‌کنند. شاید یکی از موفق‌ترین داستان‌های بازاریابی مربوط به برند نایک باشد. این برند با استفاده از شعار «فقط انجامش بده» توجه میلیون‌ها کاربر در سراسر دنیا را جلب کرده است. طراحی داستان‌های جذاب براساس داستان تعاملی برند نایک در طول دهه‌های اخیر بیانگر اهمیت ریشه واقعی دغدغه‌های بازاریابی هر برند است.

جلب توجه مخاطب هدف همیشه با المان‌های ساده و در عین حال مهم همراه خواهد داشت، با این حساب شخصی‌سازی محتوای بازاریابی برای مخاطب هدف امری متفاوت از تولید محتوای ساده و همراه با پیام روشن است. این امر حتی در برخی از موارد برندها را به سوی ایجاد چند حساب کاربری رسمی در شبکه‌های اجتماعی ترغیب می‌کند.

۲. استفاده از محتوای چندرسانه‌ای

استفاده از محتوای چندرسانه‌ای برای بازاریابی و تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ایده جالبی است. این امر در طول سال‌های اخیر به دلیل پیشرفت فنی کسب و کارها و بهبود توانایی‌شان برای تولید محتوا براساس سلیقه مخاطب هدف توسعه قابل ملاحظه‌ای داشته است. هدف اصلی در تولید محتوای چندرسانه‌ای استفاده از تمام ظرفیت‌های تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. اشتباه برخی از برندها تمرکز بر روی یک فرمت خاص برای بازاریابی است. این امر در طول سال‌های اخیر با تمرکز بیش از اندازه برندها بر روی فرمت ویدئو شکل گرفته است.

فرمت‌هایی نظیر گیف، پادکست و همچنین متن برای مخاطب هدف هنوز هم جذابیت دارد بنابراین باید نسبت به استفاده درست از آنها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده نماییم. در غیر این صورت احتمال ریزش مخاطب هدف برند افزایش می‌یابد.

وقتی کسب و کارهای بسیار زیادی در تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه بازاریابی ویدئویی هستند، توانایی جلب نظر هر برند به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت. بهترین راهکار در این میان تلاش برای استفاده از شیوه‌های متفاوت است. درست به همین خاطر در طول یک دهه اخیر تمایل برندهای بزرگ برای استفاده از فرمت‌های محتوایی مختلف در حوزه بازاریابی به شدت افزایش یافته است. گاهی اوقات برندها برای تأثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف اقدام به انتشار محتوای بازاریابی در قالب فرمت‌های مختلف می‌کنند. این امر به معنای انتشار یک محتوای خاص برای مخاطب هدف در قالب فرمت‌های صوتی، ویدئویی، متنی و تصویری است. مزیت اصلی این امر امکان تأثیرگذاری گسترده بر روی مخاطب هدف خواهد بود بنابراین دیگر نگرانی نسبت به وضعیت برندها در فرآیند تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین تمایل اندک کاربران به یک فرمت خاص مطرح نخواهد بود.

۴. تأکید بر بیان داستان

دارای هوش مصنوعی در عرصه بازاریابی است. بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطب هدف نیاز به راهکارهای عجیب و غریب ندارند. انتخاب یک ابزار بازاریابی مناسب امکان دسترسی به دامنه وسیعی از داده‌های کاربردی را فراهم خواهد کرد. این امر در فرآیند همکاری با بازاریاب‌ها و یا آژانس‌های معتبر نیز شکل می‌گیرد بنابراین در هر مرحله‌ای از بازاریابی توجه محور، در صورت نیاز، باید با مشاوران حرفه‌ای تعامل داشت.

۶. توجه به مزیت‌های بازاریابی مشترک

بازاریابی مشترک به فرآیند همکاری میان دو یا چند برند گفته می‌شود. این فرآیند با هدف تأثیرگذاری ویژه بر روی مخاطب هدف شکل می‌گیرد. بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطب هدف به تنهایی توانایی محدودی دارند. همین امر همکاری میان برندها را بدل به گزینه‌ای جذاب برای آنها می‌سازد. امروزه برخی از برندها در مسیر بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف اقدام به همکاری با برندهای دارای زمینه و زنجیره مشتریان واحد می‌کنند.

مهمترین مسئله در زمینه همکاری با دیگر برندها برای بازاریابی توجه به عدم رقابت مستقیم میان‌شان است. اگر دو برند دارای رقابت مستقیم با هم باشند، همکاری بازاریابی‌شان عجیب و دردسرساز خواهد بود. اگر کسب و کار شما در حوزه تولید لوازم خانگی مانند تلویزیون فعالیت دارد، همکاری با یک استودیو تولید فیلم یا انیمیشن ایده جذابی خواهد بود. دلیل این امر عدم رقابت مستقیم برندهای حاضر در حوزه موردنظر و امکان تمرکز بر روی منافع مشترک است.

متأسفانه بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطب هدف عجله بسیار زیادی دارند. این امر فرآیند همکاری با مخاطب هدف را بیش از اندازه دشوار خواهد ساخت. این امر شامل عجله برای همکاری یا حتی تولید محتوای بازاریابی است. اگر زمان کافی برای تولید محتوای بازاریابی را در نظر نگیریم، نتیجه بازاریابی برنتمان فاجعه بار خواهد بود.

یکی از ایده‌های مناسب برای بازاریابی با همکاری دیگر برندها مربوط به حوزه اینفلوئنسر مارکتینگ است. بدون تردید بسیاری از برندها در تلاش برای همکاری با اینفلوئنسرها هستند. این امر مزیت‌های قابل ملاحظه‌ای برای برندها دارد. یکی از مزیت‌های این تکنیک امکان جلب نظر مخاطب هدف با توجه به اعتماد بالای آنها به اینفلوئنسر‌هاست. اگر یک کسب و کار علاقه‌مند به همکاری با اینفلوئنسر‌هاست، باید نسبت به زمینه تخصصی افراد مدنظر توجه نشان دهد. یکی از اشتباهات رایج کسب و کارها همکاری با اینفلوئنسرها بدون تحقیق قبلی در مورد وضعیت فعالیت‌شان است. این امر همیشه همراه با مشکلات فراوانی خواهد بود. با این حساب هرچه مطالعه بیشتری در مورد گزینه‌های همکاری برنتمان داشته باشیم، در نهایت شانس بالاتری برای جلب نظر‌شان خواهیم داشت.

۷. طراحی سایت کاربردی

بسیاری از برندها در زمینه طراحی سایت مشکلات زیادی دارند. تجربه مشترک اغلب مشتریان مواجهه با سایت‌های غیر کاربردی برندهاست. این امر به تنهایی امکان شکست همه‌جانبه فعالیت بازاریابی برندها را به همراه دارد بنابراین هر کسب و کار باید پیش از تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه بازاریابی توجه‌محور نسبت به وضعیت سایت رسمی‌اش توجه نشان دهد. این امر برای هر کسب و کاری ضروری خواهد بود. در غیر این صورت در میانه مسیر بازاریابی مشکلات فراوانی برای هر برند ایجاد خواهد شد.

بازاریابی توجه‌محور هنوز در ابتدای مسیر قرار دارد بنابراین تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه‌های رایج در این حوزه امر جالبی خواهد بود. بسیاری از برندها استفاده از یک شیوه نوآورانه بازاریابی را نوعی ریسک تلقی می‌کنند. نکته مهم در این میان امکان یافتن مزیت‌های مشخص در پی استفاده از الگویی نوآورانه در حوزه بازاریابی است. اگر کسب و کار شما تمایل به استفاده از الگوی بازاریابی توجه‌محور دارد، توصیه‌های مورد بحث در این مقاله کمک شایانی به آن خواهد کرد.

