روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۲۸ بهمن
۱۳۹۹

Tue. 16 Feb 2021
۴ رجب ۱۴۴۲ - سال هفتم
شماره ۱۷۲۸- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال
www.forsatnet.ir

نگاه

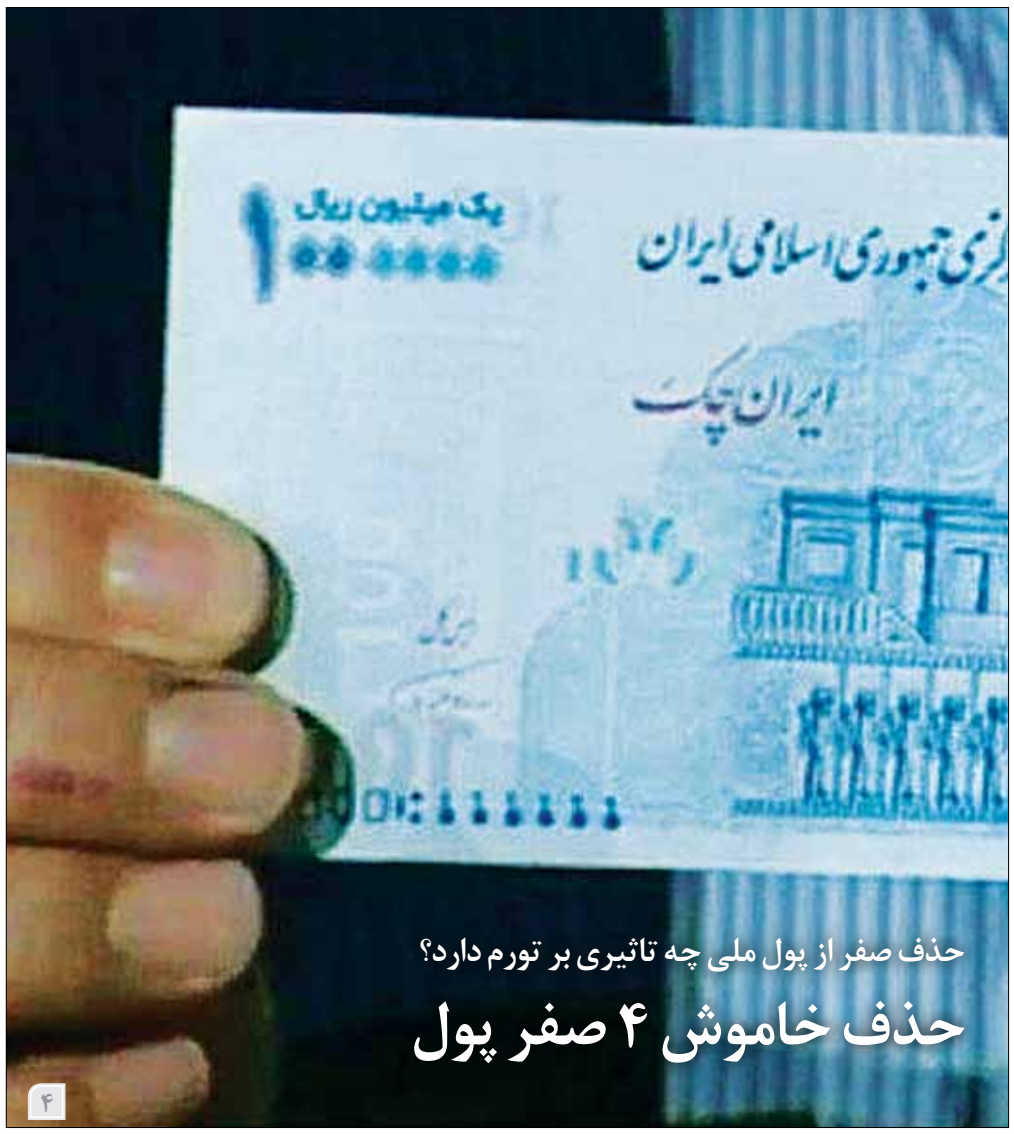
هر اقتصادی توان اداره جمعیت مشخصی را دارد

قانون آهنین جمعیت

جمعیت و تعداد نفرات یک جامعه، مسئله‌ای بود که توماس روبرت مالتوس از همان ابتدای پژوهش‌ها و نظریه‌پردازی‌هایش با آن درگیر بود و امروز که بیش از دو قرن از آن روزها می‌گذرد هنوز هم مالتوس را به نام نظریاتش درباره جمعیت می‌شناسند. اگر بخواهیم مسئله را خیلی ساده بیان کنیم، از نظر مالتوس در یک بازه معنادار منابع غذایی مردم طبق یک تصاعد حسابی رشد می‌کند، اما جمعیت براساس تصاعدی هندسی. همین امر باعث می‌شود که جمعیت از یک جایی به بعد از منابع موجود سبقت گرفته و اساسا یک جامعه توانایی تامین مازاد جمعیتش را نداشته باشد.

روبرت مالتوس در اوایل سال ۱۷۶۶ در انگلستان به دنیا آمد و در اواخر سال ۱۸۳۴ در همان کشور درگذشت. در سنین جوانی به آموزشگاه‌هایی در ناتینگهام شایر و سپس به آکادمی وارینگتون رفت، اما تنها یک..

۲



حذف صفر از پول ملی چه تاثیری بر تورم دارد؟

حذف خاموش ۴ صفر پول

۴

مصارف بودجه سال آینده ۸۵۴ هزار میلیارد تومان شد

حذف و اضافه در ۹ تبصره بودجه ۱۴۰۰

فرصت امروز: موعد حذف و اضافه بودجه فرا رسید و پس از آنکه دولت اصلاحیه ۷ برگی بودجه سال آینده را به مجلس ارائه داد احتمالا از امروز بودجه سال ۱۴۰۰ بار دیگر در دستور کار نمایندگان قرار می‌گیرد. بودجه سال آینده در آخرین ویرایش دولت با تغییراتی در منابع و مصارف همراه شده و در ۹ تبصره از ماده واحده بودجه تغییراتی داده شده است، هرچند بخش‌هایی نظیر ارز ۴۲۰۰ تومانی با هدف جلوگیری از شوک تورمی همچنان ثابت مانده است بنابراین نرخ ارز ترجیحی برای کالاهای اساسی همان ۴۲۰۰ تومان است و نرخ تسعیر ارز نیز تغییری نکرده و مثل گذشته ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان در نظر گرفته شده است. همچنین به دولت اجازه داده شده در شش ماهه نخست سال ۱۴۰۰ نرخ ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومان را به تدریج تعدیل کند. بر این اساس، بودجه ۱۴۰۰ از حیث منابع و...

۳

کرونا چگونه رفتار مصرف‌کننده ایرانی را تغییر داد؟

رفتارهای چهارگانه در بحران کرونا

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- ۱۰ باور غلط درباره انگیزه که جلوی موفقیت را می‌گیرند
- نخ تسبیح فعالیت‌های برندسازی کارفرما
- توسعه طرح لایو گروهی از سوی اینستاگرام
- استفاده کوکاکولا از پلاستیک بازیافتی برای بسته‌بندی
- تکنیک‌های تقویت روحیه تیم فروش برند
- تغییر در مدل کسب و کار چه زمانی و چرا اتفاق می‌افتد؟

۸ تا ۱۶

ایلان ماسک: از فروش دوج کوین توسط سرمایه‌گذاران اصلی پشتیبانی می‌کنم

کرونا چطور نظم جهانی را تغییر می‌دهد؟

دهکده جهانی در آزمون کرونا

فرصت امروز: این روزها شیوع نوع جهش‌یافته ویروس کرونا موسوم به کرونای انگلیسی بر نگرانی دولت‌ها دامن زده و همه چیز در محک آزمون دوباره قرار گرفته است. بحران کرونا باعث شده تا اقتصاد جهانی با بالاترین نرخ از زمان رکود بزرگ دهه ۱۹۳۰ تاکنون سقوط کند. مواجهه ناگهانی بشر با پاندمی کرونا شرایط تازه و غیرمنتظره‌ای را در حیطه‌های مختلف زندگی به وجود آورده و گمانه‌زنی‌های زیادی را درباره تغییر و تحولات احتمالی برانگیخته است. یکی از مهمترین دغدغه‌های تحلیلگران روابط بین‌الملل در این شرایط، چگونگی مختصات جهان پساکروناست. بسیاری معتقدند که شیوع کرونا باعث خواهد شد تا نظم جهان فعلی، کارایی خود را از دست داده و شاهد نظمی نوین باشیم، اما برخی دیگر می‌گویند این اتفاق‌ها آنقدرها بزرگ نیستند که بتوانند نظم جدیدی را جایگزین نظم کنونی کنند.

احتمال دور شدن دنیا از دیدگاه‌های جهانی‌سازی، ازجمله تغییراتی است که از ابتدای رکود اقتصادی ناشی از شیوع کرونا درباره آن صحبت شده است. حال که نزدیک به یک سال از وقوع همه‌گیری کووید-۱۹ گذشته است، این سؤال مطرح است که آینده جهانی‌سازی چگونه می‌شود؟ آیا باید منتظر مرگ جهانی‌سازی باشیم و یا اینکه سازوکار آن تغییر خواهد کرد؟ از گمانه‌زنی‌های دیگر دنیای پساکرونایی، حضور گسترده دولت‌ها در عرصه سیاست و اقتصاد است.

بسیاری از صاحبنظران با اشاره به لزوم دخالت دولت‌ها در کنترل بحران کرونا، این امر را مخالف بنیان‌های کاپیتالیسم می‌دانند و معتقدند آموزه‌های سرمایه‌داری در مصاف ویروس و اقتصاد پوست می‌اندازند. در این زمینه، نیکلای سیلایف، پژوهشگر مرکز مطالعات قفقاز و کارشناس مناقشات بین‌المللی در یادداشتی به چگونگی تغییر نظم جهانی با شیوع کرونا و تحولات دولت مدرن پرداخته است. در یادداشت او که در «دیپلمات» منتشر شده می‌خوانیم: «پاندمی کرونا از نگاه یک ناظر معاصر، پدیده‌ای جدید و غیرعادی به شمار می‌آید، اما اگر به این موضوع از زاویه تاریخ کلان بشر نگریسته شود، موضوعی کاملا عادی جلوه خواهد کرد. تاریخ بشر اصولا پر از اپیدمی‌ها و تأثیر آنها بر زندگی انسان‌هاست. هرچه که انسان پیشرفته‌تر شده، پیروزی بر اپیدمی‌ها هم به عنوان راهی برای شکوفایی و موفقیت دولت‌های مدرن تلقی شده‌اند. علت ارتباط اپیدمی با دولت مدرن را از دو جنبه باید بررسی کرد. اول اینکه علم در جهان مدرن به سرعت در حال پیشرفت است و انتظارات از بهره‌بردن دولت مدرن از دستاوردهای علم نیز دور از ذهن نیست. نکته دوم هم این است که دولت مدرن توانایی‌های زیادی در سازماندهی و برنامه‌ریزی دارد و بنابراین قاعدتا به اپیدمی‌ها نیز باید به عنوان چالشی مشابه چالش‌های نظامی یا بوروکراتیک نگاه کند و برای آن راه حل‌های منطقی و اجرایی داشته باشد و البته تیم‌های علمی را برای مقابله با آن بسیج کند. اتفاق مشابهی در گذشته و در دولت‌هایی که مثلا با اپیدمی طاعون مبارزه می‌کردند دیده شده است. در واقع، دشمن اپیدمی را می‌توان قابلیت سازماندهی و اجرای تدابیر تعیین‌شده دانست.

در چنین شرایطی دولت مدرن می‌تواند ناجی بشر در مقابله با یک پاندمی مثل کرونا باشد. هنری کیسینجر در بهاری که گذشت، به این نکته اشاره کرد که تصویر دولت مدرن را می‌توان با تصویر شهری مقایسه کرد که پشت یک دیوار قلعه‌مانند قرار دارد. در شرایطی مثل کرونا، توسل به راه‌هایی مثل همکاری‌های بین‌المللی بی‌فایده است، چون شهر درون قلعه است.

دولت مدرن یک سازمان همواره مشغول است که یا در حال جنگ است و یا دارد خودش را برای جنگ آماده می‌کند. در چنین شرایطی عجیب نیست اگر در شرایط پاندمی کرونا شاهد بزرگ‌شدن دولت‌ها و قدرت گرفتن آنها به شیوه‌های سنتی بشویم. این نوعی انتظار کشیدن و آماده‌شدن برای مناقشات بین‌المللی است که احتمالا از پس پاندمی کرونا نمود پیدا خواهند کرد.

از آنجا که کشورهای مختلف، مسئله کرونا را با شکل‌های مختلف و در درجات مختلفی کنترل کرده‌اند، سلسله‌بندی‌های جهانی موجود و همچنین توزیع قدرت و نفوذ در جهان براساس میزان موفقیت و عملکرد آنها در جریان بحران تغییر خواهد کرد. اینجاست که تصویر تاثیری که بحران کرونا بر روی مناقشات داخلی و خارجی گذاشته است بیشتر مشخص می‌شود. در این دوران، برخی از بحران‌ها ساکت و برخی دیگر شعله‌ور شدند. قدرت‌های قاهرتر متوجه شدند که بهترین فرصت را برای شکست دادن بازیگران ضعیف به دست آورده‌اند. از آن سو، بحران‌های کم‌اهمیت‌تر به فراموشی سپرده شدند چون به نظر می‌رسید که در میان بحران کرونا، درگیر شدن در آنها نمی‌ارزد. در این میان، اکثریت جمعیت جهان حس کرده‌اند که قدرت سخت کشورشان به معنای قدرت نظامی در شرایطی مثل بحران کرونا برای نجاتشان کافی نیست و بنابراین انتظارات از دولت‌های خود در زمینه تأمین خدمات بهداشت و درمان عمومی یا توسعه پایدار یا مقابله با گرمایش زمین را بالا برده‌اند. اینجاست که چندجانبه‌گرایی به عنوان یکی از ویژگی‌های جهان قرن بیست و یکمی زیر سؤال رفته است، چون بحران کرونا ثابت کرد که هر کشوری در مواجهه با یک مشکل بزرگ جهانی مثل کرونا همواره تنهاست و باید راه حل‌های خودش را داشته باشد. حتی در چنین شرایطی، راه حل‌های مشابه نمی‌توانند در کشورهای مختلف به نتایج خوبی منتهی شوند؛ چون ماهیت این قضیه با سایر مشکلات انسان مدرن تفاوت دارد.

در اصل آنچه که باعث شد ضربه‌زنندگی بحران کرونا خیلی زیاد باشد، ارتباط گسترده بین مردمان و کشورها در دوران مدرن بود که اقتصادهای آنها را نیز به شدت به هم مربوط کرده بود. این شرایط باعث شد هم دولت‌های کارآمد و هم دولت‌های ناکارآمد متحمل ضربه اقتصادی ناشی از بحران کرونا بشوند. معنایش این است که بازگشتن جهان به نظم پیش از بحران بسیار سخت و حتی نشدنی خواهد بود و استدلال‌آوردن برای تداوم دهکده جهانی هم دشوارتر شده است. در چنین شرایطی، ساده‌ترین موضوع‌ها به مسائل بحث‌برانگیز تبدیل می‌شوند. مسئله تجارت بین‌المللی فقط یکی از آنهاست. مثلا اینکه سیاست حمایت‌گرایانه داخلی (پروتکشنیسم) در بسیاری از دولت‌های جهان تقویت می‌شود اما از سوی دیگر، دولت‌ها به این نتیجه می‌رسند که برای درآمدزایی و رشد اقتصادی چاره‌ای جز تقویت صادرات یا سایر ملزومات تجارت جهانی ندارند. برخی از دولت‌ها حتی از این می‌ترسند که با سیاست‌های حمایت‌گرایانه داخلی عملا به بخش‌هایی از اقتصاد ملی خود آسیب بزنند.

در این بین، یک پاسخ واضح در واکنش به تمام پرسش‌های مربوط به دوران کرونا می‌توان ارائه داد: در این دوران هم مثل تمام دوران‌های قبلی، قوی‌ترین گونه نجات می‌یابد. این الگوی اثبات‌شده این بار هم اثبات خواهد شد. امکانش نیست که همه کشورها از بحران کرونا سربلند بیرون بیایند، اما بعضی‌ها سربلندتر خواهند بود.»

چرا پس از هر رکود اقتصادی ثروتمندان ثروتمندتر و فقرا فقیرتر می‌شوند؟

ویروس نابرابری

دوران رکود، دوران سختی است و بحران‌های مالی، زخم‌هایی برجا می‌گذارند که تا دهه‌ها ممکن است اثرشان باقی بماند، اما پاندمی‌های جهانی مثل کرونا باعث آشفتگی‌هایی از نوع دیگر می‌شوند. به گزارش «بلومبرگ»، بگذارید چند قرن به عقب برگردیم؛ زمانی که اروپا در قرون وسطی درگیر طاعون شد و جوامع اروپایی زیر و رو شدند، بیش از ۷۵ میلیون نفر جان خود را از دست دادند و زمین‌داران دیگر نیروی کار کافی در اختیار نداشتند تا آنها را به مزرعه بفرستند. رعیت‌ها بر اثر همین سختی‌ها درخواست دستمزد بیشتری کردند و از همان‌جا مالیات‌های سنگین و نامربوط، قوانین تنبیهی توسط کارفرماها و همینطور کار اجباری را به چالش کشیدند. این تقریبا خط پایانی بر فئودالیسم اروپایی بود. هرچند بحران کرونا اصلا از لحاظ ابعاد با بحران طاعون در آن زمان قابل مقایسه نیست، اما آنچه که توجه بیشتری را به خود جلب کرده، این است که چطور تجارت جهانی بر اثر شیوع کووید-۱۹ ناگهان متوقف شد! از آنجا که تبعات بلندمدت این ایستایی اقتصادی، بسیار پیچیده است بنابراین شاید بهتر باشد اوضاع کنونی را با بحران مالی سال ۲۰۰۸ مقایسه کنیم. در آن زمان، نابرابری به سطوحی غیرقابل باور رسید. نخبگان در ابتدا تصور کردند که ثروت خود را به سیاق دوران رکود سال ۱۹۲۹ از دست خواهند داد، اما بانک‌های مرکزی برای نجات آنها وارد عمل شدند، بازارها احیا شدند و سوپرثروتمندان دنیا یک دهه درخشان دیگر را پیش روی خود دیدند. از زمان وقوع بحران کرونا باز هم ثروتمندان قصد دارند که به همان شیوه قبلی عمل کنند و بقای خود را از این راه تأمین نمایند. آنها هم‌اکنون برای وام‌دهی به کسب و کارهای درمانده ابراز آمادگی می‌کنند و در آینده که اوضاع بهتر شد، پول بیشتری از بابت بازپرداخت آن به جیب می‌زنند. سوالی که اینجا مطرح می‌شود، آن است که آیا دوران پساکرونا هم مثل دوران بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۸ به نابرابری‌ها دامن خواهد زد؟ شواهد زیادی وجود دارد که این موضوع را تأیید می‌کند. به عنوان مثال، در کشوری نظیر آمریکا از یک سو شاهد افزایش شدید نرخ بیکاری هستیم و از سوی دیگر، بازار بورس این کشور روزهای خوبی را سپری می‌کند. همچنین برخی از میلیاردرهای آمریکایی در بحبوحه بحران کرونا، ثروت خود را به شدت افزایش داده‌اند، به طوری که جف بزوس، صاحب آمازون ظرف دو هفته در ماه آوریل توانست ۲۵ میلیارد دلار به ثروتش اضافه کند و سام والتون، بنیان‌گذار شرکت والمارت هم ۶ میلیارد دلار به ثروت خود افزود. این یعنی نشانه‌ها خیلی به سال ۲۰۰۸ میلادی شبیه است. البته تاریخ سورپرایزهای زیادی دارد و هیچ‌گاه نمی‌توان دو بحران را واقعا شبیه به هم دانست. یک تفاوت سال ۲۰۲۰ با سال ۲۰۰۸ این است که اوضاع بدتر است و تاکنون به واسطه بحران کرونا چنین انقباضی در اقتصاد جهانی رخ نداده بود. در این میان، یک نکته در زمان بحران‌های جهانی اهمیت دارد و آن هم سیاست‌های دولتی است. حالا که بیشتر از ۱۲ سال از بحران سال ۲۰۰۸ می‌گذرد، هنوز هم خیلی‌ها از بابت اینکه چطور بحران فقط به سود بانکداران و سرمایه‌داران تمام شد، ناراحت هستند و حس می‌کنند که مثلا در آمریکا، دولت نمی‌خواست هیچ کمکی به بازیگران کم‌اهمیت‌تر که از بحران ضربه خورده بودند، انجام دهد. در آن زمان، سیاسی‌کاری‌های فدرال رزرو آمریکا عملا به تشدید نابرابری ثروتی انجامید. نرخ بهره که پایین آورده شده بود تا تشویقی برای سرمایه‌گذاری باشد، عملا ارزش دارایی‌های ثروتمندان را بالاتر برد. همچنین احیای اقتصاد باعث شد تا سود شرکت‌ها با سرعتی بسیار بیشتر از رشد دستمزدها بالا برود. هر کس که در اواخر سال ۲۰۰۸ و اوایل سال ۲۰۰۹ سرمایه‌اش را به کار می‌انداخت، سود خوبی نصیبش می‌شد. از آن زمان تا اوایل امسال، ارزش سهام در آمریکا بیش از چهار برابر شد، اما در همان زمان، وضعیت برای طبقات متوسط و پایین به شدت فرق داشت. آنها داشتند با آشفتگی‌های بازار کار، ثابت‌ماندن دستمزدها و از همه بدتر، کاهش ارزش بزرگترین سرمایه‌شان یعنی خانه‌های‌شان دست و پنجه نرم می‌کردند. در فاصله سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۲ که اقتصاد آمریکا دوران احیای بعد از بحران را می‌گذراند، درآمدهای ۵۰ درصدِ پایینی جامعه آمریکا به میزان ۱٫۵ درصد کم شد، اما درآمد یک درصدِ بالای جامعه این کشور به میزان ۲۱ درصد رشد کرد. نکته دیگر هم این بود که در آن زمان هر کس که می‌خواست تازه وارد بازار کار شود، با دردسرهای زیادی مواجه بود و درآمدش هم در مقایسه با نسل قبل و بعد از خود کاملا پایین‌تر بود. اصولا اگر در زمان‌های عادی و غیربحرانی از کار بیکار شوید، دوران سختی خواهید داشت، اما اگر در زمان بحران و رکود بیکار شده باشید، احتمالش هست که هرگز به وضعیت کاری و مالی خوب برنگردید. یک علتش این است که حتی وقتی اقتصاد به مسیر احیا بیفتد، شما پولی برای سرمایه‌گذاری نخواهید داشت و کاهش فرصت‌های شغلی نیز شما را به پایین‌ترین رده در نردبان‌های شغلی خواهد فرستاد. این ساده‌ترین توضیح برای علل افزایش شکاف طبقاتی و نابرابری در زمان بحران است.

حال به بحران کرونا برگردیم. ده‌ها میلیون آمریکایی در جریان بحران کرونا تاکنون از کار بیکار شده‌اند که چند برابرِ نرخ بیکاری در زمان رکود بزرگ را به نمایش می‌گذارد. اگر این بیکاری‌ها دوباره روی بخش مسکن هم تأثیر بگذارد، آسیب اقتصادی آن بسیار بیشتر خواهد شد. مارک زندی، اقتصاددان مودیز آنالیتیکز تخمین زده که حدود ۱۵ میلیون خانوار آمریکایی قادر به پرداخت وام مسکن خود نخواهند بود، چون بیکار شده‌اند و یا شغل‌شان دچار رکود شده است.

حتی اگر هم اقتصاد آمریکا بتواند با سرعت خود را احیا کند که آن هم به دلیل بحران‌های جاری اجتماعی دیگر این کشور چندان محتمل نیست، شاهد شکاف‌های شدیدتر طبقاتی و افزایش شدید نابرابری خواهیم بود. این نابرابری می‌تواند به شکل‌های مختلفی دیده شود؛ مثلا بین آنها که کارشان را می‌توانند از خانه انجام دهند و آنها که باید حتما سر پست حاضر باشند. از سوی دیگر، بحران کرونا باعث تغییر جهت تکنولوژی شده است. عده زیادی مجبورند کار قبلی خود را که دیگر خواهان ندارد، کنار بگذارند و کار جدیدتری در حوزه تکنولوژیک انجام دهند. عده دیگری نیز از کار ثابت شرکتی بیکار شده و مجبورند به صورت پاره‌وقت کار کنند. نکته دیگر اینکه هرچه اقتصاد بر اثر بحران کرونا تغییر کند، احتمال آنکه صنایع بیشتری بروند و دیگر برنگردند، وجود خواهد داشت. اما حتی میلیونرها هم ممکن است ضربه‌ای جبران‌ناپذیر از بحران کرونا بخورند. البته میلیاردرها که سرمایه‌شان در حوزه‌های مختلفی پخش شده است، از بحران آسیب زیادی نمی‌بینند، اما میلیونرها که اکثر ثروت‌شان از سرمایه‌گذاری در رستوران‌ها، فروشگاه‌های خرده‌فروشی، ماشین‌فروشی و هتل‌ها به دست آمده است، از این بابت به شدت صدمه خورده‌اند. چنین گروه‌هایی به شدت به دنبال کمک‌های دولتی هستند تا کاهش سرمایه خود را جبران کنند. در جریان بحرانِ این دفعه نیز ظاهرا دولت‌ها تنها چاره‌ای که پیش روی خود دیده‌اند را قاپیده‌اند و آن هم ارائه کمک به شکل پول نقد به مردم بوده است. اما حالا سؤال این است که چه کسانی دقیقا کمک را دریافت می‌کنند؟ در جریان بحران مالی سال ۲۰۰۸ میلادی، دولت آمریکا عملا وال‌استریت را در اولویت قرار داد، در حالی که این بار کنگره آمریکا کمک مالی به کسب و کارهای کوچک و مردم عادی را تصویب کرد، اما در عین حال امتیازات فراوانی را نیز در اختیار شرکت‌های بزرگ گذاشت؛ آن هم در حالی که شرکت‌های بزرگ همواره راه‌های فراوانی از جمله اعلام ورشکستگی، رجوع به بازار سرمایه و گرفتن وام را پیش روی خود می‌بینند؛ در حالی که مردم عادی و کسب و کارهای کوچک اینطور نیستند. این یعنی که این بار هم عملا اوضاع شبیه به دوران پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸ خواهد شد و شکاف ثروتی رو به افزایش خواهد گذاشت. جالب اینجاست که حتی پیش از آغاز بحران کرونا هم بحث در مورد اینکه آیا شرکت‌های بزرگ و ثروتمند به اندازه کافی مالیات می‌دهند یا نه، مطرح بود. این بحث به خصوص در جریان کمپین‌های نامزدی برای حزب دموکرات مطرح شد. اکثر نامزدهای حزب دموکرات معتقد بودند که باید مالیات ثروتمندان را افزایش داد و راه‌های دررو مالیاتی را از لحاظ قانونی به روی آنها بست. برنی سندرز و الیزابت وارن حتی برنامه‌های مستقیمی برای مالیات‌گرفتن از میلیاردرها داشتند. وقتی بحران کرونا به اتمام برسد، بحث در این خصوص قطعا با شدت و حدت بیشتری ادامه پیدا خواهد کرد. اگر درخواست‌ها برای مالیات‌گیریِ بیشتر از طبقه ثروتمند آمریکا به نتیجه برسد، یادآور دوران جنگ‌های مختلف از جمله جنگ داخلی آمریکا و جنگ‌های جهانی خواهد بود؛ یعنی درست همان زمان‌هایی که قوانین اصلی مالیاتی آمریکا از جمله مالیات بر درآمد به تصویب رسید.

باشگاه اقتصاددانان

هر اقتصادی توان اداره جمعیت مشخصی را دارد

قانون آهنین جمعیت

جمعیت و تعداد نفرات یک جامعه، مسئله‌ای بود که توماس روبرت مالتوس از همان ابتدای پژوهش‌ها و نظریه‌پردازی‌هایش با آن درگیر بود و امروز که بیش از دو قرن از آن روزها می‌گذرد هنوز هم مالتوس را به نام نظریاتش درباره جمعیت می‌شناسند. اگر بخواهیم مسئله را خیلی ساده بیان کنیم، از نظر مالتوس در یک بازه معنادار منابع غذایی مردم طبق یک تصاعد حسابی رشد می‌کند، اما جمعیت براساس تصاعدی هندسی. همین امر باعث می‌شود که جمعیت از یک جایی به بعد از منابع موجود سبقت گرفته و اساسا یک جامعه توانایی تامین مازاد جمعیتش را نداشته باشد.

روبرت مالتوس در اوایل سال ۱۷۶۶ در انگلستان به دنیا آمد و در اواخر سال ۱۸۳۴ در همان کشور درگذشت. در سنین جوانی به آموزشگاه‌هایی در ناتینگهام شایر و سپس به آکادمی وارینگتون رفت، اما تنها یک سال پس از حضورش، این آکادمی تعطیل شد و او هم نزد گیلبرت وکفیلد رفت تا آموزش ببیند. سپس در سال ۱۷۸۴ به کالجی در کمبریج رفت و تحصیلات خود را در آنجا به بالاترین سطوح در زبان یونانی و لاتین و ریاضیات و اقتصاد رساند.

مالتوس زمانی که ۳۲ سال سن داشت ابتدا به صورت بی‌نام کتاب «جستاری در باب اصل جمعیت» را منتشر کرد، اما پس از آنکه نام نویسنده آن شناخته شد، به نوشتن ویراست‌هایی جدید از آن اقدام کرد. مالتوس در این اثر آینده‌ای مهیب برای مردم تصویر می‌کند زیرا جمعیت هر ۲۵ سال تقریبا دو برابر می‌شود، اما تولید غذا چنین نیست. این ناهمخوانی بین منابع و نیازها از نظر مالتوس منجر به قحطی، فقر و فلاکت می‌شود و به همین دلیل است که او راه حل موضوع را بیش از هر چیز دیگری کنترل جمعیت می‌داند. این اثر طی ۲۸ سال بارها و بارها بازبینی شد و در زمان خودش به عنوان اثرگذارترین نوشته اقتصادی شناخته می‌شد.

او در این کتاب با بررسی بریتانیا و قوانین مصوبه این منطقه در حوالی سال ۱۸۰۰، نسبت جمعیت و منابع را بررسی کرد. همانطور که گفته شد، از نظر او چیزی تحت عنوان «جمعیت مازاد» معنایی واقعی دارد و از رویکرد کلی او واضح است که به شدت تحت تاثیر داروین و آلفرد راسل والاس قرار داشته است. مسئله زمانی جالب می‌شود که به خودمان یادآور شویم مالتوس پیش از این دو نفر این نظریات را مطرح کرده و در واقع او بوده که منبع الهام داروین و والاس در تبیین نظریه «انتخاب طبیعی» بوده است.

مالتوس در بخش‌های عمده این اثر خود به قانونی اشاره می‌کند که امروزه همه ما آن را با نام «قانون آهنین جمعیت» می‌شناسیم. با افزایش جمعیت، جدای از کاهش منابع موجود برای همه، یک مشکل دیگر نیز پیش می‌آید و اتفاقا همین مشکل است که مالتوس را تا امروز به صورت اقتصاددانی زنده و مهم حفظ کرده است. در صورتی که جمعیت افزایش پیدا کند، بازار کار با عرضه مضاعف نیروی کار روبه‌رو می‌شود. زمانی که عرضه نیروی کار شدت گرفت، قیمت نیروی کار پایین آمده و در واقع دستمزدها کاهش پیدا می‌کنند. بنابراین از یک سو با کمبود منابع روبه‌رو هستیم و از سوی دیگر با کاهش دستمزدها. همین دو عامل باعث می‌شوند که در یک کشور قحطی و فقر ایجاد شود. مطمئن باشید اگر مالتوس امروز زنده بود و از او درباره مشکلات اقتصادی بسیاری از کشورهای موجود در جهان سوال پرسیده می‌شد، پاسخ او زیاد بودنِ جمعیت این کشورها بود.

البته مسئله زمانی جالب می‌شود که نقدهای کارل مارکس و فردریش انگلس را به مالتوس از نظر بگذرانیم. در حالی که مالتوس ادعا می‌کرد که جمعیت بر ابزار تولید فشار وارد کرده و مشکلاتی را در جامعه ایجاد می‌کند، مارکس و انگلس مدعی بودند که این ابزار تولید هستند که بر جمعیت فشار وارد می‌کنند. همانطور که انتظار می‌رود چهره‌هایی نظیر مارکس و انگلس مدعی بودند که در زمان وقوع چنین بحران‌هایی این نحوه کنترل و مدیریت و مالکیت ابزار تولید است که باید تغییر کند و گفتن اینکه «جمعیت زیاد است» نه تنها دردی را دوا نمی‌کند، بلکه اساسا نگاهی صحیح هم نیست.

در اینجا ابتدا باید دو نگاه به کلمه رانت توضیح داده شود. یک نگاه رانت را یکی از سودهای مبادلات اقتصادی می‌داند و نگاه دیگر سود را چیزی مازاد بر ارزش تولید دانسته و عمدتا آن را به مالکیت زمینی که در آن کارخانه‌ای راه‌اندازی شده یا منبعی طبیعی مستقر شده می‌داند. نگاه اول رانت را چیزی طبیعی و مثبت در اقتصاد قلمداد می‌کند و نگاه دوم آن را منفی و نزدیک به «مفت‌خوری». نگاه اول مربوط به مالتوس است و نگاه دوم مربوط به اقتصاددان معروف آن سال‌ها، دیوید ریکاردو.

این اختلاف نظر بین دو اقتصاددان معروف اروپا در آن سال‌ها به جدل و مباحثه‌ای مکاتبه‌ای بدل شد که در آن عده‌ای به سمت مالتوس گرایش پیدا کردند و عده‌ای هم به ریکاردو. برای مثال، جان استوارت میل بیشتر متمایل به ریکاردو بود و ویلیام بلیک بیشتر از مالتوس حمایت می‌کرد. پس از مرگ ریکاردو، عمده افراد مالتوس را بازنده آن مباحثات می‌دانستند و این موضوع منجر به منزوی شدن مالتوس شد، اما مسئله اصلی در روشن نبودن تعاریف پایه‌ای آنها بود. هر دوی این اقتصاددانان، آدام اسمیت را به عنوان پیشروی اصلی اقتصادی خود قبول داشتند و در بسیاری مبانی هم با یکدیگر همدل بودند، اما به نتیجه نرسیدن بحث‌های نسبتا طولانی‌شان بیشتر به این دلیل بود که تعاریف مبنایی منطبق برهمی نداشتند. البته این صورتبندی اخیرا در بین اقتصاددانان و پژوهشگران تاریخ اقتصاد رایج شده و امری نبود که در همان زمان واضح به نظر برسد. به هر صورت، مباحثه مشهور مالتوس-ریکاردو در واقع پیروزی قطعی نداشت، زیرا نظرات هر دو نفر در بسیاری موارد مشابه یکدیگر و در بسیاری دیگر موارد به ابهام کشیده می‌شد.

کرونا چگونه رفتار مصرف‌کننده ایرانی را تغییر داد؟

رفتارهای چهارگانه در بحران کرونا

فرصت امروز: واقعیت دنیای پیشین ما از حوالی ماه فوریه ۲۰۲۰ (بهمن ماه ۱۳۹۸) تغییر کرد. ویروسی کوچک و مهیب، دنیایی را که می‌شناختیم ناگهان درنوردید و آن را کاملا دگرگون کرد. سلامت ناگهان در درجه اول اهمیت در تمامی کشورهای درگیر ویروس کووید۱۹- قرار گرفت و خانه‌ها به سنگر شهروندان تبدیل شد. سپس با گذر از شوک اولیه کرونا، مسئله بازگشت به زندگی از طریق فضای مجازی مطرح شد؛ دانش‌آموزان، دانشجویان و کارمندان از طریق مانیتورها به کلاس‌های درس و محل‌های کار بازگشتند و حتی مشکلات سلامت نیز ترجیحا ابتدا از راه دور بررسی شد و بیمارستان‌ها در مرحله بعد و در صورت تجویز پزشکان، پذیرای بیماران شدند.

در همه این روزها و ماه‌ها نیز تکنولوژی به‌سان یک منجی وارد عمل شده و امکان برگزاری کلاس‌های آنلاین، ویدئوکنفرانس‌ها، دورکاری و خرید آنلاین مایحتاج روزمره را برای انسان‌های چپیده در پستوی خانه‌ها فراهم کرده است. هرچند کرونا، اولین بیماری اپیدمیک و واگیردار تاریخ نیست، اما شیوع آن در شروع سومین دهه از هزاره سوم میلادی و در عصر ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی، آن را به تجربه‌ای شگفت و بی‌بدیل در تاریخ بشری تبدیل کرده است. در تاریخ معاصر ایران نیز دست‌کم چند اپیدمی اتفاق افتاده است، اما مهمترین آن درست یکصد سال پیش در آستانه تحویل قرن با نام آنفلوآنزای اسپانیایی رخ داد، آنچه که از جانب مورخان ایرانی به نام «قحطی بزرگ» یاد می‌شود. حالا یکصد سال پس از آن اپیدمی و در آخرین سال قرن، شیوع کرونا بار دیگر به مصائب انسان ایرانی دامن زده است.

از شروع وبگردی تا پایان ویترین‌گردی سنتی

از دوازدهم دسامبر سال ۲۰۱۹ و مشاهده نخستین بیمار مبتلا، همه‌گیری کرونا به مهمترین عامل در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و کنش‌های اجتماعی تبدیل شده است. از ۳۱ دسامبر و اعلام رسمی همه‌گیری یک ذات‌الریه غیرمعمول، جهان با چالشی بی‌سابقه روبه‌رو شد که فناوری، آن را نسبت به بحران‌ها و همینطور پاندمی‌های گذشته متفاوت کرده است. زمانی که در سال ۲۰۰۳، ویروس سارس در چین همه‌گیر شد، بسیاری از مردم این کشور با هراس از بیرون رفتن، خرده‌فروشی‌های آنلاین را انتخاب کردند و به این ترتیب، سارس اثری ماندگار بر تغییر الگوی مصرف در سرزمین اژدهای زرد برجای گذاشت. حالا با همه‌گیری کرونا، تغییر الگوی مصرف و استقبال بیشتر از خرده‌فروشی‌ها و خدمات آنلاین، شتاب بیشتری گرفته است. سوال این است که مردم ایران در یک سالی که از شیوع کرونا می‌گذرد، چگونه رفتار کرده‌اند و آیا الگوی مصرف در ایران تغییر کرده است؟

بررسی‌ها نشان می‌دهد شهروندان ایرانی در جریان همه‌گیری کرونا، چهار نوع رفتار از خود نشان داده‌اند؛ نخست اینکه برخی افراد به ترس غیرعادی از بیماری کرونا دچار شده‌اند، منزل را ترک نکرده و به طور وسواس‌گونه‌ای نکات بهداشتی را رعایت می‌کنند. این افراد همچنین به شایعات در فضای مجازی و رسانه‌های نامعتبر توجه کرده و اضطراب ناشی از شیوع کرونا، عملکرد روزانه آنها را مختل کرده است.

