روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۱۸ خرداد ۱۴۰۱

Wed.8 Jun 2022

۸ ذوالقعده ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۲۰۲۷
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

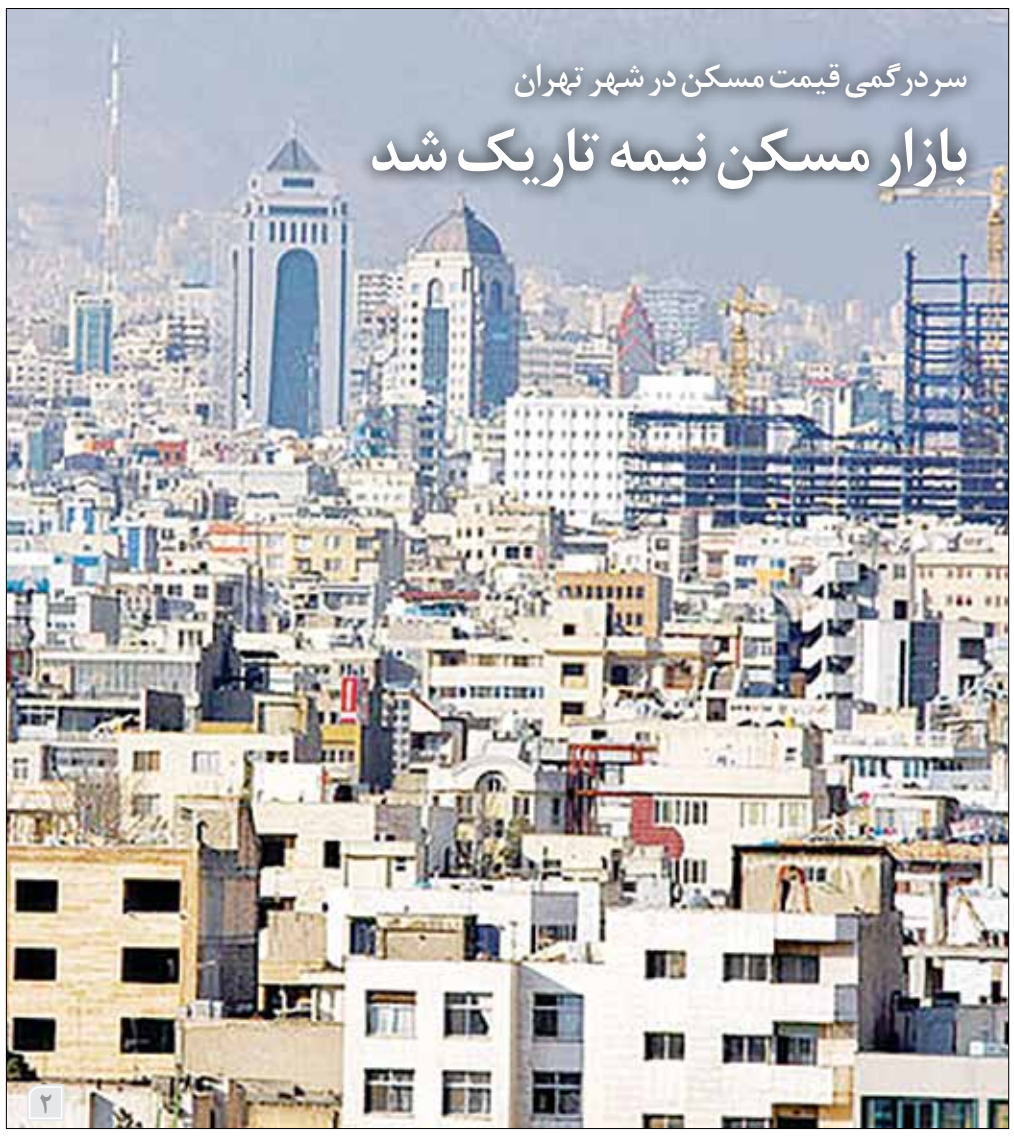
www.forsatnet.ir

بازار ازدواج چگونه راکد شد؟

تورم علیه ازدواج

فرصت امروز: شاید ورود اقتصاددانان به مقوله ازدواج کمی عجیب به نظر برسد، اما ارتباط ازدواج با تولید مثل، رشد جمعیت، عرضه نیروی کار، بهره‌وری و حتی رشد اقتصادی، ازدواج را به موضوعی جالب برای علم اقتصاد تبدیل کرده است. اقتصاددانان از میان وجوه مختلف ازدواج عمدتا به مطلوبیت ازدواج و منافع آن توجه کرده‌اند و این مطالعات اقتصادی ذیل حوزه «اقتصاد...

۲



سردرگمی قیمت مسکن در شهر تهران

بازار مسکن نیمه تاریک شد

۲

یادداشت

مصائب قیمت‌گذاری دستوری

مهراد عباد، عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران

قیمت‌گذاری دستوری، یکی از روش‌های منسوخ کنترل تورم و البته سیاستی به جا مانده از قرون گذشته است؛ این روش علاوه بر آسیبی که به محیط کسب و کار و تولید وارد می‌کند، به اعتقاد صاحب‌نظران زمینهساز تورمهای بعدی نیز خواهد بود. به طور کلی، تجربیات حاصل از قیمت‌گذاری دستوری در ایران و سایر کشورها نشان می‌دهد که این سیاست کنترلی، اهداف سیاست‌گذار را محقق نکرده است و در عین حال، منجر به واکنش‌هایی از سوی بازار شده که حتی منافع ملی را در مخاطره قرار داده است. برای مثال، با اعمال قیمت‌گذاری و کنترل قیمت‌ها شاهد کم‌فروشی و به تعبیری، کاهش حجم محصولات بوده‌ایم؛ یا در بازارهایی که رقابت شدید بر آن حاکم است، فروش محصولات به زیر قیمت مصوب اتحادیه صورت گرفته و در صنوف مختلف، زمینه شکل‌گیری بازار غیررسمی فراهم شده که علاوه بر عدم رعایت نرخ‌های مصوب...

۲

بخش خصوصی خواستار تغییر ریل در سیاست‌گذاری اقتصاد دانش‌بنیان شد

۳ خطای سیاست‌گذاری دانش‌بنیان

فرصت امروز: هرچند نقش دانش در اقتصاد، از دیرباز مورد توجه بوده، اما اقتصاد دانش‌بنیان از مباحث نوین و نوظهوری است که در چند سال گذشته مطرح شده و در ایران نیز سال ۱۴۰۱ به نام آن مزین شده است. با این حال، نحوه سیاست‌گذاری در اقتصاد دانش‌بنیان، موضوعی است که مورد نقد بخش خصوصی قرار دارد و این هفته بازوی پژوهشی پارلمان بخش خصوصی در گزارشی نسبت به خطای سیاستی در تولید نوآور و دانش‌بنیان هشدار داد. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، نحوه سیاست‌گذاری درباره شرکت‌های دانش‌بنیان، راه ورود رانت‌جویان به این عرصه را باز می‌کند و باعث حذف کارآفرینان واقعی فاقد قدرت چانه‌زنی خواهد شد. در واقع، نظام تصمیم‌گیری کشور قصد دارد با افزایش فعالیت و تعداد بنگاه‌های نوآور، به اقتصاد دانش‌بنیان...

۳

نوسان بورس در کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحدی ادامه دارد

الاکلنگ بورس و فرابورس

۴

مدیریت و کسب‌وکار

روابط عمومی در شبکه‌های اجتماعی با ۶ تکنیک کاربردی

دنیای روابط عمومی در طول سال‌های اخیر با ظهور شبکه‌های اجتماعی تغییرات بسیار زیادی پیدا کرده است. امروزه دیگر خبری از شیوه‌های قدیمی در دنیای روابط عمومی یا تلاش برندها برای موفقیت در این حوزه بدون استفاده از روش‌های تازه نیست. در عوض عرصه دیجیتال مثل همه بخش‌های دیگر در حال نفوذ به حوزه روابط عمومی نیز هست. این امر برای بسیاری از برندها تازگی زیادی دارد. اگر شما هم تا به امروز از این بخش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان سود نبرده‌اید، باید خیلی زود روش کارتان را تغییر دهید، در غیر این صورت شاید به زودی توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای و استاندارد را از دست بدهید. با توجه به اینکه امروزه هزاران برند مختلف در بازار مشغول سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان گوناگون هستند، تعلل شما در این میان می‌تواند هزینه بسیار سنگینی برای کسب و کارتان به همراه داشته...

۸

نظم هسته‌ای جهان چگونه به هم ریخت؟

عصر جدید هسته‌ای

فرصت امروز: چالش‌های جهان تمامی ندارد. بعد از عبور جهان از شوک کرونا، حالا نوبت جنگ در اوکراین است که به انحای مختلف، زندگی را بر مردم جهان سخت کند. با آغاز جنگ روسیه و اوکراین، تصور اینکه این درگیری نظامی تا این اندازه بر زندگی مردم جهان تأثیرگذار باشد، ممکن نبود، اما تنها با گذشت چند روز به تدریج آثار و بازخوردهای اقتصادی این جنگ نمایان شد؛ از آنجا که هم روسیه و هم اوکراین نقش بی‌بدیلی در تولید و صادرات گندم و غلات داشتند، تمام بازارهای جهانی تحت تأثیر قرار گرفتند و گرانی و کمبود مواد غذایی در همه کشورهای جهان احساس شد. همچنین با تحریم روسیه از سوی غرب و به ویژه اتحادیه اروپا، هزینه انرژی افزایش یافت و قیمت نفت سه رقمی شد. حمله روسیه به اوکراین، بحرانی در اقتصاد و روابط بین‌الملل دنیا به وجود آورد که از زمان جنگ سرد تاکنون بی‌سابقه است؛ این جنگ نوظهور آن‌هم در اروپایی که چندین دهه چنین آتش و خشونتی را به چشم ندیده بود، علاوه بر پیامدهای سیاسی، اقتصاد جهان را نیز هدف قرار داده است. اقتصادی که از حدود دو سال پیش و با شیوع پاندمی کرونا، شرایط خوبی را سپری نکرده بود و حالا هنوز کرونا تمام نشده، پای بحرانی بزرگ‌تر به میان آمده است. پس‌لرزه‌های جنگ روسیه و اوکراین به همین جا ختم نمی‌شود و خطر جنگ هسته‌ای، جهان را تهدید می‌کند. نکته‌ای که هفته‌نامه «اکونومیست» در سرمقاله شماره این هفته خود بدان پرداخته و عصر حاضر را «عصر جدید هسته‌ای» نامیده است.

پیامدهای تهدید هسته‌ای مسکو

تهدید ضمنی ولادیمیر پوتین برای تبدیل جنگ اوکراین به یک درگیری هسته‌ای، نگرانی‌ها از احتمال شعله‌ور شدن یک جنگ اتمی در سطح جهان را افزایش داده است. از نگاه هفته‌نامه «اکونومیست»، تهدیدهای هسته‌ای رئیس‌جمهوری روسیه در خلال جنگ اوکراین، عامل ایجاد تغییر در نظم هسته‌ای جهان است و پوتین با این تهدیدها عملا نظم هسته‌ای جهان را به هم ریخته است. به نوشته «اکونومیست»، یکصد روز پیش، ولادیمیر پوتین عملیات نظامی خود در اوکراین را آغاز کرد که با تهدیدی هسته‌ای نیز همراه بود. رئیس‌جمهوری روسیه با اشاره به توان اتمی این کشور و وعده مطیع کردن اوکراین، کشورهایی را که قصد دخالت داشته باشند، با عواقبی تهدید کرد که «تاکنون در کل تاریخ‌شان تجربه نکرده‌اند.»

حتی در صورتی‌که ولادیمیر پوتین هیچ‌گاه از سلاح اتمی در اوکراین استفاده نکند، نظم هسته‌ای جهان را به‌هم ریخته است. بعد از تهدیدهای رئیس‌جمهوری روسیه، ناتو حمایتی را که آماده ارائه آن بود، محدود کرد. این مسئله دو پیامد نگران‌کننده به دنبال خواهد داشت؛ یکی اینکه کشورهای آسیب‌پذیر که جهان را از دید اوکراین می‌بینند، گمان می‌کنند که بهترین دفاع در برابر یک دشمن مجهز به سلاح اتمی، داشتن سلاح‌های خودشان است. دیگر اینکه کشورهای دیگر دارنده سلاح اتمی به این باور می‌رسند که آنها نیز با دنبال کردن تاکتیک ولادیمیر پوتین می‌توانند دستاوردهایی داشته باشند. اگر این اتفاق بیفتد، مطمئنا کسی در جایی تهدیدش را به واقعیت تبدیل می‌کند.

خطر هسته‌ای قبل از عملیات نظامی روسیه نیز رو به گسترش بود. کره‌شمالی ده‌ها کلاهک در اختیار دارد. گرچه معاهده جدید، موشک‌های بالستیک قاره‌پیمای روسیه و آمریکا را تا سال ۲۰۲۶ محدود خواهد کرد؛ ولی اسلحه‌هایی چون اژدرهای هسته‌ای را پوشش نمی‌دهد. پاکستان به سرعت در حال جمع‌آوری سلاح است. چین نیز نیروی اتمی خود را به‌روز می‌کند و پنتاگون می‌گوید در حال گسترش آن است. این گسترش سلاح‌های کشتار جمعی نشان‌دهنده ضعیف شدن انزجار اخلاقی است که استفاده از سلاح اتمی را محدود می‌کند. با کمرنگ شدن خاطرات هیروشیما و ناکازاکی مردم نمی‌توانند درک کنند که چگونه انفجار یک سلاح جنگی کوچک می‌تواند منجر به نابودی کل شهرها شود. تنها آمریکا و شوروی با یک صلح هسته‌ای دوطرفه کنار آمده‌اند؛ در حالی که شواهد کافی از اینکه قدرت‌های هسته‌ای بسیاری در تلاش برای حفظ صلح هستند، وجود ندارد.

تهدید هسته‌ای پوتین جواب داد

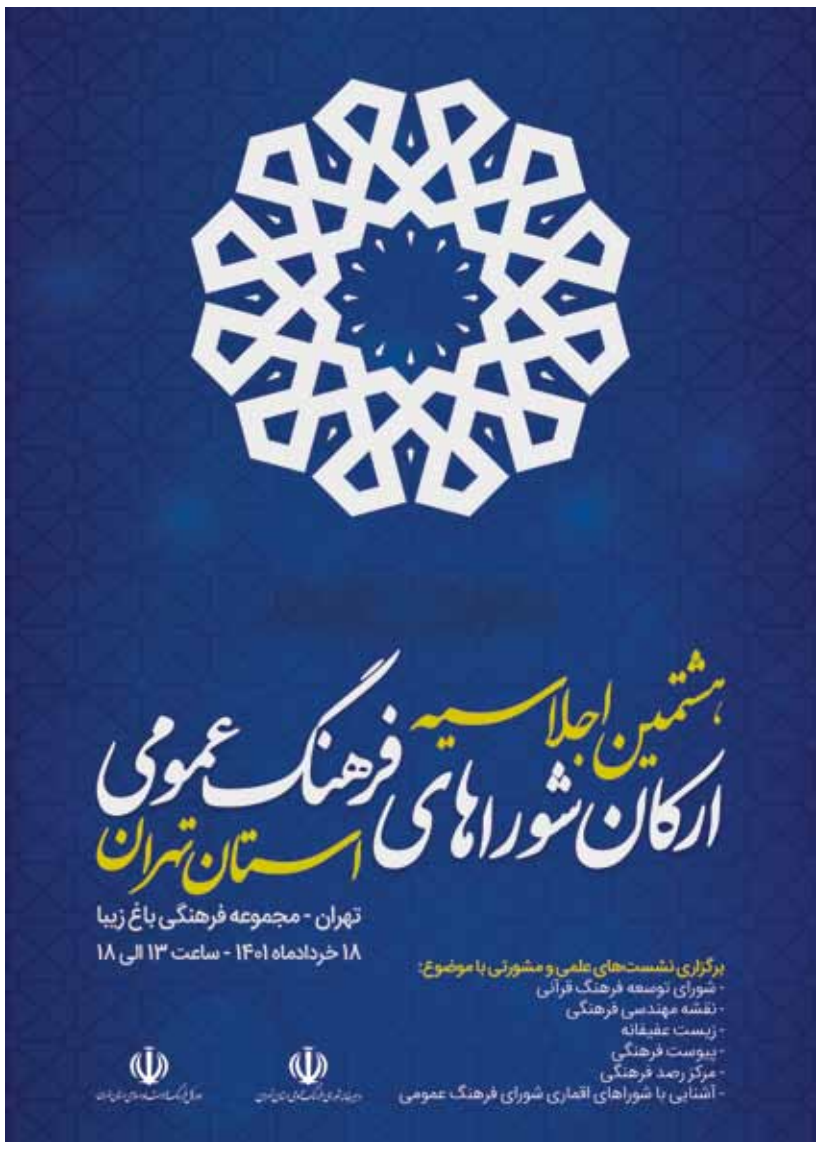
تنش اوکراین به این بی‌قراری افزوده است. حتی در صورتی که رئیس‌جمهوری روسیه بلوف زده باشد، تهدیدهای او تضمین‌های امنیتی داده‌شده به کشورهای غیرهسته‌ای را از بین می‌برد. در ۱۹۹۴ اوکراین در ازای تضمین‌هایی از سوی روسیه، آمریکا و انگلستان مبنی بر اینکه مورد حمله قرار نخواهد گرفت، سلاح‌های هسته‌ای شوروی سابق را واگذار کرد، اما روسیه با تصرف کریمه و حمایت از جدایی‌طلبان دونباس در سال ۲۰۱۴ آشکارا آن تعهد را نقض کرد. آمریکا و انگلستان نیز با کنار ایستادن تعهدات خود را زیر پا گذاشتند. این شرایط به کشورهای آسیب‌پذیر، دلایل بیشتری برای هسته‌ای‌شدن می‌دهد. استراتژی رئیس‌جمهوری روسیه از مطرح کردن تهدید هسته‌ای حتی ویرانگرتر از این است. در دهه‌های پس از جنگ جهانی دوم، قدرت‌های هسته‌ای به فکر استقرار سلاح‌های اتمی در نبرد بودند؛ ولی در نیم قرن گذشته چنین هشدارهایی تنها درباره کشورهایی چون عراق و کره‌شمالی اعمال شده است که تهدید به استفاده از سلاح‌های کشتار جمعی می‌کردند. ولادیمیر پوتین اما متفاوت است، چراکه از تهدید هسته‌ای برای پیروزی نیروهایش در یک جنگ غیرهسته‌ای استفاده می‌کند.