منبع: blog.hubspot.com

ایده‌هایی برای برگزاری مراسم دورهمی آنلاین در حوزه کسب و کار



به قلم: ربیکا ریژریا تو کزنش بازاریابی در موسسه HubSpot
ترجمه: علی آل علی

برگزاری مراسم‌های آنلاین در طول سال‌های اخیر بدل به ترندی محبوب در میان کسب و کارهای مختلف شده است. بسیاری از برندها برای ایجاد تعامل و رابطه نزدیک با مشتریان، کارمندان و سهامداران اقدام به برگزاری چنین مراسم‌هایی می‌کنند. بدون تردید با وجود ویروس کرونا و تهدید شیوع آن امکان برگزاری جلسات و دورهمی‌های حضور در دنیای کسب و کار نیست بنابراین باید به دنبال راهکارهایی برای انتقال این مراسم‌ها به فضایی امن مدنظر داشته باشیم. بهترین راهکار برگزاری دورهمی‌ها به صورت آنلاین است. این امر مانع انتقال ویروس کرونا شده و ارتباط میان اعضای شرکت را نیز حفظ خواهد کرد.

اگر از طرفداران مجموعه‌های سریالی باشید، سریال کمدی «دفتر کار» یکی از گزینه‌های مورد علاقه‌تان خواهد بود. این سریال به طور کم‌دی به دغدغه‌های کارمندان در یک دفتر کار کوچک می‌پردازد. یکی از قسمت‌های مورد علاقه من در این سریال مربوط به برگزاری دورهمی دوستانه میان کارمندان است. بدون تردید برندهای بزرگ در طول دورهمی‌های کاری‌شان علاقه‌ای به تقلید از سریال‌های کم‌دی ندارند، اما نباید تمام طول جلسه را نیز به طور کاملاً جدی سپری کرد. برخی از برندها با همین استراتژی شانس‌شان برای تعامل بهتر با کارمندان، مشتریان و سهامداران را از دست می‌دهند. هدف اصلی در این مقاله آشنایی با گونه‌های دورهمی در محیط کار و مرور شیوه‌های اجرای آن است. در ادامه این بحث را در قالب ۷ ایده اساسی مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. سمینارهای کاربردی

وقتی از سمینار صحبت می‌کنیم، نخستین نکته وجه آموزشی‌اش است بنابراین مخاطب هدف باید نکات قابل ملاحظه‌ای را طی حضورش در سمینار دریافت کند. یکی از نکات مهم در این میان توجه به وجهه حرفه‌ای برگزاری سمینار در فضای آنلاین است. بدون شک جلب توجه مخاطب هدف به صورت حضوری کار ساده‌تری در مقایسه با فضای آنلاین است. این امر ضرورت جلب همکاری دیگران را مطرح می‌کند. سمینارهای آنلاین باید همیشه بر روی مخاطب هدف به عنوان شخصیتی فراتر از شنونده صرف حساب کنند. این امر موجب افزایش تمایل مخاطب برای حضور مداوم در سمینارهای برند و تعامل نزدیک با مهمان‌های اصلی می‌شود.

گاهی اوقات سمینارهای برند دارای ماهیتی بسیار حرفه‌ای است. این امر همکاری با برخی از مهمترین شخصیت‌های حوزه کسب و کار در طول چند روز پشت سر هم را مطرح می‌سازد. درست به همین خاطر باید نسبت به برگزاری مراسم‌های کاری به صورت متفاوت اقدام نماییم. در غیر این صورت سمینار برندگان نیز مانند بسیاری از سمینارهای دیگر مورد بی‌توجهی مخاطب هدف قرار می‌گیرد. برخی از برندها برای افزایش جذابیت سمینارهای‌شان اقدام به همکاری با دیگر برندها می‌کنند. این امر نقش مهمی در افزایش جذابیت سمینار برند خواهد داشت.

۲. ایجاد دورهمی‌های مخصوص اعضای تیم شرکت

دورهمی‌های تیمی، همانطور که از نام‌شان پیداست، برای ایجاد رابطه‌ای نزدیک میان اعضای تیم مشخصی از شرکت برگزار می‌شود. امروزه بسیاری از تیم‌های کاری به دلیل توسعه فرآیند دور کاری دیگر ارتباط سابق را با هم ندارند. این نکته شاید در نگاه نخست امر مهمی نباشد، اما در درازمدت مشکلات بسیار زیادی ایجاد خواهد کرد بنابراین کسب و کارها باید برای جلب نظر اعضای تیم شرکت و بهبود رابطه میان‌شان از چنین دورهمی‌هایی استفاده نمایند. دور کاری همیشه بهترین گزینه برای شرکت‌ها نیست. وقتی کارمندان دور از هم به فعالیت مشغول هستند، فرآیند همکاری بسیار سخت خواهد شد بنابراین باید بهبود رابطه میان

کارمندان در این شرایط را مدنظر قرار داد.

دورهمی‌های مربوط به یک تیم خاص برند نباید همیشه ماهیتی جدی داشته باشد. بسیاری از کارمندان در صورت ماهیت صرفاً جدی جلسه تمایلی برای حضور در آن نخواهند داشت. مهمترین نکته در این میان تلاش برای ایجاد فضایی صمیمی میان اعضای شرکت است. اگر این نکته به خوبی مدنظر مدیران ارشد برند و اعضای اصلی تیم قرار گیرد، امکان فعالیت بهینه در حوزه کسب و کار فراهم خواهد شد. برخی از کسب و کارها به طور مداوم این نکته را مورد بی‌توجهی قرار می‌دهند بنابراین وقتی با مشکل در زمینه اجرای همکاری با دیگران مواجه می‌شوند، تمام همکاران‌شان را مقصر قلمداد می‌کنند. دورهمی‌های مربوط به یک تیم کاری حتی اگر به طور کامل به شوخی و سرگرمی بگذرد، دست‌کم امکان بهبود رابطه میان اعضا را دارد. این امر نقش مهمی در ادامه مناسب فرآیند دور کاری از سوی اعضای شرکت خواهد داشت.

۳. جلسه ویژه برای ایجاد تیم جدید

تشکیل تیم‌های کاری برای بخش‌های مهم کسب و کار امر زمانبری است. بسیاری از شرکت‌ها در شرایط عادی جلسات متعددی برای تعیین نیاز به تیم‌های جدید در عرصه کسب و کار و همچنین انتخاب اعضای مناسب برای آن برگزار می‌کنند. نکته مهم در این میان شرایط کرونایی و دور کاری بسیاری از برندهاست بنابراین برگزاری یک جلسه آنلاین برای تصمیم‌گیری در مورد نیاز به تیم جدید کاری ضروری خواهد بود.

بدون تردید در چنین دورهمی‌هایی نیاز به حضور تمام اعضای شرکت نیست. مهمترین نکته دعوت از تمام مدیران ارشد شرکت و حضور به موقع در جلسه است. ماهیت رسمی چنین جلسه‌هایی امکان شوخی و سرگرمی را از بین می‌برد. یکی از گام‌های مناسب برای اجرای درست چنین برنامه‌ای اختصاص زمان مناسب به هر کدام از اعضا برای بیان نکات مدنظرشان است. در غیر این صورت علاقه برخی از مدیران برای ادامه حضور در چنین جلساتی به شدت کاهش خواهد یافت.