دسته دوم برخلاف گروه اول، خطر ابتلا به بیماری را درک نکرده و با رویکرد تقدیرگرایانه با بیماری کرونا برخورد کرده‌اند. آنها خواست خداوند را دلیل بر ابتلا یا عدم ابتلا به بیماری می‌دانند. این افراد مسافرت می‌روند، فاصله اجتماعی مناسب را رعایت نمی‌کنند و با عدم توجه به نکات بهداشتی، آلودگی و بیماری را به خود و سایرین منتقل می‌کنند. دسته سوم نیز به طور منطقی با شرایط همه‌گیری کرونا برخورد کرده‌اند و خانه‌نشینی را فرصتی برای رشد فردی و یادگیری مهارت می‌دانند. نهایتا دسته چهارم به اقتضای شغل خود ناچار به حضور در محل کار هستند. این افراد خطر کرونا را نسبت به سایرین درک کرده‌اند و تلاش می‌کنند از خود و دیگران در برابر ویروس محافظت کنند، اما مثل دسته سوم، امکان ماندن در خانه را ندارند. همچنین با شیوع کرونا بخشی از مردم، کالاها را در خانه‌ها احتکار و انبار کرده‌اند. خرید انبوه از فروشگاه‌های زنجیره‌ای هم از دیگر رفتارهای مردم ایران در دوره همه‌گیری کروناست که البته در کشورهای دیگر هم دیده شده است، با این حال نمی‌توان شرایط ایران را در دوره همه‌گیری کرونا با دیگر کشورها یکسان دانست، چراکه ایران در سالی که گذشت، علاوه بر همه‌گیری کرونا با پیامدهای فشار حداکثری تحریم‌ها نیز دست و پنجه نرم کرده است.

تحلیل رفتار خرید مصرف‌کنندگان در بحران کرونا

در این میان، پژوهشگران تلاش کرده‌اند در یک بررسی رفتار مصرف‌کنندگان ایرانی در دوره همه‌گیری کرونا را تحلیل کنند. آنها دریافته‌اند در حوزه محصول، افزایش میل به خرید راحت و سریع از نظر تامین، افزایش میل به مصرف اقلام بهداشتی و غذایی، تغییر معیارها و اولویت‌های سخت‌گیرانه جدید، افزایش میل به ذخیره‌سازی احتیاطی اقلام بهداشتی، کاهش شدید ویترین‌گردی سنتی و میل به وبگردی، کاهش وفاداری مشتریان، کاهش شدید خریدهای آنی و ناگهانی، افزایش منابع دریافت و کسب اطلاعات پیش از خرید و افزایش گرایش به خرید محصولات با بسته‌بندی مدرن و کاهش میل به خرید از مراکز سنتی رخ داده است.

افزایش علاقه به خرید راحت و سریع از نظر تامین، علامتی برای کسب وکارهاست تا با بهره‌گیری از روش‌های مختلف توزیع مثل راه‌اندازی کسب وکار مجازی و آنلاین به نیاز مصرف‌کننده پاسخ دهند. همچنین افزایش حساسیت به رعایت استانداردهای بهداشتی، نکته دیگری برای بهبود خدمات‌دهی به مشتریان است. از نظر قیمتی نیز قیمت کالاهای ضروری در دوره همه‌گیری کرونا تغییر کرده اما میزان خرید آن کاهش نیافته است. در مقابل، قیمت کالاهای غیرضروری و لوکس افزایش یافته که ناشی از ابهام در شرایط پیش رو و کاهش درآمدهاست. افزایش حساسیت به ارزش کالا و ارزنده بودن محصول هم از جمله واکنش‌های مشتریان در همه‌گیری کرونا بوده است چراکه به تحلیل‌های دقیق‌تری از قیمت کالاها رسیده‌اند. همچنین در حوزه قیمت‌گذاری، برگزاری حراجی و تخفیف هم رونق داشته که پژوهشگران پیش‌بینی می‌کنند در آینده بیشتر شود.

به طور خلاصه، اقدامات پیشگیرانه و کنترل‌کننده بحران ویروس کرونا، منجر به بروز تغییراتی در رفتار خرید مصرف‌کنندگان شد. طبق یافته‌های یوسف محمدی‌فر و صبا امیری از دانشگاه رازی کرمانشاه، مدل پیش‌بینی وضعیت تقاضا برای کالاها یا خدمات پس از بحران کرونا به دو شاخص «ماهیت کالا یا خدمت» و «میزان تعامل انسانی در مبادله» و همچنین «سطح درآمد» مصرف‌کنندگان بستگی دارد. همچنین حذف کامل، به تأخیر انداختن خرید، جانشین‌سازی خرید و کاهش نسبی خرید، چهار دسته رفتاری است که مصرف‌کنندگان در زمان بحران کرونا اتخاذ می‌کنند و این مدل به متغیرهای مختلفی بستگی دارد. این مطالعه با عنوان «رویکردی میان رشته‌ای به رفتار خرید مصرف‌کنندگان در شرایط بحران: با تاکید بر بحران کووید-۱۹» تابستان امسال در نشریه مطالعات میان رشته‌ای علوم انسانی منتشر شد.

برگ برنده اقتصاد هند چطور به برگ بازنده آن تبدیل شد؟

کشتارجمعی کسب و کار

به اقتصادهای جهان نگاه کنید. چین از ویرانی‌های بحران کرونا با قدرت برخاسته و آمریکا، اروپا و ژاپن هر کدام تا حدی در احیای اقتصادهای خود موفق بوده‌اند، اما هند چنین وضعیتی ندارد. صدها میلیون کارگر و کاسب‌کار خرده‌پا که عامل مهمی در رشد اقتصادی هند بوده‌اند، هنوز از بحران کرونا سر بلند نکرده‌اند و اقتصاد هند نیز دارد همراه با آنها سقوط می‌کند.

به گزارش «نیویورک تایمز»، اقتصاد هند در سه ماهه منتهی به سپتامبر به اندازه ۷٫۵ درصد کوچک شد و این نشانه‌ای واضح از تعمیق شدیدترین رکود اقتصادی هند از سال ۱۹۹۶ تاکنون است. آمار جدید در واقع هند را به عنوان دارنده بدترین عملکرد در میان اقتصادهای بزرگ جهان معرفی می‌کند؛ آن هم در حالی که دولت این کشور تصور می‌کرد با اختصاص بسته‌های مالی می‌تواند هزاران کسب و کار کوچک را که از تعطیلی‌های اجباری دوران کرونا ضربه خورده بودند نجات بدهد. بر این اساس، دولت هند وعده داد که ۵۰ میلیارد دلار خرج کند؛ یعنی چیزی نزدیک به ۲درصد از تولید ناخالص داخلی هند، اما اوضاع بدتر از آنچه که تصور می‌شد پیش رفت و این تدابیر مالی برای نجات کارگران و کارآفرینان کفایت نکرد.

یکی از مهمترین عوامل این شرایط را باید به تعطیلی‌های اجباری ماه مارس نسبت داد که اقتصاد هند را با شوک شدیدی مواجه کرد و به خصوص کارگران روزمزد را به کلی از رده خارج کرد. ناگهانی‌بودن این تصمیم آنچنان شدید بود که میلیون‌ها کارگر حتی راهی برای بازگشت به روستاهای خود نیز در اختیار نداشتند چون سیستم حمل و نقل عمومی در این کشور نیز تعطیل شده بود. این تعطیلی‌ها باعث شد تا ۱۴۰ میلیون نفر شغل خود را از دست بدهند و عده بسیار زیاد دیگری نیز با کاهش دستمزد مواجه شوند. وقتی تعطیلی‌ها و محدودیت‌های کرونایی به پایان رسید، دیگر راهی برای بازگشت ۶ میلیون نفر به کار فراهم نبود.

براساس نظرسنجی‌ها، یک سوم از کسب و کارهای کوچک و متوسط در هند امیدی به نجات از وضع فعلی ندارند و معتقدند که نوعی کشتار جمعی کسب و کار در هند رخ داده است. این در حالی است که چهار پنجم از نیروی کار هند در همین کسب و کارهای کوچک و متوسط شاغل هستند. کارخانه‌های نساجی، دباغی‌ها، آجرپزی‌ها و کسب و کارهای مشابه در این راستا در اقتصاد هند اهمیت زیادی ایفا کرده‌اند.

تا همین چند سال پیش، هند با جمعیت یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون نفری‌اش یکی از پررشدترین اقتصادهای بزرگ جهان بود و رشدی بالای ۸درصدی داشت. البته برخی سیاست‌های دولت نارندرا مؤدی ازجمله حذف ناگهانی تعداد زیادی از اسکناس‌های رایج این کشور از چرخه پولی باعث برانگیخته‌شدن انتقادات زیادی شده بود و آهستگی موقتی رشد اقتصادی این کشور را نیز به همراه داشت. با این وجود، بسیاری از بازیگران عرصه جهانی، هند را جایگزینی مطلوب برای چین می‌دانستند و سرمایه‌گذاری‌های بزرگی در این کشور انجام دادند، اما آمار دوران کرونا ظاهرا تمام این آمال و آرزوها را نقش بر آب کرده است. این آمارها بیش از هر چیز نشان می‌دهد که کسب و کارهای کوچک به دلیل عدم دسترسی به منابعی که در اختیار شرکت‌های بزرگ است، هیچ راهی برای جبران مصایبی که در دوران کرونا بر آنها وارد شده است ندارند. از آن بدتر اینکه برخی از سیاست‌های جدیدتر مثل ممنوعیت فعالیت اپ‌های چینی در ماه‌های اخیر توسط دولت هند، وضعیت پیش‌بینی‌نشده‌تری را پیش روی برخی از شرکت‌های فعال در هند گذاشته است.

در همین میان، منتقدان می‌گویند سیاست‌هایی که دولت نارندرا مؤدی در سال‌های اخیر در هند با توجیه مبارزه با فساد، حمایت از صنایع داخلی و اصلاح قوانین دنبال کرده است نیز ضربات زیادی به اقتصاد این کشور زده و باعث شده است که رویکرد صنعتی هند معطوف به خودش شود و این مسئله هم روی رشد کلی اقتصاد این کشور تأثیر گذاشته است. این وضعیت حتما به آینده اقتصاد هند نیز تسری پیدا می‌کند. پریانکا کیشور، رئیس بخش آسیای جنوبی در آکسفورد اکانامیکز معتقد است که با گذشت زمان مشخص خواهد شد که هند در میان اقتصادهای بزرگ جهان بیشترین صدمه را از بحران کرونا خورده است و حتی ممکن است روزهای بدتری برای اقتصاد هند در راه باشد. شرکت‌های هندی در این دوران زیر بار بدهی‌های بسیار شدیدی رفته‌اند و ممکن است این وضعیت وخیم‌تر هم بشود. همچنین براساس پیش‌بینی‌ها احتمالش هست که رشد اقتصادی سالانه هند ظرف پنج سال آینده باز هم روند کاهشی داشته و به ۴٫۵ درصد برسد. این در حالی است که پیش از بروز بحران کرونا و به رغم برخی مشکلات اقتصادی موجود، پیش‌بینی شده بود که هند بتواند در سال‌های آینده رشد اقتصادی ۶٫۵ درصدی را ثبت کند. با این اوصاف باید منتظر ماند و دید که اقتصاد هند از پس بحران کرونا چطور از این وضعیت بیرون می‌آید و وضعیتش در قیاس با اقتصادهای بزرگ دیگر جهان چگونه خواهد شد.

مصارف بودجه سال آینده ۸۵۴ هزار میلیارد تومان شد

حذف و اضافه در ۹ تبصره بودجه ۱۴۰۰

فرصت امروز: موعد حذف و اضافه بودجه فرا رسید و پس از آنکه دولت اصلاحیه ۷ برگی بودجه سال آینده را به مجلس ارائه داد احتمالا از امروز بودجه سال ۱۴۰۰ بار دیگر در دستور کار نمایندگان قرار می‌گیرد. بودجه سال آینده در آخرین ویرایش دولت با تغییراتی در منابع و مصارف همراه شده و در ۹ تبصره از ماده واحده بودجه تغییراتی داده شده است، هرچند بخش‌هایی نظیر ارز ۴۲۰۰ تومانی با هدف جلوگیری از شوک تورمی همچنان ثابت مانده است بنابراین نرخ ارز ترجیحی برای کالاهای اساسی همان ۴۲۰۰ تومان است و نرخ تسعیر ارز نیز تغییری نکرده و مثل گذشته ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان در نظر گرفته شده است. همچنین به دولت اجازه داده شده در شش ماهه نخست سال ۱۴۰۰ نرخ ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومان را به تدریج تعدیل کند. بر این اساس، بودجه ۱۴۰۰ از حیث منابع و مصارف تقریبا به ۲۴۵۰ هزار میلیارد تومان (۲۴ میلیون و چهارصد و نود و نه هزار و پانصد و شصت و هشت میلیارد و هشتصد میلیون ریال) رسید. منابع عمومی بودجه نیز ۸۵۴ هزار میلیارد تومان و درآمد اختصاصی دستگاه‌ها نیز نزدیک به ۸۵ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شد. در ابتدا مصارف بودجه ۸۴۱ هزار میلیارد تومان بود که بعد از نامه رئیس جمهور به مجلس این رقم به ۸۵۵ هزار میلیارد تومان افزایش یافت، اما حالا با اصلاحات انجام‌شده این رقم حدود ۴۰۰ میلیارد تومان کاهش یافته و به ۸۵۴,۶ هزار میلیارد تومان تغییر کرده است.

کدام بخش‌های بودجه سال آینده تغییر کرد؟

دولت در حالی لایحه اصلاحی بودجه ۱۴۰۰ را روانه بهارستان کرده که شرایط کنونی کشور اجازه تغییر شاکله بودجه را نداده است. بر این اساس، بخش‌هایی مانند ارز ۴۲۰۰ تومانی کالاهای اساسی با هدف جلوگیری از شوک تورمی ثابت مانده، اما برخی از اعداد و ارقام اصلاح شده است. بودجه ۱۴۰۰ پس از رفت و برگشتی دو ماهه بین مجلس و دولت سرانجام با انجام اصلاحاتی از پاستور به بهارستان فرستاده شد تا از سوی نمایندگان مورد بحث و بررسی قرار گیرد. به گفته احمد امیرآبادی فراهانی عضو هیأت رئیسه مجلس، «لایحه اصلاحیه بودجه ۱۴۰۰ توسط دولت به مجلس تقدیم شده و این اصلاحیه روز سه‌شنبه در دستور کار نمایندگان قرار می‌گیرد.»

دولت در جلسه روز یکشنبه هیأت وزیران، اصلاح لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ را در دستور کار قرار داد و آن را به منظور تأمین نظر مجلس اصلاح کرد. دولت از زمان ارائه لایحه به مجلس همه تلاش خود را به کار بسته بود تا کمیسیون تلفیق بدون تغییر شاکله بودجه کلیات آن را تصویب کند. در نهایت کمیسیون مربوطه کلیات را تصویب کرد، اما بعدا در جریان بررسی دو ماهه خود شاکله بودجه را به هم زد. دولت به شدت به این کار معترض بود. در نهایت کلیات بودجه و تغییرات اعمالی کمیسیون تلفیق مورد قبول مجلس‌نشینان هم قرار نگرفت و رد شد. هرچند طبق قانون باید لایحه بودجه به کمیسیون تلفیق بازگردانده می‌شد، اما مجلس آن را به دولت فرستاد. سپس دولت با توجه به نزدیک شدن به پایان سال و در رویکردی تعاملی، بخش‌هایی از بودجه را طبق نظر نمایندگان اصلاح کرد و آن را روز دوشنبه به بهارستان ارسال کرد. حال سوال این است که چه بخش‌هایی از لایحه بودجه اصلاح شده است.

بررسی اصلاحیه بودجه دولت نشان می‌دهد که نرخ ارز ترجیحی برای کالاهای اساسی و نرخ تسعیر ارز تغییر نکرده است. مژگان خانلو، سخنگوی ستاد بودجه ۱۴۰۰ در این باره می‌گوید: «نرخ ارز ترجیحی برای کالاهای اساسی همان ۴۲۰۰ تومان است و نرخ تسعیر ارز نیز تغییری نکرده و مثل گذشته ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان در نظر گرفته شده است. در ضمن به دولت اجازه داده شده تا در شش ماهه اول سال ۱۴۰۰ نرخ ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومان را به تدریج تعدیل کند.»

عدم تغییر این ارقام از سوی دولت ناشی از حساسیت جامعه و اقتصاد به آن است. کمیسیون تلفیق در راستای تک نرخی کردن ارز قیمت آن را ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان تعیین کرده بود. بدون شک تصویب چنین نرخی به منزله وارد کردن شوک بزرگی به اقتصاد بوده و کمترین پیامد آن افزایش بیش از پیش نرخ تورم و رو به رو کردن جامعه با بحران گرانی است. پرواضح است که مردم دیگر توان تحمل گرانی بیشتر و کاهش دوباره ارزش پول ملی را ندارند. بنابراین هرچند تغییراتی در میزان منابع، مالیات و بازپرداخت اوراق اعمال شده، اما مقدار نفت صادراتی، نرخ ارز ترجیحی و نرخ تسعیر ارز ثابت مانده است.

منابع پیش‌بینی‌شده در لایحه بودجه ۱۴۰۰ از سوی دولت ۸۴۱ هزار میلیارد تومان بود و عنوان شده بود که این منابع نسبت به بودجه ۱۳۹۹ حدود ۴۷ درصد رشد داشت، اما پس از واگذاری به کمیسیون تلفیق این رقم پیشنهادی به ۱۱۲۰ هزار میلیارد تومان افزایش یافت. دولت این میزان بالابردن منابع را قبول نداشت و از همان ابتدا هم با آن مخالفت کرده بود. اکنون در لایحه اصلاحی حدود ۱۳ هزار میلیارد تومان به رقم پیشنهادی اولیه افزوده و به ۸۵۴ هزار میلیارد تومان رسانده است.

فروش نفت و درآمد مالیاتی در اصلاحیه بودجه

در مورد میزان نفت صادراتی نیز دولت ابتدا فروش ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار بشکه نفت را پیش‌بینی کرد، اما کمیسیون تلفیق آن را به یک میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه کاهش داد. نکته جالب این بود که درآمدهای ریالی حاصل از صادرات نفت و مشتقات نفتی از ۱۹۹ هزار میلیارد تومان به ۲۳۰ هزار میلیارد تومان افزایش یافت. آنچه رئیس جمهوری آن را یک چشم‌بندی عجیب نامید. در هر حال، میزان صادرات نفت در اصلاحیه بودجه تغییری نکرده است. دولت چشم‌انداز آینده روابط خارجی کشور را مثبت می‌بیند و با برداشته شدن تحریم‌ها امکان صادرات بیش از ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار بشکه در روز هم وجود دارد. از آنجایی که دولت سیاست‌گذار و مجری اصلی حوزه نفت است به نظر می‌رسد از تحقق اهداف صادراتی در لایحه بودجه اطمینان دارد و بهتر آن است که نمایندگان مجلس نیز به دولت اعتماد کنند. حتی اگر مقداری کمتر از رقم پیش‌بینی‌شده صادر شود اتفاق خاصی نخواهد افتاد. بودجه یعنی پیش‌بینی درآمد و هزینه؛ اگر درآمد کاهش یافت و مطابق با پیش‌بینی‌ها نشد از هزینه‌ها هم می‌توان کم کرد. چنانچه، طبق اطلاعات موجود دولت در لایحه اصلاحی پیشنهاد داده که ۱۰ هزار میلیارد تومان از بازپرداخت اوراق و ۳۰ هزار میلیارد تومان نیز از اعتبارات هزینه‌ای کم شود.

یکی دیگر از موارد محل اختلاف دولت و مجلس، میزان درآمدهای مالیاتی است. کمیسیون تلفیق در این بخش ورود کرده و ۱۲۸ هزار میلیارد تومان بر درآمدهای مالیاتی افزوده بود. دولت اما با این مقدار افزایش مالیات مخالف بود زیرا معتقد بود که با توجه به تحریم‌ها و شیوع کرونا، شرایط اقتصادی برای افزایش مالیات مهیا نیست و در عوض باید روی بستن راه‌های فرار مالیاتی جهت بیشتر شدن درآمدهای این بخش تمرکز کرد. به همین خاطر دولت رقم ۱۲۸ هزار میلیارد تومان کمیسیون تلفیق را رد و با افزایش ۲۵ هزار میلیارد تومانی درآمدهای مالیاتی موافقت کرده است. در مقابل به همان اندازه از اوراق کسر شده است.

سهم زمین در قیمت‌گذاری مسکن چقدر است؟

بازار مسکن در فاز انتظار

بازار مسکن از نیمه پاییز تقریبا روزهای آرام‌تری را نسبت به بهار و تابستان امسال سپری کرده و این شرایط در روزهای پایانی بهمن ماه در حالی ادامه دارد که این بازار در فاز انتظار قرار گرفته است؛ انتظاری که از یک سو ریزش قیمت‌ها را در بازار متوقف کرده و از سوی دیگر، آینده این بازار را با ابهامی جدی مواجه ساخته است. بازار مسکن همچنین کماکان تحت تاثیر بازارهای موازی حرکت می‌کند و نمی‌توان تاثیر شدید تورم بر این بازار را انکار کرد.

در این زمینه، مهدی سلطان محمدی، کارشناس بازار مسکن به خبرآنلاین می‌گوید: برخی معتقدند این بانک‌ها هستند که قیمت مسکن را در کشور تحت تاثیر قرار می‌دهند. این در حالی است که سرمایه‌گذاری در بخش مسکن برای بانک‌ها جذابیت خاصی ندارد. ورود بازار بانک‌ها به بازار مسکن اصلا تصور درستی نیست زیرا بانک‌ها از حضور در این بازار نفعی نمی‌برند، اما به طور کلی می‌توانیم با توجه به آمار و ارقام به این نکته اشاره کنیم که سرمایه‌گذاری بانک‌ها بر روی املاک تجاری و اداری قابل توجه است و اکنون این واحدها در کشور به صورت مازاد وجود دارد. به عبارت دیگر حجم سرمایه‌گذاری‌ها چنان بوده است که ما در زمینه واحدهای تجاری با مازاد عرضه در کشور مواجه هستیم و اکنون این‌گونه املاک مشتری ندارند.

این کارشناس حوزه مسکن درباره انتظار خریداران برای کاهش شدید قیمت مسکن همزمان با تعدیل نرخ ارز از نیمه پاییز می‌افزاید: همان انتظاری که داشتیم در حال رخ دادن است و انتظارات برخی افراد مبنی بر کاهش و سقوط نرخ واقع‌بینانه نبود و همچنین افزایش نرخ‌ها در ۳ سال گذشته نیز قابل تداوم نبود بنابراین انتظار ما بر این است که بازار در آینده با نوسانات متعادل در دوره نسبتا آرام‌تری همراه باشد.

به گفته وی، اینکه قیمت‌ها در بازار مسکن چقدر افزایش می‌یابد تا اندازه زیادی بستگی به تورم دارد. در چند هفته گذشته با توجه به اینکه قیمت مصالح ساختمانی نظیر فولاد و سیمان تا حدودی افزایش یافت؛ باعث شد تا انتظارات فروشنده‌ها در جهت بالابردن قیمت فروش تغییر یابد. در عین حال وضعیت بازار به نحوی است که انتظار نوسان قابل ملاحظه به سمت بالا یا پایین را نداریم بلکه انتظار داریم که قیمت‌ها همگام با تورم حرکت کند. بنابراین انتظار می‌رود، سال آینده قیمت مسکن در جهت کمتر از نرخ تورم حرکت کند. البته باید دید میزان تورم چقدر خواهد بود تا براساس آن بتوان به شکل دقیق شرایط را ارزیابی کرد.

او با اشاره به تورم‌های دو رقمی و تاثیر آن بر بازار مسکن می‌گوید: اگر تورم‌های ۴۰ یا ۵۰ درصدی و بالا داشته باشیم در حقیقت به دلیل اینکه قیمت نهاده‌های ساختمانی را افزایش می‌دهد، قیمت مسکن را افزایش خواهد داد البته این مسئله در اصل کاهش ارزش پول است و اسم آن را نمی‌توان افزایش قیمت مسکن گذاشت. اگر بتوان تورم را کنترل کرد و در سال ۱۴۰۰ سیاست‌گذاری‌های درستی در مورد کنترل نرخ تورم انجام شود، می‌توان انتظار داشت شاهد آرامش بیشتری در یکی دو سال آتی در بازار ملک باشیم.

سلطان محمدی همچنین درباره اظهارات محمود محمودزاده، معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی مبنی بر سود بالای سازندگان در بازار مسکن می‌گوید: در شهرهای بزرگ مانند تهران حدود دو سوم قیمت مسکن را زمین، عوارض شهرداری و تراکم تشکیل می‌دهد بنابراین حتی اگر بتوان با اعداد پایین‌تری هزینه را انجام داد، باید گفت قیمت تمام شده با توجه به سهم زیاد قیمت زمین، پایین‌تر نخواهد آمد. اکنون اگر سازنده‌ای سازه خود را تکمیل کرده و بفروشد، جایگزین کردن زمین قبلی برای وی دشوار خواهد بود. مشکل اصلی در زمینه افزایش قیمت مسکن در سال‌های اخیر علاوه بر تورم، قیمت نهاده‌های ساختمانی نظیر مصالح، دستمزدها و از آنها مهمتر افزایش قیمت زمین بوده است که به دلیل کمبود زمین این مسئله به وجود آمده و برای جبران این موضوع وزارت راه و شهرسازی بهتر است واقعیت بازار را انکار نکرده و آن را بپذیرد و در عین حال تلاش کند تا بتواند قیمت زمین را ارزان‌تر کند.

به اعتقاد این کارشناس مسکن، وزارت راه و شهرسازی باید آماده‌سازی‌های بیشتری انجام دهد و زمین‌های بیشتری عرضه کند تا بتواند مانع افزایش قیمت زمین شود بنابراین وزارت راه و شهرسازی باید نسبت به عرضه زمین‌های بهتر و بیشتر اقدام کند که طبیعتا این مسئله در شهرهای بزرگ امکانپذیر نیست و در حومه شهرها باید این کار را انجام دهد. البته حومه شهرها را باید توسط شریان‌های ارتباطی نظیر اتوبان‌ها و توسعه خطوط ریلی به مرکز وصل کرده و زیرساخت‌های مناسبی برای این محدوده‌ها در نظر گرفته و اجرایی کنند؛ این موارد جزو وظایف مهم و اصلی این وزارتخانه است.

او به کاهش نرخ مسکن در سایه کنترل نرخ تورم اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: همانطور که گفته شد، بخش عمده افزایش قیمت مسکن در شهرهای بزرگ ناشی از بالارفتن قیمت زمین است و همچنین بخشی از این افزایش نرخ‌ها ناشی از بالارفتن قیمت نهاده‌های ساختمانی و تورم است بنابراین اگر تورم ادامه داشته باشد، هزینه‌های ساخت مسکن ادامه خواهد یافت و سبب فشار بر نرخ‌ها در بازار مسکن خواهد بود و قیمت‌ها را به سمت بالا حرکت می‌دهد اما اگر بتوان تورم را کنترل کرد، مشکلات این بخش حل خواهد شد.

سلطان محمدی در پایان درباره جاذبه بازار مسکن برای دلالان می‌گوید: بازار مسکن برای دلالان بازاری پرجاذبه است. در این بازار افزایش قیمت‌ها بالاتر از میزان تورم است. در طول دو سال گذشته بازارهای دارایی سرمایه‌ای مانند دلار، بورس، خودرو و مسکن در کانون توجه بود و دلالان به سمت این بازارها آمدند و سعی کردند از این فرصت بهره‌مند شوند، اما باتوجه به آرامش نسبی بازارها، انتظار کسب سود در حال تعدیل شدن است و به نظر می‌رسد جذابیت این بازارها برای دلالان کمتر خواهد شد.

حمل‌ونقل ریلی

قیمت طلای سیاه رکورد زد

نفت در یک‌قدمی ۶۴ دلار

قیمت نفت در معاملات روز دوشنبه بازارهای جهانی رکورد زد و نفت برنت در آستانه ورود به کانال ۶۴ دلار قرار گرفت. قیمت طلای سیاه در ادامه روند صعودی خود در هفته گذشته، روز دوشنبه نیز با رشد همراه شد تا امیدها به رسیدن قیمت نفت به بالای ۶۴ دلار در هر بشکه افزایش پیدا کند. این افزایش قیمت نفت اگرچه همچنان تحت تاثیر افزایش تقاضا اتفاق افتاد، اما شیوع کرونا در جهان اجازه رشد بیشتر قیمت‌ها را نداد. عامل دیگری که بر قیمت نفت تاثیرگذار بود، احتمال افزایش تنش‌ها در خاورمیانه است. قیمت نفت در حالی به بالاترین رقم خود در بیش از یک سال گذشته رسید که عربستان اعلام کرد پهپادی مملو از مواد منفجره را سرنگون کرده و این مسئله نگرانی از تنش‌های تازه در خاورمیانه را افزایش داده است. به این ترتیب، افزایش تنش‌ها در خاورمیانه باعث خریدهای بیشتر در بازار نفت شد.

با توجه به این عوامل، قیمت نفت برنت در معاملات روز دوشنبه ۱,۲ درصد بالا رفت و به ۶۳ دلار و ۲۱ سنت در هر بشکه رسید. نفت شاخص آمریکا نیز ۱,۷ درصد افزایش قیمت را تجربه کرد و ۶۰ دلار و ۵۲ سنت معامله شد.

کازوهیکو سایتو، تحلیلگر ارشد شرکت کارگزاری کالای فوجیتومی درباره سمت و سوی قیمتی طلای سیاه گفت: «افزایشی که در ابتدای معاملات بازار نفت وجود داشت، تحت تاثیر تنش‌های خاورمیانه بود، اما بازارهای نفت تحت تاثیر امیدهای رو به رشد به تصویب بسته کمک مالی کرونایی در آمریکا و تسهیل محدودیت‌های قرنطینه که اقتصاد و تقاضا برای سوخت را تقویت خواهد کرد، روند صعودی پیدا کرده‌اند. البته شاخص قیمت وست تگزاس اینترمدیت ممکن است با سودگیری روبه‌رو شده و به سطح مهم ۶۰ دلار عقب‌نشینی کند.»

همچنین ساتورو یوشیدا، تحلیلگر کالا در شرکت راکوتن سکیوریتیز گفت: «بازارهای سهام جهانی قوی، ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران را تقویت کرده است. با عرضه پول ارزان و سیاست پولی آسان که در سراسر جهان به اجرا گذاشته شده است و محدود عرضه اوپک پلاس و تولیدکنندگان نفت آمریکا، قیمت نفت ممکن است تا مرز ۷۰ دلار در هر بشکه پیشروی کند.» به گزارش رویترز، بازارهای سهام آسیایی با عرضه موفق واکسن‌های کرونا در سطح جهانی و افزایش امیدواری به احیای سریع اقتصادی، روز دوشنبه به رکورد جدیدی صعود کردند.

زنگنه: مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت نباید سیاسی باشد

به گفته وزیر نفت، اعطای گواهی صلاحیت حرفه‌ای، تغییر پارادایم مهمی است و به هیچ وجه این مرکز نباید سیاسی باشد.

بیژن زنگنه روز دوشنبه در آیین اعطای گواهینامه‌های صلاحیت حرفه‌ای مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت گفت: توسعه محصول انسان‌های توسعه‌یافته است. نه اینکه بدون انسان‌های توسعه‌یافته، پالایشگاه، پتروشیمی و خط لوله ساخته نمی‌شود، بلکه توسعه حاصل نمی‌شود. امروز صاحب مرکزی هستیم که می‌توانیم به آن اتکا کنیم. برای فاصله گرفتن از مدرک‌گرایی، همین الان هم بسیار دیر شده است. وزیر نفت با بیان اینکه بسیاری اوقات ارتقای مدرک تحصیلی، نگاه فرد نسبت به مسائل و یا سطح توانمندی‌های او را تغییری نمی‌دهد، افزود: این در حالی است که می‌توان مهارت‌های فردی را طی دوره‌هایی ارتقا داد. به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی شده است که در ارزیابی‌های اولیه مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت، دخالت انسانی وجود دارد و از این‌حیث، قضاوت‌های شخصی دخیل نیست.

او با بیان اینکه نباید عزل و نصب‌ها برمبنای مدرک تحصیلی باشد، ادامه داد: این موضوع برای زمانی که انگلیسی‌ها اینجا بودند کاربرد داشت که تعداد دارندگان مدرک تحصیلی قابل‌توجه نبود، اما در حال حاضر می‌بینیم بعضاً ارتقای مدرک تحصیلی، نگرش فرد نسبت به مسائل یا سطح توانمندی‌های وی را تغییر نمی‌دهد، در حالی که امکان ارتقای مهارت‌های فردی با برگزاری چند دوره آموزشی وجود دارد. به‌طور نمونه، یک نفر که دکترا دارد و استاد تمام دانشگاه است، اگر گواهینامه رانندگی نداشته باشد نمی‌تواند پشت فرمان خودرو بنشیند، یعنی برای رانندگی نیاز به گواهینامه مرتبط شرط است نه مدرک تحصیلی؛ آن وقت هدایت تأسیسات یا یک بنگاه عظیم مدرک حرفه‌ای نمی‌خواهد؟ زنگنه با بیان اینکه برای تعیین صلاحیت پیمانکار و مشاور روش‌هایی وجود دارد، اما برای مدیران پروژه‌ها ارزیابی صلاحیت صورت نمی‌گرفته است، گفت: بنابراین اعطای گواهینامه‌های صلاحیت حرفه‌ای برای حرفه‌های مختلف از جمله مدیریت پروژه، اچ‌اس‌ئی، فرماندهان صحنه، مدیریت مالی و... مدنظر قرار گرفت و خوشبختانه تنوع این حرفه‌ها در مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت رو به افزایش است. وزیر نفت با بیان اینکه مردادماه ۹۴ تأسیس مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت ابلاغ شد و امروز صاحب مرکزی هستیم که می‌توانیم به آن اتکا کنیم، افزود: نکته مهم این است که در ارزیابی‌های اولیه مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت، نیروی انسانی و در نتیجه قضاوت‌های شخصی دخیل نیست. او سلامت روان مدیران و کارمندان را بسیار مهم عنوان کرد و گفت: به‌طور مثال برخی توانایی کار جمعی ندارند یا برخی نسبت به همه مسائل، نگرشی منفی دارند. این موارد که شاید در ظاهر مهم به نظر نرسد، می‌تواند روند انجام کارها را مختل کند.

وزیر نفت در بخش دیگری از صحبت‌های خود، به برگزاری دوره‌هایی برای اعضای کمیسیون مناقصات شرکت‌های زیرمجموعه وزارت نفت در مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت اشاره کرد و گفت: بررسی‌های ما نشان می‌داد حدود ۸۰ درصد افرادی که درگیر فرآیندهای مربوط به مناقصات هستند، نسبت به اطلاعات اولیه و مقررات مناقصات اشراف کافی ندارند؛ موضوعی که به طور طبیعی می‌توانست منشأ بسیاری از مشکلات در سیر مناقصات باشد.

زنگنه آموزش و ارتقای منشی‌ها، رؤسای دفاتر و دستیاران مدیران ارشد را که از جمله حرفه‌های تعریف‌شده در مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت است حائز اهمیت خواند و گفت: برای تبدیل وضعیت قراردادهای کارکنان مدت موقت صنعت نفت به مدت معین نیز ارزیابی‌های مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت ملاک قرار گرفته است.

وی با بیان اینکه شکل‌گیری و فعالیت مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت کار مهم و بزرگی است، ادامه داد: تأکید می‌کنم که این مرکز همواره باید ۱۰۰درصد حرفه‌ای و غیرسیاسی باشد. مرکز توسعه مدیریت صنعت نفت برای خدمت به صنعت نفت تشکیل شده است، نه خدمت به افکار سیاسی مدیران.

حذف صفر از پول ملی چه تاثیری بر تورم دارد؟

حذف خاموش ۴ صفر پول

فرصت امروز: تقریبا در میانه بهمن ماه بود که بانک مرکزی از نسل جدید ایران‌چک‌های ۱۰۰ هزار تومانی و اسکناس‌های ۱۰هزار تومانی رونمایی کرد. بانک مرکزی در این اسکناس‌های جدید، چهار صفر را به شکل کمرنگ چاپ کرده تا شهروندان به مرور با سیاست حذف ۴ صفر از پول ملی بیشتر آشنا شوند. البته حذف صفر از پول ملی سابقه‌ای بیشتر از اینها در ایران دارد و با اینکه گمانه‌زنی‌های بسیاری درباره حذف صفر در سال‌های گذشته انجام شد، اما تقریبا از فروردین ماه امسال بود که حذف ۴ صفر به تصویب دولت و تایید مجلس رسید. به موازات این اقدام، بانک مرکزی نیز از اواخر سال گذشته چک پول‌های ۵۰ هزار تومانی را منتشر کرد که در آن ۴ صفر در بخشی از این اسکناس چاپ نشده بود و در بخشی دیگر از آن چهار صفر حذف شده به‌صورت کمرنگ‌تر منتشر شده بود. همه این تغییرات در راستای حذف ۴ صفر صورت گرفته و این در حالی است که هنوز قانون حذف صفر به تایید نهایی نرسیده و به قول معروف، چکش‌کاری‌های آن ادامه دارد.

حذف صفر از واحد پولی البته ایده‌ای است که در بسیاری از کشورهایی که ارزش پول ملی را به مرور از دست داده‌اند، اجرایی شد. حالا با رونمایی بانک مرکزی از اسکناس‌های جدید به نظر می‌رسد این اقدام به طور جدی در دستور کار قرار گرفته است. از سوی دیگر، دو واحدی بودن پول ملی ایران بین ریال و تومان، دیگر دغدغه‌ای است که در این زمینه وجود دارد. حال سوال بسیاری از مردم این است که آیا این اقدام بانک مرکزی بر تورم تاثیر مستقیم دارد یا نه؟ در پاسخ به این سوال، برخی از کارشناسان این اقدام را دارای تاثیر بر کاهش تورم و برخی بدون تاثیر می‌دانند. در واقع، کارشناسان و اقتصاددانان اختلاف نظرهای زیادی در این زمینه دارند، اما هر دو دسته بر این عقیده‌اند که این کار اگر تاثیر مثبت هم نداشته باشد، تاثیر منفی ندارد، به این معنا که تورم بیشتری را شاهد نخواهیم بود و شاید شوک روانی ناشی از آن به کاهش تورم نیز منجر شود.

در این رابطه، احمد مجتهد، کارشناس اقتصادی در مورد اینکه آیا حذف صفر پول ملی باعث نوسان تورم می‌شود به ایبنا، گفت: اگر به تجربه سایر کشورها که این کار را انجام داده‌اند نگاهی بیندازیم متوجه می‌شویم، نه تنها تورم ایجاد نمی‌شود، حتی ممکن است این کار باعث کاهش تورم هم شود و قیمت‌ها را کاهش دهد. او با بیان اینکه حذف صفر از واحد پولی دیر یا زود باید اتفاق بیفتد و الان به نظر من تاخیر هم افتاده است، افزود: چند سال پیش بود که ما در کنفرانس‌هایی که در موضوع سیاست‌های پولی و بانکی داشتیم، برخی از افراد مقالاتی داشتند که نشان می‌داد که این کار یعنی حذف صفر از پول ملی ضروری است و باید انجام شود و اتفاقاً تاثیرات ضدتورمی دارد. الان هم حجم پول‌هایی که دست به دست می‌شود و کاهش ارزش پول باعث شده که مردم خود به خود یک صفر را از پول حذف کنند، به طوری که به جای ریال از تومان استفاده می‌کنند و این یعنی که یک صفر حذف شده است.