به نظر می‌رسد این تهدیدها موثر بوده‌اند. درست است که حمایت ناتو از اوکراین بسیار قوی‌تر از انتظار بوده است، ولی درباره ارسال سلاح‌های تهاجمی چون هواپیما تردید به خرج داده است. گرچه رئیس‌جمهوری آمریکا مقدار زیادی سلاح به اوکراین ارسال کرده است، این هفته از ارسال سلاح‌هایی که می‌توانند به عمق روسیه نفوذ کنند، خودداری کرد. دیگر اعضای ناتو نیز به نظر می‌رسد که معتقدند اوکراین باید با روسیه کنار بیاید؛ چراکه تحمیل شکست به ولادیمیر پوتین می‌تواند او را در شرایط سختی قرار دهد و عواقب ناگواری داشته باشد. این منطق، روال خطرآفرینی برجای می‌گذارد. اگر چین به تایوان حمله کند، می‌تواند شرایط مشابهی را ایجاد کند. کشورهای بیشتری ممکن است سلاح‌های جنگی بیشتری جمع‌آوری کنند و این اتفاق معاهده منع گسترش سلاح‌های هسته‌ای را زیرپا خواهد گذاشت. جبران این خسارت بسیار سخت خواهد بود. این معاهده که سال گذشته به اجرا گذاشته شد و ۸۶ کشور از آن حمایت کرده‌اند، خواستار نابودی آنهاست. با این حال، کشورهای دارای سلاح از آسیب‌پذیر شدن می‌ترسند؛ حتی در صورتی که خلع سلاح جمعی ممکن است منطقی باشد.

روسیه خطرناک باقی می‌ماند؟

کنترل تسلیحات با راستی‌آزمایی دقیق، ارزش پیگیری را دارد. ممکن است روسیه هوشیار باشد، ولی ضعیف شده است. حمله اتمی پول نیاز دارد و روسیه باید نیروهای خود را بازسازی کند. آمریکا می‌تواند بدون اینکه امنیت خود را به خطر بیندازد، موشک‌های زمینی خود را در ازای کاهش از طرف روسیه کنار بگذارد. هر دو طرف می‌توانند بر سر اقدامات فنی همچون عدم حمله به زیرساخت‌های فرماندهی، کنترلی و ارتباطی هسته‌ای در یک درگیری غیرهسته‌ای متعارف به توافق برسند. در نهایت، هدف باید وارد کردن چین باشد. در صورت شکست تاکتیک‌های هسته‌ای رئیس‌جمهوری روسیه، این گفت‌وگوها آسان‌تر خواهد شد. جو بایدن این هفته نوشت که آمریکا نشانه‌ای از آماده شدن روسیه برای استفاده از سلاح هسته‌ای را مشاهده نکرده است؛ ولی کشورهایی چون چین، هند، رژیم صهیونیستی و ترکیه که به کرملین دسترسی دارند، باید به پوتین درباره خشم‌شان در صورت استفاده از سلاح اتمی هشدار دهند.

«اکونومیست» در پایان نوشته است: دور کردن اوکراین از یک حمله هسته‌ای ضروری است، ولی کافی نیست. جهان باید مطمئن شود که رئیس‌جمهوری روسیه امروز، آنطور که در سال ۲۰۱۴ موفق شد، در عملیات نظامی خود موفق نخواهد شد. اگر او یک بار دیگر باور کند که تاکتیکش موفق بوده است، در آینده تهدیدهای هسته‌ای بیشتری را مطرح خواهد کرد. دیگران نیز از او الگو می‌گیرند. بنابراین اوکراین برای عقب راندن ارتش روسیه به سلاح‌های پیشرفته، کمک اقتصادی و تحریم روسیه نیاز دارد. کشورهایی که این جنگ را تنها یک جنگ اروپایی گذرا می‌دانند، به امنیت خود توجه ندارند و آنها که به نام صلح استدلال می‌کنند که اوکراین برای اجتناب از گرفتار شدن در جنگ به آتش بس با روسیه نیاز دارد، سخت در اشتباه هستند. اگر ولادیمیر پوتین حس کند که ناتو عزم جدی ندارد، روسیه خطرناک باقی خواهد ماند.



سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

مصائب قیمت‌گذاری دستوری

مهراد عباد، عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران

قیمت‌گذاری دستوری، یکی از روش‌های منسوخ کنترل تورم و البته سیاستی به جا مانده از قرون گذشته است؛ این روش علاوه بر آسیبی که به محیط کسب و کار و تولید وارد می‌کند، به اعتقاد صاحب‌نظران زمینهساز تورمهای بعدی نیز خواهد بود. به طور کلی، تجربیات حاصل از قیمت‌گذاری دستوری در ایران و سایر کشورها نشان می‌دهد که این سیاست کنترلی، اهداف سیاست‌گذار را محقق نکرده است و در عین حال، منجر به واکنش‌هایی از سوی بازار شده که حتی منافع ملی را در مخاطره قرار داده است. برای مثال، با اعمال قیمت‌گذاری و کنترل قیمت‌ها شاهد کم‌فروشی و به تعبیری، کاهش حجم محصولات بوده‌ایم؛ یا در بازارهایی که رقابت شدید بر آن حاکم است، فروش محصولات به زیر قیمت مصوب اتحادیه صورت گرفته و در صنوف مختلف، زمینه شکل‌گیری بازار غیررسمی فراهم شده که علاوه بر عدم رعایت نرخ‌های مصوب، با فروش غیررسمی و بدون پرداخت مالیات بر ارزش افزوده، رقابت را برای فعالان خوشنام و شناسنامه‌داری که به طور قانونی و رسمی فعالیت می‌کنند، دشوار می‌کند.

احتمالا در این سال‌ها و در پی آزمودن چندین و چند باره قیمت‌گذاری در مورد انواع کالاها و خدمات، سیاست‌گذار دریافته است که به کارگیری این روش با نیت حمایت از اقشار فرودست، منجر به توزیع ارزان کالاها و خدمات نشده و در مقابل این سیاست، مخدوش‌کننده چهره عدالت نیز بوده است. افزون بر این، در بسیاری از موارد، قیمت‌های مصوب غیرکارشناسی و بدون آینده‌پژوهی صورت گرفته و این مسئله به عدم ثبات در صنایع نیز دامن زده است. همچنین مفهوم برند، کیفیت و یا مزیت‌های کالا اغلب در قیمت‌گذاری نادیده انگاشته شده و همه کالاها در یک حد و اندازه در نظر گرفته می‌شوند. از سوی دیگر، قیمت‌گذاری دستوری به منزله غفلت از سازوکار بازار است و گویی هیچ نگاهی به بازار و مفهوم اصلی آن ندارد. در حقیقت، این بازار است که باید نرخ کالا را با افزایش یا کاهش عرضه و تقاضا تعیین کند. مدافعان و مبلغان قیمت‌گذاری باید بدانند که اکنون نه با سیاست‌های تعزیراتی که حتی از طریق اصرار و پافشاری برای افزایش تولید نیز احتمالا کاهش قیمت محقق نمی‌شود؛ چراکه حوزه صنعت چند سالی است که با مسئله کاهش سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی دست به گریبان است. دولت سیزدهم در سال جدید، اصلاح قیمت ارز را که پای در زنجیر قیمت تثبیتی داشت، آغاز کرد و البته از این اقدام با عنوان «جراحی اقتصادی» یاد شد، اما به باور کارشناسان حوزه اقتصاد، جراحی اصلی، حذف قیمت‌گذاری دستوری برای تمام کالاها و واگذاری این امر به بازار و مردم است.

ارز سوبسیددار بیشتر از تحریم لطمه زد

شریف نظام مافی، رئیس اتاق ایران و سوئیس

ایالات متحده آمریکا و قدرت‌های اروپایی در نظر دارند این هفته همزمان با تداوم بن‌بست در روند مذاکرات با ایران برای احیای برجام، پیش‌نویس قطعنامه‌ای را علیه تهران به شورای حکام ارائه کنند. طبق آنچه در خبرها آمده است، پیش‌نویس این قطعنامه که از سوی واشنگتن، لندن، پاریس و برلین پیشنهاد شده، از ایران می‌خواهد با آژانس بین‌المللی انرژی اتمی «به طور کامل» همکاری کند. جلسه شورای حکام آژانس بین‌المللی انرژی اتمی از روز دوشنبه تا جمعه برگزار می‌شود، اما این روند چه تاثیری بر وضعیت ایران دارد؟

واقعیت این است که دنیا تغییر کرده و با سال‌های ۹۰ و ۹۱ که اوج تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران بود، فرق دارد. به اعتقاد من، معنای برجام با گذشته‌اش تغییر کرده است، به این دلیل که دولت جدید آمریکا، قدرت برداشتن تحریم‌ها را ندارد؛ چرا که برای برداشته شدن تحریم‌ها به رأی دو سوم مجلس سنا نیاز دارد. در شرایط فعلی، قوه مجریه آمریکا نمی‌تواند برای برداشتن تحریم بر قوه مقننه پیروز شود. بنابراین با این حساب، هیچ ضمانت و گارانتی برای برداشتن تحریم‌ها علیه ایران وجود ندارد. وقتی برای توافق و تداوم توافق، گارانتی‌ای وجود نداشته باشد؛ یعنی حتی طرف اصلی برجام هم نمی‌تواند برای اجرا و تداوم برجام ضمانتی بدهد. این یک واقعیت است که سیاست داخلی آمریکا تا سال‌های سال اجازه برداشتن تحریم‌ها علیه ایران را نمی‌دهد. از سوی دیگر، معادلات و روابط بین‌المللی تغییر کرده است. جنگ روسیه و اوکراین، تمام معاهدات بین‌المللی را دگرگون کرده است. در این شرایط روسیه اجازه نمی‌دهد قطعنامه‌ها علیه ایران تبدیل به تحریم‌های بین‌المللی شود. از طرفی هم تا زمانی که ایران با آژانس بین‌المللی انرژی همکاری کند، طرفین نیازی به برجام نمی‌بینند. علاوه بر این، با قطع شدن جریان نفت و گاز روسیه به بازار، ایران قابلیت افزایش صادرات نفت بیشتری را خواهد داشت. بنابراین احتمالا در کوتاه‌مدت وضعیت تحریم‌ها تغییر چندانی نخواهد کرد و روسیه و چین نه از سر دلسوزی برای ایران بلکه به خاطر منافع خودشان، اجازه اجرای قطعنامه‌ها علیه کشورمان را نخواهند داد، اما در این میان، یک گزینه خطرناک وجود دارد و آن اسنپ بک برجام است. اروپایی‌ها هنوز عضو برجام هستند و می‌توانند اسنپ بک را علیه ایران اجرا کنند. اسنپ بک را هم هیچ کشوری نمی‌تواند وتو کند. در واقع، این حق نداشتن وتو برای کشورها برای چنین شرایطی در نظر گرفته شده بود.

با این حال، آنچه ایران بیش از همه با آن درگیر است، اقتصاد مریض، دخالت‌های دولتی و غالب بر بخش خصوصی است که اجاره رشد واقعی اقتصاد را نمی‌دهد. ارز سوبسیددار، گریبانگیر کشور است و نه حتی در سال‌های انقلاب، بلکه قبل از انقلاب هم این ارزها در اقتصاد جریان داشتند. اقتصاد ایران و جامعه به ارز سوبسیددار معتاد است. وضعیت فعلی اقتصاد کشور، تازه اول ماجرا است و مشکلات بیشتری در آینده از این منظر خواهیم داشت. اقتصاد ایران، اقتصادی نیست که بدون نفت بتواند کیفیت زندگی‌ای را که ما به آن عادت کرده‌ایم، تداوم بخشد. مصرف بیش از اندازه و استفاده از حامل‌های انرژی بی‌رویه است. نکات رفتاری جامعه باید در این زمینه‌ها تغییر کند. این تغییر در منزل و کارخانه‌ها هم باید اجرا شود. انرژی در ایران بیهوده هدر می‌رود. حتی در زمینه مصرف مواد غذایی هم همین روند وجود دارد. ایران بالاترین مصرف سرانه نان را دارد، چراکه مردم برای پولی که به خرید نان می‌دهند، ارزشی قائل نیستند. بنابراین این سوبسید نمی‌تواند این کیفیت زندگی را تداوم بخشد.

بازار ازدواج چگونه راکد شد؟

تورم علیه ازدواج

فرصت امروز: شاید ورود اقتصاددانان به مقوله ازدواج کمی عجیب به نظر برسد، اما ارتباط ازدواج با تولید مثل، رشد جمعیت، عرضه نیروی کار، بهره‌وری و حتی رشد اقتصادی، ازدواج را به موضوعی جالب برای علم اقتصاد تبدیل کرده است. اقتصاددانان از میان وجوه مختلف ازدواج عمدتا به مطلوبیت ازدواج و منافع آن توجه کرده‌اند و این مطالعات اقتصادی ذیل حوزه «اقتصاد خانواده» دسته‌بندی شده است.

از دیدگاه علم اقتصاد، تصمیم افراد برای پیوند زناشویی و ورود به بازار ازدواج، نتیجه اختلاف بین مطلوبیت حاصل از ازدواج با مطلوبیت تجرد است؛ یعنی افراد در حالت ایده‌آل در شرایطی ازدواج را انتخاب خواهند کرد که مطلوبیت حاصل از ازدواج برای‌شان به طرز معناداری از مطلوبیت مجرد ماندن بیشتر باشد. بسیاری از افراد بر این باورند که ازدواج، هزینه‌های اقتصادی آنها را افزایش می‌دهد و از درآمد آنها می‌کاهد. در سمت مقابل نیز برخی دیگر می‌گویند ازدواج به زندگی اقتصادی زوج‌ها کمک می‌کند و در نتیجه از ظرفیت ازدواج می‌توان برای افزایش درآمد بهره برد. بنابراین آشکار شدن منافع ازدواج برای مردان و زنان می‌تواند اثر تعیین‌کننده‌ای بر ساخت اجتماعی داشته باشد. از نگاه اقتصاددانان، تورم مهمترین و مشهودترین علت رکود در بازار ازدواج است و به تعبیری، شرایط تورمی امروز جامعه ایران، مطلوبیت ازدواج را نسبت به مطلوبیت تجرد کاهش داده است. در همین زمینه، نهاد پژوهشی مجلس در یک گزارش به بررسی «عوامل تاثیرگذار بر افزایش سن ازدواج جوانان» پرداخته و از تغییر حکمرانی نظام آموزشی به عنوان یکی از راهکارهای کاهش سن ازدواج نام برده است.

ازدواج کم شد، سن ازدواج زیاد

چگونه می‌توان سن ازدواج را کاهش داد؟ مرکز پژوهش‌های مجلس در پاسخ به این سوال، از تغییر حکمرانی نظام آموزشی و همچنین طراحی فرآیندها و زیرساخت‌های شغلی به عنوان یکی از راهبردهای مهم و اثرگذار در کاهش سن ازدواج جوانان یاد کرده است. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌ها، در طراحی فرآیندها و زیرساخت‌های شغلی باید به بسترهای گسترش کارآفرینی توجه ویژه‌ای شود و همچنین مشاغلی تقویت شوند که وابستگی به تحصیلات عالی نداشته باشند. از سوی دیگر، در افزایش کارگاه‌های تولیدی باید به ظرفیت‌های استان‌ها و شهرهای مختلف بیشتر توجه شود، زیرا آمارها می‌گویند سن ازدواج در شهرهایی که اشتغال بالاتری داشته‌اند، پایین‌تر بوده است. توجه به این موضوع می‌تواند در کاهش میزان مهاجرت نیز موثر باشد. نکته مهم دیگر، تقویت قدرت انتخاب‌گری درست در ازدواج است و نیاز است که نهادهای مردمی و مهارت خانواده‌ها در این مسئله تقویت شود.

با استناد به داده‌های سازمان ثبت‌احوال کشور و مرکز آمار ایران، روند تحولات شاخص‌های ازدواج نشان می‌دهد که نرخ ازدواج کم شده اما در مقابل آن، میانگین سن ازدواج رشد کرده است. این گزارش در بررسی مسئله ازدواج و الگوهای همسرگزینی، سن ازدواج را به عنوان یک عامل کلیدی در الگوها در نظر می‌گیرد، ولی موضوع این است که افزایش سن ازدواج، ساختار الگوها را دگرگون کرده است.