برخی از جلسات مربوط به ایجاد تیم امکان بیان نکات آموزشی را فراهم می‌سازد. به عنوان مثال، برگزاری یک جلسه برای بیان اهمیت سلامت روانی در محیط کار ایده مناسبی خواهد بود. چنین جلسه‌ای باید به طور کامل برای بیان دیدگاه‌های کاری هر کدام از مدیران ارشد شرکت اختصاص پیدا کند. سپس در این میان بیان برخی از نکات مربوط به سلامت روانی در محیط کار ضروری خواهد بود.

۴. بزرگداشت موفقیت برند

آیا کسب و کار شما به تازگی سود مناسبی کسب کرده است؟ شاید در یک رقابت جدی با برندهای دیگر موفقیت بزرگی را کسب کرده باشید. در این صورت باید مراسمی برای بزرگداشت موفقیت‌تان ترتیب دهید. این امر اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد. اگر این نکته در زمینه کسب و کار مورد توجه برندها قرار نداشته باشد، شمار بالایی از برندها با مشکل مواجه خواهند شد. روحیه اعضای شرکت پس از کسب موفقیت‌های بزرگ باید تقویت شود. این امر فقط با ارائه دستمزدهای بالاتر ممکن نیست بنابراین باید در عمل فکری برای تقویت روحیه اعضای شرکت کرد. در غیر این صورت امکان تکرار موفقیت‌های مشابه به شدت کاهش می‌یابد. بدون تردید در مراسم‌های آنلاین مربوط به بزرگداشت موفقیت برند نیازی به بیان نکات جدی نیست. مهمترین نکته در این میان حضور تمام اعضای شرکت و برگزاری یک مراسم جذاب برای همه است. این نکته امکان وقت‌گذرانی اعضای شرکت در کنار هم و تقویت روحیه را به همراه دارد. همچنین اگر یک یا دو روز مرخصی به اعضای شرکت داده شود، تاثیر مثبتی بر روی روحیه‌شان برجای خواهد گذاشت.

بسیاری از برندها پیش از شیوع ویروس کرونا نسبت به برگزاری مراسم‌های واقعی برای تیریک موفقیت برند اقدام می‌کردند. این امر در دنیای کنونی باید به صورت آنلاین برگزار شود. دعوت از برخی کم‌دین‌ها برای اجرای آنلاین یا بیان شوخی‌های مناسب با اعضای مختلف شرکت

ایده‌های مناسبی برای چنین مراسمی خواهد بود. بدون تردید هدف اصلی از اجرای چنین برنامه‌ای تقویت روحیه تمام اعضای شرکت است بنابراین نباید اهداف کاری و تخصصی در چنین فضایی بیان شود.

۵. دورهمی رونمایی از محصولات جدید

رونمایی از یک محصول یا پروژه‌ای تازه برای کسب و کارها دارای اهمیت است. این امر به طور معمول با برگزاری یک دورهمی آغاز می‌شود. اگر پروژه‌ای تازه یا محصولی جدید از سوی برند طراحی شده است، باید رونمایی از آن را امری مهم قلمداد کرد. در غیر این صورت انگیزه کافی در میان اعضای شرکت برای تلاش و کار سخت وجود نخواهد داشت. بسیاری از برندها در طول زمان اقدام به رونمایی حضور از محصولات‌شان می‌کردند، با این حال اکنون همه دورهمی‌ها و مراسم‌های برند باید در فضای آنلاین دنبال شود.

دعوت از مشتریان برای حضور در مراسم آنلاین رونمایی از محصول ضروری خواهد بود. اگر این نکته مورد توجه برند قرار نداشته باشد، شاید در نهایت فقط کارمندان شرکت در مراسم موردنظر حاضر شوند. این امر مشکلات بسیار زیادی از نظر افزایش جذابیت‌های کسب و کارها خواهد داشت. امروزه برندهای بزرگ برای رونمایی از محصولات تازه‌شان اقدام به برگزاری مراسم‌های جذاب می‌کنند. بهترین نمونه در این میان سونی و مایکروسافت هستند. این دو برند برای رونمایی از کنسول‌های نسل جدید بازی‌شان اقدام به برگزاری مراسم‌های آنلاین کردند. نکته جالب اینکه شمار بالایی از کاربران در مراسم آنلاین این دو برند حضور پیدا کردند. با این حساب در صورت بازاریابی مناسب برای مراسم برند امکان جلب نظر گسترده مخاطب هدف فراهم می‌شود.

وقتی یک برند رونمایی از محصولش را جدی تلقی نکند، انتظار توجه از سوی مشتریان بی‌معنا خواهد بود بنابراین هر برند باید برنامه مشخصی برای جلب نظر مخاطب هدف و تعامل نزدیک با وی داشته باشد. در غیر این صورت پس از مدت زمانی کوتاه جذابیتش برای مشتریان از بین خواهد رفت.

۶. دورهمی‌های خبریه

دورهمی‌های خبریه مربوط به برگزاری مراسمی برای جمع‌آوری هزینه به منظور اختصاص به کارهای عالمانه‌ای است. بسیاری از برندها در این میان همکاری بلندمدتی با موسسه‌های خبریه دارند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای بهبود جلوه و جایگاه برند در نگاه مشتریان دارد. وقتی یک برند در تلاش برای برگزاری دورهمی خبریه است، باید نسبت به حضور افراد مورد اعتماد مشتریان نیز اقدام نماید. در غیر این صورت شاید مشتریان نسبت به هدف اصلی برند برای جمع‌آوری پول تردید کنند. برگزاری برخی از مسابقات جذاب میان اعضای شرکت یا مشتریان یکی دیگر از راهکارهای مناسب برای گردآوری هزینه موردنیاز برای امور خبریه است. برخی از برندها در این میان به طور سالانه مراسمی را برگزار می‌کنند. بدون تردید امسال شرایط برای برگزاری مراسم حضور مساعد نیست بنابراین باید به صورت آنلاین مراسم خبریه برند را دنبال کرد. اگر کسب و کار شما هر سال مسابقاتی را ترتیب می‌داد، امکان تمرکز بر روی مسابقات آنلاین برای حفظ هیجان مراسم وجود دارد. نکته مهم در این میان توجه به وجهه خبریه فرآیند است. در غیر این صورت شانس برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باقی نخواهد ماند. شاید در برخی موارد همکاری با برخی برندها دارای اهداف مشترک با ما نیز ایده مناسبی باشد. این امر جذابیت مراسم کسب و کار را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

۷. مراسم قدردانی

مراسم‌های بزرگداشت برای قدردانی از برخی شخصیت‌های برجسته شرکت یا مشتریان برگزار می‌شود. بسیاری از برندها پس از دستیابی به اهداف مشخص اقدام به برگزاری چنین رویدادی می‌کنند. نکته مهم در این میان توجه به ذهنیت مشتریان از برند است. بدون تردید مشتریان

به طور مداوم نیاز به دریافت توجه از سوی برندها دارند. با این حساب هر چند وقت یک بار باید نسبت به قدردانی از آنها اقدام کرد. در غیر این صورت کسب و کارها شانس کمی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهند داشت.

توجه به انتظارات مشتریان از برند امر بسیار مهمی است. برخی از کسب و کارها در این میان مشکلات بسیار زیادی برای تعامل با مخاطب هدف دارند. دلیل این امر توجه مداوم به اهداف کاری و بی‌توجهی به نیازهای فزاینده مشتریان است. این امر همیشه مشکلات زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت.