این کارشناس اقتصادی ادامه داد: از آن طرف به دلیل تورم این ۴۰ سال می‌توان گفت که ارزش پول ما به شدت کاهش پیدا کرده است. لذا حذف صفر در اکثر کشورهایی که با تورم شدید روبه‌رو بوده‌اند انجام پذیرفته چرا که این کار به طور کلی بسیار ضروری است و باید انجام بگیرد. هر چقدر این کار را دیرتر انجام دهیم مشکلات ما بیشتر خواهد شد. البته باید گفت که زمان انجام آن باید به گونه‌ای باید باشد که تورم پایین آمده، اما متاسفانه عملا هر زمان که ما خواستیم این کار را انجام دهیم با مخالفت‌هایی روبه‌رو شده‌ایم.

به گفته مجتهد، افرادی بوده‌اند که غیرعلمی به مباحث نگاه می‌کردند و اینها اجازه ندادند که این کار زودتر انجام شود، چراکه لایحه این مسئله در روزهای آخر دولت قبل به مجلس داده شد و مسکوت ماند و الان تقریبا ۷ سال از آن زمان گذشته و ما با تاخیر ۷ ساله می‌خواهیم این کار را انجام دهیم.

مرتضی افقه، دیگر کارشناس اقتصادی نیز با بیان اینکه ریشه تورم جای دیگری است، گفت: مهم آن است که بدانیم این امر با چه هدفی صورت می‌گیرد. اگر منظور کم کردن هزینه‌های فکری، ذهنی، حسابداری و فیزیکی باشد، به خصوص آنکه برخی از مردم دانش کافی برای حساب و کتاب‌های این‌چنینی را ندارند، این امر می‌تواند بسیار موثر باشد، اما اگر می‌خواهیم استناد به برخی کشورها داشته باشیم در این مورد که حذف صفر پول ملی همراه با کاهش تورم بوده است، من به این امر اعتقادی ندارم و معتقدم که بخش قابل توجهی از ریشه‌های تورمی ما ناشی از عوامل غیراقتصادی است و آن قسمت اقتصادی‌اش هم شاید بشود با بازی کردن با متغیرهای اقتصادی مثل نقدینگی تا حدی محدودی توجیه کرد.

به اعتقاد افقه، بخش قابل توجهی از ریشه‌های تورمی کشور مزمن و غیراقتصادی است بنابراین بازی کردن با متغیرهای اقتصادی مثل نقدینگی هم برای کنترل این تورم تاثیرگذاری محدودی دارد.

این کارشناس اقتصادی درباره تاثیر حذف صفر از واحد پولی بر تورم یادآور شد: من اعتقاد ندارم که این کار تاثیر چندانی بر تورم داشته باشد، چراکه ریشه تورم ما در جای دیگری است. کشورهایی که در این رابطه تجربه داشته‌اند آنها هم با اقدامات زیربنایی برای کاهش تورم در کنار آن حذف صفر را هم پیگیری کرده‌اند و ما نمی‌توانیم به این امید که تورم کاهش یابد صفرها را کم کنیم.

بانک نامه

در رتبه‌بندی ۱۰۰ شرکت برتر ایران

بانک پاسارگاد در شاخص بهره‌وری رتبه نخست را کسب کرد

بانک پاسارگاد در بیست و سومین دوره انتخابات شرکت‌های برتر ایران از سوی سازمان مدیریت صنعتی موفق به کسب رتبه نخست، در شاخص بهره‌وری کل، در بین شرکت‌های گروه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری گردید.

به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، مراسم معرفی شرکت‌های برتر ایران در روز یکشنبه مورخ ۲۶بهمن۱۳۹۹ در محل مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما برگزار شد. در این مراسم براساس ۳۲ شاخص کمی، از شرکت‌های برتر در ۱۰ گروه صنعتی تجلیل به عمل آمد. براساس این خبر، بانک پاسارگاد ضمن کسب رتبه نخست در شاخص بهره‌وری کل، موفق به کسب رتبه ۱۱ در بین ۱۰۰ شرکت برتر ایران شد. گفتنی است در رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران شاخص‌هایی همچون «اندازه و رشد شرکت»، «سودآوری و عملکرد»، «بهره‌وری کل»، «صادرات»، «نقدینگی»، «شاخص‌های بدهی» و «شاخص‌های بازار» در نظر گرفته می‌شوند.

اندیشکده آتلانتیک مطرح کرد

تحریم بانک مرکزی محور مذاکرات آتی

با تحریم بانک مرکزی ذیل عنوان حمایت مالی از تروریسم از سوی دولت ترامپ، رفع تحریم از این نهاد دشوارتر شده است.

اندیشکده آتلانتیک در مقاله‌ای با اشاره به تحریم بسیاری از نهادهای اقتصادی ایران نظیر بانک مرکزی در دوران ریاست جمهوری ترامپ نوشت: در راستای فشار حداکثری، دولت ترامپ بانک مرکزی ایران را با تگ تحریمی تروریسم تحریم کرد که این مسئله شرایط را برای دولت بایدن در رفع تحریم‌ها پیچیده می‌کند. رهبران ایران خواهان آن هستند که دولت بایدن تحریم‌هایی که بنگاه‌های تجاری ایران را از تجارت آزادانه با جهان منع می‌کنند، بردارد.

در دوره ترامپ همه بخش‌های اقتصادی ایران با عناوین مختلف تحریم شدند تا اقتصاد ایران منزوی شود. کشتیرانی ایران، شرکت ملی نفت، بانک مرکزی، شرکت‌های معدنی، بانک‌ها و شرکت‌های فولادی از جمله مهمترین شرکت‌های تحریم شده بودند. حتی در صورت بازگشت آمریکا به برجام این سوال مطرح است که سرنوشت نهادهای تحریم شده تحت عنوان ارتباط با تروریسم چه خواهد بود. مهمترین تحریم ضدایران تحریم بانک مرکزی ایران به عنوان قطب اصلی بانکی و تبادلات ارزی این کشور خواهد بود و احتمالا ایران تا زمانی که تحریم بانک مرکزی رفع نشود، به اجرای کامل تعهدات برجامی‌اش بازنخواهد گشت.

با توجه به اختلاف نظر آمریکا و ایران بر سر مسائل منطقه‌ای، دولت بایدن به دنبال استفاده از اهرم برجام به عنوان سکویی برای مذاکرات بعدی خواهد بود و همین مسئله احیای کامل برجام را دشوارتر و طولانی‌تر خواهد ساخت.

به گفته برخی منابع، دولت بایدن در حال بررسی گزینه‌های متعددی برای احیای برجام است که یکی از محتمل‌ترین آنها ارائه یک برنامه زمان‌بندی شده گام به گام است که در آن ایران و آمریکا متعهد می‌شوند گام‌های کوچک را برای بازگرداندن شرایط به تعهدات کامل برجامی به طور همزمان انجام دهند البته پیش از آن شماری از سیاستمداران جمهوریخواه آمریکا خواهان تداوم فشار حداکثری تا زمان رسیدن به یک توافق جامع‌تر شده بودند.

شرکت مدیریت تولید برق نکا (نیروگاه شهید سلیمی)

آگهی تجدید مزایده عمومی شماره ۱– ۹۹/۲۸ نوبت اول

شرکت مدیریت تولید برق نکا در نظر دارد حدود ۱۲ تن لوله های مستعمل و ضایعاتی موجود را از طریق برگزاری مزایده عمومی بصورت یکجا به فروش برساند. علاقمندان می توانند جهت خرید اسناد مزایده با ارائه معرفینامه کتبی و فیش واریزی به مبلغ ۳۰۰/۰۰۰ ریال به حساب سیبا شماره ۰۱۰۵۶۹۲۷۱۶۰۰۸ بنام شرکت مدیریت تولید برق نکا نزد بانک ملی ایران شعبه نیروگاه کد ۹۶۹۴ به اداره تدارکات این شرکت مراجعه نمایند.

۱- زمان فروش اسناد مزایده: از تاریخ انتشار آگهی نوبت دوم بمدت ۷ روز کاری

۲- پیشنهاددهندگان بایستی پیشنهاد خود را براساس شرایط مزایده تنظیم و حداکثر تا ساعت ۱۶ روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۹ به اداره تدارکات شرکت مدیریت تولید برق نکا واقع در نکا- کیلومتر ۲۵ جاده زاهمرز - نیروگاه شهید سلیمی نکا تسلیم و رسید دریافت نمایند. پیشنهادات واصله راس ساعت ۹ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۰ با توجه به شرایط مزایده باز و قرائت خواهد شد. حضور پیشنهاددهندگان یا نمایندگان آنان در جلسه گشایش پیشنهادهای مالی کمیسیون مزایده آزاد می باشد.

۳- سپرده شرکت در مزایده: مبلغ سپرده شرکت در مزایده معادل ۴۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال است که بایستی به یکی از صورت های مشروحه ذیل همراه با اسناد مزایده در پاکت الف به دستگاه مزایده گزار تسلیم گردد:

۱-۳- رسید بانکی واریز وجه مزبور به حساب سیبا ۰۱۰۵۶۹۲۷۱۶۰۰۸ این شرکت نزد بانک ملی ایران شعبه نیروگاه شهید سلیمی نکا.

۲-۳- چک تضمین شده بانکی به نفع شرکت مدیریت تولید برق نکا

۳-۳- ضمانتنامه بانکی به نفع مزایده گزار برابر با فرم پیوست که می بایست دارای ۳ ماه اعتبار باشد.

۴- به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده های محدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۵- به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل می شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۶- سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مزایده مندرج است.

جهت مشاهده آگهی و خلاصه اسناد به سایت های www.npgm.ir ، www.tender.tpph.ir و پایگاه ملی مناقصات کشور مراجعه و برای کسب موارد بازرگانی با شماره تلفن ۰۹۱۱۱۵۲۶۲۰۴ آقای اسدپور و جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره۶- ۲۴۶۲۲۳۴۲ داخلی ۴۵۰۰ آقای اصغری تماس حاصل فرمایید.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۱۱/۲۸ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۱۱/۲۹

۱۰۳

اداره روابط عمومی

اهواز

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره ۹۹/۶۷ نوبت اول

شرکت توزیع نیروی برق اهواز در نظر دارد عملیات اجرایی احداث ساختمان توزیع برق منطقه ۳ در حوزه عملیاتی خود را به پیمانکار واجد شرایط، از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید.

- میزان سپرده شرکت در مناقصه ۲/۱۷۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد، که بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر ، چک تضمین شده بانکی ، بلوکه از مطالبات و یا وجه نقد به حساب بانک تجارت شعبه شهید چمران به شماره ۱۰۲۸۰۴۰۰۲۰ بنام شرکت توزیع نیروی برق اهواز به مناقصه گزار تسلیم گردد.

زمان و محل و نحوه دریافت اسناد :از تاریخ درج آخرین آگهی بمدت ۵ روز به آدرسهای زیر مراجعه نمایند :

- پایگاه اینترنتی شرکت توزیع برق اهواز : WWW.AEPDCO.IR
- پایگاه اینترنتی توانیر: WWW.TAVANIR.ORG.IR
- پایگاه اینترنتی ملی اطلاع رسانی مناقصات: www.iets.mporg.ir
- سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir - تلفن تماس : ۴۴۹۰۷۰۰ ۰۶۱۳ داخلی ۳۲۴۵
- آخرین مهلت بارگذاری اسناد : حداکثر تا ساعت ۱۲:۰۰ مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

بازگشایی: راس ساعت ۱۲:۳۰ مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۶ می باشد.

- کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت ،تحویل اسناد تا مبادله قرارداد با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir امکان پذیر خواهد بود.
- ارسال فیزیکی کلیه پاکات (الف)و (ب) و (ج) تا تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۶ به دبیرخانه مرکزی شرکت (به آدرس اهواز – بلوار پاسداران جنب شهرک صنعتی تسلیم گردد) الزامی است.
- به پیشنهادهای فاقد سپرده و امضاء ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل می شود، مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- هزینه آگهی مناقصه به عهده برنده مناقصه است.
- سایر اطلاعات و جزییات در اسناد مناقصه مندرج است .

۱۰۶

امور تدارکات

شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی

فراخوان تجدید ارزیابی کیفی جهت تهیه لیست بلند سازندگان الکتروموتور

شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی در نظر دارد فراخوان تجدید ارزیابی کیفی شناسایی سازندگان الکتروموتور به شماره ۲۰۹۹۰۰۵۰۱۱۰۰۰۰۴۲ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از دریافت و تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی تا تهیه لیست پیشنهاددهندگان دارای صلاحیت، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

مهلت دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: از ساعت ۰۸:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۷ تا ساعت ۱۶:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۱

مهلت ارسال پاسخ استعلام ارزیابی کیفی: تا ساعت ۱۶:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۷

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار: تهران، شهرک قدس، انتهای بلوار شهید دادمان غربی، پژوهشگاه نیرو، شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی. شماره تماس: ۴۲۷۷۶۰۰۰.

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:

مرکز تماس: ۴۱۹۳۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام: ۸۵۱۹۳۷۶۸ و ۸۵۹۶۹۷۳۷

م.الف: ۳۷۷۷

روابط عمومی و امور بین الملل شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی

ریزش ۷ هزار واحدی بورس در معاملات دوشنبه

بورس تهران قرمزپوش شد

فرصت امروز: شاخص بورس و شاخص فرابورس در سومین روز هفته در حالی روندی نزولی داشـتند که شاخص کل با معیار هم وزن بورس ۱۲۳ واحد صعود کرد. شاخص بورس تهران روز دوشنبه برخلاف روند روزهای گذشته ۷هزار و ۳۰۶ واحد افت داشت و به عدد یک میلیون و ۲۵۷ هزار واحد رسـید. شاخص کل (هم وزن) با ۱۲۳ واحد افزایش به ۴۳۷ هزار و ۲۲۵ واحد و شـاخص قیمت (هم وزن) با ۸۰ واحد رشـد به ۲۸۵ هزار و ۹۳۷ واحد رسـید. شـاخص بازار اول ۴هزار و ۷۷۱ واحد و شاخص بازار دوم ۱۶ هزار و ۷۸۴ واحد کاهش داشـت. در معاملات دوشنبه بیش از ۶ میلیارد و ۹۶۸ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۷۶ هزار و ۹۰۲ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای ملی صنایع مس ایران (فملی)، سـایپا (خساپا)، پالایش نفت اصفهان (شـپنا)، گـروه دارویی برکت (برکـت)، پالایش نفت بندرعباس (شـبندر)، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) و شـرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شسـتا) از جمله نمادهای پربیننده بودند. گروه فرآورده نفتی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۶۱۶ میلیون و ۶۳۸ هزار برگه سهم به ارزش ۹ هزار و ۸۹۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس بیش از ۸۴ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۷ هزار و ۷۳۱ واحد ثابت ماند. در این بازار یک میلیارد و ۷۲۹ هزار برگه سهم به ارزش ۱۷۳ هزار و ۶۱۹ میلیارد ریال داد و ستد شد.

برای خرید سهام، خانه و خودروی خود را نفروشید

بـورس تهران در بیسـت و هفتمیـن روز بهمن مـاه در حالی ۷ هزار واحد ریخت که در روزهای قبل در واکنش به تغییر دامنه نوسـان سهام عملکردی صعودی داشـت. در این بین، سعید اسلامی عضو شورای عالی بورس با اشاره به ریسک بالای بازار سرمایه به سرمایه‌گذاران و سهامداران توصیه کرد که برای خرید سهام، خانه و خودروی خود را نفروشند. به گفته اسـلامی، سـهامداران نباید منابع مالی ضروری خود را وارد بازار سرمایه کنند، در زمان روند صعودی بازار شـاهد بودیم که برخی از سـهامداران اقدام به فروش مسکن و خودرو کرده و پول آن را وارد بورس می‌کردند.

او با تاکید بر اینکه بازار سرمایه در ذات خود دارای هیجان است به ایرنا، گفت: اکنون با توجه به بزرگ شدن بازار و نزدیک شدن به زمان انتخابات، کم و بیش شـاهد مطرح شـدن اظهارنظرهایی هسـتیم که هدف آن در راستای تامین منافع سهامداران نیست.

وی با اشاره به سهامداران و نحوه سرمایه‌گذاری آنها در بازار گفت: توصیه ما به سهامداران این است که به جای بررسی اخبار سیاسی به موضوعات اقتصاد کلان و اخبار صنایع و شرکت‌ها توجه کنند و برای سرمایه‌گذاری در بازار سـهام به خصوص در زمانی که بازار وارد فاز هیجانی می‌شـود و در مدار نزولی قرار می‌گیرد نگاه سهامداران به بازار باید بلندمدت باشد.

اسـلامی با بیان اینکه به دلیل اظهارنظرهای متفاوت از سوی برخی از فعالان بازار ممکن اسـت شاهد نوسان دارای هیجان در بازار باشیم، ادامه داد: سـهامداران به هیچ عنوان نباید منابع مالی ضروری خود را وارد بازار کنند، در زمان روند صعودی بازار شاهد بودیم که برخی از سهامداران اقدام به فروش مسـکن و خودرو می‌کردند تا بتوانند سـرمایه‌های خود را برای کسب بازدهی بیشتر وارد بازار کنند.

عضو شـورای عالی بورس به سرمایه‌گذارانی که به دنبال سرمایه‌گذاری در بازار سـهام هسـتند، اشاره کرد و گفت: سـهامداران باید با استفاده از خدمات تخصص نهادهای مالی دارای مجوز سازمان بورس یا صندوق‌های سرمایه‌گذاری اقدام به ورود سرمایه‌های خود به بازار سهام و سرمایه‌گذاری در این بازار کنند.

بـه اعتقـاد وی، روند بـازار در وضعیـت فعلی از طریـق دو نکته قابل بررسی اسـت، در صورتی که شاهد بهم ریختگی کلانی در سطح اقتصاد کشـور نباشیم، بازار سـرمایه بازاری اسـت که می‌تواند در همه دوران و در بلندمدت در مقایسـه با سـایر بازارها سـود قابل توجهی را در اختیار سهامداران قرار دهد. اگر ریسک‌ها کنار گذاشته شوند، تردیدی نیست که بازار سرمایه سودآوری بیشتری دارد به شرط آنکه دیدگاه سهامداران برای سرمایه‌گذاری در این بازار بلندمدت باشد.

قیمت‌گذاری دستوری و تاثیر آن بر بازار سهام

عضو شورای عالی بورس سپس به قیمت‌گذاری دستوری و تاثیر آن بر معاملات بازار سـهام اشاره کرد و افزود: زمانی که صحبت از بازار می‌شود منظور محل برخورد عرضه و تقاضا اسـت و نباید اقدام به کنترل بازار به صورت دستوری کرد. اعمال مقررات برای تعیین دستوری قیمت کالاها به طور حتم علاوه بر ایجاد لطمه به فعالیت شـرکت‌ها، ماهیت بازار را تحت تاثیر قرار می‌دهد و زمینه ایجاد مشـکلاتی را برای بازار فراهم می‌کند. با قیمت‌گذاری دستوری نمی‌توان در بازار به اهداف تعیین‌شده مانند کنترل قیمت‌ها و کنترل تورم دست پیدا کرد و براساس تجربیات به دست آمده در دسـتور کار قرار گرفتن قیمت‌گذاری دستوری فقط باعث ایجاد رانت در بازار می‌شود.

دبیرکل کانون نهادهای سرمایه‌گذاری خاطرنشان کرد: مجموعه بازار سـرمایه باید در جهت منافع میلیون‌ها سـهامدار بـر روی این موضع بایسـتد و امیدواریم شـاهد این باشـیم که هیچ‌گاه هیچ کالایی مورد قیمت‌گذاری دسـتوری قرار نگیرد. قیمت‌گذاری دسـتوری فقط باعث ایجاد لطمه در فعالیت بورس کالا نمی‌شـود بلکه بسـیاری از کالاهایی که اعلام شـده اسـت قیمت آن به صورت دسـتوری تعیین شود جزو شـرکت‌هایی هستند که سـهام آنها در بورس حضور دارد و با توجه به اینکه این شـرکت‌ها، جزو شـرکت‌های بزرگ و شاخص‌ساز هستند به شدت روند بازار را تحت تاثیر قرار می‌دهند و منافع میلیون‌ها سهامدار تحت خطر قرار می‌گیرد.

اسـلامی با بیان اینکه این اقدام باعث سیگنال‌دهی منفی به معاملات بازار سـهام می‌شود، گفت: بارها اعلام شـده است دولت و حاکمیت از بـازار حمایت کند در حالی که سـاده‌ترین موضوع حمایـت از بازار با قیمت‌گذاری دسـتوری از دست می‌رود. آخرین موضوع مطرح شده در مورد قیمت‌گذاری دسـتوری، در زمینه فولاد در بورس کالا بود، بورس کالا چالش‌هـای خود را دارد بـا چندین وزارتخانه در ارتباط اسـت و تحت تاثیر و فشـار سیاست‌گذاری‌ها قرار دارد که این موضوع می‌تواند بـر عملکرد این بازار تاثیرگذار باشـد. بورس کالا در مورد قیمت‌گذاری دسـتوری به خوبی مقاومت کرده اسـت تا منافع بازار سرمایه و ماهیت آن را حفظ کند.

نماگر بازار سهام

مدیر معاملات کارگزاری بانک پاسارگاد بررسی کرد

چه عواملی باعث نوسان بورس شد؟

به اعتقاد مدیر معاملات کارگزاری بانک پاسارگاد، وضعیت بازار سرمایه مانند سـایر بازارها از قبیل ارز، طلا و مسکن بسیار متأثر از کاهش انتظارات تورمی مردم شده است. مجتبی شهبازی با اشاره به عوامل موثر بر نوسانات اخیر بازار سـرمایه به سنا، گفت: اقتصاد کشـور در شرایطی به سر می‌برد که ابهامات و چالش‌های بسیاری پیش روی فعالان آن قرار دارد. مشخص‌نبودن نرخ برابری دلار در آینده، کسری بودجه، قیمت‌گذاری محصولات مختلف، همچنین قابل پیش‌بینی نبودن برنامه اقتصادی دولت برای سـال آینده (با توجه به اینکه از عمر دولت هم چند ماهی بیشتر نمانده است) تنها برخی از این موارد هستند. اگـر به این فضای پرابهام، چالش‌های سیاسـی مختلف بین‌المللی پیش‌روی ایران را نیز اضافه کنید، می‌توان درک کرد که چرا بازار سرمایه با این نوسانات و هیجانات شدید روبه‌رو شده است.

او به سـهامداران توصیه کرد که با تحلیل و تحقیق خرید و فروش کنند و ادامه داد: بعد از اصلاح شـاخص و ریزش شـدید آن طی ماه‌های اخیر شاهد جبران بخشـی از ریزش در این بازار بودیم، ولی با توجه به شـرایط کنونی و ضعـف تقاضا در بازار بـه خصوص در نمادهای بزرگ و اصلی، باز هم شـاهد فروش‌هایی در بازار سـرمایه بودیم. از طرفی دیگر، با نزدیک‌شدن به ماه‌های پایانی و نیاز بیشـتر حقوقی‌ها به تامین نقدینگی با فشار در عرضه‌ها رو به رو هسـتیم، اما شـرایط با توجه به تصمیمات اخیر شورای عالی بورس تغییرات خوبی داشته است و انتظار می‌رود که بازار متعادلی را شاهد باشیم.

این کارشـناس بازار سرمایه به سهامداران تاکید کرد با تحلیل و تحقیق به معامله سـهام بپردازند و افزود: در نظر داشـته باشـید که بازار بدون توجه به تحلیل بنیادی سـهام و ارزشـمندیِ سهام وقتی با فشار فروش در نماد اصلی هر صنعت روبه‌رو می‌شود، بقیه نمادهای آن صنعت هم به سمت صف فروش متمایل می‌شوند؛ این روند نشان از عدم وجود تحلیل در رفتار سهامداران دارد.

مدیر معاملات کارگزاری بانک پاسارگاد ادامه داد: وضعیت بازار سرمایه مانند سایر بازارها از قبیل ارز و طلا و مسکن بسیار متأثر از کاهش انتظارات تورمی مردم شـده اسـت. به طوری که قطعا طی دو سال آینده شاهد رکود شدیدی در تمامی بازارها خواهیم بود؛ البته با روی کار آمدن حزب دموکرات در آمریکا پیش‌بینی می‌شود که طی ماه‌های آتی با فروش نفت و ورود بخشی از ذخایر ارزی از خارج از کشـور؛ نرخ دلار همانطور که رئیس جمهوری هم اعلام کرد، کاهش یابد.

شهبازی با ماندگار ندانستن نوسانات نرخ ارز، تصریح کرد: رکود شدید فعلی در تمامی بازارهای سـرمایه‌گذاری اعم از ارز و طلا و مسکن و بورس نشان از ورود نقدینگی به سـمت سپرده‌های بانکی و اوراق با درآمد ثابت دارد؛ اگر به روند بازارها در سال‌های گذشته نگاهی بیندازیم این اتفاق تکرار شده است.

وی با تاکید بر روند رو به رشـد بازار سـرمایه افزود: رکود حاکم بر سـایر بازارهای رقیب و وجود نداشتن چشم‌انداز مثبت در آنها و حتی احتمال رکود شدیدتر و ریزش بیشـتر در بازارهایی مانند بازار ارز و مسکن و خودرو امکان ورود بیشتر نقدینگی به سمت بازار سرمایه وجود دارد.

شـهبازی با اشاره به امکان حل و فصل مسائل بین‌المللی کشور در کاهش تحریم‌های آمریکا تصریح کرد: با توجه به اینکه بازار سـرمایه ریزش شدیدی را تجربـه کرده اسـت، از طرفی دیگر با در نظر گرفتـن قیمت‌های جهانی و نیز قیمت‌های فروش محصـولات در بورس کالا، همچنین در صورت فروش شـرکت‌های صادرات‌محور و ورود درآمد حاصل از فروش شرکت‌ها به کشور، شـاهد رشد خوب سود شـرکت‌ها خواهیم بود. البته این رشد، شامل تمامی نمادها نیست و سرمایه‌گذاران باید در انتخاب‌های خود دقت داشته باشند.

وزارت صنعت، معدن و تجارت
سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران
شرکت شهرک‌های صنعتی تهران

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 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 (۲۰۹۹۰۰۱۰۵۱۰۰۰۰۷۴) 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 ودارای 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 فهارس بهای سال ۱۳۹۹ :(۴۱/۸۸۵/۱۰۷/۵۹۱ریال)
- مبلغ تضمین شرکت درمناقصه : (۲/۰۹۴/۲۵۵/۳۸۰ ریال)
- محل پروژه : شهرستان پاکدشت ، کیلومتر ۲۵ جاده گرمسار ، شهرک صنعتی خوارزمی تلفن : ۸-۳۶۴۷۸۰۰۴
- 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 بارگذاری ، 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 سهروردی شمالی کوچه شهید محبی پلاک ۲ طبقه ۴ معاونت فنی و تلفن : ۰۲۱-۸۸۷۶۱۰۳۸

www.tehraniec.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

نوبت دوم
شماره مجوز :۱۳۹۹/۶۹۵۲

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجد سلیمان

فراخوان مناقصه عمومی (ارزیابی ساده)

شماره ثبت در پایگاه ملی مناقصات: ۳۸/۲۳۱/۴۸۱

شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجد سلیمان در نظر دارد خدمات ذیل الذکر را طبق شرایط کلی آگهی حاضر و مشخصات مندرج در اسناد و مدارک مناقصه از طریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای به مناقصه گران واجد شرایط واگذار نماید:

شماره مناقصه	موضوع	محل اجرای کار	مدت زمان اجرا	گواهینامه معتبر مورد نیاز	مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه	برآورد کارفرما (ریال)
۹۹/۰۰۴۴	تهیه ، طبخ ، سرو و توزیع سه وعده غذا (صبحانه ، ناهار و شام) و تامین خدمات اتاقداری جهت کارکنان شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در کمپ قلعه نار ،کبود و بالارود	مسجدسلیمان	۱۲ ماه	۱- صلاحیت انجام کار از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ۲-گواهی نامه صلاحیت ایمنی پیمانکاران	۲٫۶۳۰٫۰۰۰٫۰۰۰ ریال	۵۲٫۶۱۴٫۴۵۶٫۲۲۶

از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت می شود حداکثر ظرف ۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم ، آمادگی خود را بصورت کتبی به آدرس ذیل الذکر اعلام نمایند .
زمان گشایش پیشنهادها روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۱۰ می باشد .
نشانی محل اعلام آمادگی و دریافت اسناد: مسجدسلیمان ، خیابان چمران ، شرکت بهره برداری نفت و گاز ، امور حقوقی و قراردادها ، اتاق ب ۱۳ .
همزمان ارائه اصل گواهی صلاحیت / رتبه بندی خدمات مورد نظر به منظور تطبیق با تصویر آن الزامی و ارائه معرفی نامه و کارت ملی برای نمایندگان شرکتهای متقاضی حضور در مناقصه در همه مراحل لازم و ضروری می باشد. ضمنا کلیه شرکتهای متقاضی ملزم به ارائه صورتهای مالی حسابرسی شده می باشند .
تذکر۱ : ارائه یک نسخه از اساسنامه ، شرکتنامه و آگهی تأسیس و آخرین تغییرات ثبتی الزامی است.
تذکر ۲ : مناقصه گر ضمن اعلام آمادگی تائید می نماید هیچ یک از اعضای هیأت مدیره و سهامداران آن شرکت / پیمانکاری شاغل دولتی نبوده و مشمول قانون منع مداخله در معاملات دولتی مصوب دیماه ۱۳۳۷ نمی باشند . ارائه گواهی صلاحیت ایمنی پیمانکار برنده مناقصه برای انعقاد قرارداد الزامی می باشد .

WWW.SHANA.IR www.mis.nisoc.ir HTTP://IETS.MPORG.IR

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۱۱/۲۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸
۱۰۰

روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان

قانون اتاق بازرگانی چگونه تغییر می‌کند؟

با برگزاری جلسه مشترک اعضای کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی با رئیس و تعدادی از اعضای اتاق بازرگانی ایران، نحوه اصلاح قانون این اتاق مشخص شد. به گزارش ایسنا، از چندی قبل با پیشنهاد تعدادی از نمایندگان مجلس، طرح اصلاح قانون اتاق بازرگانی ایران در دستور کار قرار گرفت و با تصویب کلیات، وارد مرحله بررسی جزییات شد. اتاق بازرگانی ایران که همچنان با قانون مصوب سال ۱۳۶۹ به کار خود ادامه می‌دهد، خود از موافقان اصلی تغییر قانون بود و حتی در سال‌های گذشته هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی در طرح‌های مختلف اصلاح آن را در دستور کار قرار دادند که البته هیچ‌گاه به گام‌های پایانی نرسید.

آنچه که درباره قانون جدید مجلس برای بخش خصوصی محل انتقاد بود، نادیده گرفتن نظر اعضای اتاق در پیگیری این طرح و ارائه پیشنهاداتی بود که اعضای پارلمان بخش خصوصی آن را در منافات با ذات اصلی اتاق بازرگانی می‌دانستند. به دنبال افزایش انتقادات، چند روز قبل یکی از اعضای اتاق بازرگانی ایران در گفت و گو با ایسنا، خبر از برگزاری یک نشست مشترک میان اعضای اتاق بازرگانی ایران و کمیسیون اقتصاد مجلس داده و ابراز امیدواری کرده بود که مجلس صدای نمایندگان بخش خصوصی را بشنود و اصلاحات را با لحاظ کردن نگرانی‌های آنها دنبال کند. سرانجام امروز این جلسه مشترک برگزار شد و تصمیم به اصلاح قانون اتاق بازرگانی یک گام دیگر به پیش رفت.

محمدرضا پورابراهیمی – رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس – در این رابطه گفته: کلیات طرح اصلاح قانون اتاق بازرگانی به منظور ارتقای توانمندی‌های بخش خصوصی و رفع ضعف‌های موجود در کمیسیون اقتصادی تصویب و مقرر شد جزییات آن نیز ظرف مدت سه ماه بررسی و ابتدای سال ۱۴۰۰ کمیسیون اقتصادی به آن رسیدگی کند.

آنچه که روال جدید را با آنچه پیش از این جلسه در حال انجام بود تغییر داده، موضوع تشکیل کمیته‌ای تخصصی برای بررسی این قانون جدید است. اتاق بازرگانی ایران اعلام کرده که براساس تصمیم کمیسیون اقتصادی مجلس، وظیفه بررسی جزییات اصلاحیه قانون اتاق بازرگانی و تکمیل آن، به کارگروهی مشترک سپرده شد که اعضای آن را نمایندگانی از مرکز پژوهش‌های مجلس، مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، کمیسیون اقتصادی مجلس و وزارت صنعت، معدن و تجارت، تشکیل می‌دهند. براساس اظهارات اعضای هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران، اتاق در روزهای گذشته طرح مجلس را بررسی کرده و پیشنهادات خود درباره بندهای مختلف این طرح ابتدایی را حاضر کرده و آماده است که جلسات کمیته تخصصی تشکیل شده آنها را ارائه کند. به این ترتیب با نهایی شدن نظرات در این کمیته، احتمالا در خردادماه سال آینده، قانون جدید اتاق بازرگانی آماده شده و قابل تصویب و ابلاغ خواهد بود.

جدیدترین وضعیت کنترل استاندارد اقلام مبارزه با کرونا

طبق گفته مدیرکل استاندارد تهران، استاندارد ماسک به تازگی تصویب شده و هنوز آزمایشگاه تایید صلاحیت شده‌ای برای آزمون این محصول وجود ندارد و در زمینه محصولات ضدعفونی نیز در حال حاضر فقط مایع سفیدکننده و جرم‌گیر استاندارد اجباری دارند.

محمودرضا طاهری در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: در سال جاری یک واحد تولید الکل در تهران موفق به اخذ پروانه کاربرد علامت استاندارد برای این فرآورده شده که به علت عدم اخذ مجوزهای بهداشتی (پروانه ساخت) توسط واحد تولیدی از ارگان‌های ذی‌ربط تاکنون به مرحله تولید انبوه نرسیده است بنابراین نمونه‌برداری‌های ادواری از این واحد تولیدی انجام نشده است. به جز این واحد هم واحد تولید الکل دیگری در استان تهران فعالیت نمی‌کند.

وی همچنین درباره وضعیت بازرسی از استاندارد ماسک گفت: تاکنون تقاضایی جهت اخذ پروانه کاربرد علامت استاندارد برای این فرآورده در این اداره کل به ثبت نرسیده است، ضمن اینکه استاندارد ملی این فرآورده تازه تدوین شده است و در حال حاضر آزمایشگاه همکار تایید صلاحیت شده برای آزمون کامل فرآورده طبق استاندارد ملی مربوطه وجود ندارد.

به گفته این مقام مسئول درحال حاضر استاندارد مدونی تحت عنوان «مواد ضدعفونی‌کننده» نیز وجود ندارد بنابراین در صورتی که فرآورده‌های «مایع سفیدکننده» و «مایع اسیدی پاک‌کننده کاسه توالت (جرم‌گیر)» را بتوان ذیل مجموعه ضدعفونی‌کننده‌ها در نظر گرفت، در حال حاضر ۱۲واحد تولیدی دارای پروانه معتبر مایع سفیدکننده و چهار واحد تولیدی دارای پروانه معتبر مایع اسیدی پاک‌کننده کاسه توالت فعال هستند.

وی افزود: در سال جاری مجموعا تعداد ۵۲ مورد بازرسی و ۳۶ مورد نمونه‌برداری (هفت مورد طرح طاها یا همان طرح جامع اجرای هماهنگ استاندارد) از این واحدها صورت گرفته و تاکنون ۱۵مورد تذکر و اخطار درخصوص عدم انطباق با استاندارد ملی مربوطه به واحدهای تولیدی ابلاغ شده است. ضمنا پروانه یک واحد ابطال شده که بعدا مجددا موفق به اخذ آن شد و یک مورد هم در دست اقدام جهت ابطال است.

سرمایه‌گذاری خارجی ۱.۵ میلیارد دلاری در طرح‌های صنعتی

طی ۱۰ ماهه ابتدای امسال ۱۰۴ طرح صنعتی، معدنی و تجاری به ارزش یک میلیارد و ۴۷۷ میلیون دلار در هیأت سرمایه‌گذاری خارجی تصویب شده است.

به گزارش ایسنا، براساس جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت)، در ۱۰ ماهه ابتدای امسال ۱۰۴ طرح صنعتی، معدنی و تجاری در هیأت سرمایه‌گذاری خارجی تصویب شده که نسبت به تصویب ۷۹ طرح در مدت مشابه سال قبل، ۳۱.۶ درصد افزایش یافته است.

همچنین ارزش این طرح‌ها در سال جاری یک میلیارد و ۴۴۷ میلیون دلار بوده که نسبت به رقم ۷۸۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری خارجی مصوب در طرح‌های صنعتی، معدنی و تجاری در مدت مشابه سال قبل ۸۹.۴ درصد افزایش یافته است.

جزییات سرمایه‌گذاری خارجی در ۱۰ ماهه امسال هنوز منتشر نشده اما بررسی آمار ۹ ماهه نشان می‌هد که بیشترین حجم سرمایه‌گذاری خارجی در دوره مورد بررسی در گروه‌های ساخت مواد و محصولات شیمیایی، ساخت رادیو، تلویزیون و وسایل ارتباطی، ساخت ماشین‌آلات و تجهیزات و انتشار و چاپ و تکثیر بوده است. چهار کشور اول از لحاظ ارزش سرمایه‌گذاری خارجی مصوب نیز کشورهای آلمان، چین، ترکیه و انگلستان بودند.

همچنین در ۹ ماهه امسال استان‌های خوزستان، سیستان و بلوچستان، تهران، کرمانشاه و قزوین به ترتیب بیشترین حجم سرمایه‌گذاری خارجی مصوب در بخش صنعت، معدن و تجارت را جذب کرده‌اند. گفتنی است که سرمایه‌گذاری خارجی مصوب شامل کلیه درخواست‌ها اعم از سرمایه‌گذاری جهت ایجاد طرح‌های جدید، خرید سهام شرکت‌های موجود و همچنین سرمایه‌گذاری‌های خارجی در قالب ترتیبات قراردادی است. روز گذشته سعید زرندی، معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت)، گفته بود که بالا بودن استهلاک و تورم در اقتصاد ایران رشد تشکیل سرمایه را منفی کرده، به طوری که نرخ تشکیل سرمایه اسمی سالانه رشد می‌کند، اما اگر به قیمت ثابت محاسبه شود، شرایط منفی است که دلیل اصلی آن تورم است. به طور متوسط نرخ رشد تشکیل سرمایه در دهه ۹۰ از ۱.۲ درصد بالاتر نرفته، این درحالی است که هدف‌گذاری برای رقم ۸درصد بوده است.

اخبار

جزییات ۶ مصوبه جدید برای تسریع ترخیص کالا

در راستای تسهیل و تسریع ترخیص کالا شش مصوبه درخصوص تلورانس ارزش، وزن، کالاهای متروکه، کالاهای ممنوعه و ترانزیت خارجی مصوب شده است. به گزارش ایسنا، مهرداد ارونقی - معاون فنی و امور گمرکی گمرک ایران - جزییات پیشنهادات گمرک و مصوبات ستاد تنظیم بازار را طی گزارشی تشریح کرده است.