مرکز پژوهش‌ها در این گزارش، سه عامل اصلی ازدواج دیرهنگام را بالا بودن هزینه‌های آغاز زندگی، هزینه بالای مسکن، بیکاری جوانان و پیدا نکردن گزینه مناسب ازدواج دانسته و نوشته است: در صورتی که روند موجود تغییر نکند و افراد از نظر اقتصادی توانمند نشوند و جوانان مطمئن نشوند که می‌توانند معاش خانواده خود را به شکلی پایدار تامین کنند، هرگز ازدواج نخواهند کرد و این امر نه تنها استحکام خانواده‌های موجود را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد، بلکه شکل‌گیری خانواده‌های جدید را با مشکل روبه‌رو می‌کند. غالب عواملی که در اولویت بالای اثرگذاری هستند، یکی از کارکردهای مهم خانواده که کارکرد اقتصادی است را با خلل مواجه می‌کنند. از این رو افراد در سطح اول رفع نیازهای خود با مشکل روبه‌رو شده و به سطوح دیگر که تشکیل خانواده و تامین نیازهای عاطفی را شامل می‌شود، وارد نمی‌شوند.

۱۵ عامل تاخیر ازدواج جوانان

گرچه عوامل موثر بر سن ازدواج به صورت شبکه‌ای به یکدیگر متصل هستند و چرخه عوامل را تشکیل می‌دهند، اما برای حل مسئله ازدواج دیرهنگام باید چرخه نااطمینانی را قطع کرد. نتایج پیمایش‌های مختلف از جمله پیمایش ملی خانواده که در سال ۱۳۹۸ انجام شد و بررسی نگرش جوانان ۱۸ تا ۳۴ ساله نسبت به تاخیر در ازدواج که در سال ۱۳۹۴ انجام شد، نشان می‌دهد ۱۵ مورد به عنوان علت تاخیر در ازدواج جوانان مطرح است. نیافتن همسر دلخواه، نداشتن شغل، بالابودن هزینه زندگی، بالابودن هزینه تشریفات زندگی، بالابودن توقعات خانواده‌ها و مخالفت آنها، ترس از ازدواج ناموفق، بی‌اعتمادی به جنس مخالف، مردد بودن در تصمیم‌گیری، بالابودن سطح انتظار طرف مقابل، داشتن خواهر یا برادر بزرگ‌تر مجرد، نداشتن انگیزه عاطفی لازم، ترس از مسئولیت‌های زندگی، محدودیت‌های زندگی متاهلی، مشغول تحصیل بودن و سن کم از جمله این دلایل است. از سوی دیگر، ۴۰ درصد از پاسخگویان مرد نداشتن شغل و ۳۴ درصد از دختران نیافتن همسر دلخواه را عامل اصلی تاخیر در ازدواج عنوان کرده‌اند. در پژوهشی که در سال ۱۳۹۰ با هدف شناسایی عوامل اجتماعی موثر در افزایش سن ازدواج دختران انجام شد، ۸۶٫۳ درصد اعلام کردند که با وضعیت کنونی تورم و افزایش قیمت‌ها نمی‌توان ازدواج کرد. ۸۰٫۸ درصد نیز گفتند که بیکاری عامل افزایش سن ازدواج است. نکته مهم این است که بانک مرکزی، نرخ تورم را در سال ۱۳۹۰ معادل ۲۱٫۵ درصد و در سال ۱۳۹۹ معادل ۳۶٫۴ درصد اعلام کرده بود. همچنین تحولات نرخ بیکاری و میزان مشارکت اقتصادی از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۹ نشان می‌دهد نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله که جمعیت در معرض ازدواج هستند، تا سال ۱۳۹۰ افزایشی بوده، ولی در سال ۱۳۹۸ معادل ۷ درصد کاهش یافته، اما در سال ۱۳۹۹ دوباره با رشد ۴ درصدی، روند افزایشی خود را آغاز کرده است. در این میان، نتایج پژوهشی که در سال ۱۳۹۴ با محوریت مسائل اقتصادی در نگرش جوانان به ازدواج انجام شد، معنادار است. ۳۰ درصد پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که قصد ندارند ازدواج کنند. ۱۵ درصد از آن ۳۰ درصد نیز گفته‌اند که حتی اگر موانع اقتصادی رفع شود باز هم ازدواج نخواهند کرد. مقایسه این پیمایش‌ها نشان می‌دهد که نگرش افراد نسبت به ازدواج تغییر کرده و سبک زندگی دیگری رواج یافته است.

همیشه پای زن در میان است

همچنین نتایج یک پژوهش دیگر با عنوان «عوامل اجتماعی، اقتصادی موثر بر میانگین سن ازدواج زنان در سه دهه» نشان می‌دهد مهمترین عامل تاخیر در ازدواج طی سال‌های ۱۳۵۵ تا ۱۳۸۵، باسوادی زنان و کم‌اهمیت‌ترین مسئله نیز میزان تحصیلات عالیه آنهاست؛ چنانکه در دهه ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۵ افزایش باسوادی زنان، طولانی شدن مدت زمان تحصیل زنان و ورود آنان به دانشگاه‌ها و همچنین فراهم شدن بازار کار برای زنان، تمایل به ازدواج در سنین پایین را کاهش داده است. البته نسبت جنسی برخلاف دیگر متغیرها، رابطه عکس با سن ازدواج زنان دارد. نسبت جنسی عبارت است از نسبت تعداد مردان به هر ۱۰۰ زن. این نتایج در پژوهش «عوامل موثر بر تاخیر ازدواج دختران در شهرستان‌های ایران» که در سال ۱۳۹۸ انجام شده، مورد تایید قرار گرفته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که نسبت تجرد مردان، عدم تعادل در بازار ازدواج، استقلال زنان، میزان بیکاری مردان و درجه توسعه‌یافتگی شهرستان‌ها به ترتیب بیشترین تاثیر را در تبیین تاخیر در ازدواج دختران دارند. نکته دیگر اینکه میزان توسعه‌یافتگی شهرستان‌ها از مسیرهای متفاوت می‌تواند بر تاخیر در ازدواج دختران تاثیر بگذارد. این عامل به افزایش دو عامل استقلال زنان و نسبت تجرد مردان منجر شده که هر دوی آنها عوامل افزایش سن ازدواج دختران به شمار می‌روند.

افزایش اشتغال زنان نیز به عنوان یکی دیگر از مولفه‌های استقلال زنان موجب افزایش استقلال اقتصادی آنها و در نتیجه افزایش استقلال در تصمیم‌گیری می‌شود. آنها به دلیل وابستگی اقتصادی و اجتماعی به مردان به ازدواج اقدام نخواهند کرد. این امر به نوبه خود باعث می‌شود زنان ازدواج را به تاخیر بیندازند. همچنین با استناد به نتایج پژوهشی که در هفت استان آذربایجان شرقی، تهران، خوزستان، سیستان و بلوچستان، کردستان، گیلان و لرستان انجام شده، تحولات اجتماعی نظیر میزان باسوادی، شهرنشینی، اشتغال و میزان اشتغال در صنعت در سن ازدواج مردان اثر دارد و هرچه میزان شهرنشینی، اشتغال و به ویژه اشتغال در بخش صنعت افزایش یابد، میانگین سن ازدواج مردان نیز افزایش می‌یابد. نکته مهم این بررسی، تمایز بین مشاغل است. در حالی که اکثر پژوهش‌ها اشتغال به کار را عامل افزایش سن ازدواج می‌دانند، این پژوهش، اشتغال به کار در بخش صنعت را عامل افزایش سن ازدواج می‌داند.

سردرگمی قیمت مسکن در شهر تهران

بازار مسکن نیمه تاریک شد

عدم دسترسی به نرخ‌های متعارف که از معاملات قطعی به دست می‌آید، بازار مسکن را در هفته‌های اخیر دچار نوعی سردرگمی کرده و در این بین هنوز گزارش اردیبهشت ماه بانک مرکزی از تحولات مسکن شهر تهران ارائه نشده است. به گزارش ایسنا، بررسی‌های میدانی گویای آن است که نوسان برخی از کالاهای مصرفی باعث تغییر قیمت‌های پیشنهادی مسکن شده و عده‌ای از مالکان به نرخ‌های دلخواه روی آورده‌اند. بانک مرکزی هم با گذشت ۱۸ روز از خردادماه هنوز گزارش تحولات مسکن شهر تهران در اردیبهشت ماه را ارائه نکرده که همین مسئله می‌تواند به فضای شایعات درخصوص تغییر قیمت‌ها در اردیبهشت ماه دامن بزند. بانک مرکزی در ماه‌های گذشته معمولا ششم یا هفتم هر ماه گزارش ماه قبل را منتشر می‌کرد، اما بازار مسکن در خردادماه ۱۴۰۱ دچار نوعی گیجی شده که یکی از دلایل آن می‌تواند عدم دسترسی به قیمت‌های رسمی از طریق معاملات قطعی باشد.

در سال‌های قبل به جز بانک مرکزی، دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی نیز گزارش‌های ماهیانه از وضعیت قیمت و معاملات مسکن شهر تهران ارائه می‌داد؛ گزارش‌هایی که از اردیبهشت ماه ۱۳۹۶ آغاز و تا تیرماه ۱۳۹۹ ادامه پیدا کرد. اما این گزارش‌ها هم از زمان محمد اسلامی، وزیر سابق راه و شهرسازی که معتقد بود اعلام قیمت تهران می‌تواند به تنش بازار در دیگر شهرهای کشور بینجامد، متوقف شده و آخرین آن مربوط به تیرماه ۱۳۹۹ است.

سیاست حذف قیمت از بازار مسکن به منظور کنترل نرخ‌ها دو بار در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ اعمال شد؛ سیاستی که بسیاری از کارشناسان معتقد بودند تاثیر معکوس در روند قیمت‌ها ایجاد می‌کند. در اردیبهشت سال‌های مذکور اپلیکیشن‌ها و سامانه‌های فروش ملک، دو بار از درج قیمت در آگهی‌ها منع شدند. پس از مدتی مجددا به آنها اجازه داده شد تا نرخ‌ها را درج کنند. اگرچه به تازگی صحبتی از حذف قیمت آگهی‌ها شنیده نشده، اما عدم دسترسی به اطلاعات قیمت‌های قطعی که اثر کنترلی بهتری در مقایسه با نرخ‌های پیشنهادی دارد، به نوعی جلوی یک چشم متقاضیان خرید بازار مسکن را گرفته است.

حذف قیمت آگهی‌ها همزمان با مسئولیت محمد اسلامی در وزارت راه و شهرسازی صورت گرفت، اما آمار نشان داد از زمان روی کار آمدن اسلامی در آبان ماه ۱۳۹۷ تا زمان رفتن او در مردادماه ۱۴۰۰، متوسط قیمت مسکن در شهر تهران از متری ۹ میلیون و ۱۸۰ هزار تومان در هر متر مربع به ۳۰ میلیون و ۹۷۰ هزار تومان رسید و در واقع ۲۳۷ درصد رشد کرد. از طرف دیگر، دولت سیزدهم در ادامه برنامه دو سال گذشته دولت قبل برای بازار اجاره، نرخ تعیین و اعلام کرد که در سال ۱۴۰۱ سقف مجاز افزایش اجاره بها در شهر تهران ۲۵ درصد، دیگر کلانشهرها ۲۰ درصد و سایر شهرهای کشور ۱۵ درصد خواهد بود. همسویی سیاست‌های نرخ‌گذاری و عدم اعلام قیمت، این گمانه را تقویت می‌کند که دولت قصد دارد از طریق نشانگرهای آماری، انتظارات تورمی در بازار مسکن را کنترل کند.

از آذرماه ۱۳۹۶ که به نوعی آغاز رشد بازارهای ارز، طلا و مسکن محسوب می‌شود، رقابت منفی در تعیین قیمت‌ها برای بازار مسکن، این بازار را در مسیر رکوردهای افزایشی قرار داد. به دنبال آن شاهد نوعی هرج و مرج قیمتی در سایت‌های فروش ملک بودیم که صدای رئیس اتحادیه مشاوران املاک را درآورد. مصطفی‌قلی خسروی در اواخر سال گذشته گفته بود: «متوسط قیمت مسکن در تهران طبق آمار رسمی حدودا متری ۳۲ میلیون تومان است، اما میانگین قیمت‌های پیشنهادی در سایت‌های فروش بیش از ۵۰ میلیون تومان است. این یعنی هر کس هر قیمتی دلش می‌خواهد برای خانه خود تعیین می‌کند و مدیران این سامانه‌ها هیچ نظارتی بر آن ندارند. بارها اعلام کردیم نرخ‌های دلبخواه باعث ایجاد تنش در بازار مسکن می‌شود، اما کماکان شاهد قیمت‌های کاذب در سامانه‌های ملکی هستیم.»

از طرف دیگر، مهدی سلطان‌محمدی کارشناس بازار مسکن در مخالفت با حذف قیمت بیان می‌کند: «اگر اجازه داده شود که گردش آزاد اطلاعات وجود داشته باشد در صورتی که ۱۰ واحد نزدیک به خواسته خود در همین اطلاعات داشته باشید، می‌توانید انتخاب بهتری هم داشته باشید؛ چراکه از تنوع بیشتری برخوردار است. کسی که قصد خرید خانه دارد از خردی برخوردار است که انتخاب بهتری می‌تواند داشته باشد، نه اینکه حق‌های انتخاب از او سلب شود. بهترین راه این است که گردش بهتر اطلاعات را فراهم کرد و اجازه دهیم به بهترین نحو ممکن و با حق انتخاب‌های بیشتری انجام شود. باید در نظر داشت که قیمت‌گذاری‌های مجازی موجب جهش قیمت نمی‌شود.»

بخش خصوصی خواستار تغییر ریل در سیاست‌گذاری اقتصاد دانش‌بنیان شد

۳ خطای سیاست‌گذاری دانش‌بنیان

فرصت امروز: هرچند نقش دانش در اقتصاد، از دیرباز مورد توجه بوده، اما اقتصاد دانش‌بنیان از مباحث نوین و نوظهوری است که در چند سال گذشته مطرح شده و در ایران نیز سال ۱۴۰۱ به نام آن مزین شده است. با این حال، نحوه سیاست‌گذاری در اقتصاد دانش‌بنیان، موضوعی است که مورد نقد بخش خصوصی قرار دارد و این هفته بازوی پژوهشی پارلمان بخش خصوصی در گزارشی نسبت به خطای سیاستی در تولید نوآور و دانش‌بنیان هشدار داد. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، نحوه سیاست‌گذاری درباره شرکت‌های دانش‌بنیان، راه ورود رانت‌جویان به این عرصه را باز می‌کند و باعث حذف کارآفرینان واقعی فاقد قدرت چانه‌زنی خواهد شد.

در واقع، نظام تصمیم‌گیری کشور قصد دارد با افزایش فعالیت و تعداد بنگاه‌های نوآور، به اقتصاد دانش‌بنیان دست یابد، اما این مسیر به اقتصاد دانش‌بنیان منتهی نخواهد شد، چراکه این نوع نگاه کمی به اقتصاد دانش‌بنیان نه تنها سطحی‌نگرانه و ساده‌انگارانه است، بلکه از تبعات این نحوه سیاست‌گذاری، ورود رانت‌جویان و حذف کارآفرینان و نوآوران واقعی است. به نظر می‌رسد تولید دانش‌بنیان گرفتار ساده‌انگاری و خطاهای سیاستی است و با توجه به تله‌های متعددی که در مسیر دانشی‌شدن اقتصاد و صنعت در کشور وجود دارد، نمی‌توان به آینده بنگاه‌های دانش‌بنیان دل بست. بنابراین تغییر ریل سیاست‌گذاری اقتصاد دانش‌بنیان و تغییر رویکرد حمایت از فعالیت‌های دانش‌بنیان در کشور از رویه‌های مبتنی بر توزیع رانت به سمت رویه‌های مبتنی بر بسترسازی و تضمین امنیت سرمایه‌گذاری، لازم و ضروری است.

لزوم تغییر ریل اقتصاد دانش‌بنیان

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش تازه خود به بررسی «اقتصاد دانش‌بنیان؛ مفهوم، الزامات، شاخص‌ها و راهکارها» پرداخته و نسبت به در پیش گرفتن سیاست فعلی برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان هشدار داده است. بازوی پژوهشی اتاق ایران در این گزارش با تأکید بر اینکه نظام تصمیم‌گیری در ایران با تخصیص رانت به شرکت‌های دانش‌بنیان، قصد دارد تا از طریق افزایش فعالیت و تعداد آنها، به اقتصاد دانش‌بنیان دست یابد، نوشته است: نمی‌توان در جامعه‌ای که مناسبات مبتنی بر برتری دانش و علم حاکم نیست به‌صورت دوپینگی یک اقتصاد دانش‌بنیان شکل داد. حتی اگر فرض کنیم افزایش کمی و کیفی شرکت‌های دانش‌بنیان به‌تنهایی منجر به تحقق اقتصاد دانش‌بنیان می‌شود، باز هم پیگیری این راهبرد در اقتصاد ایران از طریق توزیع رانت و امتیازات ویژه با علامت سؤال روبه‌رو است. در یک اقتصاد رانتی، که رانت‌جویان برای دهه‌های متمادی مستقر بوده‌اند و از طریق تأسیس سازمان از بازدهی صعودی ماتریس برهم فزاینده اجتماعی برخوردار بوده و قدرت چانه‌زنی بالایی را کسب کرده‌اند، توزیع رانت بدون در نظر گرفتن امکان شکل‌گیری رقابت مخرب برای تصاحب آن و قدرت چانه‌زنی پایین شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا در مقابل رانت‌جویان صاحب قدرت چانه‌زنی در نظام سیاسی ایران به‌کلی میزان دستیابی این راهبرد را به اهداف خود با مخاطره روبه‌رو می‌کند.