برندهای موفق در برگزاری دورهمی‌های آنلاین مراسم بی‌نقص Airbnb

برند Airbnb همیشه به نوآوری در عرصه کسب و کار شهرت داشته است. این امر در طول سال‌های اخیر محبوبیت آنها در میان مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. بدون تردید شیوع ویروس کرونا بیش از همه برای برندهای فعال در زمینه سفر و گردشگری ضرر به همراه داشته است. برند Airbnb در این میان برای قدردانی از همکاری همکاران و مشتریان‌شان در طول دوران سخت کرونایی اقدام به برگزاری یک مراسم جذاب به صورت آنلاین کرد. ماهیت این مراسم بسیار ساده و روشن بود. هدف اصلی قدردانی از همکاران برند و مشتریان بود. شاید این امر برای هر کسب و کاری عجیب به نظر برسد، اما Airbnb به سادگی آن را ساماندهی کرد. دلیل این امر تلاش Airbnb برای رهایی از تاثیرات نامناسب کرونا و جلوگیری از فراموشی کسب و کارش از سوی مشتریان بود. اگر با دقت این فرآیند را مدنظر قرار دهیم، بازاریاب‌های Airbnb موفقیت قابل ملاحظه‌ای در جلب نظر مخاطب هدف داشته‌اند.

سمینارهای دیزنی

موسسه دیزنی یکی از شاخه‌های شرکت بزرگ دیزنی محسوب می‌شود. این موسسه برای بهبود کیفیت کاری تمام کسب و کارهای زیرشاخه دیزنی و همچنین افراد علاقه‌مند اقدام به برگزاری سمینار می‌کند. دوران کرونا یکی از شلوغ‌ترین برنامه‌های کاری این موسسه را شامل می‌شود. دلیل این امر تلاش برای انتقال تجربیات از سوی این تیم به دیگر کسب و کارها بود. بسیاری از برندها در نتیجه شرایط کرونایی با ضررهای هنگفت مواجه شدند. بدون تردید این امر برای هیچ کسب و کاری ساده نیست بنابراین بسیاری از برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به سوی یادگیری نکات تازه ترغیب شدند. دیزنی در این میان با برگزاری برخی از مراسم‌های تخصصی علاوه بر رفع نیاز زیرشاخه‌هایش اقدام به کسب سود مناسب از طریق شرکت دیگر برندها نیز کرد.

وبینارهای برند اسپیش

اسپیش یکی از برندهای فعال در زمینه توسعه نرم‌افزارهای برگزاری مراسم آنلاین است. بسیاری از برندهای بزرگ در سراسر دنیا اقدام به همکاری با این برند می‌کنند. دلیل این امر پشتیبانی حرفه‌ای و همچنین ایرادات اندک نرم‌افزار اسپیش است. اگر کسب و کار شما تمایل به برگزاری مراسم‌های آنلاین دارد، استفاده از خدمات این برند ضروری خواهد بود. یکی از نکات جالب در مورد اسپیش برگزاری وبینارهای تخصصی برای افزایش آگاهی برندها از نحوه برگزاری مراسم‌های آنلاین است. بدون تردید این وبینارها برای برندهای طرف قرارداد اسپیش رایگان است، اما سایر علاقه‌مندان برای هزینه عضویت را پرداخت نمایند. معنای این امر استفاده اسپیش از ایده موردنظر برای درآمدزایی در کنار خدمت‌رسانی به مشتریانش است.

امروزه برگزاری دورهمی‌های آنلاین پدیده رایجی محسوب می‌شود. برخی از کسب و کارها به طور مداوم در تلاش برای برگزاری مراسم‌های اینچنین هستند. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از ایده‌های مناسب در راستای برگزاری مراسم‌ها به صورت هرچه بهتر است.

منبع: blog.hubspot.com

یادداشت



افتتاح بیمارستان شهید سردار سلیمانی شهرقدس توسط رییس جمهور به صورت ویدئو کنفرانس



شهرقدس – محبوبه ابوالقاسمی: بیمارستان ۱۶۰ تختخوابی شهید سردار سلیمانی شهرقدس طی مراسمی با حضور ویدئوکنفرانسی رئیس جمهور، کودرزی معاون امنیتی و انتظامی استانداری تهران، کوهپایه رییس دانشگاه علوم پزشکی، امام جمعه، نماینده مجلس، فرماندار شهرستان قدس، فرماندار شهرستان شهریار، رییس و اعضای شورای شهرقدس افتتاح شد. بیمارستان تخصصی و فوق تخصصی شهید سردار سلیمانی شهرقدس در مساحت ۱۶۸۰۰ مترمربع احداث شده و مجهز به ۱۶۰ تخت بیمارستانی و بخش های مختلف درمانی می باشد. در آیین افتتاح بیمارستان ۱۶۰ تختخوابی شهید سردار سلیمانی شهرقدس، از طرف استانداری تهران و فرمانداری قدس، اعضای شورای اسلامی شهرقدس با اهدای لوحی به خاطر مشارکت و همکاری در احداث این بیمارستان مورد تقدیر قرار گرفتند. دکتر کوهپایه زاده در مراسم افتتاح بیمارستان شهرقدس، ضمن تقدیر و تشکر از عوامل احداث و بهره برداری از این بیمارستان، گفت: با بهره برداری از این بیمارستان مجهز، علاوه بر اینکه سرانه درمانی شهرقدس ارتقا خواهد یافت، اشتغالزایی خوبی نیز ایجاد خواهد شد، به طوری که ۷۰ درصد از کارکنان بیمارستان از نیروهای بومی شهرستان تشکیل یافته است.

در حاشیه همایش انقلاب اسلامی و حمایت از مستضعفین؛

مرکز نیکوکاری دانشگاه حضرت معصومه (س) افتتاح شد

قم – خبرنگار فرصت امروز: مرکز نیکوکاری دانشگاه حضرت معصومه (س) با هدف کمک به اقشار نیازمند با اولویت دانشجویان در دانشگاه حضرت معصومه (س) افتتاح شد. به گزارش روابط عمومی و امور بین الملل، مرکز نیکوکاری دانشگاه حضرت معصومه (س)، با حضور دکتر ابراهیم عبدی پور، رئیس دانشگاه، دکتر اکبر میرشکار، مدیر کل کمیته امداد امام خمینی (ره) استان قم و حجت الاسلام والمسلمین آشتیانی، معاون جامعه مدرسین حوزه علمیه افتتاح شد. در این مراسم حجت الاسلام والمسلمین محمدرضا آخوند زاده مسؤول نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه به عنوان رئیس مرکز و سیده فاطمه حسینی، مدیر امور فرهنگی و اجتماعی دانشگاه به عنوان جانشین رئیس مرکز معرفی شدند.