تلورانس وزنی به نفع صاحبان کالا اصلاح شد

با توجه به مشکلات متعدد مربوط به رفع تعهدات ارزی ناشی از اختلاف وزن پروانه‌های وارداتی و به منظور تسهیل در تجارت فرامرزی مقرر شد وزارت صنعت، معدن و تجارت، گمرک و بانک مرکزی، نسبت به پذیرش تلورانس وزنی ۱.۵ درصد برای «کالاهای فله و کالاهای اساسی و ضروری» مشمول دریافت ارز ترجیحی (گروه یک کالایی) که به صورت فله یا کانتینری وارد می‌شوند، اقدام نمایند و درخصوص سایر کالاها از جمله کالاهای اساسی مشمول گروه ۲۱، حداکثر ۳درصد تلورانس وزنی، قابل پذیرش بوده و ملاک رسیدگی قرار گیرد.

مبنای محاسبه تلورانس وزنی، وزن کل ثبت سفارش شد، نه وزن هر محموله

درخصوص رفع تعهد ارزی کالاهایی که معیار اقدام، وزن کالا است به گمرک و بانک مرکزی اختیار داده شد تا نسبت به محاسبه تلورانس وزنی، با در نظر گرفتن ثبت سفارش اقدام کنند و چنانچه تلورانس وزنی براساس وزن کل ثبت سفارش باشد، در مجموع، مورد پذیرش بوده و ملاک اقدام و اجرا برای بانک مرکزی خواهد بود.

تلورانس اختلاف ارزش تا ۷ درصد به نفع صاحبان کالا تغییر کرد

پیرو تصمیمات قبلی کارگروه تنظیم بازار درخصوص بیش‌بود ۱۱قلم کالاهای اساسی و ضروری، گمرک ایران مجاز گردید در بررسی ارزش۱۱ قلم کالای اساسی و ضروری معادل ۵درصد بیشتر از ارزش‌های متوسط ابلاغی را اعمال نموده و چنانچه در بررسی پرونده‌های اختلافی، میزان بیش‌بود ارزش، بیش از ۵ درصد و تا ۷درصد باشد بایستی پس از کسر ۵ درصد، مابقی را به عنوان بیش‌بود تلقی و لحاظ کند. باید به این نکته توجه کرد که پس از تعدیلات اعلام شده، بیش‌بود ارزش‌های بالاتر از ۷درصد، بدون کسر ۵یا ۷درصد اعلام شده، به صورت کامل مبنای محاسبه قرار خواهد گرفت.

پذیرش درخواست ترانزیت خارجی در گمرک بوشهر بدون ثبت سفارش

در راستای پیشنهادات ارائه شده از سوی مراجع ذی‌ربط در استان بوشهر، به گمرک این اختیار داده شد تا با درخواست صاحبان کالاهای دارای اولویت ارزی ۱، ۲۱، ۲۲، ۲۳ و ۲۴ بر ترانزیت خارجی این کالاها بدون مطالبه ثبت سفارش با اخذ تضامین لازم، تحت رویه «ترانزیت خارجی» اقدام و کنترل‌های لازم را در این خصوص انجام دهد تا از رسوب کالا در مناطق ویژه اقتصادی و اماکن گمرک جلوگیری شود.

متروکه نشدن کالاهای اساسی به زودی بررسی می‌شود

همچنین موضوع متروکه شدن کالاهای اساسی در گمرکات کشور متأثر از مصوبات و بخشنامه‌های صادرشده مطرح و مقرر شد جلسه‌ای با محوریت معاونت بازرگانی داخلی و دستگاه‌های ذی‌ربط تشکیل و راهکارهای اجرایی برای تصمیم‌گیری به جلسات آتی کارگروه ستاد تنظیم بازار ارائه شود.

کالاهای گروه ۲۷ ممنوعه در آستانه تصمیم‌گیری نهایی

در رابطه با گزارش گمرک ایران مبنی بر در آستانه فساد قرار گرفتن کالاهای مشمول گروه ۲۷ موجود در بنادر و گمرکات کشور که دارای اولویت ارزی غیرفعال هستند نیز مقرر شد جلسه‌ای با مسئولیت دفتر مقررات صادرات و واردات و با حضور بانک مرکزی، گمرک دبیرخانه کارگروه تنظیم بازار تشکیل و با سازو کار قانونی اقدام لازم به عمل آید.

خودکفایی ایران در صنعت ریل با ذوب‌آهن اصفهان

معاون امور صنایع وزارت صمت، تولید ریل در ذوب‌آهن اصفهان را عامل اصلی خودکفایی کشور در صنعت ریلی دانست و گفت این شرکت با توانمندی خود توانست به خوبی نیاز کشور را به محصول استراتژیک ریل تامین کند. مهدی صادقی نیارکی با حضور در غرفه ذوب‌آهن اصفهان در نمایشگاه بین‌المللی ایران متافو، اظهار کرد: تولید انواع ریل از جمله ریل‌های قطار پرسرعت، ریل مترو، ریل معدن و همچنین موفقیت اخیر این شرکت در تولید ریل زبانه سوزن، نشان از بومی‌سازی تکنولوژی تولید ریل در این مجتمع عظیم صنعتی دارد.

وی با اشاره به موفقیت ذوب‌آهن در بازسازی کوره بلند شماره یک، گفت: با توجه به محصولات مهمی که ذوب‌آهن تولید می‌کند، استفاده کامل از ظرفیت تولید این شرکت، بسیار ضروری است و باید مواد اولیه پایدار برای این شرکت تامین شود. معاون امور صنایع وزارت صمت روز اول برگزاری نمایشگاه ایران متافو با حضور در غرفه ذوب‌آهن اصفهان و با ارائه توضیحات علیرضا امیری مدیر روابط عمومی و دیگر کارشناسان ذوب‌آهن اصفهان در جریان فعالیت‌های تولیدی و صادراتی این شرکت قرار گرفت. احمد رضوی نیک، رئیس انجمن نوردکاران فولادی ایران نیز در غرفه این شرکت در نمایشگاه بین‌المللی ایران متافو، تعامل، هماهنگی و همکاری کل زنجیره فولاد را عامل توسعه این صنعت دانست. وی گفت: کل زنجیره فولاد کشور با همکاری هم می‌توانند، افق‌های جدیدی پیش روی صنعت فولاد کشور بگشایند و قطعا این همکاری و هماهنگی موجب توسعه این صنعت مهم در کشور می‌شود. به گزارش ایسنا، هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران متافو در روزهای ۲۷ الی ۳۰ بهمن ۹۹ در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران در حال برگزاری است. ذوب‌آهن اصفهان به عنوان بزرگترین تولیدکننده محصولات ساختمانی و تنها تولیدکننده ریل کشور در این نمایشگاه حضوری فعال داشته و با ارائه آخرین دستاوردهای تولیدی خود پذیرای کارشناسان و دست‌اندرکاران این صنعت است. در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران متافو در تهران، صاحبان و تولیدکنندگان صنایع مختلف فولادی، معدنی، فلزات غیرآهنی، ریخته‌گری و قالب‌سازی، نسوزها، کوره‌های صنعتی، عملیات حرارتی و ... از مناطق مختلف کشور و چند کشور خارجی حضور دارند.

گره کور بازار خودرو با عرضه در بورس باز می‌شود؟

هر طرحی با قیمت‌گذاری دستوری محکوم به شکست است

با وجود آنکه با مخالفت چند هفته قبل وزیر صنعت، معدن و تجارت به نظر می‌رسید موضوع عرضه خودرو در بورس کالا حداقل در کوتاه‌مدت منتفی شده باشد، اما از ابتدای هفته در کمیسیون صنایع مجلس، خبرهای دیگری به گوش می‌رسد.

موضوع عرضه خودرو در بورس چند سالی است که در دستور کار مجلس و دولت قرار دارد و در ماه‌های پایانی مجلس دهم نیز در قالب طرح ساماندهی بازار خودرو به مرحله تصویب نهایی رسید. هرچند با مخالفت شورای نگهبان با بخش‌هایی از این مصوبه، طرح دوباره به مجلس بازگشت. در مجلس یازدهم نیز با توجه به التهابات اخیر، ساماندهی بازار خودرو به عنوان یکی از اولویت‌های اقتصادی در نظر گرفته شد و در ماه‌های گذشته کار بر روی آن ادامه پیدا کرد.

هرچند نمایندگان عرضه خودرو در بورس کالا و کشف قیمت این محصول در بازار سرمایه را به عنوان یکی از طرح‌های گره‌گشا در صنعت خودرو می‌دانستند و برای مدتی طولانی در کمیسیون صنایع بر روی آن کار شد، اما در نهایت با مخالفت وزارت صمت، به نظر می‌رسید اصل موضوع زیر سوال رفته باشد، اما در جلسات اخیر این کمیسیون گام‌های جدیدی برای تصویب طرح ساماندهی بازار خودرو که عرضه محصولات جدید در بورس نیز بخشی از آن است برداشته شده و به نظر ادامه خواهد داشت.

حجت الله فیروزی، سخنگوی کمیسیون صنایع مجلس، در تشریح آخرین وضعیت این طرح گفته است که طرح ساماندهی صنعت خودرو مصوب مجلس دهم که با ایراداتی از سوی شورای نگهبان از آن ایراداتی همراه بود، در نشست اخیر کمیسیون بار دیگر بررسی و تعیین تکلیف نهایی آن به جلسه ۲۸ بهمن ماه موکول شد. شیوه عرضه خودرو، نحوه قیمت‌گذاری و تعیین قیمت پایه خودرو و چگونگی فروش خودروهای مازاد بر تقاضا در بورس از جمله موضوعاتی بود که در این نشست برای رفع ایرادات شورای نگهبان بررسی شد.

به این ترتیب اصرار نمایندگان بر عرضه خودرو در بورس ادامه دارد و باید دید آیا با نهایی شدن طرح در کمیسیون، تصویب در صحن علنی و در نهایت تایید شورای نگهبان به قانون تبدیل می‌شود یا همچنان اما و اگرهای این طرح باقی خواهد ماند. هرچند این طرح حتی در صورت رسیدن به مرحله نهایی نیز ابهام‌های مخصوص به خود را خواهد داشت.

فربد زاوه، کارشناس صنعت خودرو در گفت و گو با اقتصاد آنلاین، در پاسخ به این سوال که با توجه به مخالفت وزارت صمت با طرح فعلی مجلس، اساسا برنامه نمایندگان شانسی برای اجرایی شدن دارد، پاسخ داد: ما در این حوزه باید میان دو موضوع تفکیک قائل شویم. نخست در فاز اجرا، اگر نمایندگان مجلس طرحی را تصویب کنند و شورای نگهبان نیز آن را تایید کند، به قانون لازم‌الاجرا بدل خواهد شد و آنگاه دیگر موافقت یا مخالفت دولت تغییری در این فرآیند ایجاد نمی‌کند. نکته دوم اما این است که اهداف عرضه خودرو در بورس چیست و چقدر می‌توان به آن خوشبین بود؟

وی با بیان اینکه صنعت خودرو در ایران با نوعی لجاجت مدیریتی مواجه شده، توضیح داد: متاسفانه از ابتدا ما در حوزه قیمت‌گذاری خودرو، یک سیاست غلطی را پایه‌گذاری کردیم و هنوز اصرار داریم در همان مسیر گام برداریم. در واقع تصمیم‌گیران این حوزه باید پاسخ دهند که آیا آماده کنار رفتن از قیمت‌گذاری و سپردن قیمت‌ها به بازار و واقعیت‌های اقتصادی هستند یا خیر. اگر این آمادگی به وجود آمده که دیگر به بورس و پیچیدگی‌های آن نیاز نیست؛ حاشیه بازار خود قیمت‌ها را نهایی می‌کند و اگر همچنان بنا بر مداخله در بازار و پایین نگه داشتن دستوری قیمت‌هاست که نه تنها بورس بلکه هیچ شیوه دیگری نیز راهگشا نخواهد بود و تنها یک هزینه کارگزاری جدید به دوش متقاضیان خودرو می‌گذارد.

به گفته این کارشناس صنعت خودرو، مکانیزم موردنظر نمایندگان برای عرضه خودرو در بورس، پیش از این نیز در این بازار وجود داشته و تنها به دلیل مداخلات دستوری نهادهایی مانند شورای رقابت برهم ریخته است. حتی امروز نیز مثلا تعدادی از خودروهای چینی، در بازار با قیمتی پایین‌تر از قیمت پیشنهادی کارخانه معامله می‌شوند که این نشاندهنده کارکرد اصلی بازار است و در چنین فضایی دیگر نیازی به ورود به بورس نیست.

زاوه با اشاره به مشکلاتی که قیمت‌گذاری دستوری برای صنعت خودرو به وجود آورده، بیان کرد: امروز شرکت‌های بزرگ خودروساز کشور، به زیانی چند ده هزار میلیارد تومانی رسیده‌اند و میزان این زیان حدودا ۹ برابر کل ارزش ذاتی مجموعه‌های‌شان به شمار می‌رود. رسیدن به چنین موقعیتی دستپخت سیاست‌های حمایتی اشتباه و سپس اصرار بر تداوم همان راه غلط است.

وی ادامه داد: امروز شرایط به شکلی پیش رفته که خودروساز ما با زیان مواجه است، قیمت خودرو در بازار به شدت رشد کرده و سیاست‌هایی مانند قرعه‌کشی خودرو نیز تنها منجر به این شده که یک عده محدود بتوانند خودرو ارزان‌تر به دست بیاورند، اما هزینه آن را ۸۵ میلیون ایرانی پرداخت کنند. من بارها خواسته‌ام که رئیس شورای رقابت خود به عنوان مدیرعامل یکی از شرکت‌های خودروساز منصوب شود و با توجه به واقعیت‌های موجود و سیاست‌هایی که این شورا به وجود آورده مدیریت کند تا متوجه عمق فاجعه بشود.

تعداد موتورسیکلت‌هایی که امسال به معاینه فنی رفتند به ۱۰۰ دستگاه نمی‌رسد

در حالی که طبق آمار بیش از ۲ میلیون دستگاه موتورسیکلت در تهران تردد دارند، معاون فنی شرکت کنترل کیفیت هوای تهران می‌گوید در سال جاری تعداد موتورسیکلت‌هایی که به مراکز معاینه فنی مراجعه کرده‌اند هنوز ۲ رقمی است.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، فرشید باباخانی درباره توسعه استفاده از موتورسیکلت‌های برقی، اظهار کرد: برای کاهش آلودکی هوا در همه کشورها، دولت کمک می‌کند زیرا شهرداری‌ها منابع قابل توجهی ندارند.

وی ادامه داد: بودجه شهرداری حاصل از عوارض شهری است؛ آنچه از شهروندان دریافت می‌شود برای اداره امور شهر است و نمی‌توان هزینه‌های مردم را برای این کار افزایش داد این در حالی است که در برخی شهرهای دنیا شهرداری‌ها برای کاهش هزینه‌های عوارض شهرداری به دنبال افزایش راندمان در خدمات شهری و کاهش هزینه هستند.

معاون فنی شرکت کنترل کیفیت هوای تهران تصریح کرد: در حال حاضر قیمت موتورهای برقی وابسته به قیمت دلار است و برخلاف موتورهای بنزینی که بخش عمده‌ای از آنها داخلی‌سازی شده، برای موتورهای برقی چنین وضعیتی وجود ندارد بنابراین وقتی نرخ دلار افزایش می‌یابد، قیمت موتورهای برقی نیز رشد می‌کند.

وی افزود: در این شرایط خرید موتور برقی برای کسی که شغل ثابت و سطح متوسطی دارد، شاید سخت نباشد ولی برای کسی که از موتور برای فعالیت کاری خود استفاده می‌کند، رقم زیادی است. افرادی که فقط برای رفت و آمد روزانه از موتور استفاده می‌کنند اصلا جامعه هدف ما نیستند زیرا تولید آلودگی چندانی ندارند و می‌توان گفت در حال حاضر این دسته از موتورسواران مشکل شهر نیستند.

باباخانی تصریح کرد: آلودگی ناشی از موتورها بیشتر شامل موتورهایی است که در جابه‌جایی کالاهای خرد در تهران تردد می‌کنند. این قشر امکان خرید یک موتورسیکلت برقی با حداقل قیمت ۴۵ میلیونی برای کار را ندارد زیرا در صورت داشتن توان پرداخت چنین رقمی، می‌تواند یک خودروی کارکرده خریداری و در تاکسی اینترنتی کار کند. وی افزود: بنابراین باید کاری کنیم که این قشر بدون وارد شدن آسیب به معیشت‌شان بتواند موتور برقی خریداری کند که لازمه این امر کمک دولت است همانطور که در دیگر کشورها انجام شده است. باید این قشر ابتدا شناسایی و شرایطی ایجاد کرد که بتوانند به شکل اقتصادی و با کمک‌های دولت به جای موتورهای بنزینی از نوع برقی استفاده کنند.

معاون فنی شرکت کنترل کیفیت هوای تهران با اشاره به اینکه قانون هوای پاک برنامه خوبی درباره موتورسیکلت‌ها دارد، تصریح کرد: طبق قانون هوای پاک باید تولیدکنندگان موتورسیکلت ۱۰ درصد تولید خود در سال را به تولید موتور برقی اختصاص دهند و در صورت عدم تولید موتور برقی به ازای ۱۰ درصدی که تولید نشده، به جای اسقاط یک موتور، سه موتور را اسقاط کنند البته پیش از این به جای اسقاط موتور، یک خودرو اسقاط می‌شد که معادل ۷ موتورسیکلت بود.

وی با بیان اینکه اگر این بخش از قانون اجرایی شود، تعداد موتورسیکلت‌ها ثابت می‌ماند زیرا به ازای هر موتور جدید باید یک موتور از چرخه خارج شود، ادامه داد: با اجرای درست قانون طی ۷ الی ۸ سال موتورهای برقی یا انژکتوری جایگزین وضع موجود خواهند شد البته موتورهای انژکتوری برای ما ایده‌آل نیست و موتورهای برقی مدینه فاضله هستند ولی با توجه به وضعیت اقتصادی موجود، اگر طی چند سال آینده همه موتورها انژکتوری شود، وضعیت بسیار بهتر می‌شود. باباخانی با اشاره به اینکه در پکن استفاده از موتورهای بنزینی ممنوع است و آلایندگی به نام موتورسیکلت وجود ندارد، گفت: در شرایط فعلی باید برای موتورهایی که در حال تردد هستند و هنوز به سن فرسودگی نرسیده‌اند فکری کرد؛ در این راستا برنامه معاینه فنی مدون و خطوط معاینه فنی در برخی از مراکز ایجاد شد ولی متأسفانه همچنان درخصوص اخذ معاینه فنی به دلیل عدم کنترل و ثبت تخلف موتورهای فاقد معاینه فنی با مشکلاتی مواجه هستیم. وی افزود: یکی دیگر از مشکلات موجود مربوط به اسقاط موتورهاست که بر اجرای آن تأکید داریم و موتورساز باید از سند موتور اسقاط شده برای تولید و شماره‌گذاری استفاده کند. همچنین مشکل دیگر مربوط به کنترل و نظارت بر وضع تردد و تخلف راکبان است زیرا نمی‌توان موتورها را توسط پلاک به صورت مکانیزه کنترل کرد. پلاک اکثر آنها ناخوانا یا مخدوش است و بسیاری از آنها به نام راکب نیست. باباخانی گفت: برخلاف خودرو، مالکان موتورسیکلت هیچ حساسیتی در انتقال سند موتور خود ندارد و بخش عمده‌ای از موتورها به نام فردی که در حال استفاده از آن است، نیست و این باعث شده نظارت مکانیزه در زمان کارکرد موتور در سطح شهر، سخت شود.

تسلا در هند هم خودرو می‌سازد

شرکت خودروسازی تسلای آمریکا قصد دارد یک کارخانه تولید خودرو در جنوب هند تأسیس کند. به گزارش پرشین خودرو، براساس اسناد دولتی منتشرشده مشخص شد که شرکت خودروسازی تسلای آمریکا قصد دارد در ایالت کارناتاکا واقع در جنوب هند یک کارخانه خودروسازی ایجاد کند. در این اسناد نوشته شده که شرکت تسلای آمریکا یک کارخانه خودروسازی در کارناتای هند ایجاد خواهد کرد.

ماه گذشته میلادی شرکت تولید خودروهای برقی تسلا، شرکتی را با نام تسلا موتورز هند در شهر بنگالور هند در ایالت کارناتاکا که مرکز فعالیت شرکت‌های فعال در حوزه فناوری در هند به شمار می‌رود ثبت کرده است. سروزیر ایالت کارناتاکا نیز چند روز پیش در توئیتر نوشت که شرکت تسلا فعالیت خود را در هند و با افتتاح واحد تحقیق و توسعه خود در بنگالور آغاز می‌کند. البته این پست توئیتری بعدا حذف شد. هنوز دفتر سروزیری و شرکت تسلا نسبت به این خبر واکنشی نداشته‌اند. البته ایلان ماسک، مدیر شرکت تسلا بارها در توئیتر درباره فعالیت‌های تسلا در هند نوشته است. در ماه دسامبر ماسک تایید کرد که شرکت تسلا در سال ۲۰۲۱ در هند فعالیت خود را آغاز خواهد کرد. هند به دنبال کاهش وابستگی خود به نفت و پایین آوردن آلایندگی هوا در شهرهای خود است، اما تلاش‌های دولت این کشور برای ترویج استفاده از خودروهای برقی به خاطر سرمایه‌گذاری کم در حوزه تولید و زیرساخت از جمله افزایش تعداد ایستگاه‌های شارژ ناکام بوده است.

هند در راستای افزایش سرمایه‌گذاری خود در این مسیر قصد دارد مشوقی ۴,۶ میلیارد دلاری را به شرکت‌هایی که کارخانه‌های تولید باتری‌های پیشرفته را در هند ایجاد کنند ارائه کند.

اخبار

نظام قیمت‌گذاری خودرو در کدام کشور اعمال می‌شود؟

در شرایطی سیاست‌گذار خودرو با ادعای حمایت از حقوق مصرف‌کننده، تمایلی به آزادسازی قیمت ندارد که طی یک دهه گذشته شاخص قیمت پایین‌ترین میزان رضایتمندی را در میان مشتریان داشته است بنابراین مشخص است بخش تقاضا با وجود ادعای شورای رقابت و سیاست‌گذار دولت مبنی بر حمایت از مصرف‌کننده خودرو، رضایتی از نظام قیمت‌گذاری خودرو ندارد و طبق آمار سال‌هاست که نارضایتی خود را از این نظام اعلام کرده است. با این حال مرجع تعیین قیمت خودرو در کشور معتقد است بخش تقاضا از قیمت‌گذاری خودرو رضایت دارد و اگر تعیین قیمت به بخش عرضه سپرده شود مشتریان مجبور به خرید خودرو با قیمت‌های گزافی هستند بنابراین با این استدلال، نظام عرضه و تقاضا در قیمت‌گذاری را نفی می‌کند.

از سوی دیگر اما قیمت‌گذاری دستوری به دلیل ناهمخوانی هزینه‌های تولید با فروش، انگیزه ارتقای کیفیت را در شرکت‌های خودروسازی کاهش داده که همین امر منجر به عرضه محصولاتی با کیفیت نازل شده است بنابراین مشتری داخلی در شرایطی در بازار انحصاری خودروی کشور، مجبور به خرید خودرویی با کیفیت پایین و نازلی است که شورای رقابت با قیمت‌گذاری دستوری مدعی حفظ حقوق همین مشتری است. مرجع قیمت‌گذار خودرو با نادیده گرفتن حقوق مشتریان در دسترسی به خودرویی با کیفیت، قیمت‌گذاری دستوری را در راستای حفظ حقوق مشتریان می‌خواند. آنچه مشخص است بخش تقاضا در کشور به‌طور دائم به مقایسه قیمت و کیفیت جهانی خودرو با محصولات داخلی می‌پردازد و پذیرش محصولات کنونی که عمدتا قدیمی و از کیفیت مطلوبی نیز برخوردار نیستند و قیمت‌های گزافی نیز دارند، برای این بخش بسیار سخت است.

در حال حاضر خودروهایی از برندهای معروف دنیا با تکنولوژی بالا و مصرف سوختی متعادل به بازار عرضه می‌شود که قیمتی همراستای تولیدات خودروسازان داخلی دارد بنابراین این سوال برای مشتری ایرانی مطرح است که چرا خودروهای داخلی با وجود قدیمی بودن قیمتی هم‌ردیف خودروهای جدید دنیا دارند؟ و اینکه مشکل کار خودروسازی کجاست که انگیزه‌ای برای تولید و عرضه محصولات با کیفیت و به‌روز دنیا ندارد و از سوی دیگر قادر نیست مشتریان را از لحاظ قیمتی راضی نگه دارد؟ پاسخ به این سوالات را باید در دولتی بودن این صنعت و همچنین نظام قیمت‌گذاری خودرو در کشور جست و جو کرد. آنچه مشخص است در هیچ کشوری نهادی خارج از شرکت تولیدکننده خودرو به امر قیمت‌گذاری نمی‌پردازد؛ حال آنکه در ایران شورای رقابت با اطلاعاتی که شرکت‌های خودروساز در اختیار این شورا قرار می‌دهد به امر قیمت‌گذاری می‌پردازد.

بنابراین در ایران برخلاف دیگر کشورها عرضه و تقاضا یا ارزش برند سهمی در قیمت‌گذاری ندارند؛ بلکه تفاهم شرکت‌های خودروساز با شورای رقابت تعیین‌کننده نهایی قیمت خودرو است، اما قیمت‌گذاری خودروسازان خارجی طی پروسه‌ای متفاوت از ایران صورت می‌گیرد؛ به‌طوری‌که آنها قیمت محصولات خود را براساس استراتژی «قیمت‌گذاری مبتنی بر بازار»، «ارزش برند» و در نهایت قیمت‌گذاری «نفوذی» تعیین می‌کنند. حال آنکه در ایران نه تنها نظام عرضه و تقاضا مفهومی ندارد بلکه رضایت مشتریان آن هم با ارائه قیمتی غیرواقعی هدف اصلی مرجع قیمت‌گذار قرار گرفته است. آنچه مشخص است خودروساز خارجی طبق استانداردهای جهانی و با استراتژی‌های تعریف‌شده به قیمت‌گذاری محصولات تولیدی می‌پردازند حال آنکه تعیین قیمت در ایران روایتگر تداوم انحصار در صنعت خودروی کشور است بنابراین تا زمانی که انحصار در تولید خودرو ادامه یابد حضور شورای رقابت نیز برای قیمت‌گذاری توجیه پیدا می‌کند حال آنکه اگر دولت از دخالت در این صنعت دست بردارد، تولید، کیفیت، کمیت و قیمت‌گذاری در مسیر استاندارد جهانی قدم برخواهد داشت. در ادامه این گزارش به نظام قیمت‌گذاری جهانی که مسیری کاملا متفاوت از صنعت خودروی کشورمان دارد می‌پردازیم.

پیش‌بینی وزیر صنعت از روند قیمت خودروهای داخلی

رشد نرخ ارز در روزهای گذشته سبب شد تا بازار نیمه جان خودرو، بار دیگر با حضور بیشتر واسطه‌ها و دلالان روبه‌رو شود.

به گزارش تیتربرتر، در هفته‌های گذشته تداوم پاندمی کرونا موجب شده بود تا همه چیز در بازار خودرو وابسته به نرخ ارز باشد و این روزها متأثر از افزایش قیمت ارز، بار دیگر شاهد رکود در بازار هستیم، اما بازار خودرو شب عید را چگونه می‌گذراند؟

هفته جاری در حالی آغاز شد که گزارش‌های بازار خودرو نشان از رشد چند میلیون تومانی قیمت خودرو در بازار دارد. در پی روند افزایشی نرخ دلار طی روزهای اخیر، قیمت خودرو نیز تحت تاثیر قرار گرفته و از ابتدای هفته جاری رشد قیمت را با سرعت بیشتری تجربه کرده است و انتظار می‌رود که با نزدیک شدن به هفته‌های پایانی سال، به بهانه خرید نوروزی خودرو نیز شاهد افزایش بیشتر قیمت‌ها در بازار باشیم.

با این حال افزایش نرخ دلار ر و به دنبال آن افزایش قیمت خودروهای داخلی تاثیر چندانی بر روی بازار خودروهای وارداتی نگذاشته و شاهد ثبات قیمتی در این بازار هستیم. روز گذشته نیز نایب رئیس دوم اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو نیز اعلام کرد که به دلیل نبود مشتری در بازار خودروهای وارداتی، شاهد ثبات قیمت‌ها در این بازار هستیم، حتی با این وجود که طی روزهای اخیر شاهد افزایش نرخ دلار هستیم.

معاملاتی که در پی ثبات نسبی نرخ ارز در هفته‌های گذشته می‌رفت تا جانی تازه بگیرد، چند روزی است که مجدد وارد فاز رکود شده و فروشندگان دست از فروش خودرو کشیده‌اند یا قیمت‌های سلیقه‌ای و بالا اعلام می‌کنند.

به گفته کارشناسان، در بازار خودرو نوسان‌های ارزی به سرعت اثرگذار می‌شود و با ورود دلار به کانال ۲۶ هزار تومان در روزهای گذشته، قیمت‌ها دوباره به نرخ‌های ۲۰ روز قبل بازگشته است.

جشنواره رسانه و آگاهی از مغز؛ فعالان حوزه تولید محتوا رقابت می‌کنند

با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی همزمان با هفته آگاهی از مغز جشنواره رسانه و آگاهی از مغز برگزار می‌شود.

هدف از برگزاری این رویداد ارزیابی، معرفی و تقدیر از فعالیت‌های ترویجی در حوزه علوم شـناختی توسط دسـت‌اندرکاران فعال در رسانه‌های خبری و شبکه‌های مجازی در هفته جهانی آگاهی از مغز است.

نخسـتین جشنواره رسانه و آگاهی از مغز در ۴ بخش محتوای منتشرشده در رادیو، محتوای منتشرشده در تلویزیون، محتوای منتشرشده در مطبوعات و محتوای منتشرشـده در فضای مجازی (پادکسـت، ویدئوکسـت و وبلاگ) مورد ارزیابی قرار می‌گیرند.

دریچـــه

شرکت‌های خلاق میراث فرهنگی و گردشگری را ثروت‌آفرین و اشتغال‌زا می‌کنند

تفاهم‌نامه توسعه شرکت‌های خلاق و دیجیتال در حوزه میراث فرهنگی و گردشـگری، برای تبدیل ظرفیت‌های نهفتـه فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی به اشتغال منعقد شد.

این تفاهم‌نامه همکاری سـه‌جانبه، میان سـتاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و صنایع نرم و خلاق، سـتاد توسعه فناوری‌های حوزه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسـازی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری و وزارت میـراث فرهنگی و گردشـگری به امضا رسـید تا ضمن حمایت از نوآوری در کسب و کارهای دیجیتال و خلاق در حوزه گردشگری، صنایع دستی و میراث فرهنگی زمینه ایجاد اشتغال، تولید محصول از ایده‌های نوآورانه و خلق ثروت از حوزه‌های یادشده تسهیل شود.

شرکت‌های خلاق در مسیر اشتغال‌زایی و ارزش‌آفرینی

پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نـرم و خلاق معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری در این مراسـم با اشـاره به پررنگ شـدن نقش فناوری‌های نرم و شـرکت‌های خلاق در زیست‌بوم نوآوری کشور گفت: اکنون فرصتی برای افزایش نقش‌آفرینی این کسب‌وکارها در اقتصاد کشور، خلق ارزش افزوده و ایجاد اشتغال از منابع غنی فرهنگی و هنری کشورمان فراهم شده است.

وی با اشـاره به حمایت معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری از شرکت‌های خلاق بر بستر حمایت‌های دانش‌بنیانی گفت: ۱۲۴۰ شرکت توانستند مجوز شرکت خلاق شدن را دریافت کنند و اکنون می‌توانند به سمت شرکت دانش‌بنیان شدن حرکت کنند تا از حمایت‌هایی که ذیل این قانون تعریف شده است بهره‌مند شوند.

صندوق صنایع خلاق تشکیل شد

کرمی با اشاره به راه‌اندازی صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق برای حمایت از رونق کسب و کارهای این حوزه، ادامه داد: این صندوق با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مشارکت بخش خصوصی، به صورت تخصصی از شـرکت‌های خـلاق حمایت می‌کند. این صندوق نیز مانند سـایر صندوق‌های پژوهش و فناوری با مشـارکت بخش خصوصی راه‌اندازی شـده اسـت تا زمینه برای بوم نوآوری این بـار به طور ویژه در شرکت‌های خلاق و صنایع فرهنگی فراهم شود.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، با اشاره به حمایت صندوق نوآوری و شکوفایی و صندوق‌های پژوهش و فناوری از شرکت‌های خلاق گفت: ۳ صندوق پژوهش و فناوری، به طور ویژه وظیفه حمایت از صنایع خـلاق را به عهده گرفته‌اند و سـرمایه‌گذاری قابـل توجهی را اختصاص داده‌اند. صندوق توسعه صادرات مبلغ ۱۰۰ میلیارد ریال برای شرکت‌های خـلاق و همچنیـن ۱۰۰ میلیارد ریـال برای دانش‌بنیان‌های نوع سـوم اختصاص داده است. با حمایت صندوق پژوهش و فناوری‌های نوین،۱۰۰ میلیارد ریال به کسـب و کارهای خلاق و به میزان ۱۰۰ میلیارد ریال نیز خط اعتباری به شرکت‌های دانش‌بنیان نوع سوم اختصاص داده شد.

وی افزود: صندوق سـپهر نیز میزان ۴۰ میلیارد ریال را به شرکت‌های خـلاق و همچنیـن ۴۰ میلیارد ریـال اعتبار بـه دانش‌بنیان‌های نوع ۳ اختصاص داده است. علاوه بر این، صندوق صنایع خلاق نیز از شرکت‌های این حوزه، حمایتی تمام قد انجام می‌دهد.

ایجاد زیست‌بوم ایده تا محصول برای فناوری‌های نرم

کرمی با بیان اینکه ایجاد خانه‌های خلاق بر محور بخش خصوصی یکی دیگر از گام‌ها در راستای حمایت از صنایع خلاق است، عنوان کرد: ایجاد خانه‌های خلاق در ۹ اسـتان کشور به پایان رسیده است و راه‌اندازی این خانه‌ها برای تمامی استان‌ها با توجه به زیست‌بوم و ظرفیت‌های فرهنگی و نوآورانه، در دسـتور کار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری قرار دارد. برمبنای تعاریف سازمان‌های جهانی از صنایع خلاق، تلاش می‌کنیم تا برمبنای یک مدل بومی مبتنی بر اسـتانداردهای ملی و بین‌المللی، از ظرفیت‌های این حوزه حمایت کنیم.

دبیر ستاد فرهنگ‌سـازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع خلاق و نرم با اشـاره به پررنگ شـدن نقش صنایع خلاق و دیجیتال در پیشرفت کشـور گفت: با رونق شـرکت‌های خلاق و شـرکت‌های فعـال در حوزه اقتصاد دیجیتال نوآوری‌های اجتماعی و نوآورانه تلاش می‌کنیم تا یادگار گذشتگان را به میراث آیندگان تبدیل کنیم.

کرمی با تاکید بر اینکه باید ظرفیت ثروت‌آفرینی و اشتغال‌زایی صنایع خلاق، ترویج و فرهنگ‌سازی شـود، ادامه داد: می‌بایست بر این نگرش و دیدگاه غلط که فرهنگ و هنر را هزینه‌بر می‌داند، خط بطلانی بکشـیم، چراکه این حوزه نه‌تنها هزینه‌زا نیست، بلکه اشتغال‌زا و ثروت‌آفرین است.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با بیان اینکه ایران از دیرباز مولـد و پهنه صنایع خلاق و فرهنگی بوده اسـت، اکنون فرصتی فراهم شده تا ظرفیت‌های بکر و نهفته این حوزه بر بستر کسب و کارهای خلاق، شکوفا شود، ادامه داد: هیچ فرهنگی ماندگار و صادر نمی‌شود. مگر اینکه بر بستر اقتصاد، پهنه‌های دیگر فرهنگ‌ها و قومیت‌ها را بپیماید. با هم‌افزایی، تلاش می‌کنیم تا پهنه رنگارنگ بومی کشورمان را به ثروت و اشتغال‌زایی برسانیم.

وی افـزود: معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، همچنان کـه به حوزه فناوری‌های سـخت و دانش‌محور توجه دارد، برنامه‌ای راهبـردی و مدون برای حمایـت از فناوری‌های نرم و فرهنگی را با حمایت از رونق زیست بوم شرکت‌های خلاق در دستور کار قرار داده اسـت. در این مسیر حامی، تسـهیلگر و هدایت‌کننده فعالان خلاق این حـوزه خواهیم بود و به زودی با کمـک فناوری‌های دیجیتال، شـاهد خلق نوآوری‌های تازه و شکل‌گیری زنجیره ارزش از ایده این حوزه خواهیم بود.

راه‌اندازی خانه‌های خلاق در حوزه گردشگری و صنایع‌دستی

راه‌اندازی خانه‌های خلاق در حوزه گردشگری و صنایع‌دستی و فرهنگی، برنامه‌ریـزی بلندمدت راهبـردی، میان‌مدت و کوتاه‌مدت بـرای ارتقای توانمندی‌های تولید، صادرات و توسـعه بازار داخلی محصولات و خدمات در کسـب و کارهای دیجیتال و خلاق در حوزه گردشگری، صنایع‌دستی و میـراث فرهنگی با رویکرد ارتقای سـطح کیفی و کمی، همچنین ارائه خدمات کسـب و کارهای دیجیتال و خلاق و افزایش دسترس‌پذیری در کنار ساماندهی هماهنگی و اجرای حمایت اثربخش و هدفمند از کسب و کارهای دیجیتال و شـرکت‌های خلاق از محورهای تفاهم‌نامه همکاری یادشده است.

همچنیـن هدفمندشـدن حمایت‌هـا از زیسـت‌بوم نـوآوری بـرای تجاری‌سازی محصولات و خدمات کسب و کارهای دیجیتال، ایجاد بستری برای رقابت‌پذیر کردن شرکت‌های خلاق و ایجاد زمینه حضور در بازارهای داخلی و خارجی و برنامه‌ریزی برای ایجاد نظام ارزیابی مسـتمر کسب و کارهای دیجیتال و خلاق موضوع تفاهم‌نامه منعقدشده از دیگر محورهای مورد توافق طرفین است.

ایلان ماسک: از فروش دوج‌کوین توسط

ایلان ماسک در هفته‌های گذشته چندین بار از رمزارزها مانند بیت‌کوین و دوج‌کوین پشـتیبانی کرده و حالا گفته اگر سـرمایه‌گذاران عمده دوج‌کوین به دنبال فروش این رمزارز باشند، از آنها حمایت می‌کند.

به گزارش دیجیاتو، مدیرعامل تسـلا و ثروتمندترین فرد جهان اخیرا در یک توییت از حمایتش از این افراد خبر داده است:

«اگر سـرمایه‌گذاران اصلی دوج‌کوین بیشـتر رمزارزهای خود را بفروشـند، حمایت کامل من را خواهند داشت. به نظر من، تمرکز بیش از حد تنها مشکل واقعی است.»