بنابراین این نحوه سیاست‌گذاری درخصوص شرکت‌های دانش‌بنیان موجب ورود رانت‌جویان به این عرصه و حذف کارآفرینان و نوآوران واقعی که از قدرت چانه‌زنی کمی برخوردار هستند، خواهد شد. هرچند بر روی کاغذ تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان به‌صورت فزاینده رو به افزایش است، اما تعداد کمی از آنها در واقع به دنبال کسب سود از طریق خلق و عرضه دانش هستند و مابقی که سهم‌شان نیز به‌موازات افزایش امتیازات و رانت‌ها در این زمینه رو به افزایش است، به دنبال کسب سود از طریق جذب رانت هستند.

براساس این گزارش، تحقق تولید دانش‌بنیان در ایران به‌سادگی ممکن نیست. سه‌خطای مسیر کنونی اقتصاد دانش‌بنیان در ایران این است که اولا به‌جای دیدن کل نظام اجتماعی کشور، تنها اقتصاد مورد توجه قرار گرفته؛ غافل از اینکه دانش‌بنیان شدن تولید، محتاج تقدم یافتن دانش بر مناسبات سیاسی، نظامی و اجتماعی کل کشور است. دوم اینکه در عمده اقدامات، جای خالی بهره‌وری و آزادی اقتصادی احساس می‌شود. کم‌توجهی به مقوله بهره‌وری در حالی در طول و عرض برنامه‌های دولت احساس می‌شود که توجه به بهره‌وری می‌تواند هم مسئله دانشی‌شدن بنگاه و تولید را حل کند و هم به کلاف سردرگم سیاست‌گذاری برای توسعه صنایع دانش‌بنیان پایان دهد. کم‌توجهی به آزادی اقتصادی بنگاه‌ها نیز از آن جهت عجیب است که بدون این مهم، انگیزه سرمایه‌گذاری از بین خواهد رفت. خطای سوم به بی‌توجهی سیاست‌گذار به توسعه صنایع کاربر برمی‌گردد. از آنجا که کشور با خیل عظیم تحصیلکرده‌های بیکار مواجه است، ایجاد اشتغال از طریق رشد صنعتی، موضوعی حیاتی است، اما به دلیل اینکه توسعه صنایع دانش‌بنیان عمدتا سرمایه‌بر بوده و به جای نیروی کار از ماشین و فناوری سود می‌برد، کمک چندانی به حل معضل بیکاری نمی‌کند.

دوپینگ اقتصاد دانش‌بنیان در ایران

طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، نمی‌توان در جامعه‌ای که مناسبات مبتنی بر برتری دانش و علم حاکم نیست، به صورت دوپینگی یک اقتصاد دانش‌بنیان را شکل داد. در یک نظام دانش‌بنیان، دانش نه‌تنها در شیوه تولید بلکه در تمامی مناسبات اجتماعی و سیاسی، دست بالا را به لحاظ قدرت چانه‌زنی دارد. همان‌طور که بسیاری از کشورهای در حال توسعه، به‌رغم داشتن تعداد زیادی از صنایع و کارخانه‌های وارداتی و تولیدات صنعتی، هیچ‌گاه در زمره اقتصادهای صنعتی طبقه‌بندی نشدند، صرف داشتن شرکت‌های دانش‌بنیان نیز شرط کافی برای تحقق اقتصاد دانش‌بنیان نیست. بنابراین تحقق این نظم اقتصادی مدرن، نیازمند فراهم‌آوردن پیش‌نیازها و مقدمات و انجام اصلاحات مربوطه در تمامی حوزه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است.

به‌رغم وجود کارخانه‌ها و بنگاه‌های اقتصادی متعدد در زمینه‌های گوناگون که تحت مالکیت بخش دولتی و خصوصی هستند، هنوز ایران را نمی‌توان در زمره اقتصاد صنعتی برشمرد که این مسئله خود نشان‌دهنده ناکارآمدی سیاست‌ها و هدف‌گذاری‌های برآمده از درک سطحی در مواجهه با پدیده‌های عمیق اجتماعی همچون انقلاب صنعتی است که در فقره تولید دانش‌بنیان نیز ردپای آن را می‌توان دید. این تفکر به شکلی از سیاست‌گذاری درخصوص شرکت‌های دانش‌بنیان ختم خواهد شد تا زمینه ورود رانت‌جویان به این عرصه و حذف کارآفرینان و نوآوران واقعی که از قدرت چانه‌زنی کمی برخوردار هستند، ایجاد شود. در واقع، هرچند روی کاغذ تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان به صورت فزاینده‌ای رو به افزایش است، اما تعداد کمی از آنها در واقع به دنبال کسب سود از طریق خلق و عرضه دانش هستند و مابقی که سهم‌شان نیز به موازات افزایش امتیازات و رانت‌ها در این زمینه رو به افزایش است، به دنبال کسب سود از طریق جذب رانت هستند. بنابراین همان‌طور که آمارها نیز تایید می‌کنند، بهره‌وری و دستاوردهای قابل انتظار همتراز این روند فزاینده تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان، تغییر نمی‌کند. حال اگر می‌خواهیم به سمت تحقق اهداف گام برداریم، باید دقیقا فرآیند گذار به وضعیتی تازه را درک کنیم.

از مهمترین الزامات نهادی و سازمانی تحقق تولید دانش‌بنیان که پیش‌نیاز تحقق اقتصاد دانش‌بنیان در جامعه به شمار می‌روند، همه سازوکارها و مجاری اثرگذاری است که بر شکل‌گیری و حیات اقتصاد دانش‌بنیان می‌گذارند. این موارد به ترتیب شامل تضمین حقوق مالکیت فکری و کاهش هزینه مبادلات مبتنی بر دانش، مبارزه با فساد، نقش‌آفرینی برنامه‌محور دولت، استفاده حداکثری از سرمایه انسانی و مادی موجود، نظام انگیزشی مشوق فعالیت‌های تولیدی و تعامل بین‌المللی و ادغام در زنجیره‌های ارزش جهانی هستند. به این ترتیب می‌توان ادعا کرد نه‌تنها مبانی سیاست‌گذاری برای تولید دانش‌بنیان با بحران روبه‌روست، بلکه پایه‌های فعالیت اقتصادی مبتنی بر روندهای دانشی نیز در کشور چندان آماده نبوده و همین عامل اثر بسیاری بر به ثمر نشستن سیاست‌ها دارد.

حمل‌ونقل ریلی

۲ سناریو برای بازار رمزارزها

بیت‌کوین دوباره ریخت

بیت‌کوین در ۲۴ ساعت گذشته بیش از ۵ درصد ریزش کرد و دوباره به محدوده ۲۹ هزار دلار رسید. نوسان در بازار رمزارزها زیاد است و بیت‌کوین دوباره کانال ۳۰ هزار دلار را از دست داد. تقریبا چند هفته‌ای می‌شود که بزرگ‌ترین ارز دیجیتال در محدوده قیمتی ۲۹ تا ۳۲ هزار دلار معامله می‌شود. اگر بتواند بالای ۳۲ هزار دلار تثبیت شود هدف قیمتی بعدی ۳۷ هزار دلار است. اگر هم حمایت ۲۸ هزار دلار را به پایین بشکند، احتمالا تا ۲۳ هزار دلار سقوط می‌کند، اما فعلا فقط به این اعداد حمله کرده است.

پس از آنکه بیت‌کوین دو روز قبل بیش از ۵ درصد رشد کرد و به محدوده ۳۲ هزار دلار رسید، برخی از کارشناسان ادعا کردند که رشد عظیم بازار در راه است، اما بازار روز گذشته دوباره ریزش کرد و به محدوده ۲۹ هزار دلار رسید. اگر به بازار رمزارزها برای سرمایه‌گذاری بلندمدت توجه دارید، کارشناسان عقیده دارند که قیمت‌های محدوده فعلی بسیار برای خرید بلندمدت مناسب هستند، اما اگر برای کوتاه‌مدت برنامه دارید بهتر است صبر کنید. چشم‌انداز اقتصاد کلان نشان می‌دهد که احتمالا بیت‌کوین ریزش می‌کند اما داده‌های زنجیره‌ای هم می‌گویند این رمزارز رشد می‌کند و به زودی سقف جدیدی می‌زند. به همین دلیل وضعیت غیرقابل پیش‌بینی شده است. ماجرا از این قرار است که همه چیز به سیاست‌های پولی آمریکا بستگی دارد. قطعا اگر نرخ بهره دوباره افزایش پیدا کند، بیت‌کوین باز هم ریزش می‌کند. برای همین است که بازار فعلا منتظر است تا تکلیف مشخص شود.

در همین حال، مدیرعامل بانک جی‌پی مورگان معتقد است که دردسرهای بیشتری برای سرمایه‌گذاران بیت‌کوین، اتریوم و کاردانو در پیش است. علی‌رغم کاهش بیش از ۵۰ درصدی بازار نسبت به بالاترین حد خود، جیمی دیمون، مدیرعامل جی پی مورگان می‌گوید که اتفاقات بدتری در پیش است و در حال حاضر دردسرهای این حوزه تازه شروع شده است. البته جیمی دیمون از حامیان ارزهای دیجیتال نبوده است. با این وجود، بانکی که او به‌عنوان مدیرعامل، ریاست آن را برعهده دارد، موضع خود را نسبت به دارایی‌های دیجیتال کاهش داده و با برنامه‌های مختلفی برای ارائه گزینه‌های معاملات ارز دیجیتال به مشتریان خود پیش رفته است. با توجه به بازار رمزارزهای دیجیتال همچنین این مورد که در حال حاضر بازار تا حدی در معرض دید قرار گرفته، دیمون توضیح داد که بانک انتظار کاهش بیشتری دارد.

او این موضع را در یک کنفرانس خدمات مالی اعلام کرد و گفت که «توفانی اقتصادی» بازار را تکان خواهد داد. بدیهی است که چنین چیزی در تمام بازارهای مالی موج می‌زند و بازار رمزارزهای دیجیتال نیز در امان نخواهد بود. دیمون به سرمایه‌گذاران ارزهای دیجیتال توصیه کرد که خود را آماده کنند زیرا وی انتظار نوسانات بازار را دارد. به دلیل این واقعیت که فدرال رزرو اجرای سیاست‌های انقباض کمّی را آغاز خواهد کرد و باعث می‌شود فدرال رزرو نقدینگی را از بازار حذف کند. دیمون هشدار داد: ابرهای توفانی در راه هستند و فقط نمی‌دانیم که این توفان کوچک است یا ابرتوفان خواهد بود.

به گزارش باینس، با نگاهی به نمودارها، نیازی به کارشناس نیست تا متوجه شویم که بازار رمزارزهای دیجیتال در نیمه اول سال ۲۰۲۲ خشن بوده است. سقوط بیش از یک تریلیون دلار در کمتر از یک سال بازار را از بین برده است و اگر دیمون درست بگوید، ممکن است تنها آغاز راه باشد. اگر فدرال رزرو انقباضات کمّی را آغاز کند و نقدینگی را از بازار خارج کند، بر قدرت خرید اکثر سرمایه‌گذاران تاثیر می‌گذارد و باعث می‌شود پول بیشتری از ارزهای دیجیتال خارج شود. چنین کاهشی می‌تواند بازار را چند سال عقب بیندازد و آن را در پایین‌ترین سطح سال ۲۰۲۰ قرار دهد. اگر بازار رمزارز به روند بازار سهام ادامه دهد که در سال جاری در نزول مداوم بوده است، کاهش شدید نقدینگی باعث می‌شود که بازار سهام به‌طور قابل‌توجهی تکان بخورد و تاثیر نامطلوبی در بازار رمزارزهای دیجیتال ایجاد کند.

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی
دو مرحله ای شهرداری اراک

شهرداری اراک

شهرداری اراک در نظر دارد بر اساس بودجه مصوب سال جاری نسبت به پایش و بازنگری برنامه راهبردی عملیاتی سند چشم انداز شهرداری اراک با مشخصات ذیلاقدام نماید.

عنوان مناقصه و مبلغ تضمین :	پایش و بازنگری برنامه راهبردی عملیاتی سند چشم انداز شهرداری اراک (شماره مناقصه در سامانه ستاد: ۲۰۰۱۰۰۵۱۱۱۰۰۰۰۲۳)
نحوه و زمان دریافت اسناد مناقصه	دریافت اسناد مناقصه از ساعت ۱۴:۰۰ روز سه شنبه ۱۴۰۱/۰۳/۱۷تا ساعت ۱۴:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۳/۲۴به مدت ۷ روز و صرفا» از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir امکان پذیر می باشد .
آخرین مهلت بارگذاری مدارک و پیشنهاد قیمت	آخرین مهلت بارگذاری مدارک بصورت الکترونیکی در سامانه ستاد با رعایت موارد مندرج در اسناد مناقصه و تحویل نسخه فیزیکی ضمانت نامه یا فیش واریزی به دبیرخانه شهرداری تا ساعت ۱۴:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۰۴ می باشد .
میزان و نوع تضمین شرکت در مناقصه	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال و صرفا در قالب ضمانت نامه بانکی (فرایند ارجاع کار) با ۳ ماه اعتبار یا فیش واریزی به حساب سپرده پیمانکاران شهرداری به شماره حساب ۱۰۰۹۷۳۳۳۳۳۳۸ بانک شهر شعبه شهید بهشتی
زمان گشایش پاکت ها و محل تشکیل کمیسیون مناقصه	روز یک شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۰۵ راس ساعت ۱۲:۳۰ دفتر معاون مالی و اقتصادی – حضور شرکت کنندگان بلامانع است (همراه داشتن معرفی نامه جهت شرکت در جلسه مناقصه الزامی است) .
حداقل صلاحیت شرکت کننده	مشاوران دارای گواهی صلاحیت خدمات مشاوره رتبه یک از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور در رشته‌های شهرسازی و مطالعات جغرافیایی و برنامه ریزی فضایی

به پیشنهادات مبهم، مشروط ، فاقد شرایط قانونی، فاقد ضمانت نامه یا فیش واریزی و یا به میزان کم تر از مبلغ تضمین و خارج از مهلت ترتیب اثر داده نمی شود.
هزینه کارمزد سامانه ستاد بعهده برنده مناقصه خواهد بود .
سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است .
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد شرکت کنندگان در مناقصه و بازگشایی پاکت ها از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی: www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است شرکت کنندگان در مناقصه در صورت عدم عضویت، مراحل ثبت نام در سامانه مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه انجام دهند .

لذا متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانند به امور قراردادهای شهرداری مرکز واقع در خیابان جهاد –فاز ۲ شهرک شهید بهشتی شهرداری اراک مراجعه و یا با شماره تلفن ۳-۳۳۱۳۶۰۹۱-۰۸۶ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۳/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۳/۱۸
علیرضا کریمی – شهردار اراک
۲۸۸

فراخوان مناقصه عمومی
یک مرحله‌ای جدول‌گذاری، زیرسازی و آسفالت معابر
دهیاری مهرآباد
دهیاری مهرآباد
نوبت دوم

دهیاری مهرآباد درنظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله‌ای جدول‌گذاری، زیرسازی و آسفالت معابر را به استناد شماره مصوبه ۱۴/۱۳ و به شماره فراخوان ۲۰۰۱۰۹۴۸۷۰۰۰۰۰۱ با فرایند ارجاع کار به مبلغ ۳۳۳/۸۰۷/۲۰۴ ریال و مبلغ مناقصه ۶/۶۷۶/۱۴۴/۰۷۷ ریال را ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه ازدریافت اسنادمناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت‌ها ازطریق درگاه سامانه الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهدشد و لازم است مناقصه گران درصورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام درسایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی راجهت شرکت درمناقصه محقق سازند، تاریخ انتشار مناقصه درسامانه ۱۴۰۱/۰۳/۰۸ می باشد. ضمنا مناقصه دارای تفاهم نامه تحویل قیر رایگان از بنیاد مسکن انقلاب اسلامی شهرستان اراک به شماره تفاهم‌نامه ۱۴/۱۹۵۱ مورخ ۱۴۰۱/۰۱/۲۲ می‌باشد. و همچنین هزینه انتشار آگهی با برنده مناقصه می‌باشد.
آخرین مهلت زمان دریافت اسنادمناقصه ازسایت: روز دوشنبه ۱۴۰۱/۰۳/۱۶
آخرین مهلت زمان ارائه پیشنهاد: روز شنبه ۱۴۰۱/۰۳/۲۸
مهلت بازگشایی پاکت‌ها: روز یکشنبه ۱۴۰۱/۰۳/۲۹
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسنادمناقصه و ارائه پاکت های الف: استان مرکزی، شهرستان اراک، روستای مهرآباد، تلفن ۰۹۱۸۶۲۰۲۹۳۲

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۳/۰۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۳/۱۸
دهیاری مهرآباد
۲۵۹

نگاه

رکود فرسایشی بورس تمام می‌شود؟

۴ مولفه برای بازار سرمایه

شاخص بورس تهران برخلاف دو ماه نخست سال، از ابتدای خردادماه وارد دوره اصلاح شده و هفته گذشته برای دومین هفته متوالی عقب‌نشینی کرد. همزمان با افت ۱.۴ درصدی شاخص کل بورس در هفته دوم خردادماه به موازات رشد قیمت دلار در بازار آزاد، ارزش معاملات خرد سهام نیز سقوط قابل توجهی را تجربه کرد و هم ارزش و هم حجم معاملات به کمترین سطح از ابتدای سال رسید. انتشار اخبار پالایشی‌ها و گزارش‌های ضعیف‌تر از انتظار برخی شرکت‌ها، خبر واگذاری خودرویی‌ها و شایعات مربوط به نرخ‌های غیرمنطقی و همچنین عرضه خودرو در بورس کالا و در نهایت وضعیت مبهم مذاکرات احیای برجام از جمله دلایلی است که تحلیلگران در چرایی وضعیت رخوتناک این روزهای بورس بیان می‌کنند.