رتبه اول خراسان رضوی در اجرای طرح ملی اصلاح و بهینه سازی موتورخانه‌ها در کشور

مشهد- صابر ابراهیم بای: مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی با بیان این مطلب که تاکنون ۵۴۱ مشترک استانی در طرح ملی اصلاح و بهینه سازی رایگان موتورخانه‌واحدهای مسکونی و تجاری ثبت نام کردند گفت: خراسان رضوی دارای رتبه اول مشارکت مردمی در اجرای این طرح در کشور است. حسن افتخاری بااعلام این مطلب گفت: طرح ملی اصلاح و بهینه سازی رایگان موتورخانه واحدهای مسکونی و تجاری از ابتدای آبان ماه اسال آغاز شده و تاکنون ۵۲۵ مشترک استانی در این طرح ثبت نام کردند و با بیان این مطلب که مشترکین خلگی و تجاری دارای موتورخانه که مصرف گاز طبیعی آنها بیش از ۲۵۰۰مترمکعب در سال است مشمول این طرح می شوند افزود: مشمولین برای برخوربرداری از مزایایی این طرح باید به سایت شرکت ملی گاز ایران به نشانی TIGCIT مراجعه کرده و با وارد شدن به قسمت طرح بهینه سازی موتورخانه‌ها نسبت به ثبت شماره اشتراک خود اقدام کنند.افتخاری ادامه داد: شرکت گاز به ازای میانه‌گین هر مترمکعب مصرف دو سال قبل، تا سقف مبلغ ۸۰۰ تومان برای بهینه سازی موتورخانه متقاضیان هزینه خواهد کرد که این هزینه در سه اقدام تنظیم شعل، عایقکاری و نصب رسوب گیر منطاسیسی انجام می شود. وی گفت: شرکت‌های دارای تبه تأسیساتی از سازمان مدیریت و برنامه نیز می توانند با مراجعه به سایت شرکت ملی گاز ایران به‌عنوان مجری ثبت نام نموده و پس از انتخاب مشترکین واجد شرایط نسبت به عقد موافقت نامه با آنها اقدام کنند.مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی گفت: بااجرای طرح ملی اصلاح و بهینه‌سازی موتورخانه واحدهای مسکونی و تجاری، پیش بینی می شود بین ۱۰ تا ۱۵ درصد در مصرف گاز هر مشترک صرفه‌جویی شده که این مهم علاوه بر حفظ سرمایه ملی گاز طبیعی، موجب کاهش گازبهای شهروندان هم خواهد شد.



عرشیان مدیرعامل سازمان تاکسیرانی شهرداری قزوین:

تاکسیرانان قزوینی با رژه منظم و هماهنگ خودروبی فرا رسیدن چهلمین و دومین سالگرد پیروزی انقلاب را گرامی داشتند

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: اسماعیل عرشیان مدیرعامل سازمان تاکسیرانی از رژه خودروبی تاکسیرانان قزوینی به مناسبت فرا رسیدن چهل و دومین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی خبر داد. به گزارش روابط عمومی سازمان تاکسیرانی شهرداری قزوین، عرشیان افزود: با توجه به فرا رسیدن چهل و دومین سالگرد پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی، مراسم رژه ناوگان تاکسیرانی شهرداری قزوین با شکوه و نظم هر چه تمام تر برگزار شد و تاکسیرانان خدمت و زحمتکش با انجام این راهپیمایی خودروبی، دلچسنگی و وفاداری خود به آرمان های انقلاب اسلامی، امام راحل و مقام معظم رهبری را به نمایش درآوردند. وی ادامه داد: ۱۰۰ دستگاه تاکسی ناوگان تاکسیرانی شهرداری اندام: تاکسی های خطی، گردشی، آژانسی، تاکسی اینترنتی بادنسان و تاکسی بیسیم بانوان به طور هماهنگ و منظم از مقابل صدا و سیما به حرکت درآمدند و پس از طی مسیر تعیین شده از میدان سرداران، میدان سید حسن نصرالله، بلوار شهید لشکری، میدان شورا عازم مزار تپه نورالشهدا شدند.مدیرعامل سازمان تاکسیرانی یادآور شد: این تاکسی ها که به طور هماهنگ مزین به پرچم پرافتخار ایران و پوستر ویژه مراسم بودند، با حضور در تپه نورالشهدا چهل و دومین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی را گرامی داشتند.نکته بارز و مهم این راهپیمایی نظم و هماهنگی ویژه تاکسیرانان بود که این رژه را با شکوه خاصی برگزار کردند. عرشیان در خاتمه یادآور شد: در برگزاری این رژه، عوامل پلیس راهور، نیروی انتظامی، نیروهای اجرایی سازمان تاکسیرانی، بازرسان سازمان تاکسیرانی و تاکسیرانان زحمتکش همکاری نزدیکی با سازمان تاکسیرانی داشتند که جا دارد از زحمات یکپاک این عزیزان تشکر و قدردانی نمائیم.

کلنگ زنی ۷ سایت تلفن همراه اول در شهرستان مراوه تپه

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: ۷-سایت تلفن همراه اول در شهرستان مراوه تپه کلنگ زنی شد.با حضور دکتر آریانبور نماینده مردم مینودشت ، کلاله ، مراوه تپه و گالیکش در مجلس شورای اسلامی ، سایت های جدید تلفن همراه اول در شهرستان مراوه تپه کلنگ زنی و عملیات اجرایی آن آغاز شد. جرجلی خطیبی رئیس اداره مخابرات شهرستان مراوه تپه با اعلام این خبر که در این شهرستان بیش از ۲۵ هزار مشترک فعال همراه اول وجود دارد گفت : تعداد سایت های تقویت تلفن همراه ۳۲ سایت بوده که در راستای اجرای عملیات توسعه ارتباطات سیار در قالب طرح فاز ۸، تاکنون در ۴ سایت ارتقاء تکنولوژی از ۲G به ۳G و 4G انجام شده و عملیات ایجاد ۷ سایت جدید نیز به مناسبت دهه مبارک فجرکلنگ زنی و آغاز شده است.وی ضرب پوشش تلفن همراه اول در شهرستان مراوه تپه را بیش از ۷۰ درصد دانست و افزود با تأسیس سایتهای جدید افزایش چشمگیری در کیفیت ارتباطات سیار وضرب پوشش دهی بوجود آمده که موجب رضایتمندی مشترکان می شود.

در پست، موزه، مدرسه رشت برگزار گردید؛

تجلیل و قدردانی از خبرنگاران خبرگزاری ها و مطبوعات محلی و سراسری در افتتاحیه نخستین پست موزه مدرسه دنیا



رشت – خبرنگار فرصت امروز: مراسم تجلیل و قدردانی از خبرنگاران خبرگزاری ها و مطبوعات محلی و سراسری در افتتاحیه نخستین پست موزه مدرسه دنیا در عمارت تاریخی پست موزه مدرسه رشت برگزار گردید . به گزارش روابط عمومی پست استان گیلان امروز سه شنبه ۲۱ بهمن ماه ساللجاری از خبرنگاران خبرگزاری ها و مطبوعات محلی و سراسری در افتتاحیه نخستین پست موزه مدرسه مهدی فخریین سبجانی ، مدیرکل پست استان با اهداء لوح تقدیر و هدیه به رسم یادبود تجلیل شد. مهدی فخریین سبجانی با اشاره به نقش موثر خبرنگاران در پیشبرد اهداف این رویداد فرهنگی برای نخستین بار در دنیا افزود: تلاش و کوشش‌های دلسوزانه تمامی خبرنگاران را راج می‌نهم و همواره قدر دان زحمات آن‌ها هستم. وی در پایان گفت : در تلاش هستیم تا همه اشیاء و اقلام پستی و ارتباطی مربوط به استان گیلان در سالهای گذشته را جمع آور نموده و در این موزه نگهداری و به معرض نمایش عموم قرار دهیم. همچنین با راه اندازی مدرسه بنواینم گام های بلندی در جهت افزایش سطح آگاهی بخشی در حوزه های مختلف پستی و فناوری اطلاعات نیز برداریم .