در ۲۴ سـاعت گذشـته ارزش دوج‌کوین کاهش بیش از ۱۵ درصدی را تجربه کرده و قیمتش به ۵.۵ سنت رسیده است. این رمزا
قرار داشـت و رکوردشـکنی کرد. قیمت دو
که بسـیار بالاتر از ارزش یک سـنتی آن در
میلیارد دلار، دوازدهمین رمزارز باارزش جها
ایلان ماسـک که در هفته‌های گذشته با چ
را افزایش دهد، چند روز پیش اعلام کرد مق
کرده و او می‌تواند یک سرمایه‌گذار کوچک با
برنامه‌ای برای فروش آنها ندارد. شـرکت تس

خلاقیت به حوزه آموزش عکاسی و سینما ورود کرد

یک شرکت خلاق با اجرای رویکردهای مدرن آموزشی توانست فصل جدیدی در آموزش هنری ایجاد کند. نسـترن محمدی، مدیرعامل شرکت خلاق رای نو، گفت: موسسات مختلفی به امر آموزش در حوزه هنر مشغول هستند، اما شاید آنچه شـرکت‌های خلاقی چون ما به این حوزه اضافه کرده‌اند، استفاده از روش‌های نوین آموزشی و عرضه رویکردی جدید در امر آموزش هنر است. مدیرعامل شـرکت خلاق رای نو، در ادامه افزود: این موسسه فرهنگی هنری دوره‌های مختلفی مانند عکاسـی مقدماتـی، نقد، تاریخ عکاسـی، فیلمنامه‌نویسی، گریم، تدوین و دیگر رشته‌های مرتبط با این حوزه‌ها را برگزار می‌کند.

بـه گفتـه وی، با توجـه به اینکـه معتقدیم در راسـتای عدالت آموزشـی، مفاهیم هنری و آموزشـی باید در دسـترس همگان باشد، پس تلاش کرده‌ایم تا هزینه دوره‌ها افزایش پیدا نکند و همچنین دوره‌های مقدماتی در قالب پادکست و محتوای تصویری به صورت رایگان در اختیار هنرجویان قرار گیرد.

این فعال حوزه صنایع نرم و خلاق ضمن اشـاره به فرآیند شکل‌گیری این شرکت، گفت: در ابتدا دوره‌ها به صورت مقدماتی در فضای آنلاین در اختیار علاقه‌منـدان قرار می‌گیرد و سـپس در صورت ابراز علاقه بـرای ادامه کار به صورت تخصصی‌تر، آنها می‌توانند با پرداخت شـهریه در دوره‌های تخصصی شرکت کنند. محمدی ضمن تشریح رویکرد هنری این موسسه افزود: به دلیل برخی دغدغه‌های مالی مشـاهده می‌شود که برخی موسسات دوره‌های آموزشی را طولانی‌تر برگزار می‌کنند تا شهریه بیشتری اخذ کنند.

بـه گفتـه وی، در این نهاد بـا تاکید جدی بر اخلاق‌مداری سـعی شده اسـت تا دوره‌ها حتی‌الامکان به صورت فشرده‌تر و با استفاده از نوآوری‌های جدید آموزشی ارائه شود. هرچند در صورتی که هنرجو دوره‌های فنی را طی کرد و وارد مباحث زیبایی‌شناختی شد، لازم است تا زمان بیشتری را صرف یادگیری کند.

محمدی همچنین بیـان کرد: در پروژه‌های کاری این موسسه مانند یک پروژه کاری که در حال حاضر در شهرک غزالی در حال اجرا است، سـعی می‌شود که حتما از هنرجویان این موسسـه استفاده شود. ۷۵ درصد دوستانی که از این نهاد فارغ‌التحصیل می‌شوند، جذب بازار کار شده‌اند و این موضوع به خاطر نوع نگرش عمل‌گرایانه و مبتنی بر کارآفرینی دوره‌ها است.

شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق گیاهان دارویی گردهم می‌آیند و فناوری‌ها را به اشتراک می‌گذارند

وبینار آشـنایی بـا صنعت و بازار گل محمدی در ترکیه برگزار می‌شـود و شـرکت‌های دانش‌بنیـان و خـلاق فعال دستاوردهای‌شـان را به اشـتراک می‌گذارند. گل محمدی یکی از گیاهان بسـیار مهم و راهبردی ایران است و کاربردهای گسترده‌ای در داروسازی، عطرسازی، آرایشی-بهداشـتی و صنایع غذایـی دارد. ایران بزرگترین تولیدکننـده گل محمدی در جهان، دارای ظرفیت‌هـای نهفته فراوانـی برای تولید محصولات دانش‌بنیان و کسب‌وکارهای نوآورانه به کمک این گیاه دارویی اسـت؛ ظرفیتی که به کمک شـرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق شکوفا می‌شود.

بـا وجود ایـن توانمندی، دیگر کشـورهای منطقه سـهم بالاتری از تجارت بین‌المللی گل محمدی را در اختیار دارند. برای ورود شرکت‌ها به این حوزه و در اختیار گرفتن سهم بیشتری از بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی لازم است فعالان فناور با فناوری‌ها، سازوکارهای نوآورانه و نحوه نقش‌آفرینی در این حوزه آشنا شوند.

بر همین اسـاس ستاد توسـعه علوم و فناوری‌های گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری از شرکت‌های دانش‌بنیان و خـلاق همچنین برگزاری رویدادهای فناورانه و فرهنگی این حوزه حمایت می‌کند.

وبینار آشنایی فعالان ایرانی با بازار، صنعت و تجاری‌سازی گل محمدی در کشور ترکیه با حضور مجازی شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق فعال در این حوزه توسـط شرکت دانش‌بنیان آرومده برگزار می‌شود.

این وبینار با حضور شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق، کشاورزان گل محمدی، تولیدکنندگان اسـانس و عصـاره، تولیدکننـدگان گلاب و عرقیات، فعالان صنعت محصولات آرایشـی-بهداشـتی، علاقه‌منـدان بـه عطـر و رایحه، سرمایه‌گذاران و پژوهشگران گیاهان دارویی و معطر انجام می‌شود.

این رویداد مجازی، چهارشنبه ۲۹ بهمن‌ماه سـال جاری با ارائه‌ای در حوزه گل محمدی و گیاهان معطر در ترکیه برگزار می‌شود و شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور برای شرکت در این وبینار از حمایت ۷۰درصدی برخوردار خواهند شد.

بستر گسترش فعالیت‌ها فراهم می‌شود

یک نماینده مجلس گفت برای پرهیز از تصویب قوانین موازی باید شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و نوآور در زیر چتر قانون حمایتی قرار گیرند.

محمدطلامظلومی آبزرگه، نماینده حوزه انتخابیه بهبهان و آغاجاری، گفت: مجلس شورای اسلامی و نمایندگان مردم از ظرفیت‌های بسیار خوبی برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و نوآور برخوردار هستند. بخشی از این ظرفیت‌ها مرتبط با حوزه قانون‌گذاری است. این نهاد در تلاش است تا با تصویب قوانین مدقن و کاربردی، زمینه تسهیل کسب و کارهای خلاقانه و دانش‌بنیان را فراهم کند. عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی در ادامه افزود: نمایندگان مجلس شورای اسلامی همچنین در حوزه‌های انتخابیه و مناطق مختلف کشور می‌توانند از طریق رایزنی و تعامل با مسئولین، زمینه حمایت هرچه بیشتر از این شرکت‌ها را فراهم کنند.

یادداشت

ستاری: برای تامین تجهیزات آزمایشگاهی دانشگاه‌های افغانستان آمادگی داریم

در دیدار معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و رئیس آکادمی علوم افغانستان بر توسعه روابط و تبادلات فناورانه میان دو کشور تاکید شد.

سورنا ستاری، معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری و عبدالظاهر شکیب رئیس آکادمی علوم افغانستان با هدف بررسی شرایط توسعه روابط دوجانبه میان دو کشور و شکل‌گیری همکاری‌ها برای انجام پروژه‌های دو کشور برای گسترش زبان فارسی در دنیا دیدار و گفت‌وگو کردند.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این دیدار با ارائه گزارشی از روند شکل‌گیری زیست‌بوم فناوری و نوآوری در ایران، گفت: این زیست‌بوم تلاش می‌کند همه بازیگران عرصه علم و فناوری را زیر یک سقف جمع کند و توانمندی نیروی انسانی خلاق را به اقتصاد و صنعت پیوند زند.

ستاری ادامه داد: ایران یکی از کشورهایی است که از موهبت نیروی انسانی خلاق و نوآور برخوردار است و از این نعمت ارزشمند باید استفاده درست کند. به همین دلیل یکی از ارکان اصلی زیست‌بوم فناوری و نوآوری در ایران را توان دانشی و تخصصی جوانان‌مان تشکیل می‌دهد. رئیس بنیاد ملی نخبگان در بخش دیگری از سخنان خود، بیان کرد: اقتصاد ایران وابسته به منابع زیرزمینی است. ما بزرگترین ذخیره هیدروکربنی دنیا را در اختیار داریم و چهارمین تولیدکننده نفت و سومین تولیدکننده گاز جهان هستیم، اما در اقتصاد دانش‌بنیان تلاش می‌کنیم نگاه‌مان را از این منابع برداریم و به تخصص و توان نیروی انسانی خود اتکا کنیم.

ستاری با اشاره به اینکه در ایران سالیانه هزینه زیادی برای آموزش می‌شود، گفت: در این زیست‌بوم تلاش می‌کنیم دانش را به بازار متصل کنیم. یعنی محصولات تولیدی در مرز دانش را به زندگی مردم پیوند بزنیم و جامعه دستاورد این تلاش‌های فناورانه را لمس کند. چون آموزشی مفید است که نتیجه آن بین ۵ تا ۱۰ سال در کشور نمود یابد در غیر این صورت، این آموزش اثرگذار و مثمرثمر نیست. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه ایران ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار دانشجو دارد، افزود: این نیروی انسانی بزرگ، ظرفیت بالای دانشی دارند و باید از توان آنها برای تحقق اقتصاد دانش‌بنیان بهره ببریم. جوانانی که در روزهای تحریم و بروز بحران‌ها یاریگر کشور هستند و ایران را در گذر از شرایط سخت مدد می‌کنند. ستاری با اشاره به طراحی زیست‌بومی برای بازگشت نخبگان ایرانی از یکصد دانشگاه برتر جهان، گفت: در این مدل بومی ابتدا سازوکارهای بازگشت آنها به کشور را فراهم می‌کنیم، مثلا با ایجاد پارک‌های فناوری، خانه‌های خلاق و مراکز نوآوری و کارخانجات نوآوری زمینه فعالیت نخبگان در کشور را ایجاد و سپس آنها را برای بازگشت ترغیب می‌کنیم.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین بیان کرد: در این مدل بومی توانستیم طی ۳ سال، ۲ هزار و ۳۰۰ دانشجوی ایرانی را از یکصد دانشگاه برتر دنیا به کشور بازگردانیم. قطعا این افراد با هدف پول بازنگشتند بلکه برای آنها تاثیرگذاری در جامعه مهم است.

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین با اشاره به اجرایی شدن اقتصاد دانش‌بنیان در ایران، گفت: نتیجه و دستاورد بارز این اقتصاد هر روز در زندگی مردم قابل لمس است و کاربردی عمومی در روزمرگی‌های مردم دارد. این دستاوردها زندگی مردم را راحت‌تر کرده است.

ستاری در ادامه تاکید کرد: ایران کشوری درگیر با تحریم‌ها و دشمنی‌های برخی کشورها است، اما با وجود همه مشکلات توانستیم در روزهای بحرانی نیازهای خود را تامین کنیم، مثلا شیوع کرونا ما را به هیچ کشوری وابسته نکرد و با اتکا به توان و دانش متخصصان داخلی خود همه تجهیزات موردنیاز در این زمینه را تولید و تامین کردیم.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق با بیان اینکه شکل‌گیری زیست‌بوم فناوری و نوآوری مهمترین و اساسی‌ترین نیاز تحقق اقتصاد دانش‌بنیان در کشور است، گفت: در کنار نیروی تحصیلکرده، دانشگاه‌ها، مراکز نوآوری، کارخانجات نوآوری و خانه‌های خلاق اصلی‌ترین اجزای این زیست بوم هستند. در حال حاضر بیش از ۶ هزار شرکت دانش‌بنیان در ایران فعالیت دارد.

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

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق در ادامه بیان کرد: جایگاه ایران در حوزه تولید مقالات علمی رتبه ۱۵ دنیا است. البته در برخی حوزه‌های فناورانه در بین ۱۰ کشور نخست ایستاده‌ایم. باید در حوزه علوم انسانی و هنر بیشتر ورود کنیم و این حوزه را توسعه دهیم.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به پیشینه فرهنگی و تمدنی ایران، بیان کرد: البته در این حوزه نیز با راه‌اندازی خانه‌های خلاق و حمایت از شرکت‌های خلاق و نوآور اقداماتی شکل گرفته است و اکنون یک هزار و ۴۰۰ شرکت خلاق در حوزه‌های مختلف صنایع نرم و فرهنگی مشغول به فعالیت هستند

ستاری ادامه داد: در حال حاضر در ایران بیشتر تجهیزات آزمایشگاهی به شکل بومی تولید می‌شود. ما نمایشگاه تجهیزات آزمایشگاهی ایران ساخت را داریم که در حال حاضر ۱۰ هزار محصول در آن به نمایش درآمده است. ایران آماده همکاری با افغانستان در این حوزه نیز هست.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به جایگاه زبان فارسی در جست‌وجوی اینترنتی، گفت: فارسی نهمین زبان اینترنت است که این موضوع با وجود شاخص جمعیتی کم، یک کار و اتفاق بزرگ است. امروز آپارات استارت‌آپی به زبان فارسی است که رتبه زیر ۱۰۰ را در میان صفحات مجازی به خود اختصاص داده است.

ستاری با تاکید بر اینکه ایران و افغانستان اشتراکات فرهنگی و زبانی دارند، افزود: باید از این مزیت برای گسترش زبان فارسی استفاده کنیم تا زبان فارسی در جایگاه اصلی خود بایستد و در دنیا شناخته‌شده‌تر شود.

رئیس بنیاد ملی نخبگان با اشاره به توجه ویژه زیست‌بوم فناوری و نوآوری به زنان کارآفرین، گفت: برنامه ویژه‌ای در کشور برای حمایت از زنان کارآفرین و نخبه داریم. چون سهم زنان ما در حوزه‌های فناورانه بالا است و بیش از ۴۰ درصد دانشجویان کشور را این قشر تشکیل می‌دهند. زنان نسل آینده کارآفرینی کشور هستند. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری معتقد است که اجرای طرح‌های مشترک فناورانه بین دو کشور ضروری است چون این کار به توسعه ارتباطات طرفین کمک می‌کند و به تقویت همکاری‌های دوجانبه منجر خواهد شد. تقویت ارتباطات دانشگاهی دو طرف تاثیر زیادی بر توسعه روابط میان دو کشور دارد.

ستاری با اشاره به توان ایران در تامین تجهیزات آزمایشگاهی دانشگاه‌های افغانستان، بیان کرد: این توانمندی در ایران وجود دارد و بخش بزرگی از تجهیزات آزمایشگاهی که در دانشگاه‌های ایران استفاده می‌شود ساخت داخل است. همه این تجهیزات با شرایط ویژه و قیمت‌هایی مناسب در اختیار کشور افغانستان نیز هست.

در ادامه عبدالظاهر شکیب، رئیس آکادمی علوم با ارائه توضیح مختصری از فعالیت این آکادمی، گفت: آکادمی علوم افغانستان در ۳ بخش تحقیقات علوم اسلامی، علوم طبیعی و علوم انسانی فعالیت می‌کند. در این مرکز تلاش می‌کنیم ارتباط بین‌المللی میان افغانستان و مراکز علمی منطقه و جهان را احیا کنیم.

وی همچنین بیان کرد: ایران و افغانستان دو کشور دوست و همسایه با اشتراکات فرهنگی، دینی، فرهنگی و زبانی هستند که باید از این داشته‌ها برای توسعه روابط دو کشور استفاده کنیم.

... سرمایه‌گذاران اصلی پشتیبانی می‌کنم

...رز در هفته‌های گذشته مورد توجه زیادی ...ج‌کوین هفته گذشته به ۸.۴ سنت رسید ... اوایل ۲۰۲۱ بود. دوج‌کوین با ارزش بازار ۸ ...ان محسوب می‌شود.

...ندین توییت توانسته بود ارزش دوج‌کوین ...داری از این رمزارز برای پسرش خریداری ...شد بنابراین پسر ثروتمندترین فرد جهان ...لا چندین روز پیش از خرید ۱.۵ میلیارد دلاری بیت‌کوین خبر داد و همچنین اعلام کرد در آینده نزدیک، آن را به عنوان یک روش پرداخت قبول می‌کند. انتشار این خبر باعث افزایش چشمگیر قیمت این رمزارز شد و ارزش بیت‌کوین به مرز ۵۰ هزار دلار نزدیک شد.

بازار رمزارزها که کمتر از یک سال پیش شرایط مناسبی نداشت، اواخر ۲۰۲۰ مورد توجه زیادی قرار گرفت و چندین بار رکوردشکنی کرد. در این میان قیمت بیت‌کوین رشد چندین برابری را تجربه کرده و رمزارزهای دیگر مانند اتریوم هم با افزایش ارزش چشمگیری مواجه شدند. درباره آینده قیمت بیت‌کوین پیش‌بینی‌های زیادی وجود دارد و برخی به قیمت صدها هزار دلاری این رمزارز در ۲۰۲۱ اشاره می‌کنند.

ایده‌های استارت‌آپی به سرمایه‌گذاران بین‌المللی معرفی می‌شود

رویداد سرمایه‌گذاری فناوری TIM۲۰۲۱ با هدف ایجاد فضایی برای سرمایه‌گذاری روی ایده‌های فناوری‌محور ۲۸ و ۲۹ بهمن ماه سال جاری برگزار می‌شود. پیدا کردن ایده‌هایی که پتانسیل و تیم خوبی برای اجرا داشته باشند، خصوصا در حوزه فناوری کار دشواری است. رویداد سرمایه‌گذاری فناوری موسوم به TIM جایی است که بهترین ایده‌ها و استارت‌آپ‌های فناوری‌محور به سرمایه‌گذاران بین‌المللی و تخصصی این حوزه معرفی می‌شوند.

استارت‌آپ‌ها از کشورهای مختلف با هدف تعامل و ارائه راه‌حل برای مسائل یکسان در حوزه فناوری کشورهای عضو D-۸، به بیان تجربیات و ایده‌های خود می‌پردازند و در مقابل کارشناسان TIM هم با بررسی همه‌جانبه ایده‌ها و تجهیز مدیران استارت‌آپ‌ها به دانش روز دنیا، عدم اطمینان موجود را برای سرمایه‌گذاران به حداقل می‌رسانند بنابراین این رویداد فرصتی بی‌نظیر برای سرمایه‌گذاری مشترک بین‌المللی خواهد بود.

TIM مخفف شده Technology Investment Meeting است و به گردهمایی ایده‌پردازان، منتورهای کسب‌وکار و سرمایه‌گذاران اشاره دارد. TIM جایی است که این افراد در آن به تبادل تجربه، یادگیری و کشف فرصت‌های کسب‌وکار می‌پردازند. این رویداد پیش‌تر در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۲۰ در ایران برگزار شده و قرار است سومین دوره آن ۲۸ و ۲۹ بهمن ماه سال جاری برگزار شود.

همکاری سازمان D-۸ متشکل از هشت کشور اسلامی (اندونزی، ایران، ترکیه، نیجریه، پاکستان، مصر، پاکستان و بنگلادش) و شبکه انتقال فناوری بین این هشت کشور (DTTN۸) باعث شده است تا سرمایه‌گذاران خارجی و منتورهای بین‌المللی و معتبری در این رویداد حضور پیدا کنند. به دلیل بحران شیوع جهانی ویروس کرونا، بیشتر بخش‌های TIM امسال به شکل آنلاین برگزار خواهد شد. متولی دبیرخانه شبکه انتقال فناوری بین این هشت کشور (DTTN۸) پارک فناوری پردیس معاونت علمی است که این رویداد را برگزار می‌کند. این رویداد شامل افتتاحیه هسته مدیریتی و جلسات ارائه ایده‌های استارت‌آپی به کارشناسان است. افتتاحیه هسته مدیریتی TIM۲۰۲۱ به صورت حضوری برگزار خواهد شد.

امنیت مجتمع‌های مسکونی با محصولات دانش‌بنیان ارتقا یافت

یک شرکت دانش‌بنیان با فعالیت در حوزه اینترنت اشیا توانسته است محصولات جدیدی برای ارتقای امنیت اماکن مختلف عرضه کند.

سیدعلمی امیراحمدی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان تداوم توسعه فناوری‌های شریف، گفت: این شرکت فعالیت‌های اصلی خود را در دو حوزه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در زمینه اینترنت اشیا و طراحی راهکارهای کامپیوتری متمرکز کرده است. در حوزه نرم‌افزاری یک سامانه cms توسط این نهاد تدوین شده است.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان تداوم توسعه فناوری‌های شریف، ادامه داد: این سامانه این امکان را به کاربر می‌دهد تا با یک دانش اولیه و چند ساعت دوره آموزشی بتواند قالب‌های یک سایت را طراحی کند و در آن محتوا بارگذاری کند. این سامانه از امکانات مختلفی برخوردار است و کاربر استفاده‌کننده از این سیستم در مقابل خدمات دریافتی مبلغی را به شرکت پرداخت می‌کند.

این فعال دانش‌بنیان در ادامه ضمن توضیح بیشتر در مورد محصولات و خدمات این شرکت، افزود: یکی دیگر از محصولات شرکت، سنسورهای ایمنی درب‌های آسانسور است. این سنسورها می‌توانند ضمن شناسایی بار و شخص، زمان‌بندی و ممانعت لازم را ایجاد کنند. به عنوان مثال در صورت وجود مانع از بسته شدن درب خودداری کند و یا در صورت وجود وزن اضافه آن را اطلاع دهد و از حرکت آسانسور جلوگیری کند. امیراحمدی ضمن تشریح فعالیت‌های علمی صورت گرفته در این مجموعه، بیان کرد: یکی دیگر از محصولات این شرکت تلفن‌های اینترنتی موسوم به ویپ است که امکان برقراری تماس رایگان در یک مجموعه را فراهم می‌کند. در صورتی که یک سازمان یا یک شرکت چند ساختمان در سطح شهر داشته باشد و نمایندگی‌هایی در شهرهای دیگر و خارج از کشور نیز داشته باشد، با راه‌اندازی این سیستم می‌توانند به صورت رایگان و داخلی با یکدیگر در تلفن‌های ثابت یا موبایل صحبت کنند. تنها کافی است که از اینترنت برخوردار باشند.

به گفته وی، یکی دیگر از محصولات شرکت در حوزه امنیت است که مراحل تحقیقاتی خود را گذرانده و امیدوار هستیم پس از اتمام کار و تجاری‌سازی به بازار عرضه شود. این دستگاه به صورت بسیار ساده بر روی درب، پنجره یا بالکن متصل می‌شود و ورود یا خروج را به اطلاع نگهبان و کاربر دستگاه می‌رساند.

کارگاه برندینگ

توسعه طرح لایو گروهی از سوی اینستاگرام

به قلم: اندرو هاتکینسون کارشناس کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

اگرچــه در طــول ماه‌های اخیــر ارتباط صوتی آنلایــن در میان کاربران محبوبیت بســیار زیادی پیدا کرده اســت، اما اینســتاگرام هنــوز هم تمرکــز اصلی‌اش بر روی ارتباط ویدئویــی میان کاربران است. سرویس لایو یکی از خدمات برتر و موفق اینستاگرام در طول چند سال اخیر محسوب می‌شــود. بسیاری از کاربران برای ارتباط مستقیم و زنده با فالوورهای‌شــان اقدام به استفاده از این سرویس می‌کنند. اکنون با اعلام رسمی آدام موسری، رئیس اینستاگرام، در طــول هفته‌های آتی امکان اجرای ویدئوی لایو با حضور بیش از دو کاربر به طور همزمان فراهم خواهد شد.

موســری در مورد رونمایی از امکان لایو گروهی اینگونه اظهارنظر کرده اســت: «ما در نهایــت پس از مدت‌ها از ســرویس جدیدمان رونمایــی خواهیم کرد. این پروژه امکان اجــرای ویدئوی لایو برای چندین کاربــر به صورت همزمان را فراهم خواهد کرد.» پروژه لایو گروهی از مدت‌ها قبل مدنظر مدیران اینستاگرام قرار داشت. با این حــال مواجهه با بحران کرونا در عمل اجــرای این طرح را با تاخیر بسیار زیادی مواجه ساخت.

بــدون تردید حضور تعــداد بالای کاربران در لایــو گروهی برای مخاطب هدف دلســردکننده خواهد بود بنابراین شــاید در مرحله اول لایــو به حضور ۳ کاربر به طور همزمان محدود شــود. این امر امکان ســازگاری هرچه بهتر کاربران با شرایط جدید اینستاگرام را فراهــم خواهد کــرد. فیس‌بوک پس از مواجهه بــا بحران در زمینه یکپارچه‌ســازی داده‌های کاربــران واتس‌اپ به منظور اســتفاده از اطلاعــات کاربران برای شخصی‌ســازی تبلیغات دیگــر هیچ اقدام همراه با ریسکی را قبول نمی‌کند. همین امر افزایش تعداد کاربران در لایو گروهی را همراه با ملاحظات بسیار زیادی کرده است.

آزمایش لایو گروهی برای نخســتین بار در دسامبر سال گذشته میــلادی در میان برخی از کاربران هندی صــورت گرفت. دریافت بازخوردهای مناســب از لایو گروهی تــا ۴ کاربر به صورت همزمان موجــب اجرای این طرح از ســوی اینســتاگرام در طول هفته‌های آتــی خواهد شــد. اقدام اینســتاگرام در راســتای انتخــاب هند به عنوان نخســتین کشــور برای آزمایش لایو گروهــی در پی افزایش حساســیت‌های دولتی بــه اپ تیک تاک در این کشــور روی داده اســت. همین امر تمایل اینســتاگرام برای گرفتن جایگاه تیک تاک پس از مسدودســازی‌اش از سوی نهادهای نظارتی هند را به همراه داشته است. این اســتراتژی پس از ابراز نگرانی‌های شمار بیشتری از کشــورها نسبت به امنیت اپ تیک تاک شکل جدی‌تری به خود گرفته است.

براســاس گــزارش موســسه My Smart Price، اســتفاده از ســرویس لایو اینستاگرام در هند در طول ســال ۲۰۲۰ نزدیک به ۶۰ درصد افزایش داشــته اســت. این امر بــه معنای گرایش هرچه بیشتر کاربران ســابق تیک تاک به استفاده از اینستاگرام به عنوان جایگزینی مناسب است. تلاش اینستاگرام برای رونمایی از سرویس لایو گروهی پاســخ مناسبی به افزایش تمایل کاربران برای استفاده از آن محسوب می‌شود. بدون تردید اینستاگرام برای جلب نظر تمام کاربران هندی رقابت فشرده‌ای با دیگر پلتفرم‌های اجتماعی خواهد داشت، با این حال محبوبیت اینستاگرام در مقایسه با دیگر رقبا کار را برای این پلتفرم بسیار ساده‌تر خواهد کرد.

کوکاکولا و استفاده از پلاستیک‌های بازیافتی برای بسته‌بندی نوشیدنی

به قلم: کریستوفر دوئرینگ کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

کوکاکولا در تازه‌ترین اقدامش از مجموعه بطری‌های پلاســتیکی بازیافتی برای بسته‌بندی محصولاتش رونمایی کرده است. این اقدام در راســتای توسعه استراتژی قدیمی کوکاکولا برای فعالیت سازگار با محیط زیست صورت گرفته است.

یکــی از نگرانی‌های اصلی در زمینه اســتفاده از پلاســتیک‌های بازیافتی از ســوی کســب و کارهای حوزه غذا و نوشــیدنی مربوط به بحث بهداشت‌شــان اســت. کوکاکولا در این رابطه آزمایش‌های بهداشــتی بســیار زیادی را پشت سر گذاشته اســت. این امر نقش مهمی در جلب نظر مشتریان به سوی استراتژی تازه کوکاکولا بازی می‌کند. بســیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به اســتفاده از شــعارهای مربوط به حفاظت از محیط زیست می‌کننــد. نکته مهــم درخصوص کوکاکولا افزایش فشــارها به این برند برای فعالیت ســازگار با محیط زیست بود. این فشارها در طول یک دهه اخیر از ســوی گروه‌های حمایت از محیط زیســت به طور قابــل ملاحظه‌ای افزایش یافت. با این حســاب اقدام تازه کوکاکولا نتیجه همان فشارهای قدیمی از سوی گروه‌های حفاظت از محیط زیست است.

شــرکت‌های بســیار زیادی در طول ســال‌های اخیر اســتفاده از پلاســتیک‌های بازیافتی را مدنظر قرار داده‌اند. کوکاکولا نیز در این راســتا نوآوری قابل ملاحظه‌ای داشته است. یکی از تعهدات اصلی کوکاکولا در این میان کاهش قابل ملاحظه اســتفاده از پلاســتیک در بسته‌بندی محصولاتش است بنابراین کوکاکولا در آینده فعالیت سازگار با محیط زیست بسیار بیشتری را مدنظر قرار خواهد داد.

منبع: fooddive.com

ارزش پیشنهادی کارفرما؛ نخ تسبیح فعالیت‌های برندسازی کارفرما

نویسنده: محمدصادق اشرفی
مرضیه رحیمی

ارزش پیشــنهادی کارفرمــا (EVP- Employer Value Proposition)، ویژگی‌های شــما به عنــوان کارفرما را تعریف می‌کند. ریچارد موزلی (Richard Mosley)، معاون استراتژی شرکت یونیورسام گلوبال (Universum Global) می‌گوید: «ارزش پیشــنهادی کارفرما دلایل روشــنی در اختیار کارمندان کنونی و آینده قرار می‌دهد تا تصمیم بگیرند یک کارفرمــا را انتخاب کنند یا به همکاری با او ادامه بدهند. این گزاره نشان‌دهنده مواردی است که کارکنان می‌توانند از یک کارفرما انتظار داشته باشند و از طرفی نیز نشان می‌دهد چه انتظاراتی از آنها وجود دارد.»

کارفرمایانی که ارزش پیشــنهادی کارفرمایی دقیق‌تر و شخصی‌سازی شده‌تری دارند، افراد بیشتری را به سمت خود جذب کرده و میزان تعهد و ماندگاری کارکنان نیز بیشــتر خواهد شــد. یافته‌های تحقیق شــرکت یونیورسام گلوبال از ۲۵۰۰ نفر متخصص منابع انسانی در ۵۰ کشور دنیا نشــان داده است که ۶۷درصد شــرکت‌های بزرگ، ۵۵درصد شرکت‌های متوسط و ۳۰درصد شــرکت‌های کوچک گزاره ارزش پیشنهادی را برای شرکت‌شان ایجاد کرده‌اند، به طوری که شرکت‌های حوزه فناوری، بانکی و حسابداری بیشترین فعالیت را در ایجاد این گزاره داشته‌اند. الهام‌بخشی، فضــای کاری پویا و خلاق، آموزش و توســعه و فضای کاری دوســتانه از مهمترین محورهای ارزش پیشنهادی کارفرما در این شرکت‌ها بوده است.

چرا باید به گزاره ارزش پیشنهادی کارفرما توجه کنیم؟

چنانچه بــر روی ایجــاد یک ارزش پیشــنهادی کارفرمــای قدرتمند سرمایه‌گذاری کنید، می‌توانید بهترین استعدادها را به سمت خود جذب کنید و همچنین میزان تعهد کارکنان فعلی خود را ارتقا دهید. به عنوان نمونه، هنگامی که یک ارزش پیشــنهادی کارفرما برای کارجویان جذاب باشــد، سازمان شما قادر خواهد بود پاداش‌های پرداختی خود را به میزان ۵۰درصــد کاهش و میزان نفــوذ خود در بازار کار را بــه اندازه ۵۰درصد افزایش دهد.

سازمان‌هایی که عملکرد مناسبی در ارائه ارزش پیشنهادی کارفرما دارند می‌توانند میزان خروج سالانه کارکنان خود را تا حدود ۷۰درصد کاهش و میزان تعهد کارکنان تازه استخدام‌شده را تا حدود ۳۰درصد افزایش دهند.

بالارفتن جذابیت

سازمان‌های دارای ارزش پیشنهادی کارفرمای تأثیرگذار، قادر به انتخاب کارکنان خود از طیف وســیع‌تری از افراد مســتعد در بازار کار هســتند. ســازمان‌های پیشرو در این زمینه، کاندیداهای خود را از بین ۶۰درصد از افراد حاضر در بازار کار انتخاب می‌کنند، از جمله کاندیداهای منفعلی که در صورت نبود ارزش پیشنهادی کارفرما به باقی ماندن در موقعیت کنونی خود راضی هستند. سازمان‌هایی که عملکرد چندان مناسبی در این زمینه ندارنــد، تنها محدود به ۴۰درصد از نیروی کاری می‌شــوند که فعالانه به دنبال مشاغل جدید هستند.

افزایش میزان تعهد کارکنان

ســازمان‌هایی که دارای عملکــرد مؤثری در زمینه ارزش پیشــنهادی کارفرما هستند از سطوح بالاتری از تعهد در میان کارکنان خود بهره‌مند می‌شــوند. در سازمان‌های دارای بهترین عملکرد در این زمینه، ۳۰درصد تا ۴۰درصد از کارکنان، ســطوح بالایی از تعهد را از خود نشان می‌دهند، در حالی که این عدد در ســازمان‌های دارای عملکرد نامناســب کمتر از ۱۰درصد است.

صرفه‌جویی در میزان حقوق پرداختی

ســازمان‌هایی که ارزش پیشــنهادی مؤثری دارند، می‌توانند نسبت به ســازمان‌هایی که عملکرد مناســبی در زمینه ارزش پیشــنهادی کارفرما ندارند، ۱۰درصد کمتر صرف حقوق پایه کنند.

چطور یک گزاره ارزش پیشنهادی کارفرما ایجاد کنیم؟

ایجاد یک ارزش پیشنهادی کارفرمای قدرتمند تا حدودی عملی خلاقانه است، اما از طرفی نیز باید براساس تحقیقات دقیقی شکل بگیرد. در ابتدا لازم اســت به جمع‌آوری اطلاعات در سه حوزه کسب‌وکار، دیدگاه داخل سازمان و دیدگاه خارج سازمان پرداخته و سپس نکات کلیدی را شناسایی کنید. در پایان، این نکات را در قالب یک گزاره قابل درک برای ســازمان درآورید. طرح کلی زیر می‌تواند شما را راهنمایی کند.

در ســه شــرکتی که در آن تجربه به دســت آوردن ارزش پیشنهادی کارفرما را داشتم، روند به این صورت طی شد:

- گام اول: پرســشــنامه‌هایی را کــه تاکنون از همکاران داخل ســازمان گرفته‌شده جمع‌آوری و بررسی کردیم.
- گام دوم: مصاحبه فرد به فرد با تعدادی از همکاران براساس سابقه کار و واحدشان داشتیم.
- گام سوم: پرسشنامه خارجی طراحی و برای افرادی که به صورت بالقوه می‌توانند همکار ما باشند، ارسال کردیم.
- گام چهارم: جلســه گروهی متمرکز با مدیران ارشــد سازمان برای به دست آوردن نقطه نظرات آنها داشتیم.
- گام آخر: به بررسی و جمع‌بندی بخش‌های ذکرشده پرداخته و گزاره ارزش پیشنهادی کارفرما را براساس آنها به دست آوردیم.

ســؤالاتی که در ادامه آمده، ذهن شما را درخصوص اینکه برای این کار باید به دنبال چه اطلاعاتی باشید، روشن می‌کند:

اهداف برند کارفرما

- می‌خواهیم به چه چیزی برسیم؟
- پارامترهای موردنظر برند شرکت که باید در محدوده آنها فعالیت کنیم کدامند؟
- اولویت‌های ما کدامند؟ (جذب، مشارکت، ماندگاری و ...)

توانمندی موردنیاز سازمان

- توانایی‌های کلیدی موردنیاز سازمان برای ماندگاری در بازار و توسعه کدامند؟
- مدیران ارشد سازمان چه استراتژی‌ای برای برند کارفرمایی دارند؟

مخاطبان هدف

- می‌خواهیم برند کارفرمایی ما برای چه کســانی بیشترین جذابیت را داشته باشد؟
- چه میزان گوناگونــی در میان گروه هدف ما وجود دارد که باید آن را در نظر داشته باشیم؟

شهرت کنونی خارج از سازمان

- افراد تا چه حد با سازمان ما آشنایی دارند؟
- در حال حاضر از نظر شــهرت در چه وضعیتی هســتیم و چه تصوری از ما وجود دارد؟
- این دریافت‌ها تا چه حد با واقعیت مطابقت دارند؟
- در مقایسه با رقیبان اصلی در چه موقعیتی هستیم؟
- آیا ســازمان ما نســبت به رقبا متفاوت در نظر گرفته می‌شود؟ در این صورت، این تفاوت‌ها در چه مواردی هستند؟

تجربه کنونی کارکنان

- میزان مشــارکت و حمایت کارکنان ما در حال حاضر در چه سطحی است؟
- میزان رضایت کارمندان از ما به عنوان کارفرما چقدر است؟
- عملکرد ما در این زمینه در مقایســه با دیگر بازیگران صنعت چگونه است؟
- میــزان گوناگونی موجود میان بخش‌های مختلف کســب‌وکار چقدر است؟

محرک‌های جذابیت و مشارکت

- چه چیــزی باعث تمایــل مخاطبین هدف به یــک کارفرمای جدید می‌شود؟
- مهمتریــن عوامل محرک مشــارکت و مانــدگاری در میان کارمندان کدامند؟
- دلیل وجودی کسب‌وکار ما چیست؟

برای رســیدن به گزاره ارزش پیشــنهادی کارفرما، چه نکاتی را مدنظر قرار دهید؟

بده بستان بین کارفرما و کارجو

مؤثرتریــن گزاره‌های ارزش کارفرمایی آنهایی هســتند که موضوع بده بســتان در توافق کارفرما و کارجو را به روشــنی بیان می‌کنند؛ یعنی آن چیــزی که کارفرما به کارجو وعده و ارائه می‌دهد و آن چیزی که کارفرما در عوض از کارجو انتظار دارد.

روشن کردن موضوع تبادل در قرارداد کاری به شما این اجازه را می‌دهد که ارزش پیشــنهادی کارفرما را براســاس حقایق موجود در کسب‌وکار و تجربه کاری پایه‌ریزی کنید. به عنوان مثال، اگر اولویت ســازمان کیفیت، تمرکــز بر مشــتری یا همکاری و کار تیمی اســت، منعکــس کردن این ویژگی‌ها در ارزش پیشنهادی کارفرما به اندازه نیازها و انتظارات کارجویان مهم است. یک جدول با دو ستون آماده کنید که عنوان یکی از ستون‌های آن «وعده‌ها» و عنوان ســتون دیگر آن «انتظارات» باشــد. در ادامه، یک نمونه از این جدول را ارائه می‌کنیم و توضیح می‌دهیم که چرا هر یک از موارد در ستون «وعده‌ها» یا در ستون «انتظارات» قرار داده شده است.

تعادل میان کار و زندگی از نقطه‌نظر ســازمانی جزو وعده‌ها محســوب می‌شود. به این مورد باید به صورت یکی از ابزارهای مهم برای دستیابی به سطوح پایدارتر عملکرد نگاه شود، اما در عمل، یکی از موارد ضروری برای همکاری و ماندگاری کارمندان تلقی می‌شود.

عملکرد بالا بیشتر جزو انتظارات محسوب می‌شود تا جزو وعده‌ها، زیرا به ندرت در میان محرک‌هایی قرار می‌گیرد که باعث جذب و اســتخدام کارمندان می‌شوند. مزیت متعادل‌کننده از طرف کارفرما باید فراهم کردن حمایت‌های موردنیاز کارمندان به منظور داشــتن مناســب‌ترین عملکرد باشــد. توانمندسازی مسئله‌ای متعادل‌تر است. سازمان امکان ابتکار عمل شــخصی بالاتر را برای کارمند فراهم می‌کند که از نظر بیشتر کارمندان یکی از مزایای جذاب اســت و از کارمندان انتظار دارد مســئولیت‌پذیری بیشتری در زمینه رسیدن به اهداف خود داشته باشند.