در این زمینه، سیدحمید میرمعینی، کارشناس بورس بر این باور است که سرنوشت سهامداران به موضع‌گیری سیاسی، مصوبات اقتصادی دولت، وضعیت بازارهای جهانی و سیاست‌گذاری سازمان بورس گره خورده است. او در یادداشتی با عنوان «چهار مولفه برای یک بازار» می‌نویسد: «با توجه به پیچیدگی‌هایی که در روابط بین‌الملل وجود دارد و همین‌طور تنوع و تعدد تغییرات محیطی که اتفاق می‌افتد، پیش‌بینی اینکه بازار بورس امسال چه روندی را طی خواهد کرد، بسیار دشوار است. اما به هر حال می‌توان متغیرها و مولفه‌های اساسی را که در روند آتی، بازارها و اقتصاد را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد و به نوعی سناریوسازی می‌کند، مورد بررسی قرار داد. اکثر فعالان اقتصادی از جمله فعالان بازار سرمایه عمدتا به سناریوسازی، تشکیل، تدوین و طراحی درخت‌واره احتمالات با هدف واکنش نشان دادن به تغییرات محیطی آینده روی آورده‌اند که بسیار مفید است. در مورد بازار سرمایه باید چهار مولفه کلان مورد بررسی و ارزیابی قرار بگیرد که هر یک از این مولفه‌ها به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم می‌شود که می‌توان با این چهار مولفه به درخت‌واره احتمالات دست پیدا کرد.

یکی از این مولفه‌ها که اساس تغییرات اقتصاد و بازار سرمایه را تشکیل می‌دهد، اوضاع سیاسی است که چه از لحاظ بین‌المللی و چه داخلی همیشه اصلی‌ترین، مهمترین و غالب‌ترین مولفه‌ای است که بر روند اقتصادی کشور حاکم است. محدودیت‌های تحریم، آسیب جدی به وضعیت اقتصاد کشور وارد آورده و به تبع آن، شرکت‌های بازرگانی محدودیت‌هایی در بحث واردات و صادرات دارند و به راحتی قادر به انجام مبادلات بین‌المللی نیستند؛ تا جایی که بیشتر شرکت‌ها به ویژه در بحث صادرات با مشکلاتی نظیر نقل و انتقال پول و افزایش هزینه‌های معاملاتی مواجه هستند. شرکت‌هایی که واردکننده هستند و قطعات، تجهیزات، مواد اولیه و... وارد می‌کنند به خاطر همین محدودیت‌ها مشکلاتی دارند. بنابراین اگر توافق برجام احیا شود، می‌توانیم امیدوار باشیم که امسال، سال خوبی برای بورس باشد، چراکه رفع محدودیت‌های تحریم می‌تواند تاثیر عمیق و مثبتی روی اکثر فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بگذارد و حتی تکنولوژی‌های داخل را متحول کند. با برداشتن محدودیت‌های تحریمی می‌توانیم به یک رونق نسبی دست پیدا کنیم و بحران‌ها را پشت سر بگذاریم. درخصوص اوضاع سیاست داخلی هم با توجه به فشارهای زیاد اقتصادی که در جامعه وجود دارد، هر لحظه ممکن است اوضاع سیاسی تنش‌زا و متشنج شود که این مسئله تاثیر بسزایی روی بازار سرمایه خواهد گذاشت.

دومین مولفه کلان تاثیرگذار که امسال نیز بورس را متأثر از خود خواهد کرد، بحث سیاست‌گذاری‌های اقتصادی دولت است که در قالب بودجه، تعیین نرخ سود بانکی، بسته‌های سیاستی که در طول سال اجرا می‌کند، سیاست خصوصی‌سازی، قیمت‌گذاری‌های دستوری و... بروز و ظهور پیدا می‌کند. دولت می‌تواند به صورت کلان در اقتصاد ورود کند و یا سیاست‌های حمایتی درخصوص بازار سرمایه اعمال نماید. بنابراین سیاست‌گذاری‌های اقتصادی امسال دولت روی بازار سرمایه بسیار مشهود و اثرگذار است که با پیش‌بینی این سیاست‌گذاری‌ها می‌توان چشم‌انداز بازار سرمایه را مورد تحلیل و ارزیابی قرار داد. می‌توان تاثیرات اعمال هرگونه مقررات و ابلاغیه‌های جدید دولت را روی بازار سرمایه سریعا بررسی کرد. به هر حال تا حدودی می‌شود با توافق یا بدون توافق برجام پیش‌بینی کرد که سیاست‌گذاری‌های دولت در چه حوزه‌هایی می‌تواند اتفاق بیفتد. به عنوان مثال، تعیین نرخ دلار بر روی بازار سرمایه بسیار اثرگذار است.

سومین مولفه کلان مهم در روند جریانات بورسی، بحث بازارهای جهانی است. بازارهای جهانی بالطبع در سه سال گذشته به خاطر مشکلات ناشی از کرونا، ملتهب بود که پس از واکسیناسیون، رشد خود را آغاز کرد، اما با وقوع جنگ روسیه و اوکراین، بازارها دوباره ملتهب شدند؛ قیمت جهانی نفت افزایش پیدا کرد. این تغییرات قیمت‌های جهانی از جمله نفت، محصولات پتروشیمی، فلزات رنگین، مواد معدنی و... بازار سرمایه داخل را تحت تاثیر قرار داد، چراکه محصولات خیلی از شرکت‌های مهم بازار سرمایه داخل و شرکت‌های صادرات‌محور، متأثر از قیمت‌گذاری محصولات جهانی هستند.

چهارمین عامل کلان، عملکرد و سیاست‌گذاری سازمان بورس است که درخصوص توسعه بازار و تغییرات زیرساخت‌ها از جمله دامنه نوسانات، حجم مبنا، تغییر در کشف قیمت‌ها، مقرراتی که برای ناشران می‌گذارد، عمق‌دهی به بازار و حمایت از نهادهای مالی بسیار تاثیرگذار است. سازمان بورس که متولی بازار سرمایه است، نقش مهمی در ایجاد زیرساخت‌ها و بسترهای توسعه در بازار آینده سرمایه ایفا می‌کند. با بررسی این چهار مولفه می‌توان به نوعی سناریوهایی چید که بتوان آمادگی پیدا کرد تا واکنش‌هایی را نسبت به تغییرات این متغیرها نشان داد و به خوبی این تغییرات را مدیریت کرد. در مجموع فکر می‌کنم عامل اصلی و تعیین‌کننده در جهت اقتصاد و رویدادهای سیاسی داخلی و تغییرات اجتماعی کشور در سال ۱۴۰۱، توافق برجام باشد. ما با برجام، مسیر بسیار متفاوتی پیش رو خواهیم داشت و می‌توانیم به تغییرات شاخص‌ها به صورت واقعی خوش‌بین باشیم و بازار سرمایه خوبی داشته باشیم. در چنین فضایی هم شرکت‌های صادراتی و هم وارداتی تحت تاثیرات مثبت قرار می‌گیرند، بازارهای موازی مانند طلا، خودرو و مسکن راکد خواهند بود و نهایتا بازار سرمایه در چنین جوی از همه بازارها جذاب‌تر خواهد بود و جریان نقدینگی به سمت بورس هدایت خواهد شد، ولی در صورت توافق نکردن، ما شاهد بحرانی‌تر شدن اوضاع اقتصادی و سیاسی و اجتماعی خواهیم بود که تبعات آن، گریبان بازار سرمایه را نیز خواهد گرفت.»

نوسان بورس در کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحدی ادامه دارد

الاکلنگ بورس و فرابورس

فرصت امروز: پس از روز سه‌شنبه ۲۷ اردیبهشت ماه که شاخص کل سهام پس از نزدیک به ۲۰ ماه به مقاومت مهم ۱،۶ میلیون واحدی رسید، حالا چند روز متوالی است که در مدار منفی گام برمی‌دارد و در کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد در نوسان است. پیش از این، نماگر اصلی تالار شیشه‌ای از آخرین روزهای سال گذشته تا پایان اردیبهشت ماه روند صعودی خوبی را آغاز کرده بود و در صدر بازدهی بازارهای مالی در دو ماه نخست سال قرار گرفته بود، اما با شروع خردادماه لرزه بر تن بورس افتاد، به طوری که شاخص کل بورس نتوانست در عبور از کانال ۱،۵ میلیون واحد موفق باشد و همچنان در این محدوده مقاومتی بالا و پایین می‌رود. وضعیتی که موجی از نگرانی را در میان سرمایه‌گذاران بورسی ایجاد کرده است؛ بورس‌بازان و سهامدارانی که با توجه به اتفاقات تلخ مردادماه ۹۹ هرگاه بازار با نوسان مواجه می‌شود دست به ماشه فروش می‌برند.

حال سوال این است که چه تحولاتی باعث افت و خیز شدید بورس در روزهای گذشته شده است؟ به اعتقاد کارشناسان، تحولات روزهای اخیر بورس تهران به نظر می‌رسد به شایعات افزایش نرخ بهره بانکی مربوط باشد و همین‌طور روند صعودی نرخ سود بین بانکی، عامل دیگر روند نزولی شاخص بورس است. با وجود رشد ۳۳ درصدی بورس از ابتدای بهمن‌ماه پارسال تا اواخر اردیبهشت‌ماه امسال، از آخرین روزهای ماه گذشته بازار سهام وارد یک روند نزولی شده که این روند نزولی به کاهش ارزش معاملات خرد منجر شده و ارزش و حجم معاملات به کمترین سطح از ابتدای سال رسیده است.

ریشه‌یابی نزول بازار سهام

شاخص کل بورس تهران روز دوشنبه ۱،۷ درصد ارزش خود را از دست داد و دیروز هم روزی پرنوسان را پشت سر گذاشت و در نهایت به افزایش یک هزار و ۷۳ واحدی اکتفا کرد. سوال اصلی کارشناسان این است که چه تحولاتی باعث افت و خیز شدید بورس در روزهای گذشته شده است؟ به اعتقاد کارشناسان، تحولات این روزهای بورس تهران به نظر می‌رسد به شایعات افزایش نرخ بهره بانکی مربوط باشد و همین‌طور روند صعودی نرخ سود بین بانکی، عامل دیگر روند نزولی شاخص بورس است. با وجود رشد ۳۳ درصدی بورس از ابتدای بهمن‌ماه پارسال تا اواخر اردیبهشت‌ماه امسال، از آخرین روزهای ماه گذشته بازار سهام وارد یک روند نزولی شده که این روند نزولی به کاهش ارزش معاملات خرد منجر شده است.

تحلیلگران معتقدند به لحاظ بنیادی رابطه زیادی بین نرخ بهره و نوسان‌های اقتصادی وجود دارد. کاهش نرخ بهره می‌تواند به یکی از عوامل رشد شاخص و افزایش نرخ بهره و به یکی از دلایل افت شاخص منجر شود. چنین تجربه‌ای در گذشته نیز وجود داشته است؛ به طوری که در بهار ۹۹ نرخ بهره اوراق با درآمد ثابت با کاهش و شاخص‌های بورس با رشدهای افراطی مواجه شد و بعد از آن همگام با رشد دوباره نرخ بهره اوراق بدهی شاخص‌های بورس کاهش یافتند. در چنین شرایطی از یک هفته پیش زمزمه‌ها و شایعات تأییدنشده‌ای در مورد افزایش نرخ بهره بانکی شنیده می‌شود. همگام با این شایعات، آمارها نشان می‌دهد نرخ بهره بین بانکی از ابتدای امسال تاکنون روند صعودی داشته و از محدوده ۲۰،۳۶ درصد به ۲۰،۵۵ درصد رسیده است. به باور فعالان بازار سرمایه، افزایش نرخ بهره بین‌بانکی و افزایش گمانه‌زنی‌ها در مورد احتمال افزایش نرخ سود بانکی از جمله دلایلی است که به افت شاخص بورس در یک هفته گذشته منجر شده است.

هنوز مشخص نیست که آیا شایعات مربوط به افزایش نرخ بهره بانکی صحت دارد و آیا نرخ بهره بین‌بانکی نیز به روند رو به رشدش ادامه خواهد داد یا خیر؟ اما برخی تحلیلگران بر این باورند که سیاست‌گذار پولی به منظور کنترل تورم چاره‌ای جز افزایش نرخ بهره در کوتاه‌مدت ندارد و به احتمال زیاد نرخ بهره افزایش خواهد یافت. هفته قبل نیز معاون اقتصادی بانک مرکزی تلویحا از افزایش نرخ بهره بانکی حمایت کرده بود که همین اعلام نظر بر موج گمانه‌زنی‌ها برای افزایش نرخ سود بانکی دامن زد. به‌گفته پیمان قربانی، نرخ سود سپرده‌ها از تیرماه ۱۳۹۵ به دلیل وجود عوامل و ملاحظات مختلف تغییری نکرده، اما سیاست‌گذار پولی می‌تواند در افق پیش‌رو و با توجه به شرایط نسبت به تعدیل نرخ سود سپرده و تسهیلات بانکی اقدام کند. در کنار این تحولات به اعتقاد کارشناسان، نگرانی بورس و سرمایه‌گذاران نسبت به احتمال تصویب قطعنامه شورای حکام آژانس انرژی اتمی و همچنین رشد قیمت ارز در کشور و از سوی دیگر جنگ روسیه و اوکراین و به دنبال آن تحریم نفتی روسیه و افزایش قیمت مواد اولیه مانند فلزات و مواد معدنی در روند نزولی بورس نقش داشته است.

حرکت خلاف جهت شاخص‌ها

بورس تهران که روز سه‌شنبه برخلاف روزهای گذشته سعی داشت روندی صعودی داشته باشد، در میانه‌های راه دوباره از صعود بازماند و شاخص کل دوباره به سمت نزول گام برداشت. هرچند در نهایت شاخص کل بورس با یک هزار و ۷۳ واحد افزایش به رقم یک میلیون و ۵۱۵ هزار واحد رسید. در سمت دیگر بازار اما شاخص کل فرابورس با کاهش ۱۵،۶۶ واحدی به رقم ۲۰ هزار و ۸۳۸ واحد رسید. در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۱۷ خردادماه، بیش از ۵ میلیارد و ۶۳۱ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۶ هزار و ۳۹۳ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد. شاخص کل هم‌وزن نیز با ۹۴۱ واحد کاهش به رقم ۴۱۹ هزار و ۶۴ واحد رسید. شاخص بازار اول، افزایش یک هزار و ۸۲ واحدی و شاخص بازار دوم، افزایش یک هزار و ۲۴۵ واحدی را تجربه کردند.

شرکت پالایش نفت اصفهان با ۴۷۸ واحد، شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۳۶۹ واحد، شرکت پالایش نفت تهران با ۲۹۹ واحد، شرکت پتروشیمی پردیس با ۲۶۳ واحد و شرکت معدنی و صنعتی گل گهر با ۲۰۱ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل نیز شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران با ۵۳۲ واحد، شرکت ملی صنایع مس ایران با ۱۰۰،۷ واحد، بانک ملت با ۹۹ واحد، شرکت معدنی و صنعتی چادرملو با ۹۰ واحد و شرکت صنعتی زرماکارون با ۸۴ واحد با تاثیر منفی بر رشد شاخص کل همراه شدند.

گروه خودرو با ۴۵ هزار و ۵۵۲ معامله به ارزش ۳ هزار و ۲۵۲ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسی نشست. همچنین گروه فلزات اساسی با ۳۱ هزار و ۲۷۷ معامله به ارزش ۳ هزار و ۷۱ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۳۰ هزار و ۸۰۸ معامله به ارزش ۲ هزار و ۲۹۶ میلیارد ریال، گروه فرآورده‌های نفتی با ۲۲ هزار و ۷۲۵معامله به ارزش یک هزار و ۸۸۳ میلیارد ریال و گروه سیمان با ۲۲ هزار و ۸۱۸ معامله به ارزش یک هزار و ۸۱۲ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

در جریان معاملات روز سه‌شنبه فرابورس ایران نیز شاخص کل فرابورس با کاهش ۱۵،۶۶ واحدی به رقم ۲۰ هزار و ۸۳۸ واحد رسید. در این بازار بیش از ۲ میلیارد و ۷۵۳ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۵ هزار و ۶۹ میلیارد ریال دادوستد شد. شرکت پلیمر آریاساسول با ۲۵ واحد، شرکت بهمن دیزل با ۴،۶۸ واحد، شرکت تجلی توسعه معادن و فلزات با ۴،۶۲ واحد، شرکت توسعه سامانه نرم‌افزاری نگین با ۳،۸ واحد و شرکت سیمان ساوه با ۲،۵ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند. همچنین شرکت داروسازی دانا با ۸ واحد، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی با ۷ واحد، بیمه اتکایی ایرانیان با ۳،۶ واحد، شرکت صنایع مادیران با ۳،۰۷ واحد و شرکت اعتباری ملل با ۳ واحد با بیشترین تاثیر منفی بر رشد شاخص همراه شدند.