اهواز – شبنم قجاند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان به صورت رسمی آغاز به فعالیت امور بهره برداری ناحیه ارجان این شرکت را در شهرستان بهبهان اعلام کرد.

محمود دشت بزرگ در آیین افتتاح و آغاز فعالیت ناحیه ارجان در بهبهان که با حضور محمد طلا مظلومی نماینده این شهرستان در مجلس و مسئولین محلی برگزار شد، با گرمیداشت ایام مبارک دهه فجر، بیان کرد: پیروزی انقلاب یک حرکت جهادی از حضور مردم و امام امت به عنوان استوانه انقلاب بوده و امروز ما نیز در سازمان ها و مسئولیت هایی که داریم باید این نوع نگرش جهادی را سرلوحه کار خود قرار دهیم. وی با اشاره به فرموده رهبر انقلاب که امور کشور و این نظام به سامان نمی رسد مگر مدیریت جهادی و اقدامات جهادی را سرلوحه کار خود قرار دهیم، افزود: به عنوان یک سازمان دولتی این رویه عملکرد جهادی را سرلوحه عمل خود قرار می دهیم کما اینکه تلاش کرده ایم در سنوات گذشته نیز آن را انجام بدهیم. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان تصریح کرد: در سازمان تلاش کرده ایم که هم اقدامات درون نگری را انجام دهیم و هم بحث های برون نگری را پیش ببریم. یکی از بحث های درون نگری که مربوط به ملاحظات سازمانی و بازنگری ساختارها است تصمیم به تشکیل امور بهره برداری ناحیه ارجان بوده است.

دشت بزرگ ادامه داد: در مطالعاتی که انجام دادیم به این نتیجه رسیدیم که ظرفیت هایی که در مجموعه حوزه سرزمینی بهبهان است ظرفیت بالایی دارد و می تواند یک استقلالی را در حوزه عملکرد در بخش بهره برداری شبکه انتقال و فوق توزیع ایجاد کند. لذا تصمیم گرفته شد که



ساختار امور بهره برداری ناحیه ارجان را تدوین و امروز در این مراسم شروع فعالیت آن را اعلام کنیم. وی اظهار داشت: پیش از ناحیه ارجان ۹ ناحیه در حوزه برق خوزستان فعالیت می کرد که با ملحق شدن امور بهره برداری ناحیه ارجان مجموع نواحی برق منطقه ای خوزستان ده ناحیه خواهد شد و شهرستان های بهبهان و لیلک در حوزه فعالیت ناحیه ارجان قرار می گیرد. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان با بیان اینکه ناحیه ارجان از ناحیه شرقی این شرکت که مرکزیت آن در امیدیه بوده جدا شده، عنوان کرد: ۱۳ پست انتقال و فوق توزیع



مدیرکل مدیریت بحران استانداری با اشاره به خشک شدن تالاب گاو خونی عنوان کرد: در حال حاضر ۹۶ درصد تالاب گاوخونی خشک شده است که این امر می تواند ریزگردهای موجود در تالاب را تا ۶ هزار کیلومتر مربع در هوا معلق کرده و ۶ استان همجوار را درگیر نماید.

مدیر کل بنادر و دریانوردی هرمزگان عنوان کرد:

هرمزگان مهمترین کانون ساخت و تعمیر انواع شناورها در کشور



و گفت: در سال جاری حدود ۲۰۸ فروند شناور به ناوگانهای مذکورالحاق شده که نسبت به سالهای گذشته از رشد قابل توجهی برخوردار است .



تومان در گیلان آغاز شده است . مدیر عامل توزیع برق گیلان افزود: درفاز اول اجرای این طرح ۱۰۰۰ کیلومتر شبکه فرسوده با صرف هزینه ۱۲۰میلیارد تومان به کابل خود نگهدار مجهز شد و در فاز دوم نیز ۱۰۰۰کیلومتر دیگر با اعتبار ۱۴۰میلیارد

رشت – خبرنگار فرصت امروز: طی آیینی ، عملیات اجرایی فاز دوم طرح تبدیل شبکه فرسوده مسی به کابل خودنگهدار با حضور جمعی از مسئولان در لوشان آغاز شد.

محمد اسماعیل هنرمند مدیر عامل توزیع نیروی برق گیلان در این آیین با اشاره به اجرای طرح های جهادی تبدیل کابل خودنگهدار وتاب آوری گفت: از آغاز سال جاری به منظور پایداری شبکه و تأمین انرژی برق مشترکین در سطح استان گیلان اجرای دو طرح جهادی تبدیل شبکه فرسوده مسی به کابل خودنگهدار و طرح تاب آوری در این استان اجرا شد. وی افزود: درفاز اول اجرای این طرح ۱۰۰۰ کیلومتر شبکه فرسوده با صرف هزینه ۱۲۰میلیارد تومان به کابل خود نگهدار مجهز شد و در فاز دوم نیز ۱۰۰۰کیلومتر دیگر با اعتبار ۱۴۰میلیارد

در حوزه ناحیه ارجان (۵۶ درصد) قرار می گیرد و تعداد پست های باقیمانده در ناحیه شرق ۱۰ پست خواهد بود. مجموع ظرفیت ترانسس های انتقال و فوق توزیع ارجان به بیش از ۱۲۰۰ مگاوات آمپر می رسد و ۵۸ درصد خطوط ناحیه شرق در ناحیه ارجان قرار می گیرد. دشت بزرگ افزود: پیک ناحیه ارجان در سال جاری ۳۰۵ مگاوات بوده و برای سال آینده با رشد مصرف برآورد شده به ۳۱۸ مگاوات خواهد رسید. نکته ای که در این زمینه وجود دارد مقایسه بین مصرف و ظرفیت منصوبه در بخش فوق توزیع این ناحیه است که عدد ۴۲ درصد را نشان می دهد که زیر ۵۰ درصد و یک رقم بسیار مناسب برای ناحیه است.

وی اعلام کرد: در موافقت نامه ای که با سازمان برنامه و بودجه تا افق ۱۴۰۴ کشور داریم بیش از ده هزار میلیارد تومان باید سرمایه گذاری در شبکه انتقال و فوق توزیع برق منطقه ای خوزستان انجام دهیم که از این میزان هزار میلیارد تومان آن برای ناحیه ارجان خواهد بود یعنی ده درصد از کل سرمایه گذاری برق منطقه ای خوزستان که پروژه های آن مشخص و برنامه ریزی شده است. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان اضافه کرد: مهم ترین پروژه ای که اکنون در این ناحیه در دست اجرا است و امیدواریم با بهبود وضعیت مالی به سرانجام برسد پست ۴۰۰ کیلو ولت ارجان در همه سطوح ولتاژی است که در حال اجرا است. کارهای بهینه سازی، سرویس و بهره برداری از تأسیسات موجود نیز در حال انجام است تا عبور موثقی از پیک ۱۴۰۰ داشته باشیم.

فرونشست سالانه ۱۵ تا ۲۰ سانتی متری دشت های استان اصفهان

شیشه فروش حجم سد زاینده رود را ۱۸۷ میلیون متر مکعب اعلام کرد و خاطرنشان ساخت: ذخیره سد زاینده رود نسبت به سال گذشته ۷ درصد کاهش داشته است، بنابراین به نظر می رسد وزارت نیرو با همراهی سازمان محیط زیست، احیای رودخانه زاینده رود را مانند احیای دریاچه ارومیه در دستور کار قرار دهند. در ادامه این نشست معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آبفا استان اصفهان گفت: برای تأمین آب شرب پایدار مردم در استان اصفهان راه اندازی خط اضطراری سامانه دوم آبرسانی اصفهان بزرگ ضروری است. وی اعلام کرد: با در مدار قرار گرفتن بخشی از سامانه اضطراری، امکان افزایش آبیگری از تصفیه خانه تا ۲۵۰ لیتر بر ثانیه فراهم گردیده است.