هنگامی که ســعی در برقراری تعادل میان وعده‌ها و انتظارات را دارید، طوری عمل کنید که این تعادل براساس عرضه و تقاضا در بازار نیروی کار باشد. اگر عرضه استعداد در موردی بالاتر از تقاضای موجود برای آن مورد است، مسئله‌ای که در مواقع رکود اقتصادی غالباً دیده می‌شود، می‌توانید «انتظارات» را افزایش دهید. از طرف دیگر، اگر تقاضای موجود برای یک اســتعداد، بالاتر از میزان عرضه آن است، باید میزان وعده‌های سازمان‌تان را به منظور جذب و ماندگاری نیروی کار بالا ببرید.

سنجش نقاط قوت کنونی و اهداف آینده

در حین ایجاد ارزش پیشنهادی کارفرما، نقاط قوتی که در حال حاضر از آنها بهره‌مند هستید و ریشه در تجربه کاری کنونی شما دارند را با اهداف بلندمدت‌تر از طریق تعهدات مدیران ارشد سازمان ترکیب کنید. استفاده از نقاط قوت کنونی موجب ایجاد اعتبار و اعتماد می‌شود که زیربنایی مناسب برای هر برند است. اشاره به اهداف آینده موجب ایجاد سرزندگی می‌شود که برای حفظ حرکت رو به جلو و برتری رقابتی برند ضروری است.

اهداف بلندمدت‌تر غالباً شامل آن دسته از وجوه توافق کاری می‌شوند که نیازمند سرمایه‌گذاری قابل توجهی از سمت کارفرمایان به منظور برآورده کردن انتظارات کارمندان هســتند؛ مانند آموزش و رشد، پیشرفت شغلی و انعطاف‌پذیری در انجام کارها. اگر شرکت شما قصد سرمایه‌گذاری قابل توجهــی جهت دگرگونی ســازمانی دارد، در آن صورت احتمالاً می‌توانید تأکید بیشــتری بر جنبه‌های بلندمدت ارزش پیشــنهادی کارفرما داشته باشید (به شرط آنکه این اهداف همراستا با تغییرات موردنظر باشند).

اگر تعهد به تغییر چندان قوی نیســت، بیشــتر روی نقاط قوت کنونی تأکید کنید؛ از جمله چند عنصر بلندمدت منتخب که از نظر شــما برای برآورده کردن آنها نیاز به مصرف منابع چشمگیری نیست. به همین شکل، اگر میل به تغییر، قوی است و پیاده‌سازی این تغییر زمان زیادی لازم دارد، باید طوری برنامه‌ریزی کنید که اهداف بلندمدت را در طول زمان به ارزش پیشنهادی کارفرمای خود اضافه کنید و از اضافه کردن تعداد بیش از حد اهداف به ارزش پیشنهادی کارفرما بپرهیزید.

تنها به نقاط قوت کنونی اکتفا نکنید. طوری برنامه‌ریزی کنید که بتوانید تجربه بهتــری برای کارکنان کنونی و آینده خــود فراهم کنید. آدیداس (Adidas) به تازگی این پیشــنهاد را مطرح کرده اســت که «یک ارزش پیشــنهادی کارفرما را نباید ساخت، بلکه باید آن را کشف کرد» اما تعداد ســازمان‌هایی که می‌توانند تنها به بهره‌منــدی از نقاط قوت موجود خود اکتفا کنند چندان زیاد نیســت. در بیشتر ســازمان‌ها، ارزش پیشنهادی کارفرمــا اعلامیه آینده‌محور اســت و در عین حال، ریشــه در نقاط قوت موجود دارد.

نمونه‌هایی از ارزش پیشنهادی کارفرما

ارزش پیشنهادی کارفرمای آدیداس

به عنوان نمونه، ارزش پیشنهادی کارفرما در آدیداس به این شکل تبیین شده است:

جوهره/اساس موقعیت برند: شکل‌دهی به آینده ورزش

ستون‌های اصلی:

۱- از طریق ورزش این قدرت را داریم که زندگی افراد را تغییر دهیم

ورزش مهــم اســت. افراد را از روی صندلی‌های‌شــان بلند می‌کند و به باشــگاه می‌برد. با بیماری‌ها مبارزه می‌کند، دوستی‌ها را عمیق‌تر می‌کند و زندگی‌هــا را ارتقا می‌دهد. عضلات را تقویت می‌کند، اعتماد به نفس را بالا می‌برد و درس‌هایی می‌آموزد که تا آخر عمر ماندگار هستند. از طریق ورزش، این قدرت را داریم که زندگی افراد را تغییر دهیم.

۲- آینده وابسته به چشم‌اندازهای گوناگون و تازه است

آدی داســلر (Adi Dassler) به کارگــران کارخانه نگاه کرد و چیزی کــه دید گروهی از ورزشــکاران بود. کوله‌پشــتی ارتشــی را برداشــت و در آن کفش‌هــای دو دیــد. افرادی که دنیا را متفــاوت می‌بینند، موجب پیشــرفت‌هایی می‌شــوند که الهام‌بخــش همه ما هســتند. هرچه تعداد چشم‌اندازهای گوناگون و تجربه‌هایی از زندگی که از آن حمایت می‌کنیم و آنها را تشــویق می‌کنیم بیشتر باشند، تعداد بیشتری از این پیشرفت‌ها اتفاق خواهند افتــاد. در گروه آدیداس، ما افرادی را می‌خواهیم که دارای چشم‌اندازها و تجربه‌های زندگی گوناگونی هستند و از آنها می‌خواهیم که هر روز خودِ واقعی‌شــان را به ســر کار بیاورند. این فقط یک شعار نیست. یکی از ضروریات کسب‌وکار است.

۳- مشاغل بدون مرز

ســریع‌ترین راه پیشــرفت این است که اســتعدادهای‌تان را در معرض فرهنگ‌هــای بیشــتر، زبان‌ها و تجارب زندگی گوناگــون و نقطه‌نظرهای ممکن قرار دهید.

۴- پیشگامی در آینده کار

تخیــل، کار تیمی و جرأت مطرح کــردن ایده‌های‌تان، همگی نیازمند محیطی مناسب برای شکوفاشدن هستند. به همین دلیل است که تمرکز ما بر آن اســت که مرکز فرهنگ جهانی و پیشگام در محیط کاری باشیم که تصمیم‌گیری ســریع‌تر، راه‌حل‌های خلاقانه و فرصت‌های بیشتر برای همکاری را تسهیل می‌کند.

۵- ورزش نیازمند فضاست

ورزش نیازمنــد جهانی ســالم‌تر، قوی‌تر، پایدارتــر و از لحاظ اجتماعی مســئولیت‌پذیرتر اســت. تغییر نحــوه انجام کســب‌وکار در یک صنعت نمی‌تواند سریع یا آسان باشد. این یک ماراتن است، نه یک دوی سرعت. به همین دلیل اســت که این یکی از اولویت‌های محوری در سراسر گروه آدیداس است.

۶-همکاری با افرادی که الهام‌بخش ما هستند

ما از همه کسانی که کنجکاوی و خلاقیت آنها الهام‌بخش ماست دعوت می‌کنیم عضوی از ما باشــند. ما درها را به روی همپیمانانی با شیوه‌های زندگــی مختلف باز می‌کنیم، گوش‌های‌مان را برای شــنیدن نظرات آنها آمــاده می‌کنیم و دیدگاه و تجربه‌های خودمان را با دســتی باز در اختیار دیگران می‌گذاریم تا در کنار هم آینده را بسازیم.

ارزش پیشنهادی کارفرمای سوئز (SUEZ)

به طور مشــابه، ارزش پیشــنهادی کارفرما در سوئز، بزرگترین شرکت آبرسانی و تصفیه آب در اروپا، به این شکل است:

جوهره/اساس موقعیت برند: به انقلاب منابع ملحق شو

ستون‌های اصلی:

۱- با کار در سوئز می‌توانید در رشد پایدار جوامع خود سهیم باشید.

۲- با کار در سوئز می‌توانید بخشی از انقلاب منابع باشید.

۳- با کار در ســوئز در ایجاد شــغل‌های جدید بــرای آینده و اطمینان از گذار از اقتصادی خطی (اســتخراج، ســاخت، مصــرف، دور ریختن) به اقتصادی مدور (صرفه‌جویی، استفاده دوباره، بازیافت) سهیم باشید.

۴- با کار در ســوئز از کار نزدیک بــا دیگران به منظور حل چالش‌های عمده در حوزه منابع بهره‌مند شوید.

۵- با کار در سوئز شغلی خواهید داشت که سرشار از گوناگونی است.

۶- کار در ســوئز به معنای ملحق شدن به گروهی از افراد متعهد است که تشویق می‌شوند در محیطی امن، پرمحبت و محترمانه، خودِ واقعی‌شان باشند.

منبع: techrasa

تکنیک‌های تقویت روحیه تیم فروش برند

به قلم: **ماری کلیر نواک** کارشناس بازاریابی و فروش
ترجمه: علی آل‌علی

شـــروع فصل تازه‌ای در حوزه فروش همیشه همراه با سختی‌های قابل ملاحظه‌ای است. بسیاری از برندها پس از تجربه یک دوره موفقیت‌آمیز در حوزه فروش دیگر تمایلی برای تغییر استراتژی‌ها و شیوه‌های فعالیت‌شان ندارند. بی‌تردید این امر ناشی از سختی‌های فرآیند تغییر استراتژی فروش است. تیم‌های فروش اغلب اوقات تاثیرپذیری بسیار زیادی از تیم مدیریت ارشد شرکت دارند بنابراین هرگونه نوآوری و تغییر استراتژی‌ها در مقیاس کلان باید ابتدا از سوی تیم مدیریت دنبال شود.

کاهش انگیزه و روحیه اعضای تیم فروش برند امری طبیعی است. این نکته در تمام تیم‌های کاری مشاهده می‌شود بنابراین تلاش برای تقویت روحیه اعضای تیم فروش باید در اولویت کسب و کارها قرار داشته باشد. متاسفانه کمتر تیم فروشـــی امکان تقویت روحیه اعضایش بدون دخالت مدیریت ارشد را دارد. وظیفه اصلی تیم مدیریت در این میان تلاش برای تقویت روحیه اعضای تیم فروش با اســـتفاده از تکنیک‌های مختلف است. در غیر این صورت کســـب نتایج موردانتظار در زمینه فروش دور از انتظار خواهد بود.

بهترین تیم‌های فروش نیز در بازه‌های زمانی مختلف با مشکلاتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه می‌شـــوند. این امر بیانگر نیاز به اقدام فوری از سوی تیم مدیریت برند است. چالش اصلی در این میان عدم تمایل برخی از مدیران برای دخالت در فعالیت تیم‌های شرکت است. این امر به معنای رها کردن تیم‌ها به حال خودشـــان خواهد بود. بدون تردید این اســـتراتژی در بلندمدت نتیجه مناسبی برای کسب و کارها به همراه نخواهد داشت بنابراین هر برند باید در حوزه‌های مختلف اقدام به تقویت روحیـــه کارمندانش نماید. در غیر این صورت شـــرایط برای فعالیتش به شدت دشوار خواهد شد.

روحیه‌بخشـــی به دیگران کار ساده‌ای نیست. بسیاری از افراد این کار را همراه با سختی‌های تصورناپذیری می‌دانند بنابراین مشاهده امتناع برخی از مدیران برای ســـاماندهی این کار طبیعی خواهد بود. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از تکنیک‌های برتر به منظور کاهش سختی‌های این مســـیر و تقویت روحیه مناســـب اعضای تیم فروش است. بدون شک اســـتفاده از توصیه‌های نادرســـت در این میان تاثیر بسیار منفی بر روی روحیه کارمندان خواهد داشـــت بنابراین باید از تکنیک‌های درست برای تاثیرگذاری بر روی اعضای تیم فروش استفاده نماییم. در غیر این صورت اعتبار تیم مدیریت و تاثیرگذاری‌اش بر روی کارمندان به چالش کشـــیده خواهد شـــد. در ادامه برخی از تکنیک‌های مناسب برای روحیه‌بخشی به اعضای تیم فروش را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

شناخت اعضای تیم فروش

شـــناخت اعضای شـــرکت یکی از مهمترین وظایف هر مدیری اســـت. بســـیاری از مدیران در کســـب و کارها نســـبت به کارمندان‌شان شناخت درســـتی ندارنـــد. همین امر موجب ایجاد فاصله هرچه بیشـــتر میان تیم مدیریت و اعضای شرکت می‌شود. اگر کسب و کارها نسبت به ایجاد تغییر در این حوزه اقدام سریعی انجام ندهند، به سرعت با مشکلاتی نظیر عدم حرف‌شنوی کارمندان از تیم مدیریت مواجه خواهند شد.

شـــناخت اعضای تیم فروش نیازمند برگزاری جلســـات طولانی مدت نیســـت. بدون تردید هیچ کارمنـــدی علاقه‌ای برای حضور در جلســـات طولانی‌مـــدت ندارند. بنابراین باید جلســـات را در مـــدت زمانی کوتاه و با ســـرعت قابل ملاحظه‌ای ســـاماندهی نماییم. در غیر این صورت شـــانس تاثیرگذاری‌مان به شدت کاهش خواهد یافت. گاهی اوقات مطالعه پرونده استخدامی کارمندان نیز ایده جذابی خواهد بود. این امر نیاز به گفت‌وگوی حضوری با اعضای تیم فروش را کاهش می‌دهد. بدون تردید بســـیاری از برندهـــا در عمل فرصت کافی برای برگزاری جلســـات با اعضای تیم‌های مختلـــف را ندارند بنابراین چنین راهـــکاری بهترین جایگزین برای بهبود وضعیت یک برند خواهد بود.

شناخت اعضای تیم فروش شرکت به تنهایی برای تاثیرگذاری بر روی آنها کافی نیســـت. مدیران پس از این امر باید نســـبت به ارائه کمک‌های قابل ملاحظه به اعضای تیم فروش اقدام نمایند. این امر شامل بیان درک مشـــکلات و دغدغه‌های اعضای تیم فـــروش و تلاش برای بهبود وضعیت کاری‌شـــان است. چنین امری تاثیر بسیار مثبتی بر روی فعالیت و روحیه اعضای تیم فروش خواهد داشـــت. اگر این امر مورد توجه مدیران ارشـــد قرار نداشته باشد، اعضای تیم فروش به طور مداوم نسبت به فقدان درک مشترک میان خود و مدیران ارشد شکایت خواهند داشت.

توجه به معیارهای ارزیابی عملکرد

بدون تردید یکی از بهترین راهکارها برای اثبات کاهش روحیه و انگیزه تیم فروش ارزیابی عملکردشـــان است. بسیاری از برندها در زمینه ارزیابی عملکرد تیم فروش ادعای استفاده از بهترین معیارها را دارند. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به معیارهای اساسی و استاندارد است. در غیر این صورت ارزیابی کسب و کار از وضعیت تیم فروش غیرواقعی خواهد بود.

متاسفانه بســـیاری از برندها با اســـتفاده از معیارهای نادرست اقدام به ارزیابی وضعیت بازاریابی و فروش می‌کنند. این امر به معنای دست زدن به تغییرات با اتکای به داده‌های نامعتبر است بنابراین باید تجدیدنظر اساسی در معیارهای مدنظر مدیران ارشد هر برند صورت گیرد. یکی از توصیه‌های کاربردی در این میان استفاده از چند معیار به جای اتکا به یک معیار واحد است. این امر همیشه اعتبار ارزیابی برند را افزایش خواهد داد.

یکی از اشـــتباهات رایج در زمینه ارزیابی وضعیت فروش عدم توجه به بازه‌های زمانی مختلف اســـت. بدون تردید فروش کسب و کارها در سال نو افزایش قابل ملاحظه‌ای دارد بنابراین مقایســـه سال نو با ماه پس از آن در حوزه فروش غیرمنطقی خواهد بود. بهترین راهکار برای ارزیابی بهبود اوضاع فروش مقایسه هر ماه یا بازه زمانی با سال گذشته است. البته در این میان نیز باید به متغیرهای متفاوت توجه کرد. به عنوان مثال، فروش سال ۲۰۲۰ اغلب کسب و کارها در مقایسه با سال گذشته کاهش چشمگیری داشـــته است. شـــاید این امر در نگاه نخست ناشـــی از کاهش انگیزه تیم فروش و عملکرد نامناسب آن باشد. نکته مهم در این میان توجه به بحران کروناســـت. اگر این امر به خوبی مدنظر کســـب و کارها قرار نگیرد، امکان بروز خطا در ارزیابی وضعیت کسب و کار به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت.

ارزیابی وضعیت فعالیت اعضای تیم فروش علاوه بر بیان نکات اساســـی در مورد ایرادات و اشتباهات کسب و کار، امکان روحیه‌بخشی به آنها را نیز افزایش می‌دهد. اگر تیم فروش برند روزانه ۱۰ تا ۱۲ ساعت کار می‌کنند، باید نسبت به کاهش این زمان بسیار زیاد اقدام نماییم. در غیر این صورت خستگی بیش از اندازه کیفیت کاری تمام اعضا را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

فشـــارهای وارده بر تیم فروش همیشـــه تاثیر مثبتی بر روی سودآوری برند ندارد. بســـیاری از برندها برای ســـودآوری بالا نیاز به فشـــار بیش از اندازه بر روی تیم‌های مختلف‌شـــان ندارند. نکته جالب اینکه اغلب اوقات چنین فشارهایی نتیجه عکس نشان می‌دهد بنابراین باید نسبت به تعدیل انتظارات و فشارهای تیم مدیریت بر روی فروشندگان توجه نماییم. سالانه شمار بالایی از فروشندگان برندها نسبت به تغییر حوزه فعالیت‌شان اقدام می‌کنند. دلیل اصلی این امر افزایش قابل ملاحظه انتظارات و فشار کسب و کارها بر روی تیم فروش است. اگر کسب و کار شما نیز چنین فشاری را اعمال نماید، به زودی با مشکلات کلان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مواجه خواهید شد.

تعیین اهداف کوتاه‌مدت

اهداف بلندمدت برای هر کســـب و کاری دارای اهمیت اســـت. بسیاری از برندها از همان شـــروع فعالیت‌شـــان اقدام به پیگیری اهداف بلندمدت می‌کنند. این امر در عمل مشـــکلات بسیار زیادی برای هر برند به همراه دارد. اهداف بلندمدت نیاز به تعهد و پیگیری بسیار زیادی دارد. این امر در کنار عدم تجربه موفقیت‌های کوچک، که موجب تغییر روحیه کارمندان می‌شـــود، ســـختی‌ها را دوچندان خواهد کرد. یکی از مزیت‌های پیگیری اهداف کوتاه‌مـــدت در کنار نمونه‌های بلندمدت امـــکان تقویت روحیه و انگیزه کارمندان اســـت. این نکته در مورد اعضای تیم فروش به طور قابل ملاحظه‌ای مصداق پیدا می‌کند.

فروشندگان در صورت تعریف اهداف دور و دراز برای کسب و کار امکان تاثیرگذاری مناســـب بر روی مخاطب هدف را از دســـت می‌دهد. بسیاری از فروشـــندگان پس از فروش مناســـب در یک یا دو ماه نیاز به تشویق و اندکی استراحت دارند. حال اگر انتظار اصلی برند از آنها کسب فروش بالا و رکوردشکنی متوالی برای ۶ ماه باشد، بدون تردید در میانه مسیر خسته خواهند شـــد. این امر موجب کاهش تمایل فروشندگان برای همکاری با برندها می‌شود.

وقتـــی روحیه کارمنـــدان در حوزه فـــروش کاهش می‌یابـــد، پیگیری هرگونه هدفی سخت خواهد شد. اغلب کسب و کارها در چنین شرایطی میزان فشـــار بر تیم فروش را افزایش می‌دهد. این امر به نوبه خود انگیزه فروشـــندگان را به طور قابل ملاحظه‌ای کم می‌کند. اگر کسب و کار شما توانایـــی تعامل با مخاطب هدف را ندارد، باید دســـت‌کم شـــرایطی برای استفاده از مشاوره‌های کاربردی را فراهم سازد. در غیر این صورت وضعیت کسب و کار به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار خواهد شد.

بســـیاری از فعالیت‌ها مورد علاقه مدیران ارشـــد و فروشندگان کسب و کارهاست. این امر در زندگی خصوصی افراد نیز قابل مشاهده است. نکته مهم در ایـــن میان تلاش برای ایجاد تعادل میان فعالیت‌های مورد علاقه اســـت. اگر در فعالیت‌های مورد علاقه افراد نیز زیاده‌روی شـــود، نتیجه‌ای به جز کاهش انگیزه مشـــاهده نخواهد شد. استفاده از تعطیلات مناسب و دوری از کار برای مدت زمانی کوتاه نکته بسیار مهمی است. این امر شاید برای مدیران ارشد کسب و کارها بسیار دشوار باشد، اما تاثیرگذاری بسیار مطلوبی بر روی وضعیت هر برند دارد.

ارائه مشوق‌های جذاب

وقتی روحیه اعضای تیم فروش به شدت کاهش یافته است، ارائه برخی از مشوق‌ها ایده جذابی خواهد بود. امروزه اغلب کسب و کارها فشار رقابتی بســـیار زیادی را تجربه می‌کنند بنابراین شاید فرصت کافی برای استفاده از ایده‌هایی نظیر ارائه تعطیلات کوتاه مدت به اعضای تیم فروش نداشته باشـــند. اگر تعطیلاتی در کار نیست، دســـت‌کم باید برخی از مشوق‌های دیگر را مدنظر قرار دهیم. در غیر این صورت انگیزه اعضای تیم فروش به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت.

وقتی صحبت از مشـــوق‌های جذاب می‌شود، اغلب مردم به پول بیشتر فکر می‌کنند. بدون تردید پول یکی از مشـــوق‌های اصلی در حوزه کسب و کار محســـوب می‌شود، اما تنها گزینه در دســـترس برندها نیست. ارائه پیشـــنهاد برای دریافت ســـهم بالاتر از هر فروش بـــرای هر تیمی جذاب خواهد بود. با این حال باید نسبت به مشوق‌های غیرمالی نیز توجه نشان دهیم. یکی از مشوق‌های موردنظر فراهم‌ســـازی شرایط ارتقای سازمانی اســـت. هر کارمندی آرزوی بهبود وضعیت کاری‌اش را دارد. اگر شـــرایط مناســـب برای انتخاب مدیران میانی یا ارشد شـــرکت از کارمندان فراهم باشـــد، باید این نکته را به عنوان یک مشـــوق اصلی مدنظر قرار دهیم. در غیر این صورت ترغیب کارمندان برای ارائه کیفیت کاری بالا امر بســـیار دشواری خواهد بود.

اســـتفاده از جشن‌های کوچک و دورهمی‌های کاری ایده بسیار جذابی برای تقویت روحیه تمام اعضای شرکت است. اگر این نکته در مورد اعضای تیم فروش به صورت انحصاری روی دهد، تاثیرگذاری بســـیار بیشـــتری به همراه خواهد داشـــت. نکته مهم در این میان تلاش برای اســـتفاده از تکنیک‌های جذاب و همچنین اطمینان از حضور تمام اعضای تیم است. در غیـــر این صورت برخـــی از کارمندان به طور مداوم نســـبت به فرآیند برگزاری مراسم اعتراض خواهند داشت.

جلسات کمتر، زمان استراحت بیشتر

بسیاری از مدیران برای بهبود وضعیت فروش اقدام به برگزاری جلسات متعدد می‌کنند. شـــاید این امر از نگاه مدیریتی عـــاری از هرگونه ایرادی باشـــد، اما برخی از کارمندان در پی شـــرکت در جلسات متعدد روحیه و انگیزه فعالیت‌شـــان را از دســـت می‌دهند بنابراین باید نسبت به مدیریت تعداد جلســـات کسب و کار اقدام نماییم. در غیر این صورت شانسی برای مدیریت جلسات به صورت کاربردی نخواهیم داشت.

اگـــر انگیـــزه اعضای تیم فـــروش برای فعالیت مناســـب بـــه طور قابل ملاحظه‌ای کاهش یافته اســـت، باید نسبت به تغییر شرایط اقدام نماییم. بدون تردید این امر مشکلات بسیار زیادی برای هر برندی به همراه دارد. برگزاری هر جلسه همراه با دستور کار مشخصی صورت می‌گیرد بنابراین حذف آن همیشه ایده جذابی نیست. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای جایگزینی جلســـات متعدد با صحبت‌های کوتاه در طول کار اســـت. این امر همیشه تعجب‌برانگیز است، اما گاهی اوقات نتیجه بسیار مناسبی نیز به همراه خواهد داشت. این امر درخصوص وضعیت فعالیت بسیاری از تیم‌های فروش مصداق دارد بنابراین باید تا جای ممکن نسبت به برگزاری جلسات کمتر در طول هفته حساسیت نشان دهیم.

گاهی اوقات یک استراحت کوتاه برای کارمندان به مثابه تقویت روحیه خواهـــد بود. امروزه برخـــی از برندها هنوز هم اســـتراحت در طول روز را مورد توجه قرار نمی‌دهند. اگر فشـــار کاری بر روی تیم فروش بسیار زیاد است، باید در طول روز چند دقیقه به اعضای استراحت دهیم. این امر در ساعت‌های مختلفی ضروری است. به عنوان مثال، پس از هر ۲ یا ۳ ساعت کار در طول روز استفاده از ۱۰ تا ۱۵ دقیقه استراحت مناسب خواهد بود. این امر میزان فشـــار بر روی کارمندان را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد.

بدون تردید بســـیاری از برندها نســـبت به ارائه زمان استراحت کافی به اعضای تیم‌شـــان توجهی نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر بحث از این امر در بخش کنونی دارای اهمیت بالایی اســـت. اگر این نکته به طور درســـت موردنظر کســـب و کارها قرار گیرد، شانس‌شان برای تاثیرگذاری بر روی فروشـــندگان و همچنین بهبود کیفیـــت کاری آنها افزایش قابل ملاحظه‌ای خواهد یافت.

ایجاد رقابت‌های درون تیمی

درســـت مانند ارائه مشـــوق‌های جذاب، در اینجا نیز بحث از مسابقات برای تقویت روحیه کارمندان بخش فروش اهمیت دارد. وقتی صحبت از مسابقات در حوزه تیم فروش می‌شود، بسیاری از کارشناس‌ها و کارمندان به سراغ مسابقات مربوط به فروش بیشتر می‌روند. این امر یکی از مسابقات جذاب را نشان می‌دهد، اما الزاما تنها راهکار برای تقویت روحیه کارمندان نیست. بسیاری از شرکت‌ها برای تقویت روحیه کارمندان‌شان راهکارهای بســـیار بهتری را مدنظر قرار می‌دهند. بنابرایـــن باید برخی از راهکارهای جذاب را نیز مورد توجه قرار دهیم.

برگزاری مســـابقات خـــارج از حوزه فروش بـــرای تقویت روحیه اعضای شـــرکت ضروری اســـت. این امر در بلندمدت موجب ترکیب کار روزانه و سرگرمی می‌شـــود. مهمترین نکات در زمینه برگزاری مسابقات به شرح ذیل است:

- رعایت ماهیت کوتاه‌مدت مسابقات دارای اهمیت است. این امر موجب تعییـــن برنده در کوتاه‌ترین زمان ممکن می‌شـــود. اگر مســـابقات به طور بلندمدت برگزار شود، امکان تعیین برنده نهایی سخت خواهد شد.
- ســـادگی مسابقات دارای اهمیت بسیار زیادی است. مسابقات پیچیده مورد توجه افراد زیادی قرار نخواهد گرفت بنابراین باید نسبت به سادگی مسابقات توجه نشان داد. استفاده از تجربه فعالیت شرکت‌های دیگر در این میان دارای اهمیت بسیار زیادی است.
- کار گروهی در فرآیند مســـابقات جذابیت بسیار زیادی به همراه دارد. برخی از کارآفرینان برای تاثیرگذاری بر روی تیم فروش اقدام به استفاده از مســـابقات تیمی می‌کنند. بدون تردید این نوع مســـابقات در مقایسه با مسابقات انفرادی تاثیر بســـیار بهتری بر روی روحیه فروشندگان خواهد داشت. در هر صورت عرصه فروش نیز یک امر تیمی محسوب می‌شود.

تعامل با فروشندگان به طور مداوم

برخـــی از مدیران ارشـــد برندها فقط در زمان بروز مشـــکلات در حوزه فـــروش اقدام به تعامل با اعضای این تیم‌ها می‌کنند. شـــاید این امر برای بســـیاری از مدیران عاری از هر نوع ایرادی باشـــد، اما تیم‌های فروش و به طور کلی هر تیم کاری دارای انتظارات بســـیار بیشـــتری از مدیران ارشد است بنابراین با توجه کافی به این مسئله امکان تعامل بهتر میان اعضای تیم فروش و مدیران افزایش خواهد یافت.

اگر تیم فروش دارای روزهای عادی در زمینه فعالیت است، باز هم باید نسبت به تعامل با آنها اقدام کرد. فروشندگان باید همیشه حضور اعضای تیـــم فروش در کنار خود را احســـاس کنند. در غیر این صورت شانســـی برای تیم مدیریت به منظور تقویت روحیه فروشندگان باقی نخواهد ماند. تیـــم مدیریت امکان تاثیرگذاری بر روی تیم‌های کاری بدون تعامل قبلی را ندارد بنابراین باید در طول زمان نســـبت به بهبود رابطه‌اش با تیم‌های مختلف اقدام نماید.

نمایش قدردانی از زحمات تیم فروش

کســـب موفقیت همیشه یکی از بهترین تجربه‌ها برای هر تیمی کاری است. فروشـــندگان به طور معمول در پایان هر سال کاری کارنامه‌شان مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. قدردانی ســـالانه از اعضای تیم فروش برای تقویت روحیه و انگیزه آنها امری ضروری محســـوب می‌شـــود. برخی از برندها فروش بالا از سوی فروشندگان را وظیفه اصلی کاری آنها قلمداد می‌کنند. اگرچه این امر درســـت اســـت، اما باید نســـبت به قدردانی به موضع از اعضای تیم فروش نیز توجه داشته باشیم. اگر این امر به طور درســـتی موردنظر اعضای تیم کســـب و کار قرار نگیرد، مشکلات بسیار زیادی در مسیر توسعه کسب و کار تجربه خواهیم کرد.

قدردانی از اعضای شـــرکت در بازه‌های زمانی مناســـب اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب کسب و کارها برای سال نو تعطیلات قابل ملاحظه‌ای دارند. این امر در تقویت روحیه کارمندان تاثیر بســـیار زیادی دارد. اگر در ایـــن میان پیش از تعطیـــلات اقدام به قدردانی از اعضای تیم فروش نماییم، روحیه آنها برای سال نو به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت.

نمایش تصویر بزرگتر از کسب و کار

مشـــاهده تاثیر فعالیت در حوزه کســـب و کار بر روی وضیت کلی برند دارای اهمیت بســـیار زیادی برای هر کارمندی اســـت. کارهای بسیاری از کارمندان در طول روز کسل‌کننده و تکراری است بنابراین باید با استفاده از نمایش تصویری بزرگتر از کســـب و کار و برند نسبت به تقویت روحیه آنها اقدام نماییم. این امر در وهله نخســـت بسیار دشوار خواهد بود. دلیل این امر عدم درک مناســـب اعضای بخش‌های تخصصی شرکت از تصویر بزرگتر کسب و کار است. با این حال اگر این مرحله به طور قابل قبولی طی شود، دید اعضای تیم شرکت به وضعیت کسب و کار تغییر خواهد کرد.

امروزه مدیریت تیم‌های فروش امر سختی است. تقویت روحیه آنها باید با استفاده از تکنیک‌های کاربری صورت گیرد. تکنیک‌های مورد بحث در این مقاله شـــروع مناســـبی برای تقویت روحیه کارمندان و اعضای بخش فروش خواهد بود.

منبع: com.learn.g۲

۱۰ افسانه و باور غلط درباره انگیزه که جلوی موفقیت‌تان را می‌گیرند

آیا شما هم اسیر افسانه‌ها و باورهای اشتباهی هستید که در مورد انگیزه می‌شنوید؟ باورهای نادرستی که ممکن است شانس دستیابی به اهداف‌تان را از شما بگیرند؟ همه ما دوست داریم فکر کنیم که درک کاملا خوبی از آنچه ما را پر از انگیزه می‌کند، داریم. واقعیت این است که غالب ما به طرز شگفت‌انگیزی نسبت به عوامل روانشناختی که در موفقیت و شکست ما نقش دارند نابینا هستیم. تحقیقات نشان داده است که مردم نه تنها گاهی اوقات کاملاً ضعیف هستند و نمی‌دانند چه چیزی آنها را خوشحال خواهد کرد، بلکه آنچه را که واقعاً برای رسیدن به اهداف‌شان لازم است دست‌کم می‌گیرند. در ادامه این نوشـــتار با ما همراه باشید تا ۱۰ افسانه و باور غلط درباره انگیزه که جلوی موفقیت‌تان را می‌گیرند را بشناسید.

افسانه‌ها و باور غلط درباره انگیزه

بیاییـــد نگاهی دقیق به برخی از مهمترین افســـانه‌ها و باور غلط درباره انگیزه بیندازیم، مواردی که ممکن است مانع انگیزه گرفتن شما شوند.

۱- پول انگیزه نهایی است

پول مطمئنا می‌تواند یک ابزار انگیزشـــی عالی باشـــد، اما برخی از افراد به اشـــتباه اهمیت زیادی را برای پاداش‌های مالی قائل می‌شوند و از سایر عواملی که در نهایت ممکن اســـت نقش بیشـــتری در انگیزه و شادی آنها داشته باشند چشم‌پوشی می‌کنند.

اگر شغلی را انتخاب کنید فقط به این دلیل که دستمزد خوبی دارد، اما غافل شوید از اینکه در مکانی نامطلوب قرار دارد، ساعات وحشتناکی را پشت سر بگذارید و اوقات فراغتی برای سپری کردن با خانواده نداشته باشید، آیا واقعا پاداش‌های مالی جبران‌کننده همه این نکات منفی است؟ ممکن است برای مدتی قابل قبول باشد، اما این احتمال وجود دارد که شما سرانجام برای رفتن به محل کار خود احساس استرس کنید و انگیزه‌ای برای‌تان نماند.

تحقیقات نشان داده است افرادی که در درجه اول به دنبال انگیزه‌های مالی هســـتند، با اقدامات مختلف روانشناختی از سلامت روانی نامناسبی رنج می‌برند.

۲- اگر باهوش هستید، نیازی به ایجاد انگیزه نیست

مردم اغلب معتقدند که هوشمندبودن راهی برای تضمین موفقیت است، اما محققان بارها دریافته‌اند که هوش مطمئنا همیشـــه پیش‌بینی‌کننده موفقیت نیست. در یک مطالعه طولی مشهور در مورد بچه‌های بااستعداد توســـط لوئیس ترمن، برخی از باهوش‌ترین افراد بعدا زندگی‌های بســـیار متوســـطی داشتند و به موفقیت چشمگیری دست پیدا نکرده بودند. شما ممکن اســـت باهوش باشید، اما این بدان معنا نیست که انگیزه نقشی در موفقیت شما بازی نمی‌کند.

۳- تجسم موفقیت، رویاها را به واقعیت تبدیل می‌کند

گروه‌های خودیاری اغلب قدرت تجسم را به زبان می‌آورند به این ترتیب که خود را در رســـیدن به اهداف خود تصور می‌کنید و همین به شـــما در دستیابی به آنها کمک می‌کند.

از طرف دیگر، تحقیقات روانشناختی حاکی از آن است که تجسم کردن گاهی ممکن است نتیجه مثبتی نداشته باشد. اگر خود را فورا موفق تصور کنید، در واقع انگیزه شما برای دست به کار شدن و رسیدن به آن هدف کاهش می‌یابد. یک استراتژی بهتر این است که خودتان را در حال انجام مراحل لازم برای رسیدن به اهداف خود تجسم کنید.

اگر می‌خواهید وزن خود را کاهش دهید، تصور کنید که غذای ســـالم می‌خورید و ورزش می‌کنید به جای اینکه تصور کنید فورا لاغر شده‌اید.

۴- پاداش بیشتر منجر به ایجاد انگیزه بیشتر می‌شود

اگر می‌خواهید کســـی کاری انجام دهد، پیشنهاد دادن پاداش بزرگ به او یک روش مطمئن برای ایجاد انگیزه به نظر می‌رســـد، درست است؟ با این حال، مســـئله این است که محققان کشـــف کرده‌اند گاهی اوقات این پاداش‌ها می‌توانند نتیجه معکوس بدهند.

وقتی به کسی به خاطر کاری که انجام داده و از قبل انگیزه ذاتی انجام آن را داشته است، پاداش می‌دهید نتیجه اغلب کاهش انگیزه است، چیزی که روانشناسان از آن به عنوان اثر توجیه افراطی یاد می‌کنند. وقتی شخص واقعاً به نوعی انگیزه برای انجام یک کار احتیاج دارد، پاداش می‌تواند عمل را القا کند، اما باید از تقویت‌کننده‌ها با دقت و وسواس استفاده شود.

۵- ترس یک روش عالی برای ایجاد انگیزه است

تهدید به مجازات یا تنبیه قطعا می‌تواند باعث تحریک عمل شـــود، اما اغلـــب فقط برای یک دوره کوتاه‌مدت تاثیر دارد. پاداش می‌تواند فریبنده باشـــد، اما تحقیقات نشان داده اســـت که تقویت انگیزه معمولاً استراتژی موثرتری نسبت به مجازات است.

۶- فقط تلاش کردن کافی است

به آخرین باری که یک کار ســـخت را امتحان کردید فکر کنید. قبل از وارد شدن به میدان، روی صحنه رفتن یا ورود به اتاق هیأت مدیره، ممکن اســـت شخصی به شـــما نزدیک شده و تشـــویق‌تان کرده باشد که «فقط بیشـــترین تلاش خود را به کار ببند.» تصور می‌شود که این هشت کلمه یک عامل انگیزه‌دهنده عالی هستند، اما تحقیقات نشان داده است که در واقع می‌تواند دستورالعمل متوسطی باشد. محققان در حقیقت دریافته‌اند که تعیین اهداف خاص و دشوار بیش از چیزهای دیگر انگیزه، عملکرد و موفقیت را برانگیخته اســـت. دفعه بعدی که هدفی را برای خود مشخص می‌کنید، چیز خاصی را انتخاب کنید و توقع‌تان را از خودتان بالا ببرید.

۷- به جای تلاش باید استعدادتان را تحسین کنید

کارول دوک، روانشـــناس پیشنهاد می‌کند که تمرکز روی استعدادهای ذاتی به جای تلاش کردن می‌تواند انگیزه را کاهش دهد. اگر اعتقاد دارید که آدم‌ها همراه با یک سری استعداد خاص متولد می‌شوند (رویکردی که به عنوان یک ذهنیت ثابت شناخته می‌شود)، باید بدانید که این باور را به خودتان القا می‌کنید که هیچ تلاشی نمی‌تواند نتایج را تغییر دهد.