تکلیف پرداخت خسارت به صندوق‌های دزدیده شده چیست؟

امنیت و بیمه صندوق اجاره‌ای بانک‌ها

در پی سرقت از شعبه دانشگاه بانک ملی ایران، ۱۶۸ صندوق اجاره‌ای آسیب دیده و هنوز میزان دقیق خسارات وارده به صاحبان این صندوق‌ها مشخص نشده است. این ماجرا بحث‌های زیادی را درباره امنیت و بیمه این صندوق‌ها مطرح کرده، چنانکه یک مقام مسئول بانکی می‌گوید: به دلیل اینکه فقط مشتری از محتوای داخل صندوق اطلاع داشته و بانک بی‌اطلاع است و اثبات میزان و ارزش محتوای صندوق توسط مشتری تقریبا غیرممکن است، بیمه و بانک نمی‌توانند خسارت وارده را بپردازند مگر اینکه مشتری با بانک مربوطه به توافق برسد.

محمدرضا جمشیدی، دبیر کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی در این باره به ایسنا توضیح می‌دهد: ساختمان بانک و اموال آن تحت پوشش بیمه قرار دارد، اما صندوق بانک تحت پوشش بیمه نیست و بانک نیز در صورتی می‌تواند خسارات واردشده به این صندوق‌ها را بپردازد که مشتری بتواند ثابت کند که چه میزان کالا یا اشیا در صندوق داشته‌اند.

جمشیدی با بیان اینکه خسارات واردشده به صندوق بانک‌ها را بیمه پرداخت نمی‌کند، مگر اینکه مشتری از بانک شکایت کند تا موضوع تحت پیگیری قرار گیرد، می‌افزاید: از آنجا که نماینده بانک در زمان تحویل صندوق به مشتری شاهد اینکه مشتری چه چیزی را در صندوق برای امانت قرار داده، نیست؛ اثبات اینکه چه چیزی از سمت مشتری در صندوق قرار گرفته برای مواقع وقوع حادثه غیرممکن است. به عنوان مثال، اگر فردی ۱۰۰۰ سکه خریداری کرده باشد و آن را در صندوق بانک گذاشته باشد، در زمان وقوع حادثه برای صندوق در صورتی که سندی مبنی بر خرید این میزان سکه به بانک ارائه دهد هم نمی‌تواند اثبات کند که حتما این میزان سکه در صندوق قرار داشته است زیرا فقط خود مشتری از میزان دقیق محتوای صندوق اطلاع دارد و بانک از این موضوع بی‌خبر است. به گفته جمشیدی، البته در بانک‌ها صندوق ویژه‌ای برای اشیای گرانبها وجود دارد که مردم می‌توانند اشیای گرانبهای خود را به بانک بسپارند و هزینه نگهداری آن را نیز بپردازند که بیمه در صورت وقوع حادثه‌ای برای آن اشیا، خسارت وارده را پرداخت می‌کند.

همانطور که در صحبت‌های جمشیدی مشهود است، صندوق اجاره‌ای بانک‌ها اگرچه می‌تواند محل امنی برای متقاضیان خود باشد ولی محرمانگی اموال‌شان موجب شده تا در دریافت خسارت و یا پوشش بیمه‌ای در هنگام حوادث با چالش مواجه شوند. صندوق اجاره‌ای بانک در محدوده‌ای با امنیت بالا تعبیه می‌شود که عمدتا مجهز به سیستم‌های مدرن ایمنی و حفاظتی است و گاهی در محوطه‌ای با پوشش بتن نگهداری می‌شود. در بانک‌ها معمولا این‌گونه است که در هنگام بازشدن در صندوق و همچنین برای یادآوری زمان انقضای قرارداد اجاره، برای مشتری پیامک ارسال می‌شود. همچنین در مواردی نگهبان مسلح تمام وقت برای حفاظت از صندوق‌ها حضور دارد و یا سیستم‌های ضدحریق و همچنین ارتباط با نزدیک‌ترین مرکز نیروی انتظامی برای هشدار خودکار در مواقع خطر به عنوان تدابیر امنیتی در نظر گرفته می‌شود.

موضوع مورد توجه در مورد این صندوق‌ها، محرمانه ماندن اموالی است که در آن گذاشته می‌شود، یعنی به غیر خود شخص، کسی از محتوای آن مطلع نیست، حتی بانک هم نمی‌داند که داخل صندوق چه اقلامی قرار داده می‌شود که این، یک مورد مشخص در صندوق بانک‌هاست و از محتوای آن هم لیست‌برداری نمی‌شود. در هنگام باز کردن صندوق، یک کارمند بانک، صاحب صندوق را تا هنگام بازکردن آن همراهی می‌کند ولی اموال داخل را رصد نمی‌کند و بعد از اتمام کار مشتری، در صندوق بسته خواهد شد. در واقع، شرکت‌های بیمه نمی‌توانند با توجه به محتوای محرمانه این صندوق‌ها، به‌طور مشخص بیمه‌ای برای آنها در نظر بگیرند، بلکه به طور کلی صندوق امانات می‌تواند بیمه شود که در این مورد هم نوع پوشش بیمه‌ای و سقف آن مورد توجه خواهد بود. ممکن است داخل یک صندوق فقط اسناد و یا وسیله‌ای نگهداری شود که ارزش مالی چندانی ندارد و در صندوق دیگر یک عتیقه با ارزش چند میلیارد تومانی باشد، در این حالت حتی اگر پوشش بیمه‌ای هم به صورت کلی انجام شود، نمی‌تواند پاسخگوی هزینه و خسارت واردشده باشد.

از سویی اگر در ابتدا یک خوداظهاری هم در مورد کالاهایی که در صندوق امانات نگهداری می‌شود، صورت بگیرد ارزش کلی آن را نشان می‌دهد و باز هم تعیین کننده جزییات بیمه نخواهد بود ولی به هر ترتیب، با مشخص شدن شرایط و سازوکار لازم، به نظر نمی‌رسد شرکت‌های بیمه با مانعی برای پوشش بیمه‌ای مواجه باشند. بر این اساس با رخ دادن حادثه‌ای از قبیل سرقت برای یک بانک، آن بانک نمی‌تواند بگوید هیچ مسئولیتی در قبال سرقت ندارد، به هر حال میزان اعمال امنیت و مسائلی ایمنی و حفاظتی قابل توجه خواهد بود و در هر صورت خسارتی که بانک در هنگام اتفاق افتادن حوادث می‌تواند پرداخت کند، متناسب با میزان مسئولیتی که آن بانک در این رابطه داشته و رعایت ایمنی آن می‌تواند باشد که البته با طی فرآیند خاص خود انجام می‌شود.

سوالات رایج در جلسات استخدامی همراه با پاسخ‌های مناسب

به قلم: اریکا سانتیاگو
کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات
ترجمه: علی آل‌علی

بسیاری از افراد برای پیدا کردن یک شغل مناسب به طور مداوم درخواست‌هایی برای شرکت‌ها ارسال می‌کنند. این امر در بسیاری از مواقع همراه با ارسال رزومه‌های دقیق برای شرکت‌های موردنظر همراه است. در این میان پس از مدت زمانی کوتاه شاید شما از سوی چند شرکت دعوت به مصاحبه حضوری شوید. این امر می‌تواند موفقیت بزرگی برای شما باشد، اما به شرطی که در نهایت موقعیت شغلی مورد نظر را به دست بیاورید، در غیر این صورت فقط مدت زمانی کوتاه با خیالی خوش سر شده و شما در نهایت باز هم سر خانه اول هستید.

بسیاری از کارآفرینان برای بهینه‌سازی وضعیت‌شان به عنوان عضوی از یک شرکت به دنبال انتخاب بهترین برندهای حاضر در بازار هستند. این امر می‌تواند دردسرهای زیادی برای هر فردی به همراه داشته باشد. انتخاب بهترین برند بازار فقط یک بخش از معمای پیدا کردن شغلی مناسب است. در بخش دیگر ماجرا شما باید توانایی موفقیت در مصاحبه‌های کاری را داشته باشید، در غیر این صورت به ساده‌ترین شکل ممکن دیگران شما را مورد بی‌توجهی قرار خواهند داد. آن وقت برای مدت زمانی طولانی‌تر باید به دنبال پیدا کردن شغل مناسب‌تان باشید.

بسیاری از اوقات افرادی که حتی رزومه بسیار خوبی نیز دارند، در مصاحبه‌های کاری با شکست رو به رو می‌شوند. دلیل این امر نه سوالات بسیار سخت یا حتی عدم تمایل یک برند برای استخدام نیروی تازه، بلکه ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای است. به عبارت بهتر، شما در صورتی که در فرآیند مصاحبه کاری کیفیت خوبی از خودتان نشان نداده و پاسخ‌های درست برای سوالات نداشته باشید، خیلی زود شانس‌تان را از دست می‌دهید. این امر می‌تواند هزینه‌های بسیار زیادی برای شما به همراه داشته باشد.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین سوالات در جلسات مصاحبه کاری است. این امر به شما برای اثرگذاری بر روی طرف مقابل کمک کرده و شانس‌تان را نیز در این میان به طور چشمگیری توسعه می‌دهد. یادتان باشد برای بهینه‌سازی موقعیت‌تان در بازار باید همیشه در جلسات استخدامی با بهترین روحیه ممکن حاضر شوید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای به دست آوردن شغل دلخواه از بین برود. آن وقت دیگر کمترین شانسی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی‌تان باقی نخواهد ماند. در ادامه برخی از مهمترین سوالات در این میان همراه با پاسخ‌های کلیدی را مرور خواهیم کرد.

اندکی درباره خودتان توضیح دهید

بسیاری از افراد در جلسات استخدامی با سوالی واضح و کلیدی مبنی بر معرفی خود مواجه می‌شوند. اینکه شما اندکی درباره خودتان حرف بزنید، صرفا یک تکنیک برای شروع بحث نیست. بسیاری از افراد مایل به آگاهی از نحوه تعریف خودتان هستند. به عبارت ساده‌تر، مدیران و مسئولان نیروی انسانی یک برند دوست دارند نسبت به شیوه معرفی شما اطلاعات زیادی جمع کنند. اگر شما در پاسخ به این سوال صرفا از نکات مربوط به زندگی شخصی‌تان بگویید، بی‌شک در مصاحبه رد خواهید شد. در حالت دیگر نیز اگر فقط موارد کاری را مرور کنید، بازهم تاثیرگذاری لازم را ایجاد نخواهید کرد. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی طرف مقابل با استفاده از پاسخی میانه است. این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان کمک کند.

یادتان باشد شما در یک جلسه استخدامی هنوز کارمند شرکت مورد نظر محسوب نمی‌شوید. بنابراین لازم نیست حتما معرفی‌تان را بر مدار نکات حرفه‌ای یا سابقه کاری بنا کنید. اینکه اندکی درباره سابقه کاری و تجربه همکاری با برندهای دیگر حرف بزنید، همیشه ایده بسیار خوبی خواهد بود. در سوی دیگر نیز شما باید همیشه نیم نگاهی به تقویت رابطه‌تان با دیگران داشته باشید. این امر می‌تواند با یک شوخی کوتاه و البته محترمانه در هنگام معرفی خودتان صورت گیرد.

یادتان باشد شما می‌توانید در معرفی خودتان ابتدا اندکی درباره وضعیت فعلی خود صحبت کنید. سپس به علایق و مهارت‌های‌تان بپردازید و در این میان گریزی هم به زندگی شخصی‌تان بزنید. اینطوری تاثیرگذاری بسیار خوبی بر روی مخاطب هدف‌تان خواهید داشت. بسیاری از افراد با همین تکنیک ساده توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایط‌شان را پیدا می‌کنند.

چرا قصد کار در شرکت ما را دارید؟

این سوال نیز یکی دیگر از پرسش‌های کلیدی در مصاحبه‌های کاری محسوب می‌شود. بسیاری از مدیران مایل به آگاهی از دلیل انتخاب یک برند از سوی افراد داوطلب هستند. بدون تردید هزاران برند در یک بازار وجود دارد. با این حساب شما باید خیلی دقیق به طرف مقابل درباره دلیل انتخاب این برند توضیح دهید.

برخی از افراد برای پاسخگویی به سوال این بخش فقط به مزایای مالی اشاره می‌کنند. این امر شاید اندکی صادقانه باشد، اما بی‌شک تاثیرگذاری لازم بر روی مخاطب هدف را به همراه نخواهد داشت. درست به همین دلیل شما باید همیشه در راستای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف از تکنیک‌های دیگری نیز استفاده کنید. مخاطب هدف شما، در اینجا مسئولان برگزاری جلسه، مایل به شنیدن آگاهی شما از وضعیت کاری در شرکت‌شان هستند. بنابراین شما می‌توانید وضعیت کاری شرکت مورد نظر را نیز مد نظر قرار دهید. این امر در کنار توجه به هماهنگی میان مهارت‌های شما و موقعیت شغلی مورد نظر می‌تواند تاثیرگذاری بسیار زیادی به همراه داشته باشد.

بسیاری از افراد برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف همیشه به دنبال راهکارهای متفاوت هستند. یادتان باشد در این میان شما می‌توانید گاهی اوقات با استفاده از تکنیک‌های بسیار ساده کارتان را حل کنید. در این صورت شرایط تان به طور حرفه‌ای بهینه‌سازی خواهد شد.

اگر شما در پاسخگویی به این سوال که چرا قصد همکاری با شرکت مورد نظر را دارید، به مزایای حرفه‌ای نظیر موقعیت بهتر در بازار و رزومه قوی مدیران ارشد شرکت اشاره کنید، تاثیرگذاری بسیار زیادی خواهد داشت. این امر نشان دهنده مطالعه شما درباره جزییات برند مورد نظر و انتخابی آگاهانه است. بنابراین می‌توانید مطمئن باشید سطح تاثیرگذاری‌تان بر روی مخاطب هدف تا حد زیادی افزایش پیدا کرده است.

چرا شما بهترین فرد برای شغل مورد نظر ما هستید؟

این سوال خیلی عجیب و در عین حال کلیدی به نظر می‌رسد. یکی از نکات مهم در دنیای امروز تلاش برای بیان دقیق توانایی‌های فردی است. این امر می‌تواند با شرکت در دوره‌های آموزشی و افزایش مهارت‌ها در پی کار در شرکت‌های مختلف کسب شده باشد. البته اگر شما توانایی بیان مهارت‌های‌تان به دیگران را نداشته باشید، خیلی زود توانایی‌تان برای پیدا کردن کاری مناسب در بازار از بین خواهد رفت.

امروزه در جلسات کاری به طور معمول درباره اینکه چرا افراد فکر می‌کنند بهترین فرد برای موقعیت شغلی مورد نظرشان هستند، دست کم یک سوال کلیدی مطرح می‌شود. بنابراین شما باید خیلی خوب آماده پاسخگویی به این سوال باشید. همانطور که اشاره شد، توجه به مهارت‌های فردی امر مهمی برای حضور موفق در یک موقعیت شغلی محسوب می‌شود. بنابراین شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر این مسئله را در کانون توجه خود قرار دهید. این نکته به شما کمک ویژه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کرده و شانس‌تان در این میان را نیز توسعه خواهد داد.

یکی دیگر از نکات مهم در رابطه با تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در جلسات کاری اشاره به فرهنگ سازمانی در شرکت مورد نظر است. اینکه شما درباره فرهنگ سازمانی در یک شرکت اطلاعات بالایی داشته باشید، بیانگر میزان علاقه‌تان به کار در آن شرکت است. این مسئله هرگز از سوی مسئولان برگزاری جلسه استخدامی کوچک انگاشته نخواهد شد. بنابراین شما با بیان این مطلب به سادگی هرچه تمام‌تر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا می‌کنید. این امر می‌تواند به شما برای فعالیت به عنوان یک عضو تازه از شرکت مورد نظر به طور حرفه‌ای کمک نماید.

نقاط قوت و ضعف شما چیست؟

نقاط قوت و ضعف افراد باید به طور حرفه‌ای مد نظر قرار گیرد. این امر می‌تواند برای شما در جلسات کاری بسیار سوال سختی باشد، اما برای مدیران آگاهی از آن کلیدی است. بسیاری از افراد برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان همیشه منظورشان را بد بیان می‌کنند. درست به همین دلیل شما برای موفقیت در یک جلسه کاری باید همیشه نسبت به استفاده از مهارت‌های ارتباطی در بالاترین سطح ممکن مطمئن شوید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایط‌تان را نیز بهبود خواهد بخشید.

بسیاری از افراد درباره نقاط قوت فعالیت‌شان به خوبی حرف می‌زنند. این امر می‌تواند سطح بالایی از تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به همراه داشته باشد، اما اگر شما نتوانید اندکی هم درباره نقاط ضعف‌تان حرف بزنید، حسابی شک‌برانگیز خواهید بود. این امر شما را به عنوان یک کارآفرین در شرایط دشواری قرار می‌دهد.