وی با اشاره به ضرورت راه اندازی خط اضطراری سامانه دوم آبرسانی اصفهان بزرگ اظهار داشت: با راه اندازی خط اضطراری سامانه دوم آبرسانی ۹۰۰ لیتر در ثانیه، در مجموع به آبرسانی در شبکه توزیع خانگی اضافه شده و امکان توزیع عادلانه آب مهیا می گردد.

به گفته محمدی کرجی ران شرایط دشوار اقتصادی متاثر از تحریم ها و شیوع ویروس کرونا نتوانست روند ساخت شناورها را باکندی مواجه نماید به گونه ای که از ابتدای سال جاری تاکنون ۲۵۵ مجوز ساخت شناور در استان صادر شده است.

وی ادامه داد: در حال حاضر ۱۲۰ فروند شناور ساخته و به اندازی شده و تعداد ۵۶۰ پروژه نیز در شناور سازنپها در دست اقدام است. محمدی کرجی ران خاطر نشان کرد: در مقام مقایسه با سال‌های گذشته، سال جهش تولید سالی پرکار برای شناور سازی های هرمزگان به شمار می رود. شایان ذکر است؛ استان هرمزگان با بهره‌مندی از ۶۰ کارگاه و کارخانه فعال مهمترین کانون تعمیر و ساخت انواع شناورهای چوبی، فایبر گلاس، فلزی و آلومینیومی در کشور قلمداد می شود.

اقدامی دیگر در راستای پایداری شبکه های توزیع برق؛ با حضور مدیر عامل توزیع نیروی برق گیلان در لوشان:

عملیات اجرایی فاز دوم طرح کابل خودنگهدار در لوشان آغاز شد

شده است. هنرمند با اشاره اقدامات انجام شده فاز اول اجرای طرح مذکور در شهرستان رودبار گفت :در فاز اول ۶۰ کیلومتر شبکه سیمی فرسوده که با صرف هزینه ۸ میلیارد تومان به کابل خودنگهدار تبدیل شده است بر اساس این گزارش نماینده مردم رودبار در مجلس شورای اسلامی در این آیین از تلاشهای انجام شده در امر خدمت رسانی به مردم قدردانی کرد و افزود : توزیع نیروی برق گیلان و شهرستان رودبار برای پایداری شبکه با اجرای طرح های جهادی در پایداری شبکه به موقع و خوب عمل کردند. مهرداد گودرزوند چگینی خاوستار تداوم روند خدمات رسانی به مردم و فراهم آوردن زیر ساخت لازم برای توسعه هرچه بیشتر شد. گفتنی است در این آیین شهردار و اعضای شورای اسلامی لوشان وجمعی از دیگر مقامات حضور داشتند

پیام سرپرست شرکت گاز مازندران بمناسبت فرا رسیدن جشن ۴۲ سالگی انقلاب اسلامی

های نیک همکاران شرکت ملی گاز که پرورش یافتگان و پیروان راستین مکتب پیش برنده و تحول خواه انقلاب اسلامی اند، شبکه گاز کشور به یکی از عظیم ترین و کارآمدترین شبکه های گاز انتقال دنیا ارتقا یافته و این انرژی پاک به منازل اغلب خانواده های ایرانی رسیده و رفاه، آرامش و آسایش را برای هموطنان به ارمغان آورده است.

لذا اینجانب در سالروز پیروزی شکوهمند ایران اسلامی ، ضمن تبریک ایام الله دهه مبارک فجر به رهبر عظیم‌الشان و ملت سرفراز ایران، توفیق خدمت برای تمامی کارگزاران نظام و آبادانی هرچه بیشتر این دیار را از درگاه خداوند متعال مسئلت می نمایم.



نفت نیز تحولات زیادی را تجربه کرده است. در پرتو اندیشه

چگونه ظرفیت خود را افزایش دهیم تا از زندگی، نهایت لذت را ببریم؟



نمی‌برد. شاید فقط نیاز به یک استراحت کوتاه داشته باشیم، با یکی از دوستان مان ناهار بخوریم و به یک ماساژ یک ساعته برویم.

جیم ران (Jim Rohn) می‌گوید:

یا تو روز را اداره می‌کنی یا روز تو را اداره می‌کند.

خود را به شخصه، توسعه و پرورش دهید

جیم ران می‌گوید:

میزان موفقیت شما، به ندرت از میزان پیشرفت شخصی شما فراتر می‌رود.

مسئله وقتی بحث موفقیت است، این نقل قول ممکن است یکی از واقعی‌ترین نقل قول‌هایی باشد که تا به حال شنیده‌ام. این به شما بستگی دارد که شخصا رشد کنید، پیشرفت کنید و به منظور ایجاد ظرفیت برای رسیدن به موفقیت بیشتر، تلاش کنید.

کارآفرینی و اشتغال، داروهای رشد شخصی است. امتیازی است که ما باید افزایش دهیم، چیزهای جدید دیگری یاد بگیریم، به جلو حرکت کنیم و در تمام این مدت، بهترین خود را پیدا کنیم. حالا مگر می‌شود که توسعه شخصی ما، همان ظرفیت ما در درون خودمان نباشد؟

ظرفیتی که برای رشد، به تغذیه دائمی نیاز دارد. به همین دلیل است که ما باید همیشه نه تنها مجموعه مهارت‌های خود، بلکه خودمان را توسعه دهیم. افکار، نگرش‌ها، توانایی استقامت، خلاقیت و نوآوری ما، همه و همه شامل آن می‌شود. راه‌های رشد ما نامحدود است و به همین دلیل هم باید به ایجاد یک ظرفیت نامحدود فکر کنیم.

چیزی که من از آن اطمینان دارم، این است که موفقیت، بی‌شک محدود نیست. چیزی که برای شما موجود است، محدود نیست اما برای دستیابی به موفقیت هرچه بیشتر، باید با توسعه شخصی همیشگی، ظرفیت و توانایی خود را برای مدیریت افزایش دهید. فکر کردن به اینکه چه محدودیت‌هایی مانع پیشرفت‌تان می‌شود و فکر کردن به ظرفیت و همچنین توانایی بی‌پایان افزایش ظرفیت برای هر چیزی، به شما کمک می‌کند تا نامحدود فکر کنید.

منبع: Addicted۲Success/ucan

کار کنیم. ما فکر می‌کنیم که برای پشت‌سر گذاشتن محدودیت‌ها، باید سر خود را شلوغ کنیم و به خودمان فشار بیاوریم.

با این حال، اگر وقت ندارید، چطور می‌توانید انتظار داشته باشید بیشتر از آنچه می‌خواهید، به دست آورید؟ چگونه با زمان کم، کار بیشتری انجام دهید؟ موفقیت بیشتر؟ وقتی به خودتان می‌گویید: «من زمان کافی ندارم»، دیگر وقت چه چیزهایی را ندارید؟ پول؟ مشتریان؟ زمان استراحت؟ این، یک طرز فکر نادر است، چراکه شما خودتان برای «بیشتر»، زمان زیادتری خالی نکرده‌اید. زمان محدود است اما ظرفیت شما نامحدود است.