پرورش یک ذهنیت رشـــدمحور، یا این باور که افراد می‌توانند با تلاش و فداکاری توانایی‌های خود را تغییر داده و رشـــد دهند، می‌تواند رویکرد انگیزشی بیشتری باشد. یکی از راه‌های پرورش این طرز فکر مورد ستایش قرار دادن تلاش‌های‌تان است به جای اینکه روی استعداد تمرکز کنید.

۸- قدرت اراده تنها چیزی است که برای رسیدن به اهداف‌تان نیاز دارید

مردم معمولا این باور را دارند که برای رسیدن به هدف، اراده تعیین‌کننده است. در نظرسنجی سالانه انجمن روانشناسی آمریکا در مورد استرس در آمریکا، پاسخ‌دهندگان کمبود اراده را به عنوان تنها عامل اصلی بازدارنده از رسیدن به اهداف‌شان ذکر کردند. اراده مطمئناً یک قسمت مهم از این پازل انگیزشی است، اما مطمئناً همه چیز و تنها مورد مهم نیست!

قدرت تعهد، اشـــتیاق شما برای رسیدن به اهداف، انواع مشوق‌هایی که کسب خواهید کرد و حتی موانعی که پیش رو دارید نیز نقش‌های مهمی دارند. وقتی می‌خواهید انگیزه بگیرید، برنامه‌ای تنظیم کنید که این عوامل را در نظر بگیرد نه اینکه فقط به قدرت اراده متکی باشـــید و همه چیز را نیز براساس آن تنظیم کنید.

۹-شما باید منتظر بمانید تا سر و کله انگیزه درست پیدا شود

بعضی اوقات خوش‌شـــانس هســـتید و الهام در لحظه مناســـب پدیدار می‌شـــود. به نظر می‌رســـد که همه چیز شـــما را در موجی از انگیزه بالا می‌برند و به ســـمت دســـتیابی به اهداف‌تان هدایت می‌کند. این لحظات عالی هســـتند، اما انتظار برای آمدن آنها اشتباه است. گاهی ایجاد انگیزه برای رسیدن به اهداف‌تان خود نیاز به کار دارد.

شاید مجبور شوید که بنشینید و لیستی از اهداف خود تهیه کنید و یک برنامه گام به گام برای دســـتیابی به آنها تدوین کنید. برای داشتن انگیزه ممکن است مجبور شوید به یک باشگاه بپیوندید یا از دوستان‌تان کمک بگیرید. حتی گاهی ممکن اســـت لازم باشد که به خودتان با وعده پاداش الهام و انگیزه بدهید.

۱۰- نوشتن اهداف رمز موفقیت است

نوشتن اهداف می‌تواند یک ابزار انگیزشی بسیار موثر باشد، اما این کار به تنهایی و بدون پشـــتیبانی از آن اهداف، نتیجه‌ای دربر نخواهد داشت. سخنرانان انگیزشی اغلب می‌خواهند این را مطرح کنند که صرفاً نوشتن اهداف شما نوعی داروی انگیزشی است، اما هیچ تحقیقی برای حمایت از این نوع ادعاها وجود ندارد.

به جای اینکه فقط اهداف خود را یادداشـــت کنید، روی ثبت واقعی هر گامی که برمی‌دارید و تلاش‌هایی که هر روز برای رسیدن به اهداف خود انجام می‌دهید تمرکز کنید.

تاکتیک‌هایی که می‌توانند انگیزه را بهبود بخشند

با تمام این اوصاف کدام روش‌ها واقعاً به افراد کمک می‌کنند تا انگیزه بیشتری داشته باشند؟ اقتصاددان رفتاری، دان آریلی در تد تاک خود به نام «چه چیزی باعث می‌شود ما در مورد کار خود احساس خوبی داشته باشیم؟» به چند مطالعه اشاره کرد که برخی از تاکتیک‌های موثر انگیزشی را نشان می‌دهد.

– کار هدفمند می‌تواند انگیزه را بهبود بخشـــد. دیدن نتایج تلاش‌های شما می‌تواند انگیزه ایجاد کند و منجر به عملکرد بهتر شود.

– قدردانی. افرادی که احساس می‌کنند تلاش‌های‌شان پذیرفته شده است بیشتر و طولانی‌تر کار می‌کنند، در حالی که کسانی که احساس می‌کنند مورد غفلت قرار گرفته‌اند، برای ادامه کار به انگیزه بیشتری نیاز دارند.

– کار دشـــوار می‌توانـــد انگیـــزه ایجـــاد کند. بـــه برخـــی از بزرگ‌ترین موفقیت‌های خود فکر کنید. به دست آوردن آنهایی که باعث افتخار شما هستند، دشوارترین مسیر را برای شما داشته است. هرچه کاری دشوارتر باشد، انگیزه و پاداش آن بیشتر خواهد بود.

منبع: verywellmind/bazdeh

همزمان با دهه مبارکه فجر:

۲۹پروژه عمران شهری بندرعباس به ثمر رسید

۲۹ پروژه عمران شهری بندرعباس با اعتبار بیش از ۱۰۴۹میلیارد تومان با حضور دکتر همتی استاندار، نماینده ولی فقیه در استان، فرماندار، شهردار، رئیس و اعضای شورای اسلامی شهر بندرعباس افتتاح شد.

عباس امینی‌زاده در مراسم افتتاح پروژه‌های دهه فجر شهرداری بندرعباس اظهار کرد: با وجود فشارهای اقتصادی متعدد بر جامعه، همزمان با دهه مبارک فجر امسال ۲۹ پروژه زیرساختی و عمرانی شهر با اعتباری بالغ بر هزار میلیارد ریال به بهره‌برداری رسیده‌وی با اشاره به جزئیات بیشتر این پروژه‌ها، افزود: پروژه‌های شاخص آماده بهره‌برداری شامل زمین‌های ورزشی، بازار بزرگ ماهی‌فروشان، میدان میوه و ترمیار، تقاطع غیر همسطح شهدا و سالن ورزشی است که بهره‌برداری برخی از آنها آغاز شده است.احداث میدان بزرگ تعزیه واقع در کوهستان پارک پنجه‌علی و بازار بزرگ ماهی فروشان شهر از جمله پروژه‌های شاخص است.

امینی زاده با بیان اینکه بهره‌برداری از بازار بزرگ ماهی فروشان بسیاری از مشکلات بهداشتی عرضه ماهی و آبزیان را رفع کرده است، تاکید کرد: این بازار ضمن رفع دغدغه شهروندان در تأمین آبزیان مورد نیاز، به عنوان یک جاذبه گردشگری شاخص شهر نیز محسوب می‌شود.وی گفت: یک پروژه شاخص دیگر که بهره‌برداری از آن چندی پیش آغاز شده است میدان بزرگ میوه و ترمیار است که نسبت به مکان قبلی ۱۰ برابر گسترش یافته است

توسعه کوهستان پارک پنجه‌علی بندرعباس با بهره‌برداری از ۵ پروژه

همزمان با دهه مبارک فجر، پنج پروژه عمرانی در مجموعه کوهستان پارک پنجه‌علی بندرعباس با حضور مسئولان عالی رتبه استان و شهرستان بندرعباس به بهره‌برداری رسید.عباس امینی‌زاده در آئین بهره‌برداری از این پروژه‌ها اظهار کرد: یکی از مناطق سنتی که مورد توجه ویژه شهروندان قرار دارد، پنجه‌علی است.وی با اشاره به قدمت ۲۰۰ ساله پنجه‌علی، افزود: این منطقه، فرصت جدیدی برای رونق گردشگری در جوار شهر ایجاد کرده است.شهردار بندرعباس با بیان اینکه توجه به گردشگری مذهبی نیز در کوهستان پارک پنجه‌علی مدنظر قرار دارد، تصریح کرد: میدان بزرگ تعزیه در زمینی به مساحت ۳۰۰۰ متر مربع ایجاد شده و خانه تعزیه نیز در زمینی به مساحت ۴۰۰ متر مربع تا پایان سال جاری مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد.امینی‌زاده با اشاره به سایر پروژه‌های به بهره‌برداری رسیده در پنجه‌علی گفت: دو زمین والیبال و فوتبال ساحلی نیز در این محل ایجاد شده تا رونق بیشتری در منطقه ایجاد شود.این مقام مسئول با اشاره به دیگر زیرساخت‌های ایجاد شده در کوهستان پارک پنجه‌علی، بیان کرد: فضای مناسب پیاده روی و کوهپیمایی از دیگر ظرفیت‌های ایجاد شده در این منطقه است.

امینی‌زاده همچنین از افتتاح پروژه زین‌زیپ‌لاین و فضای سبز محوطه آن خبر داد و اضافه کرد: مسیر پیاده‌روی و دوچرخه سواری این مجموعه نیز تا پایان سال جاری به بهره‌برداری می‌رسد.شهردار بندرعباس از برق‌رسانی و تامین روشنایی این کوهستان پارک خبر داد و اظهار کرد: بیش از ۳۵۰۰ متر برق سانی برای تامین روشنایی این کوهستان پارک انجام شده است.امینی‌زاده گفت: در مجموع، بالغ بر ۱۰۰ میلیارد ریال اعتبار در پنج پروژه عمرانی کوهستان پارک پنجه‌علی هزینه گردید.

گسترش خدمات‌رسانی شهرداری بندرعباس در شهرک پیامبر اعظم

شهردار بندرعباس در آیین بهره‌برداری از زمین ورزشی شهرک پیامبر اعظم گفت: با تحویل شهرک پیامبر اعظم به شهرداری بندرعباس، خدمات‌رسانی در این شهرک گسترش می‌یابد.عباس امینی‌زاده در آئین بهره‌برداری از پروژه‌های عمرانی شهر بندرعباس که با حضور مسئولان استانی و محلی در حال برگزاری است، اظهار کرد: با تحویل شهرک پیامبر اعظم به شهرداری بندرعباس، خدمات‌رسانی به این بخش از شهر افزایش می‌یابد.وی با اشاره به بهره‌برداری از یک زمین ورزشی در این شهرک، افزود: این پروژه با اعتباری بالغ بر سه میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال آماده بهره‌برداری شده است.شهردار بندرعباس خاطرنشان کرد: طی شش ماهه نخست سال آینده نیز یک زمین ورزشی دیگر با هدف افزایش زیرساخت‌های فرهنگی و ورزشی لازم، در این شهرک به بهره برداری می رسد.امینی‌زاده تصریح کرد: در راستای ارتقای زیرساخت‌های این شهرک که جمعیت قابل توجهی در آن سکونت دارند، اجرای چند کانال دفع آبهای سطحی نیز در دستور کار قرار دارد.

شهردار بندر عباس در آیین بهره برداری از مجموعه ورزشی آزادشهر : افزایش سرانه ورزش محلات بندرعباس اولویت برنامه های شهرداری

مجموعه ورزشی آزادشهر بندرعباس از پروژه های مهم بندرعباس بود که همزمان با دهه فجر به بهره‌برداری رسید.عباس امینی‌زاده شهردار بندرعباس در آیین بهره‌برداری از این پروژه اظهار کرد: توسعه فضاهای ورزشی در محلات شهر یکی از برنامه‌ها و سیاست‌های اولویت‌دار شهرداری بندرعباس طی سالهای اخیر بوده است.

وی با تاکید بر اینکه این نگاه همچنان نیز مورد تأکید قرار دارد، افزود: در همین راستا تعداد قابل توجهی زمین ورزشی، سالن و دیگر فضاهای ورزشی در محلات مختلف شهر به بهره‌برداری رسیده است

شهردار بندرعباس خاطرنشان کرد: همزمان با دهه فجر امسال نیز چند زمین ورزشی ازجمله مجموعه ورزشی ساحلی سورو، زمین چمن مصنوعی پیامبر اعظم، مجموعه ورزشی ساحلی پنجه‌علی و غیره به بهره‌برداری رسیده است.امینی‌زاده با اشاره به جزئیات بیشتری از مجموعه ورزشی آزادشهر، بیان کرد: این پروژه شامل زمین فوتبال ساحلی، زمین فوتبال چمن مصنوعی، زمین تنیس خاکی و فضای سبز است

این مقام مسئول اعتبار این پروژه را بالغ بر ۲۵ میلیارد و ۶۴۰ میلیون ریال عنوان کرد و گفت: در آینده نزدیک نیز فضاهای ورزشی دیگری آماده افتتاح شده و در اختیار شهروندان قرار می‌گیرد.

فاز دوم مجموعه ورزشی سورو به بهره برداری رسید؛ شهردار بندرعباس: سورو به قطب ورزشهای ساحلی تبدیل می‌شود

همزمان با دهه مبارک فجر، فاز دوم مجموعه ورزشی ساحلی سورو با حضور نماینده ولی فقیه در استان، استاندار، فرماندار و اعضای شورای اسلامی شهر بندرعباس به بهره‌برداری رسید.

عباس امینی‌زاده در آئین بهره‌برداری از فاز دوم مجموعه ورزشی ساحلی سورو که همزمان با آغاز هفته مبارک فجر برگزار شد، اظهار کرد: همزمان با دهه مبارک فجر امسال ۲۱ پروژه عمرانی شهر بندرعباس با اعتباری بالغ بر ۹۸۰ میلیارد ریال به بهره‌برداری می‌رسد.

وی با اشاره به جزئیات فاز دوم مجموعه ورزشی ساحلی سورو، افزود: طی سالهای اخیر زمین فوتبال ساحلی سورو به بهره‌برداری رسیده و اکنون نیز زمین هندبال ساحلی و همچنین سه زمین والیبال ساحلی به مرحله بهره‌برداری رسیده است.

شهردار بندرعباس ضمن قدردانی از مردم و بزرگان محله سورو، عنوان کرد: با بهره‌برداری از این فاز مجموعه ورزشی سورو، زیرساخت قابل مناسب رونق این رشته‌های ورزشی فراهم شده است

امینی‌زاده ادامه داد: با بهره‌برداری از این زیرساخت‌ها، سورو به قطب ورزش‌های ساحلی تبدیل می‌شود.

اضافه می‌شود، همزمان با دهه مبارک فجر سال جاری ۲۱ پروژه عمران شهری با اعتباری بالغ بر ۹۸۰ میلیارد ریال به بهره‌برداری می‌رسد.

اخبار

مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب بر تسریع در راه اندازی موزه نفت مسجدسلیمان تأکید کرد

اهواز – شـــبنم قجاوند: مهندس احمد محمدی مدیرعامل شـــرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب با بازدید از ســاختمان موزه اکتشـــاف، حفاری و تولید صنعت نفت در مسجدسلیمان بر ضرورت تسریع و راه اندازی این پروژه تأکید کرد . مهندس محمدی در این بازدید ضمن مشاهده آخرین وضعیت فیزیکی ساختمان گنجینه موزه اکتشاف ، حفاری و تولید نفت مسجدسلیمان بر عزم جدی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در راه اندازی این پروژه اثر بخش تأکید کرد و اظهار داشـــت : این پروژه می تواند به عنوان یک پروژه زیربنایی موجب تحولات اقتصادی و اجتماعی برای زادگاه نفت شود. لازم به ذکر است در این بازدید، علیرضا هیهاوند مدیرعامل جدید و قباد ناصری مدیرعامل ســابق شـــرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان و ابوذر شجاعی نماینده مقیم مرکز مدیریت موزههای صنعت نفت در مسجدسلیمان مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب را در این بازدید همراهی می نمودند .

برگزاری جلسه بررسی مسائل و مشکلات موجود در مراکز بهره برداری منطقه ۹ عملیات انتقال گاز

ساری – دهقان : جلسه بررسی مسائل و مشـــکلات موجود در مراکز بهره برداری منطقه ۹ عملیات انتقال گاز برگزار شد. به گزارش روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، جلســه بررسی مسائل و مشکلات موجود در مراکز بهره برداری منطقه ۹ عملیات انتقال گاز با حضور مدیر، معاونین، روسای ستادی منطقه و روسای مراکز بهره برداری به صورت ویدئو کنفرانس برگزار شد. مقدم بیگلریان مدیر منطقه با تشکر از زحمات و تلاش کلیه همکاران در انجام وظایف محوله در فصل سرد سال، به روسای مراکز بهره برداری تاکید نمود تا بر فعالیت های اصلی مراکز بهره برداری (حریم، ایمن ســازی خطوط لوله، حفاظت کاتدیک و شیرهای خودکار) تمرکز و توجه بیشتری داشته و همچنین با توجه به برگزاری المپیاد در حوزه بهره برداری خطوط لوله ، آمادگی لازم را کسب کنند. وی خواستار توجه و اهتمام بیشتری در خصوص مبحث حریم منطقه شد و در ادامه افزود: مراکز بهره برداری، پیگیری ویژه ای در رابطه با پروژه های تغییر کلاس در حوزه خود داشته باشند و همچنین برنامه ریزی لازم برای تعمیرات خطوط لوله بعد از انجام پیگرانی هوشمند را انجام دهند. در ادامه جلسه روسای عملیاتی و ستادی نیز به تبادل و اظهار نظر پرداختند.

با حضور استاندار بوشهر عملیات اجرایی احداث شبکه جمع آوری فاضلاب مناطق ساحلی شهر گناوه آغاز شد

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر: با حضور استاندار بوشهر، مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر ، امام جمعه گناوه و فرماندار شهرستان گناوه و مسئولین محلی عملیات اجرایی احداث شـــبکه جمـــع آوری فاضلاب مناطق ســـاحلی شهر گناوه آغاز شد. عبدالکریم گراوند در آیین افتتاح طرحهای عمرانی، خدماتی و آموزشـــی در شهرستان گناوه با تبریـــک ایام‌الله دهه فجر از افتتاح و آغاز ســـاخت ۴۵ پروژه در گناوه خبر داد و اظهار داشت: برای افتتاح و اجرای این پروژه‌ها ۱۲۰ میلیارد تومان اعتبار تخصیص یافته است. وی، با بیان اینکه افتتاح و اجرای پروژه‌ها قابل قیاس با سال گذشته نیست تصریح کرد: طرح‌های مهمی در ایام‌الله دهه فجر در گناوه افتتاح شده که ادامه شبکه فاضلاب از آن جمله است. استاندار بوشهر ضمن تقدیر از مدیر عامل شـــرکت آب و فاضلاب اســـتان بوشهر و قدردانی از تلاش‌های انجام شده در عرصه اجرای طرح فاضلاب در گناوه افزود: عملیات اجرایی احداث شبکه جمع آوری فاضلاب مناطق ساحلی گناوه به طول ۱۶ کیلومتر برای استفاده ۲ هزار و ۵۰۰ مشترک با ۴۵ میلیارد تومان اعتبار از محل اعتبارات مصوب سفر رئیس جمهور آغاز شد. گراوند با تاکید بر توسعه طرح‌های جمع‌آوری شـــبکه فاضلاب در استان تصریح کرد: مجهز شدن تمام شهرهای ساحلی استان بوشهر به شبکه جمع آوری و رفع فاضلاب در اولویت قرار دارد و از طرح‌های ضروری است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر هم با تبریک ایام‌الله دهه فجر با اشاره به آغاز عملیات اجرایی احداث شبکه جمع آوری فاضلاب مناطق ساحلی گناوه افزود: این طرح به طول ۱۶ کیلومتر تا سال ۱۴۰۱ تکمیل می‌شود که ۲ هزار و ۵۰۰ خانوار گناوه‌ای از آن بهره‌مند می‌شوند.

شهردار رشت در بازدید از سازمان مدیریت حمل و نقل شهرداری رشت عنوان کرد؛

در شرایطی قرار نداریم که با آزمون و خطا پیش برویم

رشت – خبرنگار فرصت امروز: شهردار رشـــت در بازدید از سازمان مدیریت حمل و نقل شهرداری رشت عنوان کرد؛ در شرایطی قرار نداریم که با آزمون و خطا پیش برویم ؛ هیچ اشتباهی در زمینه تکریم ارباب رجوع پذیرفتنی نیست

سید محمد احمدی شهردار رشت در بازدید سرزده از سازمان مدیریت حمل و نقل شـــهرداری رشـــت با مجموعه مدیریت و پرسنل این سازمان دیدار و گفتگو کرد. به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت، سید محمد احمدی پس از بازدید از واحدهای مختلف سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری رشت در نشست با ریاست و مدیران این سازمان اظهار داشت: به دنبال خدمت صادقانه به شهروندان هستیم و باید تلاش نماییم در هر جایگاهی که قرار داریم برای رضای خداوند، خدمت به مردم و توسعه شهر گام بر داریم. شهردار رشـــت بررســـی نقاط ضعف و قوت سازمان ها را با اهمیت دانســـت و ادامه داد: اگر به مجموعه عملکردی سازمانی نقدی وارد است باید منصفانه، تمامی نقاط ضعف و قوت را شناسایی نماییم و به ارائه راهکار جهت تبدیل تهدیدها به فرصت ها بپردازیم. بعضی از کاستی ها ساختاری است و برای مرتفع نمودن آنها به زمان و برنامه ریزی های میان مدت و بلند مدت نیازی اســـت. وی اظهار کرد: برقراری نظم و انضباط و ســـاماندهی مطلوب نیروهای انسانی یکی از اصلی ترین و مهمترین مولفه های مدیریتی اســـت که پایه های برنامه ریزی جهت پیشـــبرد به سمت اهداف سازمانی را بنا می کند. سید محمد احمدی برنامه محوری را در مجموعه مدیریت شـــهری ضروری خواند و اظهار داشت: در شرایطی قرار نداریم که با آزمون و خطا پیش برویم و می بایســـت تمامی تلاش خود را برای به حداقل رساندن خطاها به کار بگیریم و با اعتماد به مدیران و تفویض اختیار به آنان انتظار حصول نتیجه مطلوب را داشته باشیم.

امضا تفاهم نامه همکاری شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان با دانشگاه آزاد اسلامی گنبد کاووس

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان از امضا تفاهم نامه همکاری این شرکت با دانشگاه آزاد اسلامی گنبد کاووس خبر داد.عیسی افتخاری ضمن اعلام این خبرگفت:این تفاهم نامه به منظور استفاده از توانایی های علمی، پژوهشی، فناوری و آموزشی با هدف تقویت و توسعه همکاری فی مابین، دسترسی و بکارگیری دانش و فناوری روز در اجرای طرحهای پژوهشی بر اساس موضوعات مرتبط با نیازهای متقابل منعقد شده است.وی فراهم سازی زمینه نشستهای پژوهشی مشترک و تعاملات علمی و آموزشی با دانشگاه آزاد گنبد کاووس را از محورهای این تفاهم نامه برشمرد.افتخاری ضمن قدردانی از تلاش همکاران خود در کمیته پژوهش منطقه خاطر نشان کرد: امیدواریم این تفاهم نامه در مسیر اجرایی خود نتایج مطلوبی برای طرفین بهمراه داشته باشد.مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان اظهار داشت: انجام طرحهای تحقیقاتی و توسعه فناوریهای مورد نیاز شرکت و حمایت از پایان نامه های تحصیلات تکمیلی با موضوعات مرتبط با شرکت ملی پخش فراورده های نفتی از دیگر موضوعات این تفاهم نامه می باشد.

از بانوان شاغل در شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان تقدیر شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: همزمان با ســـالروز ولادت با سعادت حضرت فاطمه(س) از بانوان شاغل در شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلســـتان تقدیر شد.عیسی افتخاری، مدیر منطقه به همراه معاون مالی اداری و مسئول روابط عمومی منطقه با حضور در اتاق کار بانوان ضمن تبریک بمناســـبت روز زن و گرامیداشت مقام مادر، افزود: إِنَّا أَعْطَيْنَاكَ الْكَوْثَرَ، حضور شـــما زنان و مادران ایرانی در عرصه کار و تلاش با تاســـی به حضرت زهرا(س) و با اتکا بر خصایصی نظیر سخت کوشی، قناعت، نجابت، عفاف و از خودگذشتگی زمینه ارتقا مادی و معنوی جامعه را فراهم آورده است.بر پایه این گزارش مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان با اهدا لوح تقدیر و هدایایی از بانوان تقدیر کرد.گفتنی است آیین تقدیر از بانوان شاغل در نواحی گنبدکاووس، گرگان و کردکوی نیز توسط روسای این نواحی برگزار شد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان:

مشارکت در برنامه های فرهنگی را یک فرصت برای شرکت آبفا می دانیم

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان از مشارکت در فعالیت های فرهنگی و مسئولیت های اجتماعی به عنوان یک فرصت یاد کرد که برای انجام آن نیازی به تعلل نیست. به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان، امین قصمی در نشست مسئولان فرهنگی و امور دینی منطقه پنج کشـــور که با حضور اصلانی جانشین دبیر فرهنگـــی و امور دینی آب و فاضلاب کشـــور در بندرعباس برگزار شد، افزود: مســـائل دینی، فرهنگی و مسئولیت های اجتماعی از جمله موضوعاتی اســـت که شرکت آب و فاضلاب در قالب شورای فرهنگی و دینی به آن توجه ویژه داشـــته و با هدف گذاری صورت گرفته به نتایج لازم نیز دست یافته است. وی با بیان اینکه شرکت آب و فاضلاب هرمزگان برای دستیابی به اهداف فرهنگی در قالب سیاست های بالادستی و همچنین پیشنهادهای داخلی عمل می کند، تصریح کرد، سیاســـت های کلی این برنامه ها در قالب اسناد بالادســـتی اســـت که وزارتخانه و دولت بر اجرای آن تاکید دارند. مدیرعامل شـــرکت آب و فاضلاب هرمـــزگان ادامه داد، برای تنوع بخشـــی و بومی ســـازی فعالیت های فرهنگی، از پیشـــنهادهای همکاران و اعضای شـــورای فرهنگی بهره می گیریم و برای تحقق آن، منابـــع مالی را نیز در نظر می گیریم تا به نتیجه لازم دســـت پیدا کنیم. وی به برنامه های ثابت شـــرکت آب و فاضلاب در این زمینه اشاره کرد و گفت: برگزاری مراسم زیارت عاشورا در ماه های محرم وصفر، توزیع منظم و منسجم بسته های معیشیتی، برپایی سفره های خیریه به نفع دانش آموزان کم بضاعت و زندانیان جرایم غیرعمد و... از جمله این برنامه هاســـت که به طور ویژه و با صرف هزینه های قابل توجه از ســـوی همکاران برگزار می شود. قصمی، برگزاری دورهمی های خانوادگی در طول ســـال، شرکت در برنامه های ورزش همگانی و... را از دیگر برنامه های آبفا در قالب شورای فرهنگـــی عنوان کرد که امور مربوط بـــه آن را همکاران عهده دار هســـتند و بصورت خودجوش برای برگـــزاری آن برنامه ریزی می کنند. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان در ادامه به ظرفیت های هرمزگان در تامین آب مشترکین اشاره کرد و گفت: هرمزگان به دلیل جغرافیای آن دسترسی های متنوعی به منابع آبی دارد که آبفا از این ظرفیت برای تنوع بخشـــی منابع تامین آب بهره گرفته اســـت. وی، یکی از این ظرفیت ها را دسترســـی به آب های آزاد عنـــوان کرد و افزود: وجود این ظرفیت باعث شـــده تا هرمزگان از ظرفیت شیرین سازی آب دریا در کنار سایر منابع متعارف شامل آب های ســـطحی و زیر سطحی استفاده کند. در ادامه این جلسه اصلانی جانشـــین امور فرهنگی آب و فاضلاب کشـــور نیز به ارائه گزارشـــی از اقدامات انجام شده پرداخت و گفت: وزارت نیرو برای تحقق موضوعات فرهنگی، برنامه های منســـجمی تهیه کرده که نتایج بسیار خوبی نیز در پی داشته است. وی با بیان اینکه تا پیش از شکل گیری شـــورای فرهنگی عمده کارهای فرهنگی بصورت موازی کاری از سوی واحدهای مختلف برگزار می شد، خاطرنشان کرد، انســـجام در برگزاری برنامه ها، پرهیـــز از هزینه های اضافی و افزایش تاثیرگذاری برنامه ها را از جمله دســـتاوردهای تشکیل شورای فرهنگی و دینی در زیر مجموعه های وزارت نیرو است. به گفته اصلانی، کار شورای فرهنگی و دینی محدود به نماز و فعالیت هـــای مذهبی نیســـت و همه حوزه ها را در بر مـــی گیرد. در این جلسه همچنین حاج آقا لبخندان مشاور فرهنگی مدیرعامل شرکت آب و فاضـــلاب هرمزگان گفت: برنامه های فرهنگی آب و فاضلاب هرمزگان با نگاه ویژه مدیرعامل شرکت محقق شده است.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان خبر داد:

آغاز عملیات آبرسانی پایدار به ۶ روستای گلپایگان

اصفهان – قاسم اسد: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در مراســـم آغازطرح آبرســـانی به ۶ روستا در شهرستان گلپایگان گفت: تا ۳ ماه آینده روســـتاهای رباط ملکی، آرجان و شیدآباد تحت پوشش تصفیه خانه آب گلپایگان قرار می گیرند و ۱۹ روستای باقی مانده در شش ماهه نخست سال آینده از تصفیه خانه آب گلپایگان بهره مند می شـــوند. هاشم امینی درخصوص آغاز طرح آبرســـانی از تصفیه خانه و اصلاح شبکه آبی ۶ روستای گلپایگان، اظهار کرد: در دولت تدبیر و امید اتفاقات بســـیار خوبی در زمینه توسعه آبرسانی پایدار به شهرها و روستاها در شهرستان گلپایگان انجام گرفت و هم اکنون عملیات آبرسانی به ۶ روستای اســـتهلک، دیزیجان، غرقاب، لالان و لالانک و رباط گوگدی آغاز شده است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان گفت: در تیر ماه ســـال جاری سه روستا در گلپایگان به تصفیه خانه آب شـــرب متصل شدند و اکنون نیز کلنگ آبرسانی از تصفیه خانه به ۶ روستای دیگر با جمعیت هزار نفری زده شد. همچنین حدود ۵ هزار متر نیز اصلاح شبکه در روستاهای فاویان، شادگان، دُم آسمان، مَرغ، رباط ســـرخ، درب امامزاده، رباط ابوالقاسم، دُر، تیکن و هنده با هزینه ای حدود یک میلیارد تومان انجام میشـــود. وی با اشاره به هدف از اجـــرای این طرح عنوان کرد: این طرح با هدف تامین آب پایدار از تصفیه خانه آب گلپایگان به روستاهای شهرستان در دســـتور کار قرار گرفت و در واقع بـــا اجرای این طرح ها میتوانیم مذاق مردم روستاهای شهرســـتان را با تامین آب پایدار از تصفیه خانه آب گلپایگان، شیرین کنیم. وی ادامه داد: در سال ۹۰ کلنگ زنی تصفیه خانه آب گلپایگان صورت پذیرفت و سال ۹۵ این تصفیه خانه از محل سد کوچری به بهره برداری رسید که یک تحول بزرگ در حوزه آب و فاضلاب شهرستان بوده است. مدیرعامل شرکت آبفا اســـتان اصفهان به برخی از مزیت های یکپارچه سازی شرکتهای آبفا شـــهری و روستایی اشاره کرد و تصریح نمود: فرایند یکپارچه سازی شرکتهای آبفا شهری و روستایی سبب شد جریان خدمت به روســـتاها شدت بگیرد. با توجه به اجرای طرح ۱۰۰-۳۰۰ قرار است ۳۰۰ کیلومتر لوله گذاری را در طول ۱۰۰ روز با هدف توسعه و اصلاح آبرسانی انجام دهیم که در روستاهای این شهرستان هم در این راستا اقدامات خوبی انجام شده است.

رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی استان قم:

۵۷ درصد تصادفات منجر به فوت در قم، مربوط به راکبین موتورسیکلت است

قم – خبرنگار فرصت امروز: رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی اســـتان قم گفت: ۵۷ درصد تصادفات منجر به فوت در قم، مربوط به راکبین موتورسیکلت است. سرهنگ غلامرضا صدفی در گفتگو یی ، با گرامیداشـــت حلول ماه رجب با اشاره به وضعیت ترافیکی و تصادفات در قم اظهار داشـــت: کار کردن در رسانه، بسیار ظریف و ســـخت و پرمسئولیت است و باید به گونه ای باشد که مورد رضایت خداوند قرار بگیرد قطعا سختر است. رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی اســـتان قم افزود: در بحث ترافیکی، معضلاتی در سطح شهر وجود دارد و در حوزه تصادفات با مسائل مختلفی مواجه هستیم، اما رسانه جایگاه مهمی در فرهنگ سازی و کاهش تصادفات دارد. وی تصریح کرد: تصادفات خســـاراتی و جرحی و فوتی در ده ماهه سال جاری، ۴۹ درصد کاهش نسبت به سال قبل دارد، اما در مجموع نسبت به میانگین کشوری، آمار بالاتر از حد نصاب است. صدفی بیان کرد: عدم توجه رانندگان به جلو، ســـهم ۳۶ درصدی در تصادفات قم در مدت ۱۰ ماهه دارد، در قوانین و مقررات و آئین نامه برای توجه داشتن به رانندگی به صراحت مواردی داریم که اعلام شده است و راننده حق ندارد دخانیات استعلام کند و استفاده از تجهیزات مانند تلفن همراه و خوراکی و آشامیدنی ممنوع است. وی خاطرنشان کرد: در استفاده از تلفن همراه بســـیاری از رانندگان بدون توجه به این توصیه‌ها به خود و دیگران آســـیب می زنند، در این راستا در ده ماهه امسال در برخورد با تخلف اســـتفاده از تلفن همراه افزایش چشمگیری داریم. رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی استان قم عنوان کرد: آن چه مهم است اینکه حتما نباید مردم را جریمه کنیم و جریمه باید آخرین راه در بازدارندگی باشد، در این باره دو مساله مهم وجود دارد که در دنیا مورد توجه اســـت و جزئی از وظایف رسانه نیز به شمار می‌رود. وی افزود: در حال حاضر ۵۷ درصد تصادفات منجر به فوت در قم، مربوط به راکبین موتورسیکلت است، با توجه به اینکه موتور وسیله ای ارزان و غیر ایمن است و در سطح شهر قم به طور ویژه از آن استفاده می شود نیاز است خانواده و راکبین و دستگاهها و رسانه ها در جهت فرهنگ سازی در استفاده از کلاه ایمنی در شهر تلاش بیشتری داشته باشند. رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی استان قم بیان کرد: همان قدر که مراقب سلامتی فرزندان هستیم، زمانی که پشت موتور می نشینند نیز باید حساسیت داشته باشیم تا مشکلات حاد را برای خانواده به وجود نیاورند.

مدیرعامل آب منطقه ای گیلان در برنامه زنده رادیو گیلان تاکید کرد:

لزوم رعایت تقویم زراعی

رشت – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب منطقه ای گیلان با تأکید بر لزوم رعایت تقویم زراعی ســـال آتی از عموم کشـــاورزان زحمتکش خواست با رعایت دقیق توصیه های سازمان جهاد کشاورزی استان مقدمات داشتن یک ســـال زراعی خوب را فراهم ســـازند . به گزارش روابط عمومـــی آب منطقه ای گیلان؛ مهنـــدس وحید خرّمی در برنامه زنده دریچه رادیو گیلان از ذخیره ســـازی مناسب آب در مخزن سد ســـفیدرود تا به امروز خبر داد و گفت: تا ۲۵ بهمن ماه در مخزن ســـد سفیدرود ۷۹۳ میلیون متر مکعب آب ذخیره شده اســـت که این میزان آب در این بازه زمانی عدد مناســـبی اســـت اما این بدین معنا نیست که در سال زراعی پیش رو مشکلی نخواهیم داشت زیرا که فقدان پوشش برفی مناسب در حوضه آبریز سد سفیدرود می تواند برای ما نگران کننده باشـــد. مدیرعامل شرکت آب منطقه ای گیلان افزود: درخصوص سد شهر بیجار که وظیفه اصلی تأمین آب شـــرب استان را بر عهده دارد نگرانی وجود ندارد و تمهیدات لازم اندیشـــیده شـــده و تا کنون از ۱۰۵ میلیون متر مکعب حجم قابل ذخیره آب در این ســـد، ۹۴ میلیون متر مکعب آب ذخیره شده اســـت . مهندس خرّمی در خصوص تأمین منابع آب کشـــاورزی نیز گفت: ما بـــرای تأمین آب در این بخش منابع مختلفی داریم که عمده ترین آنها سد سفیدرود اســـت . وی با اشاره به ساخت ســـدهای لاستیکی به عنوان ســـازه هایی منطبق بر محیط زیست گفت: در نقاط مختلف استان ۱۱ سد لاستیکی مصوب شـــده بود که از این میان ۱۰ سد لاســـتیکی در دست اجراست و ۴ سد لاستیکی نیز در شهرســـتانهای لنگرود، آستانه اشـــرفیه و فومن به بهره برداری رسیده اند . مدیرعامل شرکت آب منطقه ای گیلان با اشـــاره به نتایج مثبت حاصل شـــده از سدهای لاستیکی در ســـطح گیلان گفت: سدهای لاستیکی در بستر رودخانه ها احداث می شـــوند و هیچگونه عوارض زیست محیطی از جمله قطع درخت و یا مشـــکلات مربوط به منابع طبیعی را ندارند و از مزیت های آنها می توان به توسعه و بهبود آبیاری اراضی کشاورزی از طریق ایستگاه های پمپاژ در مخزن این سدهاست و یا کانال های انحرافی که در ادامه آن احداث می شود . مهندس خرّمی ایجاد یک بستر مطمئن برای رودخانه ها را از دیگر مزیتهای سدهای لاستیکی عنوان کرد و اظهار داشت: ممانعت از پدیده کف کنی یا براشت های غیر مجاز یا بهم ریختن کف رودخانه ها در محدوده ســـد های لاستیکی و همینطـــور جلوگیری از پیش روی آب شـــور دریا از دیگر مزیتهای آن می توان نام برد .

در پی کسب رتبه اول ارزیابی عملکرد سالانه از سوی نیروگاه شهید رجایی انجام شد؛

تقدیر مدیرعامل شرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی از مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شـــرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی از مدیرعامل نیروگاه شـــهید رجایی به دلیل کســـب رتبه اول ارزیابی عملکرد ســـالانه نیروگاه ها با اهدای لوح تقدیر، تجلیل نمود. به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی، در لوح اهدایی محسن طرزطلب مدیرعامل شـــرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی خطاب به علی فرهور مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی آمده است: توسعه و بالندگی صنعت تولید نیروی برق حرارتی کشـــور و دستیابی به اهداف و تامین زیرساخت های مربوطه، مرهون تلاش و کوشش اثربخش کارکنان متعهد و خدوم شـــاغل در سطح صنعت است. بدین وسیله از تلاش های ارزنده جنابعالی، مدیران و کارکنان آن شرکت در تحقق اهداف و برنامه های راهبردی وزارت نیرو و کسب رتبه اول در ارزیابی عملکرد ســـال ۱۳۹۸ شرکت های مدیریت تولید برق قدردانی می نمایم. امید اســـت در پرتو عنایات خداوند متعال، در خدمت رسانی شایســـته به ملت عزیز و نظام مقدس جمهوری اســـلامی ایران موفق و موید باشـــید. در فرآیند اجرای ارزیابی عملکرد نیروگاه های حرارتی، شاخص های مختلف به ویژه شاخص های عمده تولید، از سوی داوران مورد بررسی قرار گرفت که در این میان، نیروگاه شهید رجایی با ارائه مستندات مربوط به رشـــد شاخص های خود توانست رتبه اول ارزیابی سال ۱۳۹۸ را کسب نماید. با کسب رتبه اول ارزیابی سال ۱۳۹۸ از سوی نیروگاه شهید رجایی، این سومین مقام برتر در بین نیروگاه های حرارتی کشور است که در ۳ سال پیاپی ۹۶، ۹۷ و ۹۸ از سوی این نیروگاه به دست آمده است. اجرای به هنگام فعالیت های تعمیراتی و بهره برداری مبتنی بر اســـتاندارد تعریف شده، ، انجام اصلاحیه های لازم در واحدهای سیزده گانه با هدف افزایش بهره وری و راندمان واحدها، بهره مندی از تجهیزات و قطعات بومی با تکیه بر ظرفیت دانش و متخصصان داخلی، همراه با توسعه شاخص های آموزشی و توجه به ظرفیت های منابع انســـانی، از دلایل موفقیت نیروگاه شهید رجایی در دست یابی به این عنوان است.