یادتان باشد هیچ کارآفرینی بی‌ایراد نیست. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه نیاز به استفاده از شرایط ویژه‌ای دارید. این شرایط ویژه می‌تواند شامل کمک گرفتن از دیگران شود. در هر صورت شما باید یادتان باشد همیشه از دیگران کمک بگیرید تا تبدیل به کارآفرینی حرفه‌ای شوید. در این میان برای جلسات استخدامی بهتر است چند تا از نقاط ضعف معمولی‌تان را بیان کنید. یادتان باشد شما قرار نیست اعتبار خودتان به عنوان کارآفرین را زیر سوال ببرید. بنابراین هیچ وقت با ایرادات بزرگ و کلیدی کارتان را شروع نکنید. استفاده از چند نکته حاشیه‌ای یا بیان برخی از ایرادات و ضعف‌های کلیشه‌ای در این میان به اندازه کافی تاثیرگذار خواهد بود.

دغدغه مسئولان نیروی انسانی در شرکت‌ها همیشه استخدام افرادی با توانایی ارزیابی نقاط قوت و ضعف یک فرآیند است. در این میان نیز بررسی نقاط قوت و ضعف خود به عنوان مهمترین نکته باید مد نظر قرار گیرد، در غیر این صورت شاید هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا نکنید. معنای این امر از دست دادن مداوم فرصت‌های شغلی و همچنین ناتوانی برای اثرگذاری بر روی افراد در مصاحبه‌های کاری خواهد بود.

کدام موفقیت کاری شما از همه بزرگتر است؟

این سوال برای بسیاری از افراد خیلی سخت به نظر می‌رسد. به طور معمول خیلی از مدیران برای اطمینان از سابقه کاری طرف مقابل‌شان اقدام به طرح این سوال می‌کنند. با این حساب اگر شما جواب درستی به این سوال ندهید، خیلی زود از فرآیند استخدامی کنار گذاشته خواهید شد. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بهینه بر روی طرف مقابل با مرور ضمنی موفقیت‌های قبلی‌تان است. بی‌شک هر کارآفرینی در بازار علاوه بر شکست‌های مختلف چند تایی هم موفقیت داشته است. درست به همین خاطر شما باید موفقیت‌های خودتان را نیز به طور حرفه‌ای مرور کنید، در غیر این صورت شاید خیلی زود تمایل برندها برای همکاری با شما از بین برود.

یادتان باشد بزرگترین موفقیت شما همیشه پولسازترین نمونه نیست. بنابراین می‌توانید از مواردی که به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده یا اعتبارتان در بازار را افزایش داده نیز استفاده کنید. این امر به طور معمول تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را وارد سطح تازه‌ای خواهد کرد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای و بهینه‌سازی شرایط کاری‌تان هستید، می‌توانید همیشه وضعیت فعالیت‌تان در این میان را به طور چشمگیری توسعه دهید. این امر شانس شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری بهبود خواهد بخشید.

بررسی موفقیت‌های کاری و تلاش برای بیان بهترین نمونه آنها امر مهمی محسوب می‌شود. این نکته می‌تواند به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک نماید. در این میان برخی از افراد برای بهینه‌سازی شرایط‌شان در مصاحبه‌های کاری از اولین موفقیت کاری‌شان نام می‌برند. این امر می‌تواند اهمیت اولین دستاورد در دنیای کسب و کار برای شما را نشان دهد. با این حساب اعتماد طرف مقابل به شما تا حد زیادی افزایش پیدا کرده و می‌توانید به خوبی بر روی آنها تاثیرگذاری داشته باشید.

چطور از پس استرس برمی‌آیید؟

استرس کاری برای همه افراد وجود دارد. این امر بر روی عملکرد تیم‌های کاری یا حتی توانایی‌شان برای پیروی از برنامه شرکت تاثیر می‌گذارد. درست به همین دلیل اگر شما مایل به اثرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، باید همیشه راهی برای کنترل استرس‌تان داشته باشید. مواجهه با سوال درباره نحوه مدیریت استرس امری رایج است. نکته مهم در این میان پاسخگویی دقیق شما به این سوال کلیدی خواهد بود.

متاسفانه برخی از افراد به طور طبیعی در جلسات استخدامی نیز استرس زیادی دارند. این امر می‌تواند برای مدیران ارشد یک شرکت بی‌نهایت عجیب یا غیرعادی تلقی شود. نکته مهم اینکه شما برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف باید همیشه موقعیت‌تان را به طور مناسبی بهینه‌سازی کنید. پس صحبت‌تان در جلسات استخدامی را با لحنی آرام و اندکی صمیمانه شروع نمایید. این امر می‌تواند برای شما مزایای بسیار زیادی به همراه داشته باشد. به این ترتیب می‌توانید بر روی مخاطب‌تان تاثیرگذاری لازم را داشته و وضعیت‌تان را بهبود بخشید.

یادتان باشد شیوه‌های مدیریت استرس در دنیای امروز بسیار زیاد و متنوع است. بنابراین شما لازم نیست از روش‌های کلیشه‌ای برای انجام این کار سود ببرید. نکته مهم در این میان تلاش برای ایجاد اطمینان در مخاطب هدف نسبت به توانایی شما برای اثرگذاری بر روی دیگران با مدیریت استرس است. این امر می‌تواند انگیزه برند مورد نظر برای استخدام شما را به طور چشمگیری افزایش دهد. در این صورت دیگر دلیلی برای نگرانی نسبت به ناتوانی در کسب شغل دلخواه‌تان وجود نخواهد داشت. این امر می‌تواند برای شما به طور چشمگیری مزایای زیادی به همراه داشته باشد.

درباره روش حل مشکلات‌تان با همکاران صحبت کنید

حل مشکلات با همکاران امری رایج محسوب می‌شود. بسیاری از افراد در محل کارشان با همکاران مشکل دارند. این امر می‌تواند گاهی موجب بروز تنش‌های بسیار سنگینی نیز شود. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی طرف مقابل در جلسات استخدامی هستید، باید همیشه از راهکار ویژه‌تان برای حل مشکلات حرف بزنید. متاسفانه بسیاری از افراد هیچ راه حلی برای حل مشکلات و اختلاف نظرات‌شان در تیم‌های کاری ندارند. این امر می‌تواند تاثیرگذاری بسیار بدی بر روی مخاطب هدف به همراه داشته و رفتار حرفه‌ای شما را نیز زیر سوال ببرد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید همیشه یک راه حل درست و حسابی داشته باشید.

توصیه ما برای پاسخگویی به این سوال اشاره به تجربه‌های قدیمی‌تان در زمینه مدیریت تعارضات در میان همکاران است. همچنین شما می‌توانید اندکی درباره سوالات‌تان در این میان نیز بیشتر صحبت کنید. این امر شما را به طور چشمگیری در کانون توجه افراد مصاحبه‌کننده قرار خواهد داد. نکته مهم دیگر اینکه اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید همیشه وضعیت رفتارتان را متفاوت سازید. این امر می‌تواند بیان بسیار ساده و خودمانی نحوه مدیریت بحران در میان همکاران باشد.

یادتان باشد اگر شما در پاسخ به این سوال به نکات کلیدی دیگر نیز اشاره کنید، وضعیت‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای بهتر خواهد شد. در این صورت شما دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نداشته و می‌توانید خودتان را تبدیل به بهترین فرد ممکن برای همکاری با یک برند نمایید. امروزه شرکت در جلسات استخدامی برای بسیاری از برندها امر بی‌نهایت دشواری محسوب می‌شود. امروزه برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط بسیار دشواری پیش رو دارند. این امر حتی در جلسات استخدامی نیز به چشم می‌خورد. درست به همین خاطر شما باید این سختی‌ها را درک کرده و با بهترین پاسخ‌های ممکن در جلسات استخدامی حاضر شوید. اینطوری فرصت جلب نظر مدیران ارشد یک برند را پیدا کرده و بدل به کارمند مورد علاقه آنها خواهید شد.

منبع: هاب اسپات

فراخوان مرتبه دوم
سازندگان در طرح نهضت ملی مسکن در پردیسان قم

نوبت اول
شناسه آگهی : ۱۳۲۹۹۲۶

اداره کل راه و شهرسازی استان قم

با عنایت به اینکه این اداره کل در نظر دارد نسبت به فراخوان مرتبه دوم سازندگان مسکن در طرح نهضت ملی با شرایط مندرج در ذیل اقدام نماید، لذا از کلیه واجدین شرایط دعوت به عمل می آید در تاریخ های مقرر نسبت به دریافت و ارائه اسناد اقدام فرمایند.

- منابع مالی پروژه: **تسهیلات بانکی و آورده متقاضیان**
- قیمت ساخت هر مترمربع زیربنای ناخالص واحدهای تحویلی تا پایان کار و تحویل کلید به استناد صورتجلسه شورای مسکن استان قم مورخه ۱۴۰۰/۱۲/۰۸ به مبلغ **۴۷۲۵۰۰۰۰ ریال(چهل و هفت میلیون و دویست و پنجاه هزار ریال)** می‌باشد.
- مبلغ مندرج در ردیف فوق مشمول **تعدیل با شاخص مبنای سه ماهه سوم سال ۱۴۰۰** سازمان برنامه و بودجه می باشد.
-زمان، مهلت و نشانی دریافت اسناد مطابق آگهی (پیوست) در روزنامه براساس نامه شماره ۹۷/۸۵۷۴ مورخه ۹۷/۲/۲۳ توسط اداره ارشاد تعیین میگردد. در **دو نوبت** به ترتیب به تاریخ **۱۴۰۱/۰۳/۱۸ و ۱۴۰۱/۰۳/۲۱** منتشر گردد.
- سازنده میبایست مشمول حداقل یکی از صلاحیت های ذیل باشد:
۱. گواهی صلاحیت پیمانکاری ابنیه از سازمان برنامه و بودجه کشور
۲. پروانه صلاحیت انبوه سازی از وزارت راه و شهرسازی
۳. اشخاص حقوقی سازنده مسکن و ساختمان دارای صلاحیت از وزارت راه و شهرسازی
- نحوه اطلاع‌رسانی: **آگهی در روزنامه کثیرالانتشار، سایت اداره کل، پایگاه ملی مناقصات**
- مهلت **خرید** اسناد: از تاریخ **۱۴۰۱/۰۳/۱۸** لغایت **۱۴۰۱/۰۳/۲۸** و مهلت ارائه و ارسال **اسناد ارزیابی کیفی ، مستندات و برگه پذیرش تعهدات**، پایان وقت اداری مورخه **۱۴۰۱/۰۴/۱۱**
- محل تهیه اسناد: **اداره کل راه و شهرسازی استان قم**
- میبایست اسناد فراخوان را به صورت مهر و موم شده به دبیرخانه اداره کل راه و شهرسازی استان قم تحویل نمایند
همچنین متقاضیان محترم جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانند به سایت اینترنتی اداره کل راه و شهرسازی استان قم qom.mrud.ir و یا پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی iets.mporgir مراجعه نمایند.
اداره کل راه و شهرسازی قم به آدرس: قم- میدان۷۲تن – مابین عوارضی تهران کاشان – جنب نمایندگی ایران خودرو - تلفن تماس: ۵-۰۲۵۳۶۶۶۰۰۰۱

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۳/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۳/۲۱
اداره کل راه و شهرسازی استان قم
۲۹۱

آگهی مزایده عمومی فروش
۱۴ قطعه زمین

شهرداری تاکستان

شهرداری تاکستان در نظر دارد به استناد بند ۵ مصوبه شماره ۲۵ به شماره نامه ۱۴۰۰/۰۶/۲۳۰ مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۲۶ شورای محترم اسلامی در خصوص فروش ۷ هفت قطعه و بند ۱ مصوبه شماره ۴۴ بشماره ۱۴۰۰/۶/۴۴۸ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۰۹ در خصوص ۵ / پنج قطعه و بند ۱ مصوبه شماره ۵۸ بشماره ۴۰۱/۵ مورخ ۱۴۰۱/۱/۱۷ در خصوص ۲ دو قطعه از اراضی تحت مالکیت این شهرداری برابر مشخصات ذیل اقدام نماید ضمنا پرداخت هر نوع مالیات و عوارض برعهده برنده مزایده میباشد و در مقابل فروش زمین وجه نقد دریافت میگردد و برندگان اول و دوم و سوم مزایده هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان ضبط خواهد شد. از متقاضیان شرکت در مزایده دعوت می شود پس از انتشار آگهی جهت دریافت اسناد مناقصه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند.

مشخصات و توضیحات

- کلیه مراحل فرآیند مزایده شامل دریافت فایل اسناد، ارائه تصویر پرداخت تضمین شرکت در مزایده، ارسال پیشنهاد قیمت، انصراف از شرکت در مزایده، بازگشایی فایل پاکات، اعلام به برنده و... در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت امکان پذیر می باشد.
- شرکت کنندگان می بایست تا ساعت و تاریخ مشخص شده در سامانه اسناد پاکت الف (فیش واریزی و یا ضمانت نامه شرکت در مزایده) و پاکت ب (فرم منع مداخله کارکنان دولت) و پاکت ج (پیشنهاد قیمت) خود را در سامانه ثبت و بارگذاری و اصل پاکت الف را نیز تا مهلت معین شده به دبیرخانه شهرداری تاکستان تحویل نماید.
- پرداخت هزینه آگهی برعهده برنده مناقصه میباشد.
- هزینه ارزیابی زمین و نشر کلیه آگهی های نوبت اول و دوم و انتقال اسناد و کارشناسی به عهده برنده مزایده می باشد.
- برگزاری مزایده صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) بوده و کلیه مراحل فرآیند مزایده شامل دریافت اسناد مزایده، ارسال پیشنهاد قیمت و اطلاع از وضعیت برنده مزایده گران محترم از این طریق امکان پذیر می باشد.
- کلیه اطلاعات املاک و مستغلات شامل مشخصات شرایط و نحوه فروش در برد اعلان عمومی سامانه مزایده قابل مشاهده، بررسی و انتخاب می باشد.
- شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.
- به پیشنهادهای فاقد امضاء و مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- بهای پیشنهادی می بایست به مبلغ مشخص (بصورت اعداد و حروف تومان) تعیین و در برگه پیشنهاد قیمت درج گردد.
- ارائه فیش واریزی مبلغ سپرده بحساب شماره ۰۱۰۶۰۵۹۴۵۸۰۰۹ شهرداری تاکستان نزد بانک ملی شعبه مرکزی تاکستان الزامی است.

شهرداری تاکستان
۲۹۵

رویکرد برندها به سوی شخصی‌سازی و واکنش مشتریان

به قلم: تام تریانور
کارشناس مدیریت کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

برندهـا در طـول یـک دهه اخیر مـوج عظیمـی از تغییـرات را تجربه کرده‌اند. در این میان شخصی‌سـازی بیشـتر و تلاش بـرای ایجاد رابطه‌ای عمیق‌تر با مشتریان جایگاه خاصی دارد. برخی از برندها هنوز به شیوه‌های قدیمی برای فعالیت برندشـان ایمان دارند. با این حال روز به روز به دامنه برندهای علاقه‌مند برای شخصی‌سـازی بیشـتر و حضـور عمیق‌تر در کنار مشـتریان افزوده می‌شـود. انتظارات مشـتریان در طول سال‌های اخیر به طور چشـمگیری توسـعه پیدا کرده اسـت. این امر برای بسیاری از برندها دردسر بسیار بزرگی محسوب می‌شود. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای مناسب و حرفه‌ای هستید، می‌توانید بدون نیاز به دردسرهای اضافه به جمع برندهای حرفه‌ای در میان شخصی‌سازی محتوا و فعالیت‌شان برای مشتریان اضافه شوید. هدف اصلی در این مقاله مرور ابعاد مختلف شخصی‌سازی و نزدیک شدن به مشتریان از این طریق است. در این میان نیز برخی از نظرات و بازخوردهای مربوط به مشتریان را مرور خواهیم کرد. این امر به شـما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داد. یادتان باشد در دنیای امروز مشتریان بیش از هر نکته‌ای به برندهای حواس‌جمع که همیشه در کنارشان هستند توجه نشان می‌دهند.

شخصی‌سازی گسترده

شخصی‌سـازی به روش‌های نزدیک شدن به سـلیقه خاص هر گروه از مشـتریان اطلاق می‌شـود. این امر اغلب اوقات تصویر یک برند در میان مشتریان را به شدت تغییر داده و موجب محبوبیت برند مورد نظر می‌شود. اگر شـما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای کسـب و کار هسـتید، باید خیلی زودتر از رقبای‌تان اقدام به پیش‌بینی سلیقه آنها کنید. یکی از سختی‌های کار در زمینه شخصی‌سازی محتوا یا فعالیت برند شناسـایی سلیقه‌های گوناگون مشتریان است. اغلب برندها هیچ برنامه‌ای برای این بخش ندارند. این امر می‌تواند برای شـما دردسـرهای زیادی به همراه داشته و شرایط‌تان را نیز به شدت تغییر دهد. یادتان باشد در دنیای امروز مشـتریان هرگز منتظر برندی نخواهند ماند. بنابراین اگر شـما در پیش‌بینی سـلیقه یا روش کار مشـتریان تعلل کنید، خیلی زود پشیمان خواهید شد. این امر می‌تواند حتی شما را با دردسرهای مهمی نیز مواجه سازد. درست به همین خاطر بهترین راهکار دسته بندی مشتریان از همان ابتدای کار اسـت. این امر شـما را در فرآیند تاثیرگذاری بر روی مشتریان در موقعیت بسیار بهتری در مقایسه با رقبای‌تان قرار می‌دهد. وقتی شما مشـتریان‌تان را به خوبی دسته‌بندی می‌کنید، دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری روی مخاطب هدف پیش روی‌تان نخواهد بود. همچنین شما می‌توانید به سـاده‌ترین شـکل ممکن برای بهبود وضعیت‌تان از مخاطب هدف کمک بگیرید. بسیاری از مشتریان خودشان در فرآیند خرید یا تعامل با برندتان مشخصات زیادی از سلیقه یا نحوه کارشان ارائه خواهند کرد.