انرژی خود را ذخیره کنید

انرژی شما، یک مخزن است. به همین دلیل هم برای رسیدن به موفقیت، باید از خودتان مراقبت کنید. مردم به دلیلی دچار فرسودگی می‌شوند، دلیلش هم این است که آنها به خودشان فراتر از ظرفیت‌شان فشار می‌آورند. مثلا تلاش برای کارآمدتر بودن در زمان کم یا جلوگیری از فرسودگی ناشی از استرس، همیشه جواب نیست. قطعاً کاهش استرس بسیار مهم است، اما اینجا همه روش‌های بیرونی است که ابتدا شرایط بیرونی را کنترل می‌کند. بهترین رویکرد، رویکردی درونی است.

به جای تلاش برای کاهش شرایط بیرونی که باعث فرسودگی می‌شود، بهتر نیست که ظرفیت خود را برای کارهایی که می‌توانید انجام دهید، افزایش دهید؟ این همان جایی است که مراقبت از خود، بسیار مهم می‌شود. به جای گودالی در ماسه که دارد پر می‌شود، ظرفیت انرژی خود را افزایش دهید. شما اول باید یک منبع کامل انرژی داشته باشید تا بتوانید آن را با چیزی از بیرون پر کنید.

کسب و کار داشتن، واقعا انرژی‌بر است. اصلا خود زندگی انرژی‌بر است. مخصوصا این روزها. اجازه ندهید از مخزن‌تان بیش از حد کم شود. انرژی و رفاه شما ظرفیتی است که هم پر می‌شود و هم قابل گسترش است. حالا این برای شما چگونه است؟ مرخصی؟ سرگرمی؟ دوچرخه‌سواری؟ راه رفتن لب ساحل؟ اگر به انرژی خود به عنوان یک ظرفیت نگاه کنید و اجازه ندهید که بیش از حد کم شود، دیگر پرانرژی شدن‌تان زیاد زمان

ثابتی وجود دارد، اما ظرفیتی که خودمان در آن محدودیت‌ها می‌سازیم و همچنین چگونگی پر کردن آن، نامحدود است.

آلبرت اینشتین (Albert Einstein) می‌گوید:

سعی کن به جای موفقیت، به دنبال ارزش باشی. دور و برت را ببین، ببین که چطور مردم می‌خواهند بیشتر از آنچه که می‌کارند، برداشت کنند. مری که به دنبال ارزش است، بیشتر از آنچه که دریافت می‌کند، می‌بخشد.

تلاش کنید تا حوصله‌تان سر برود

دقیقا مثل حفره در ماسه، شما باید فضایی بسازید تا بتوانید چیز دیگری جای بدهید. سخت‌تر کار کردن، کارآمدتر بودن و افزایش بهره‌وری، همیشه جواب نیست. شاید بهتر است خودتان را از برق بکشید، یعنی به جای تلاش برای به دست آوردن هرچه بیشتر، تلاش کنید تا از کارهای‌تان کم کنید، خودکار شوید و یک سری چیزها را از لیست‌تان حذف کنید. به جای اینکه سعی کنید ظرفیت خود را افزایش دهید، از شر یک سری چیزها خلاص شوید و فضای خود را کمی خالی کنید یا همان‌طور که خودم دوست دارم بگویم، تلاش کنید تا حوصله‌تان سر برود. چه می‌شود که از بیکاری، با انگشت‌ها و موهای خود بازی کنید؟ به این فکر کنید که اگر کارهای‌تان را محول کنید یا از شر چیزهایی خلاص شوید، زمان چه کارهایی را پیدا خواهید کرد.

بله، این کار شامل وظایف و برخی مشتریان‌تان نیز می‌شود. برای همین هم همیشه بهتر است که تنها با مشتریان ایده آل خود کار کنید، چرا؟ چون که همه ما می‌دانیم مشتریانی که تا کمر برای‌شان خم می‌شویم، بالا و پایین می‌پریم و انرژی زیادی می‌گذاریم، همیشه کمترین سود را دارند. از سوی دیگر، مشتریان ایده‌آل ما، برای ما مثل زنگ تفریحی هستند و ما را قادر می‌سازند تا بهترین عملکرد خود را نشان دهیم، سودمندترین مشاغل باشیم و برای مشتریان دیگر نیز زمان بگذاریم. از آنجایی که ما به شدت دنبال پیشبرد کارها هستیم، اغلب گرفتار تله‌های مشغولیت می‌شویم و از آنجایی که حتی با یک لحظه بیکار ماندن هم احساس راحتی نمی‌کنیم، سعی می‌کنیم بیشتر از زمان بهینه خود،

احتمالا قیلا هم این را شنیده‌اید؛ همه ما تعداد سال‌ها، روزها و ساعت‌های یکسانی داریم، اما به نظر می‌رسد که بعضی از مردم در همان زمان محدودی که همه داریم، کارهای بیشتری را به اتمام می‌رسانند. دیگران کتاب‌هایی درباره بهره‌وری می‌خوانند و سعی می‌کنند که از خودشان و تیم‌شان بیشتر کار بکشند. همه در تلاشند تا کارآمدتر شوند و در طول روز کار بیشتری انجام دهند. اما به چه قیمتی؟

به نظر می‌رسد که ما برای خود دیواری ساخته‌ایم و در یک چرخه ثابت از محدودیت‌ها و انتظارات‌مان گرفتار شده‌ایم. تقویم، ساعت، لیست کارهایی که باید انجام شود، مهلت‌ها، خواسته‌ها، انتظارات و برنامه‌ها. بعد هم سعی می‌کنیم برای کارآمدتر شدن، با تلاش هرچه بیشتر، این دیواری که خودمان ساختیم را خراب کنیم. با خودمان فکر می‌کنیم که داریم باهوش‌تر می‌شویم، اما در واقع، فقط سعی می‌کنیم در برنامه خود، کارهای بیشتری جای بدهیم. خب حالا اگر راه دیگری وجود داشته باشد چه؟

من از کودکی، هر تابستان برای تعطیلات با خانواده‌ام به یک دریاچه که با سواحل شنی احاطه شده بود می‌رفتم. یکی از کارهای مورد علاقه من با بیل، این بود که تا جایی که بیل پلاستیکی و دست‌ان کوچکم یاری می‌کرد، چند قدم دورتر از لبه آب، حفره‌ای عمیق در ماسه می‌کندم. بعد هم از لبه آب تا حفره کانالی می‌کندم و وقتی آب از آن کانال به درون گودالی که من حفر کردم می‌ریخت، آنجا می‌نشستم و آنقدر نگاهش می‌کردم تا گودال لبریز از آب شود. آن بازی ساده و بچگانه، علاوه بر ساعت‌ها سرگرمی، به من درس مهمی درباره ظرفیت یاد داد.

ببینید، زمان محدود است. تقویم ثابت است. لیست کارهایی که باید انجام دهیم هم تکمیل شده است، اما ظرفیت، تنها چیزی است که نامحدود است. برای نامحدود فکر کردن، باید به لحاظ ظرفیتی فکر کنیم. چیزی که فعالیت کودک‌کام به ما یاد می‌دهد، این است که وقتی یک فضایی می‌سازیم (که در بازی من یک گودال بود)، دیر یا زود پر می‌شود. بله، مطمئنا زمان محدود است و برای همه ما، روزها و ساعت‌های