تغییر در مدل کسب و کار چه زمانی و چرا اتفاق می‌افتد؟

سکینه‌حجازی‌فر
کارشناس‌ارشد کارآفرینی

در طول مسیر کسب و کار و با توجه به شرایط جدید برای عبور از خطرات و بهره‌برداری از فرصت‌ها باید تغییرات لازم در مدل کسب و کار اعمال شود. تغییر مدل‌های کسب و کار شامل اصلاح یک عنصر واحد، تغییر چندین عنصر به طور همزمان و یا تغییر تعاملات بین عناصر در چهار حوزه نوآوری است: ارزش پیشنهادی، ارزش عملیاتی، سرمایه انسانی و ارزش مالی.

ممکن است مدل کسب و کار اولیه دارای نقص و کاستی باشد و برای ایجاد شتاب در فروش شرکت باید تغییراتی در آن ایجاد شود.

به عنوان مثال نحوه سرمایه‌گذاری کسب و کار، نحوه کسب و توزیع سود و نحوه استفاده از سرمایه می‌تواند تغییر کند و در نتیجه این تغییرات ارزش جدیدی ایجاد شود.

تحقیقات نشان می‌دهند که نوآوری در مدل‌های کسب وکار برای بقای شرکت، عملکرد کسب و کار و به عنوان منبع مزیت رقابتی از اهمیت زیادی برخوردار است.

بخشی از این تغییرات در مدل کسب و کار مربوط به دیجیتالی شدن است، زیرا کسب و کارها فعالیت‌های اقتصادی جدیدی را در بازارهای مجازی به صورت آنلاین دنبال می‌کنند، مثلا کمبود پرسنل با مهارت بالا شرکت‌ها را مجبور به استخدام و استقرار کارمندان ارشد در هر کجا که می‌توانند پیدا کنند می‌کند و با مجازی شدن سازمان‌ها از فناوری برای برقراری ارتباط با آنها استفاده می‌شود.

زنجیره‌های تأمین با تغییر در عوامل کلان، از جمله قیمت نفت، اقتصاد و ... و در عوامل خرد مانند تغییر فناوری و تغییرات مالیاتی، دوباره در حال ساخت هستند.

یک مثال واقعی طی بیماری همه‌گیر کرونا است، مشاغل و کسب و کارها مجبور شدند با سرعتی که تصور نمی‌کردند تصمیمات استراتژیک بگیرند.

ما شاهد افزایش در بازآفرینی و تطبیق مدل‌های کسب و کار برای کاهش تأثیر COVID-۱۹ و حفظ جایگاه کسب و کار در شرایط جدید هستیم.

دو نمونه مهم از تغییرات مدل کسب و کار شامل کسب و کارهای (B۲B) در حال تبدیل سریع به کسب و کارهای (B۲C) است، مانند تأمین‌کنندگان عمده فروشی مواد غذایی و تهیه‌کنندگان رویدادهایی که برای حفظ جریان درآمدی، با توجه به شرایط پیش آمده، خود را با گرفتن سفارش مواد غذایی و غذاهای آنلاین از خانوارها سازگار کردند.

همچنین تعطیلی اجباری مغازه‌ها و اماکن باعث شده است که مشاغل از دنیای واقعی و فیزیکی به دنیای مجازی کوچ کرده و به فروش آنلاین کالاها و خدمات بپردازند.

تغییر در ارزش پیشنهادی :

اولین حوزه نوآوری در مدل کسب و کار می‌تواند ارزش پیشنهادی آن باشد. شامل بازنگری در مورد آنچه یک شرکت می‌فروشد، کاوش در مورد نیازهای جدید مشتری، کسب مشتریان هدف جدید و تعیین اینکه آیا مزایای ارائه شده توسط مشتریان درک می‌شود یا خیر.

سازمان‌های مدرن به منظور جذب و حفظ بخش عمده‌ای از مشتری خود، به نوآوری مربوط به ارزش پیشنهادی توجه زیادی دارند. توسعه مدل‌های جدید کسب و کار معمولاً با بیان یک ارزش پیشنهادی جدید مشتری آغاز می‌شود. یکی از تغییرات در مدل کسب و کار با هدف «تامین نیازهای برآورده نشده مشتری» است.

ممکن است شرکت‌ها ندانند که چه چیزی بیشتر از همه برای مشتریان هدف مهم است. یک رستوران ممکن است با ارزش پیشنهادی ارائه وعده‌های غذایی با کمترین هزینه در گروه کسب و کارهای غذایی کار خود را شروع کند، اما در طول کسب و کار یاد بگیرد که آنچه مشتری واقعاً آن را می‌خواهد خدمات سریع برای سفارشات در ظهر یا بعد از کار است. سپس مدل کسب و کار تغییر می‌یابد تا در بهبود بهره‌وری تولید و کاهش زمان تهیه غذا متمرکز شود. قیمت وعده‌های غذایی در مدل جدید ممکن است افزایش یابد.

فرصت‌های درآمد جدید: مدل کسب و کار یک شرکت مشخص می‌کند که گروه‌های مشتریان هدف کدام گروه‌ها هستند. سپس استراتژی‌های بازاریابی برای دستیابی به این گروه‌ها و ترغیب آنها برای خرید از شرکت تدوین می‌شود. فرصت‌های جدید درآمد غالباً با موفقیت در مدل کسب و کار شرکت اثبات می‌شود. مدیریت کشف می‌کند که محصولات یا خدمات ایجادشده برای یک گروه ممکن است برای گروه‌های دیگر نیز مفید باشد پس مدل کسب و کار اصلاح شده و گسترش می‌یابد و شامل بازارهای جدیدی می‌شود که شرکت قصد دارد به آنها نیز دسترسی پیدا کند.

منبع: modirinfo

تغییر در مدل کسب و کار چه زمانی و چرا اتفاق می‌افتد؟

ایده‌های جذاب برای تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی

شما هم جزو کسانی هستید که زمانی که صحبت از محتوای شبکه‌های اجتماعی می‌شود، گیج و سر در گم می‌شوید و نمی‌دانید چه باید کرد؟ مطمئن نیستید چه بنویسید تا مقدار لایک یا نظرات بیشتری دریافت کنید؟ نمی‌دانید چه بنویسید که توسط کاربران، بیشتر به اشتراک گذاشته شود؟ محتوای شبکه‌های اجتماعی اصلی‌ترین بخش در شبکه‌های اجتماعی است. براساس محتواست که شما می‌توانید برای کسب و کار خود مشتری جذب کنید. در اینجا چند ایده جذاب برای بهبودبخشیدن به محتوای شبکه‌های اجتماعی شما وجود دارد. با رعایت کردن این نکات، شما از کاربران خود مشارکت بیشتری دریافت خواهید کرد. این ایده‌ها را می‌توانید برای تمامی شبکه‌های اجتماعی خود از قبیل فیس‌بوک، توییتر، اینستاگرام و . . . پیاده کنید.

- محتوای کوتاه و تاثیرگذار

محتوای کوتاه و تاثیرگذار در تمامی شبکه‌های اجتماعی بیشترین مخاطب را به خود جذب می‌کند. فرقی نمی‌کند کدام پلتفرم باشد، محتوا باید بدون ابهام، مستقیم و الهام‌بخش باشد. مهم نیست که در چه پلتفرمی پست می‌گذارید، به این فکر کنید که مخاطبین شما چه نیازی دارند. مستقیما در مورد همان نیاز صحبت کنید و راه حل ارائه دهید. آنها را تشویق به همکاری کنید.

- گراف و جدول

یک استراتژی عالی برای به اشتراک گذاشتن پست‌های شما در شبکه‌های اجتماعی این است که اصیل باشید. به این معنا که هر آنچه تولید می‌کنید، حاصل کار خودتان باشد و نه دیگران. تهیه کردن جدول و گراف از داده‌های کسب و کارتان، راه بسیار خوبی برای رسیدن به هدف است. یک سری آمار و ارقام صنعتی در نتیجه تحقیقاتی که انجام داده‌اید، تهیه کرده، از ابزاری نظیر Onlinecharttool برای تبدیل این ارقام به جدول استفاده کنید.

- اخبار فوری

براساس تحقیقات، بیش از نیمی از مردم دنیا اخبار را از طریق شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند. اگر می‌خواهید مشارکت کاربری بیشتری نصیب شبکه‌های اجتماعی شما شود، همچنین اعتبار کسب و کار شما افزایش پیدا کند، سعی کنید همیشه گوش به زنگ وقایع مهم در صنعت خود باشید. همیشه سعی کنید اولین نفری باشید که اخبارهای مهم و دست اول را در صنعت خود منتشر می‌کنید. در این صورت همیشه کاربران شما را به عنوان یک منبع به‌روز شناخته و دائما برای کسب اخبار جدید به سراغ شبکه‌های اجتماعی برند شما می‌آیند.

- محتوای تولیدشده توسط کاربر (UGC)

آیا برای کسب و کار و یا محصول خود هیچ هشتگی دارید؟ اگر دارید، سریعا می‌توانید عکس‌ها و پست‌های خود را از طریق هشتگ در صفحات کاربران و دنبال‌کنندگان خود پیدا کنید. بازنشر دادن اینگونه پست‌ها در صفحه خود شما را در بازاریابی دهان به دهان، معروف‌تر خواهد کرد.

- پست‌های سناریودار

پست‌هایی طراحی کنید و به عنوان محتوای شبکه‌های اجتماعی در پلتفرم‌های مختلف خود قرار دهید که دارای سناریو باشند. این کار فقط برای جلب توجه مخاطبین و ایجاد رابطه دوستانه‌تر با آنهاست. جنبه شوخ‌طبعی آن را نیز در نظر بگیرید.

برای مثال، از کاربران خود بپرسید که اگر برای یک روز به آنها یک میلیارد تومان پول بدهند و باید ظرف یک روز آن پول خرج شود، چطور آن پول را خرج می‌کنند؟

این دست پست‌ها مشارکت کاربری را برای شما افزایش داده، پست شما بازدید بیشتری خواهد خورد. همچنین ممکن است تعداد زیادی از کاربران آن را با دنبال‌کنندگان خود به اشتراک بگذارند و این برای برند شما، موفقیت بزرگی محسوب می‌شود.

- اینفوگرافیک‌های اصیل

براساس تحقیقات، اینفوگرافیک‌های اصیل، از انواع محتوای بصری هستند که بیشترین مشارکت کاربری را برای کسب و کار شما به ارمغان می‌آورند. خوشبختانه، لازم نیست پول خیلی زیادی برای ساختن اینفوگرافیک‌های مخصوص به خود، هزینه کنید. ابزارهای نظیر Canva و Piktochart ، قالب‌هایی با قیمت‌های بسیار پایین و حتی رایگان در اختیار شما قرار می‌دهند. اینفوگرافیک‌ها را با رنگ‌های جذاب، محتوای کم ولی ارزشمند بسازید. اینفوگرافیک‌ها غوغا می‌کنند.

- سوالات باز در تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی

مشارکت شبکه‌های اجتماعی بسیار اهمیت داشته و تاثیر بسزایی دارد. هرچه نظرات بیشتری از کاربران دریافت کنید، پست شما بیشتر دیده می‌شود. پست‌های پرسشی گزینه بسیار خوبی برای افزایش نظرات کاربران در صفحات مجازی شما هستند. نظر کاربران و دنبال‌کنندگان خود را برای یک پست خود بپرسید. اگر می‌خواهید تصمیم جدیدی در ایجاد تغییرات در محصول خود داشته باشید، می‌توانید در شبکه‌های اجتماعی خود به اشتراک بگذارید و از کاربران خود بازخورد بگیرید. حتی از آنها بخواهید که با یک ایموجی یا استیکر جوابگوی سوال شما باشند. نظرات کاربران، معجزه است!

- پست‌های فصلی

برای تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی خود عکس، پست و ویدئوهای مناسبتی با وقایع پیش رو تهیه و منتشر کنید. برای مثال، چه طراحی سایتی برای عید نوروز داشته باشیم؟ از چه قالبی برای اینستاگرام خود برای محرم استفاده کنیم تا مخاطبین بیشتری جذب کنیم؟ برای زمستان پیش رو چگونه درصد فروش محصول خود را افزایش دهیم؟

- پخش مکالمه زنده

بعضی از شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک و اینستاگرام، قابلیت ویدئوی زنده دارند. محتواهای بصری برای مخاطبان بسیار جذاب هستند. با استفاده از اینگونه محتوای شبکه‌های اجتماعی، مباحث مفید و کاربردی راه انداخته و مخاطبین بیشتری جذب کنید.

- استوری گذاشتن

با حجم محتواهای زیادی که هر لحظه در شبکه‌های اجتماعی کاربران تولید می‌شود، نشان دادن محتوای خودتان به کاربران یک کار بسیار مشکل است. استوری گذاشتن در شبکه‌های اجتماعی، یک کار عاقلانه برای نشان دادن محتوای‌تان به مخاطبین است. سعی کنید استوری‌های خود را جالب و خلاقانه تولید کنید تا دفعات بعدی نیز مخاطبین مشتاق به دیدن آن باشند.

- عکس‌های جالب

شوخ‌طبعی همیشه یک راه بسیار مناسب برای جلب توجه مخاطبین است. عکس‌های جالب و خنده‌دار نیز از این قاعده مستثنی نیستند. از ابزاری نظیر Post Planner برای پیدا کردن انواع محتوای شبکه‌های اجتماعی که به تازگی محبوب شده‌اند می‌توانید استفاده کنید. شوخ‌طبعی همیشه نتیجه مثبتی بر جای می‌گذارد.

- عکس‌های شخصی و ویدئو

با منتشرکردن تعدادی از عکس‌های شخصی خود در شبکه‌های اجتماعی‌تان، اجازه دهید که مخاطبین شما جنبه انسانی برند شما را نیز بشناسند. لازم نیست عکس‌های بسیار شخصی و خصوصی خود را منتشر کنید. همین که کاربران بدانند شما که هستید و پشت شبکه‌های اجتماعی شما، چه کسی فعالیت می‌کند، کافی است.

- مسابقه عکس

از مخاطبین خود بخواهید تا در مورد موضوعی خاص عکس بگیرند و برای شما ارسال کنند. برای مثال، عکس از محصول خریداری‌شده از برند شما در دفتر کارشان. به آنها بگویید که علاوه بر بازنشر دادن آن عکس در صفحه خود، به بهترین عکس نیز جایزه داده خواهد شد. باور کنید مشارکت مخاطبین در چنین پست‌هایی چند برابر خواهد شد.

- آمار و ارقام

آمار و ارقام مربوط به صنعت خود را با کاربران‌تان به عنوان محتوای شبکه‌های اجتماعی در میان بگذارید. حتی اگر این آمار را به صورت عکس در بیاورید نیز برای شما یک امتیاز به حساب می‌آید.

- برگزیدن یک قطعه کوچک از مطالب وبلاگ

پست گذاشتن از لینک آخرین مطلب وبلاگ‌تان احتمالا بازدید بالایی نخواهد گرفت. به جای آن، یک قطعه از مطلب وبلاگ خود را به صورتی بسیار جذاب و گیرا، با یک عکس بسیار مناسب به عنوان محتوای شبکه‌های اجتماعی خود استفاده کنید. در این پست لینک و آدرس مطلب‌تان در وب‌سایت را نیز اضافه کنید. در این صورت اگر مطلب گیرا باشد، کاربران با مراجعه به سایت، ادامه آن را دنبال خواهند کرد. پس برای دعوت کردن کاربران به وب‌سایت خود از طریق شبکه‌های اجتماعی‌تان، تمام سعی خود را بر روی تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کیفیت بالا به خرج دهید.

- نظرسنجی

هر چند وقت یکبار یک نظرسنجی در مورد محصولات خود در شبکه‌های اجتماعی از مخاطبین داشته باشید. شما می‌توانید راهی ساده برای این کار انتخاب کنید. برای مثال، عکسی طراحی کنید و چند محصول را کنار هم بگذارید. به عکس‌ها شماره داده و خیلی ساده از مخاطبین بخواهید یک عدد را انتخاب کنند و آن را زیر پست، تایپ کنند. این نظرسنجی هم برای گرفتن بازخورد مشتریان برای کسب و کار شما مفید بوده و هم برای اینکه پست شما بازدید بیشتری بخورد بسیار لازم است.

- اشارات غیرمستقیم

برای تحریک کردن کنجکاوی کاربران خود، اشاره‌ای به محصولات جدید خود داشته باشید. لازم نیست همه جزییات را بیان کنید. کافی است تا با جملاتی شگفت‌آور، توجه آنها را به محتوای شبکه‌های اجتماعی خود جلب کنید. برای مثال، یک شرکت تولید روغن‌های گیاهی با نوشتن جمله «دیگر از چین و چروک خبری نیست، محصول جدیدی در راه است»، به راحتی می‌تواند توجه مخاطبین را به خود جلب کند. باید در رابطه با کسب و کارتان، بهترین جملات را انتخاب کرده و به کار ببرید.

- پست‌هایی با مضمون «جای خالی را پر کنید»

یک روش قدیمی اما کارآمد! یک سوال ساده طراحی کنید و از کاربران خود بخواهید تا جای خالی را برای شما با کلمات مناسب پر کنند. این روش حتی از روش «سوالات باز» نیز بهتر نتیجه می‌دهد. چراکه سریع و ساده پاسخ داده می‌شوند.

- پست‌های پاسخ

گاهی برخی مباحث جنجالی در جامعه اتفاق می‌افتد که اذهان عموم مردم را به خود جلب می‌کند. شما هم در این مباحث تا جایی که به شما لطمه‌ای وارد نمی‌شود، شرکت کنید. دنبال کنندگان شما، دیدن این دست مکالمات باز و بی‌پروا را بسیار دوست دارند. نسبت به مسائل جامعه اهمیت نشان دهید و با مردم همدردی کنید. این کار باعث ایجاد ارتباط عاطفی شما با دنبال‌کنندگان شما خواهد بود.

- گواهینامه‌ها و رضایت‌نامه‌ها

اگر پیامی تحت عنوان ابراز رضایت، از طرف مشتریان خود دریافت کرده‌اید، آن را قطعا در صفحات شبکه‌های اجتماعی خود انتشار دهید. از تعدادی از این پیام‌های رضایتمندی مشتریان، یک ویدئو کلیپ تهیه کنید و به اشتراک بگذارید. این ویدئو بیش از چیزی که فکرش را بکنید، بازدید شما در صفحات شبکه‌های مجازی را افزایش می‌دهد.

- تصاویر متحرک

زمانی که محتوای شما متحرک باشد، شانس بیشتری برای دیده شدن محتوای شما وجود دارد. محتوای متحرک برای مخاطبین بسیار جذاب است و طرفداران زیادی در شبکه‌های اجتماعی دارد.

- عکاسی زیبا از محصول

سعی کنید عکس‌های زیبا، هنری و حرفه‌ای از محصولات خود تهیه کنید و به عنوان محتوای شبکه‌های اجتماعی خود، در معرض دید مخاطبین قرار دهید. عکس‌های حرفه‌ای همیشه توجه مخاطبین را جلب کرده و آنها را ترغیب به خرید محصول می‌کنند. اگر لازم است، از طریق نرم‌افزار فوتوشاپ نیز رنگ و لعاب درخشان و خیره‌کننده به عکس بدهید تا جذابیت آن را بالا ببرد. عکس‌ها می‌توانند برای برند شما توفان به پا کنند.

- حقایق جالب

یک حقیقت در مورد صنعت یا آمار تصادفی در مورد محصول خود را با کاربران خود به اشتراک بگذارید و با کلمه کلیدی خاصی آن را مشخص کنید. این محتوای شبکه‌های اجتماعی را در غالب تصویر و عکس ارائه کنید.

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی را جدی بگیرید. محتوای شبکه‌های اجتماعی در کنار محتوای وب‌سایت شما، می‌توانند کسب و کار شما را به موفقیت برسانند. فقط کافی است بر روی همه جوانب تمرکز کنید. از کارهای رقبا ایده بگیرید. ایده‌ها را در کار خود به صورت خلاقانه به کار ببرید. بی‌شک نتیجه فوق‌العاده خواهد بود.

منبع: uprock

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

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۵۸۹۲ مورخه ۱۳۹۹/۰۵/۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلامعارض خانم فاطمه اقدامی فرزند محمد بشماره شناسنامه ۵ صادره از فومن در قریه پستک در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۱۵۰/۰۵ مترمربع پلاک فرعی ۶۸۹۵ از اصلی ۵۶ مفروز مجزی از پلاک ۳۳ از اصلی ۵۶ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای رضا حسینی خرطومی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۱/۱۳ تاریخ انتشار نوبت دوم:۹۹/۱۱/۲۸
حسین اسلامی کجیدی
رئیس اداره ثبت اسناد واملاک ناحیه دو رشت
م الف ۳۲۰۱

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ششدانگ پلاک ۲۵۶۱ اصلی بخش ۴ شمالغرب ذیل ثبت ۳۱۷۳۲ صفحه ۵۵۰ دفتر جلد ۱۳۰ به شماره چاپی ۷۲۸۲۹۵ به نام احمد فاروقی صادر وتسلیم شده است نامبرده تمامی آن را طبق سند ۶۴۷۰۵ تاریخ ۱۳۶۵/۱/۲۵ دفتر ۳۹ قزوین به مجید کریمی نیا (نسبت به چهار دانگ مشاع) و قاسم برزگر شیری (نسبت به دو دانگ مشاع) انتقال داده است که سند اولیه در سهم مجید کریمی نیا قرار گرفته است . سپس مالک (مجید کریمی نیا) با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود مدعی فقدان سند به علت سهل انگاری گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی خود را نموده که مراتب با توجه به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویا معاملاتی به نفع اوشده ویا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه با این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد. تاریخ انتشار:۹۹/۱۱/۲۸
شعبان عسگری – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۱ قزوین - ۱۷۵۲/م الف

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ششدانگ پلاک ۴۳ فرعی از ۳و۶ فرعی از ۳۱۵۹و۳۱۶۰ اصلی بخش ۴ شمالشرق (که در راستای استاندارد سازی پلاک به ۶۸۷ فرعی از ۳۱۶۰ اصلی تغییر یافت) ذیل ثبت ۹۲۴۲۶ صفحه ۳۴۵ دفتر جلد ۲۹۳ به شماره چاپی ۳۲۴۰۲۰ به نام ناصر عسگری نائینی صادر وتسلیم شده است که تمامی آن مع الواسطه طبق سند ۸۰۶۸۹ تاریخ ۱۳۹۰/۰۵/۲۰ دفتر ۱۱ قزوین به زهرا چگینی انتقال یافته است و طبق سند ۸۰۶۹۰ تاریخ ۱۳۹۰/۰۵/۲۰ و ۸۹۴۴۶ تاریخ ۱۳۹۲/۰۶/۰۴ دفتر ۱۱ قزوین در رهن بانک ملت شعبه یادگار قزوین می باشد. سپس مالک با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود مدعی فقدان سند به علت سهل انگاری گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی خود را نموده که مراتب با توجه به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویا معاملاتی به نفع اوشده ویا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه با این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد.
تاریخ انتشار:۹۹/۱۱/۲۸
شعبان عسگری – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۱ قزوین - ۱۷۵۳/م الف

آگهی فقدان مدرک تحصیلی

مدرک فارغ التحصیلی اینجانب رضا قاسمی اخلاقی فرزند محمود به شماره شناسنامه ۲۱۱۱ صادره از رشت در مقطع کارشناسی ارشد رشته مکانیک صادره از واحد دانشگاهی آزاد تاکستان با شماره ۳۱۷۱۴ مفقود گردیده و فاقد اعتبار است . از یابنده تقاضا می‌شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد تاکستان به نشانی قزوین - تاکستان - دانشگاه آزاد ارسال نماید.
۴۶

چگونه برای کسب و کارهای کوچک تبلیغات جذاب بسازیم؟

مترجم: عاطفه جولانی

آیا قصد دارید برای کسب و کار کوچک‌تان کمپین تبلیغاتی جذاب ایجاد کنید؟ بازاریابان و رهبران برندها می‌دانند که برنامه‌ریزی برای تبلیغات نیازمند تفکر است و اینکه همیشه موفق نخواهد بود.

برای شکست یک برنامه بازاریابی، دلایل مختلفی وجود دارد که در بیشتر موارد این موضوع به نحوه تعامل با مخاطب خلاصه می‌شود. مردم علاقه‌مند به تعاملات نوین هستند. گسترش اینترنت باعث شده است که مردم بتوانند با شرکت‌های قدیمی مورد علاقه‌شان ارتباط برقرار کنند و همچنین بتوانند برندهای جدیدی را پیدا کنند.

به همین دلیل از صاحبان مشاغل آنلاین چنین انتظار می‌رود که با مخاطبان خود به روشی تازه و غیرمعمول تعامل داشته باشند. در حالی که ابزارهای جدید بازاریابی به فضای دیجیتال راه پیدا می‌کنند، صاحبان کسب و کار متوجه شده‌اند که تقاضای بیشتری برای مشارکت مشتریان و شخصی‌سازی آنها در بحث تجارت الکترونیک ایجاد شده است بنابراین اگر با مخاطبان خود ارتباط برقرار نمی‌کنید، صرفا در حال از دست دادن سرمایه خود هستید.

در این مطلب با نشان دادن چگونگی ایجاد محتوای جذاب در برخی از شبکه‌های اجتماعی پرمخاطب به شما در بهبود رقابت در عرصه بازاریابی الکترونیک، کمک خواهد شد.

آغاز راه:

۱- میزبان مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی باشید

شبکه‌های اجتماعی، مکانی فوق‌العاده برای دستیابی شما به مخاطبان هدف هستند. به طور متوسط بیش از ۳٫۸میلیارد نفر در ماه، از وب‌سایت‌هایی مانند فیس‌بوک، توئیتر و اینستاگرام استفاده می‌کنند بنابراین جای تعجب نیست که صاحبان مشاغل روش‌های ابتکاری زیادی برای تعامل با پیروان خود با استفاده از این سایت‌ها، پیدا کرده‌اند.

برگزاری مسابقات آنلاین یکی از سریع‌ترین و ساده‌ترین راه‌ها برای ایجاد ارتباط بین مخاطبان شبکه‌های اجتماعی و کسب و کار شما هستند. اکثر مردم از فرصت برنده شدن استقبال می‌کنند و مشتریان شما نیز از این قاعده مستثنی نیستند.

شما می‌توانید نوع جایزه‌ای را که می‌خواهید در حین مسابقه ارائه دهید، انتخاب کنید. برخی از کسب و کارها از جوایز عمومی مانند کارت‌های هدیه استفاده می‌کنند. برخی نیز ترجیح می‌دهند که محصول یا خدمات پرفروش خود را در اختیار برندگان خوش‌شانس قرار دهند، هر دو حالت برای تعامل بیشتر با مشتری موثر است.

استفاده از کالاها یا خدمات به عنوان جایزه به شما کمک می‌کنند تا از رویدادها برای رشد و ترویج کسب و کارتان بهره بگیرید. به عنوان مثال شما می‌توانید از مخاطبان بخواهید که پست شما را به اشتراک بگذارند و یا دوستان خود را برای برنده شدن در بخش نظرات، تگ کنند.

اگر قصد دارید که فهرست مخاطبین ایمیل خود را افزایش دهید از بازدیدکنندگان دعوت کنید تا برای باخبر شدن از مسابقات بعدی، عضو خبرنامه شما شوند. حتی می‌توانید با میزبانی از یک برنامه تبلیغاتی در رسانه‌های اجتماعی، ثبت نام رویدادها را دریافت کنید.

۲-وب‌سایت خود را هیجان‌انگیز کنید

استفاده از عناصر جذاب در وب‌سایت، می‌تواند باعث علاقه‌مندی افراد به نام تجاری شما شود. مثلا گذاشتن نوعی بازی آنلاین در بخشی از وب‌سایت می‌تواند باعث جذب افراد به سمت وب‌سایت شما شود و فرصتی را ایجاد می‌کند که افراد از بخش محصولات شما در سایت بازدید کنند، محتوای شما را بخوانند و حتی در رویدادهایی که ایجاد کرده‌اید، شرکت کنند.

به چند روش می‌توانید عناصر بازی را به وب‌سایت خود اضافه کنید. می‌توانید کارهای ساده‌ای مانند تشویق بازدیدکنندگان جدید به شرکت در گفت‌وگوهای تالار گفتمان سایت، شرکت در بازی‌ها و حتی ایجاد گزارش و محتوا برای سایت انجام دهید.

همچنین می‌توان تبلیغات خود را با بازی کردن، تعاملی‌تر کرد. به عنوان مثال اگر می‌خواهید بازدیدکنندگان را به خرید محصولی از وب‌سایت خود ترغیب کنید می‌توانید از گردونه‌های شانس در بخش ورودی استفاده کنید. با استفاده از این فرصت می‌توانید مردم را جذب کنید که از فرصت کسب تخفیف یا پاداش همراه با خرید خود استفاده کنند.

این موضوع را به خاطر بسپارید که وقتی افراد درگیر لحظه‌ها و سرگرمی‌های خوب می‌شوند، احتمالا تجربه مثبتی در وب‌سایت شما خواهند داشت. در نتیجه این تجربه مثبت، آنها احتمالا برای سفارشات بعدی خود نیز به وب‌سایت شما بازمی‌گردند و به مرور، زمان بیشتری را صرف تعامل با نام تجاری شما می‌کنند.

۳-به شخصی‌سازی در تبلیغات توجه کنید

شخصی‌سازی نقش مهمی در ایجاد تعامل ایفا می‌کند. افراد می‌خواهند محصولات، خدمات و محتوایی را ببینند که با اهداف و نقطه نظرات آنها مطابقت دارد. به عنوان مثال به جای نمایش تبلیغات مشابه به همه، هنگام ثبت نام در فهرست ایمیل یا عضو شدن در سایت شما، نوعی تقسیم‌بندی انتخابی در تبلیغات ایجاد کنید.

می‌توانید از مواردی که یاد می‌گیرید برای تقویت استراتژی بازاریابی ایمیل خود استفاده کنید و به طور موثر در زمانی که کاربران در وب‌سایت شما هستند، با آنها ارتباط برقرار کنید. اصلی‌ترین نکته این است که از کاربران سوال کنید که هنگام ثبت نام دوست دارند چه نوع پیشنهادهایی را ببینند.

برای این کار می‌توانید چند سوال اختیاری در فرم ثبت نام خود وارد کنید، از بخش ارتباط با مخاطب استفاده کنید تا تعیین کنید که چه سوالاتی را می‌خواهید از بازدیدکنندگان وب‌سایت خود بپرسید. به عنوان مثال، صاحب یک فروشگاه تجارت الکترونیکی فروش لوازم مخصوص حیوانات خانگی ممکن است از مشترکان جدید خود سوال کند که چه نوع حیوان خانگی را دارند.

سپس تیم بازاریابی می‌تواند از این اطلاعات برای ارسال تبلیغات مخصوص برای هر حیوان خانگی به آدرس صاحب آن حیوان استفاده کند (شخصی‌سازی تبلیغات!) همچنین می‌توانید از این استراتژی برای صحبت با شخصیت‌های مختلف خریدار که مشتریان شما را تشکیل می‌دهند استفاده کنید.

به یاد داشته باشید:

ایجاد تبلیغات جذاب، به زمان و صبر زیادی نیاز دارد. اگر به آن پایبند باشید، رشد چشمگیری خواهید دید، به خصوص اگر شرکت شما جدید باشد. شما همواره می‌توانید از استراتژی‌های مشخص شده امروزی برای دستیابی به مشتریان بالقوه در سایت خود، از طریق ایمیل و از طریق رسانه‌های اجتماعی استفاده کنید.

منبع: bdc.ca/modirinfo

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
سه‌شنبه | ۲۸ بهمن ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۲۸ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

۷ کتابی که به شما کمک می‌کند تا یک دورکار ماهر شوید

برای بعضی از افراد، دورکاری ممکن است یک رویا باشد و برای برخی دیگر، کابوس به نظر می‌رسد. دورکاری بدون چالش نیست. هنگامی که با فرزندان خود در خانه راحت‌تان هستید، تمرکز کردن بسیار دشوار است. ممکن است کل روز در لباس خواب خود باشید، نتوانید تمرکز کنید و حتی نتوانید ساده‌ترین کارها را بدون تجهیزات اداری انجام دهید.

نترسید؛ این هفت کتاب به شما در زندگی جدید دورکاری، از مدیریت زمان تا ضروری‌ترین موارد آن، کمک می‌کند:

۱. دستنامه «اداره خانگی» (The Home Office Handbook)، اثر لوری مارو (Lorie Marrero)

این، کتاب خیلی خوبی است چون به شما کمک می‌کند تا یک سیستم سازماندهی شده و مستحکم داشته باشید. دستنامه «اداره خانگی»، چگونگی حفظ روتین روزانه تمیز و مرتب نگه داشتن فضای کار شما، هم فیزیکی و دیجیتالی را برای‌تان بیان می‌کند. همچنین، تعداد زیادی راه حل آورده شده است و شما می‌توانید هر کدام که برای‌تان جواب می‌دهد را انتخاب و به آن عمل کنید. همچنین، به شما نکاتی در مورد مدیریت زمان، مدیریت ایمیل‌ها، تماس‌های تلفنی و نحوه تنظیم زندگی حول کارتان، یاد می‌دهد.

۲. کتاب «سوپراستار دورکاری» (Work from Home Superstar)، اثر جک ویلسون (Jack Wilson)

این کتاب درباره عوامل حواس‌پرتی و مشکلات ناشی از دورکاری است و به این قضیه اشاره می‌کند که اکثر مردم برای داشتن آزادی بیشتر دورکاری را انتخاب می‌کنند: برای آنها سخت است که وقتی می‌توانند آزاد باشند، به صورت روتین کار کنند، در عوض ترجیح می‌دهند روی مبل لم دهند و تلویزیون تماشا کنند.

و خب بدیهی است که اگر تمام اوقات کاری خود را صرف تلویزیون دیدن کنید، برای‌تان دردسرساز می‌شود. این کتاب چگونگی بهره‌وری و کار بهتر، سریع‌تر و راحت‌تر از همیشه را بیان می‌کند. برنامه همه افراد متفاوت است بنابراین باید کارهای خود را براساس بهترین زمان‌بندی که به درد شما می‌خورد برنامه‌ریزی کنید.

ممکن است دوست داشته باشید عصرها کار کنید و صبح برای کودکان‌تان وقت آزاد داشته باشید یا ممکن است صبح زود بهترین کارکرد را داشته باشید. راه‌حل این است که بهترین زمان‌بندی مناسب خودتان را پیدا کنید. این کتاب، کوتاه و در عین حال پر از اطلاعات ارزشمند و به درد بخور است.

۳. «اسرار نیروهای دورکار» (Secrets of the Remote Workforce)، نوشته ترسا داگلاس (Teresa Douglas)، هالی گوردون (Holly Gordon) و مایک وبر (Mike Webber)

حالا دیگر کل دنیا به دفتر کار ما تبدیل شده است. اکنون می‌توانیم از خانه، کافی‌شاپ یا سالن بدنسازی کار کنیم، اما کار کردن و انگیزه داشتن، آن هم وقتی که در اداره خود نیستیم یا رئیس‌مان نزدیک‌مان نیست، بسیار دشوار است. این کتاب شامل روش‌های جلوگیری از تنهایی، نحوه برقراری ارتباط از راه دور با همکاران، نحوه شبکه‌سازی یا نتورکینگ (Networking) و رشد حرفه‌ای خود به صورت آنلاین و مواردی از این قبیل می‌شود.

این کتاب توسط کارمندان و برای کارمندان نوشته شده است، نه برای شرکت‌ها یا مدیران شرکت‌ها. در عوض، مخصوص دورکارها است و به آنها کمک می‌کند تا چارچوب ذهنی مناسب برای دورکاری را تشخیص دهند. در کل کتاب واقعا مفیدی است.

۴. «توازن: یافتن نقطه‌ای برای مادران دورکار» (Balanced: Finding Centre as a Work-at-Home Mom)، نوشته تریشیا گویر (Tricia Goyer)

این کتاب برای همه مادرانی است که در خانه می‌مانند. مادر بودن و دورکار بودن، مزایای واضح زیادی دارد: نیازی به پول دادن به مربیان یا نگهدارنده‌های کودک نیست و شما می‌توانید زمان زیادی کنار کودکان‌تان سپری کنید. با این وجود، مشکلاتی نیز دارد: پرورش کودکان در حالی که باید یک برنامه کاری را از پیش ببرید، اصلا کار ساده‌ای نیست، اما می‌توان آن را انجام داد.

در این کتاب، تریشیا گویر، تجربیات شخصی‌اش را به عنوان مادری که در خانه کار می‌کند و همچنین انتخاب کرده که به فرزندانش در خانه آموزش دهد به اشتراک می‌گذارد. او سخت تلاش کرد تا تعادلی بین همه بخش‌های زندگی‌اش ایجاد کند.

۵. «چگونه خانه یا دفترکار خود را مرتب کنیم تا بهره‌وری‌مان افزایش یابد» (How to Declutter Your Home or Work Office to Improve Productivity)، نوشته سارا آدامز (Sarah Adams)

براساس اصول دورکاری، این کتاب به شما یاد می‌دهد که چگونه دفتر کار منزل‌تان را مرتب کنید و آن را تمیز نگه دارید. نویسنده این کتاب، سارا آدامز، به این نکته اشاره می‌کند که یک فضای اداری، باید مرتب و تمیز باشد تا شما بتوانید تمرکز کنید و کارهای خود را انجام دهید.

۶. «هیچ جایی برای کار کردن بهتر از خانه نیست» (There's No Place Like Working from Home)، نوشته الین کوین (Elaine Quinn)

نویسنده این کتاب، الین کوین، بیش از ۱۰سال تجربه مشاوره به صاحبان مشاغل آزاد و کارکنان دورکار را دارد. او بهتر از هر کسی می‌داند که چگونه باید کارها را به اتمام رساند و از عادت‌های نامناسب دور ماند. از آنجایی که ممکن است شما نتوانید شخصا از الین مشاوره بگیرید، این کتاب بهترین کاری است که می‌توانید برای یادگیری و نحوه پیگیری، انجام دهید.

۷. «هنر دورکاری» (The Art of Working Remotely)، اثر اسکات داوسون (Scott Dawson)

اسکات داوسون، به مدت ۲۱ سال دورکار بوده است. داوسون در این کتاب خودیاری، که پر از حکایت‌های خنده‌دار واقعی است، بررسی می‌کند که چگونه کارکنان دورکار می‌توانند یاد بگیرند که پیشرفت کنند. به طور معمول، افراد یاد نمی‌گیرند که چگونه دورکاری کنند. آنها باید آن را خود به تنهایی یاد بگیرند. داوسون بهترین راه‌های ایجاد فضای کاری باکیفیت و خوب، شامل فضاهای همکاری تا کافی‌شاپ و بهترین رفتارها و روش‌هایی که شما را به یک دورکار موفق تبدیل می‌کند را توضیح می‌دهد.

منبع: Addicted۲Success/ucan