استفاده از هوش مصنوعی

هوش مصنوعی در طول سال‌های اخیر تحولات زیادی را توسعه داده است. این امر برای بسـیاری از مردم امر بی‌نهایت مهمی محسـوب می‌شود. گاهی اوقات شما برای اینکه کارتان را ساده‌تر کنید، نیازی به عامل انسانی در فرآیند تولید محصول یا طراحی کمپین ندارید. در عوض هوش مصنوعی با توانایی‌های بسیار گسترده امکان تحلیل محتوا یا رفتار مشتریان در کوتاه‌ترین زمان ممکن را فراهم می‌سـازد. این امر می‌تواند برای شـما جذابیت‌های زیادی به همراه داشته و شرایط‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد. برخی از برندها در این میان برای بهینه‌سازی عملکرد برندشان به طور مداوم در تلاش برای استفاده از شیوه‌های تازه هستند. این امر در بلندمدت شما را به طور چشمگیری در کانون توجه مشتریان قرار خواهد داد. درست به همین دلیل شما باید همیشه کارتان را با دقت فراوان انجام دهید. یادتان باشـد هوش مصنوعی همیشه برای شما دوست مطمئنی خواهد بود. پس همیشه به آن اعتماد کنید.

اتوماسیون

بسیاری از کارهای ساده زمان زیادی از برندها می‌برد. این امر در حوزه تعامل با مشـتریان نیز مصداق دارد. درسـت به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به سـاده‌ترین شـکل ممکن هستید، باید از همان ابتدا کارتان را دقیق پیش ببرید، در غیر این صورت شـاید خیلی زود با مشـکلات عمده‌ای رو به رو شوید. اتوماسیون به شما کمک می‌کند تا از شر کارهای ساده خلاص شده و وضعیت‌تان در تعامل با مشتریان نیز بهینه‌سازی شود. از سوی دیگر مشتریان نیز برای ساماندهی برخی از کارها دیگر نیازی به حضور مسـتقیم شـما نداشته و کارشان با اتوماسیون به سادگی پیش می‌رود.

منبع: customerthink.com

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ششدانگ یک واحد آپارتمان مسکونی به شماره قطعه ۸ تفکیکی و مساحت ۸۱.۷۵ مترمربع تحت پلاک ۲۱۹۱۳ فرعی از ۲۱۷۰۷ فرعی از ۳۶ -اصلی بخش ۵ قزوین ذیل ثبت شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۷۲۰۳۰۹۰۶۸۰۰۱۱۳۹ و شماره چاپی ۴۷۷۲۲۲ سری الف سال ۹۶ به نام آقای سید ابوالفضل مجابی صادر وتسلیم گردیده است. و به موجب سند رهنی به شماره ۴۹۰۶۱ مورخ ۱۳۹۵/۰۵/۱۹ دفتر ۴۵ قزوین بنفع بانک ملی شعبه فردوسی قزوین در رهن می باشد حال مالک فوق طی درخواست بواره ۶۸۰۰۳۸۰۹ مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۲۵ مدعی شده که سند مذکور به علت سهل انگاری مفقود گردیده است و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی ملک مزبور را نموده علیهذا مراتب با توجه به تبصره یک ماده ۱۲۰ آئین نامه 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: ۱۴۰۱/۰۳/۱۸

علی شهسواری- رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین-۳۷۵/م الف

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۲۲۵۸ مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای حامد کاظمی شالکوهی فرزند محمد علی به شماره شناسنامه ۲۵۸۰۲۳۷۰۰۳ صادره از رشت در قریه شالکو در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۸۴. ۱۹۲۶ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۴۲۶ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۳۴۷ باقیمانده از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی محمد علی کاظمی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۳/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۰۴

۵۱۸ م الف **رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی**

۲۹۴

اداره کل ثبت اسناد واملاک استان همدان
اداره ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک همدان- ناحیه دو
هیات‌موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای 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 ۱۴۰۰۶۰۳۲۶۰۳۴۰۰۱۰۳۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک همدان - ناحیه دو تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای یحیی قاضی امزاجردی فرزند علی حسین بشماره شناسنامه ۴۴۵۸ صادر از همدان در شش دانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت ۱۲۳۳۸۸/۳۳ متر مربع اصلی حوزه ثبت ملک همدان – ناحیه دو پلاک ۳۲۵۴ فرعی از ۱۵- اصلی واقع در بخش ۴ خریداری از مالک رسمی آقای فتح اله سروریان و شرکاء محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند . بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۰۳/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۰۴/۰۲

۴۵۱ م الف **رئیس ثبت اسناد و املاک – حمید سلگی**
شناسه آگهی ۱۳۳۱۵۷۱

۲۹۲

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۲۰۹۵ مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۱۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای حسین پیربازاریان فرزند غلامرضا به شماره شناسنامه ۱۳۴۰ صادره از رشت در قریه کویخ در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۸۲. ۳۰۰ متر مربع پلاک فرعی ۱۹۰ از اصلی ۸۵ مفروز مجزی از پلاک یک باقیمانده از اصلی ۸۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای شعبان اصغرنژاد کویخی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۳/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۰۴

۵۲۷ م الف **رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی**

۲۹۳

رای هیئت (نوبت دوم)

آگهی ابلاغ مفاد رای صادره از طرف هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی املاک و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب سال ۱۳۹۰/۹/۲۰ — برابررای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۵۷۰۰۱۰۴۲ مورخ ۱۴۰۱/۲/۲۵ صادره از هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی املاک و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد واملاک شهریار تصرفات مالکانه حمید بخشی فرزند شکراله به صورت ۶دانگ یک باب خانه باستثناء ثمن اعیانی به مساحت ۱۶۹ متر مربع قسمتی از پلاک ۲۵۳۸ فرعی از ۴۶ اصلی واقع در شهریار محرز گردیده و برابرمحتویات پرونده ثبتی و دفتر املاک مشخصات ملک: یک قطعه زمین به شماره ۲۵۳۸ فرعی از ۴۶ اصلی مفروز و مجزی شده از ۱۵۶ فرعی اراصلی مذکور قطعه ۱۷۵ واقع در حوزه ثبت ملک شهریار استان تهران به مساحت ۱۰۰۰ متر مربع مشخصات مالکیت: مالکیت محسن مویدی فرزند هاشم شماره شناسنامه ۲۵۰۹۰ تاریخ تولد دارای شماره ملی به جز سهم ۶از کل سهم بعنوان مالک ۶دانگ عرصه و اعیان عرصه و اعیان موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۸۹۹۹۶۹ / ۲ سری سال که در صفحه ۱۶۱ دفتراملاک جلد ۳۱۴ ذیل شماره ۴۵۰۱۷ ثبت گردیده است و در ضمن ملک مربوطه از مالکیت پیمان مویدی و آسمان مویدی وراث مرحوم محسن مویدی می باشد که نامبرده در هیات حضور نیافته و هیات مقرر نموده با اعمال ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ آئین نامه اجرائی آن مصوب ۱۳۹۱/۴/۲۵ نسبت به صدور سند مالکیت بنام متصرف فوق الذکر اقدام شود لذا بدینوسیله مفاد رای صادره به نامبرده و به اشخاص ذینفع جهت اطلاع در دو نوبت با فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد که چنانچه به مفاد رای اعتراض دارند اعتراض خود را ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تسلیم و رسید دریافت دارند و در صورت عدم اعتراض ظرف مهلت مقرراین اداره نسبت به صدور سند مالکیت برابر مقررات اقدام خواهد نمود ضمنا صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

مهدی ناصری –رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهریار { ۹۵۵۴}

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

برابررای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۹۰۳۰۰۱۳۱۸ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهرستان البرز – قزوین تصرفات مالکانه وبلامعارض متقاضی شرکت کالا صنعت بهمن تاج به شماره ثبت ۱۶۲ شناسه ملی ۱۰۱۰۳۷۶۳۶۰۰ صادره از ثبت شرکتها و موسسات غیر تجاری شهرستان البرز قزوین در ششدانگ یک واحد کارگاه به مساحت ۳۰۳.۱۲ مترمربع احداثی در قسمتی از قطعه اول افرازی باقیمانده پلاک ۱۳ اصلی واقع در بخش ۵ حوزه ثبت البرز قزوین خریداری موضوع سند خریداری ۹۶۵۲۲ مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۱۱ دفتر خانه ۵ البرز از مالک رسمی آقای مجید رحمانی محرز گردیده است. لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۴۰۱/۰۳/۰۳ تاریخ انتشاردوم : ۱۴۰۱/۰۳/۱۸

سید هاشم حسینی –رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان البرز-قزوین –۳۳۸ /م الف

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

برابررای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۹۰۳۰۰۰۱۳۱۷ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهرستان البرز – قزوین تصرفات مالکانه وبلامعارض متقاضی شرکت کالا صنعت بهمن تاج به شماره ثبت ۱۶۲ شناسه ملی ۱۰۱۰۳۷۶۳۶۰۰ صادره از ثبت شرکتها و موسسات غیر تجاری شهرستان البرز قزوین در ششدانگ یک واحد کارگاه صنعتی به مساحت ۱۶۶.۴۸ مترمربع احداثی در قسمتی از قطعه اول افرازی باقیمانده پلاک ۱۳ اصلی واقع در بخش ۵ حوزه ثبت البرز قزوین خریداری موضوع سند ۹۶۵۲۲ مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۱۱ دفتر خانه ۵ البرز از مالک رسمی آقای مجید رحمانی محرز گردیده است. لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۴۰۱/۰۳/۰۳ تاریخ انتشاردوم : ۱۴۰۱/۰۳/۱۸

سید هاشم حسینی –رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان البرز-قزوین –۳۳۸ /م الف

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 ۱۴۰۰۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۵۲۰۲ هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای /سیدعلی تولیت زواره فرزند سیدابوالفضل بشماره شناسنامه ۹۰۸۹ صادره از تهران سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۵۸/۹۱ متر مربع از پلاک شماره ۱۵۳۳ فرعی از ۱۱۱ اصلی واقع در ورامین بخش حوزه ثبت ملک ورامین خریداری از داود جعفری محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۳/۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۳/۱۸

۵۶۹ م الف **رئیس ثبت اسناد و املاک – محمود داودی**

۲۳۶

مدیرعامل فولاد مبارکه در کارگاه طراحی مدل کسب‌وکار شرکت‌های گروه:

ورود به عرصه‌های نوآورانه و فناورانه شرایط رقابت‌پذیری را فراهم می‌سازد

اصفهان - قاسم اسد: مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه، در کارگاه طراحی مدل کسب‌وکار شرکت‌های گروه فولاد مبارکه گفت: شرکت‌های زیرمجموعه گروه فولاد مبارکه باید بیشترین بهره را از ظرفیت‌های موجود ببرند تا شاهد شکوفایی اقتصاد کشور باشیم.

محمدیاسر طیب‌نیا مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه، در کارگاه طراحی مدل کسب‌وکار شرکت‌های گروه فولاد مبارکه اظهار کرد: در راستای بهبود جایگاه ویژه گروه فولاد مبارکه در اقتصاد کشور، رویکردهایی تعریف شده که امیدواریم با برنامه‌ریزی در این زمینه و تحقق آن‌ها به جایگاهی جهان‌تراز برسیم و اقتصاد بدون نفت را در کشور محقق کنیم. استفاده حداکثری از ظرفیت‌های موجود از مهم‌ترین راهبردهایی است که برای رسیدن به این هدف باید اتخاذ شود. وی در ادامه با بیان اینکه شرکت‌های زیرمجموعه گروه فولاد مبارکه باید بیشترین بهره را از ظرفیت‌های موجود ببرند تا شاهد شکوفایی اقتصاد کشور باشیم، افزود: امروز راهبردهای مهم دیگری در راستای توسعه سرمایه انسانی، توسعه کمّی، کیفی و متوازن و استفاده از نوآوری و فناوری‌های جدید و رویکرد صنعت سبز در دستور کار فولاد مبارکه قرار گرفته تا بتوانیم بیشتر از گذشته در پیشرفت اقتصادی کشور نقش‌آفرینی کنیم و در تحقق اقتصاد غیرنفتی مانند سایر عرصه‌ها، پیشگام باشیم.

شرکت‌های زیرمجموعه باید جایگاه خود را تقویت کنند

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه خاطرنشان کرد: ورود به عرصه‌های نوآورانه و فناورانه باید در گروه فولاد مبارکه تحقق یابد، چراکه شرایط رقابت‌پذیری را برای ما فراهم می‌آورد. برای انجام این کار، نیاز به مجموعه‌ای از توانایی‌ها و برنامه‌ریزی‌ها احساس می‌شود. در کنار هم بودن شرکت‌های توانمند زیرمجموعه گروه فولاد مبارکه یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود و باید از این مزیت به بهترین شکل ممکن استفاده کنیم. وی با اشاره به اهمیت کسب‌وکارهای نوین، به‌ویژه فناوری اطلاعات در دهه‌های اخیر، اذعان داشت: برخی از شرکت‌های زیرمجموعه گروه فولاد مبارکه از پیشتازان حوزه کسب‌وکار در کشور هستند و باید تلاش کنند جایگاه اصلی خود را بیش‌ازپیش تقویت کنند تا در عرصه رقابت نیز پیشتاز باشند. شرایط مناسبی برای فعالیت در عرصه اقتصادی کشور برای شرکت‌های زیرمجموعه گروه فولاد مبارکه فراهم است و این شرکت‌ها با نوآوری و تلاش بیشتر می‌توانند به اهداف

از پیش تعیین‌شده برسند.

ارتباط با صاحبان تکنولوژی با ایجاد منابع دانشی و تخصصی

طیب‌نیا با تأکید بر ضرورت ارائه پیشنهاد جهت ایجاد کسب‌وکارهای جدید در گروه فولاد مبارکه تصریح کرد: باید منابع دانشی و تخصصی در شرکت‌های زیرمجموعه گروه فولاد مبارکه ایجاد شود و با استفاده از سرمایه‌های انسانی موجود، ارتباط با صاحبان تکنولوژی بیش از گذشته محقق شود. وی در پایان عنوان داشت: مباحث بازرگانی و تمرکز بر فعالیت‌های بازرگانی در شرکت‌ها و اقتصادهای برتر دنیا بسیار مورد توجه قرار گرفته و به‌سرعت در حال رشد است. همین موضوع نشان می‌دهد با توجه به فعالیت‌های پیش رو، فولاد مبارکه می‌تواند در این زمینه تمرکز بیشتری داشته باشد. برای رسیدن به اهداف متعالی باید با اعمال تغییرات در ساختار برخی از شرکت‌ها، نقش‌آفرینی آن‌ها را متفاوت با قبل تعریف کنیم تا تأثیرگذارتر و سریع‌تر از گذشته در مسیر سودآوری حرکت کنند.

فولاد مبارکه درصدد بهره‌گیری از بهترین الگوهای کسب‌وکار دنیاست

محمد ناظمی هرندی، معاون تکنولوژی شرکت فولاد مبارکه نیز در کارگاه طراحی مدل کسب‌وکار شرکت‌های گروه فولاد مبارکه اظهار کرد: فولاد مبارکه صنعت مهمی در کشور است. با نگاهی به گذشته فولاد مبارکه متوجه می‌شویم که این شرکت با حمایت‌های زیادی در زمان جنگ و پس از آن ساخته شد تا علاوه بر تولید ورق‌های فولادی و ایجاد ارزش‌افزوده از این طریق، به مأموریتی مهم‌تر یعنی توسعه کشور بپردازد.

وی افزود: روزی فولاد مبارکه قرار بود ۲ میلیون تن فولاد تولید کند، ولی امروز حدود ۱۰ میلیون تن از محصولات مختلف را تولید می‌کند و به گروهی تبدیل شده که مجموعه‌ای از شرکت‌های متنوع را در زیرمجموعه خود دارد و به همین دلیل با توجه به شرایط امروز جهان، اداره آن نیز با گذشته متفاوت است.

تربیت سرمایه‌های انسانی ماهر برای ایجاد زنجیره کامل فولاد

معاون تکنولوژی شرکت فولاد مبارکه خاطرنشان کرد: فولاد مبارکه برای ایجاد زنجیره کامل فولاد از بهترین سخت‌افزارها و نرم‌افزارها استفاده کرده و سرمایه‌های انسانی ماهری نیز تربیت کرده است. علاوه‌براین، در تأمین انرژی، مواد اولیه، بازار و... مزیت‌های رقابتی داشته و به همین دلیل، نیروهایی کارآمد به پیشرفت سریع‌تر آن کمک کرده‌اند.

وی اذعان داشت: برخی از مزیت‌ها کم‌رنگ‌تر از قبل شده، برخی از بین رفته و برخی نیز به‌زودی از بین می‌رود، چراکه به‌طور مثال، مزیت مربوط به مواد اولیه دچار تغییر شده، تعداد رقبا در قسمت تولید زیاد شده و نیروهای انسانی نیز در بسیاری از شرکت‌ها در حال رشد کمی و کیفی هستند. علاوه‌براین، نگرش‌های نوآورانه نیز در همه دنیا در حال پیشرفت است و به‌صورت یکسانی در دسترس همه قرار دارد.

شرکت‌های زیرمجموعه بازوی مشترک فولاد مبارکه

ناظمی ادامه داد: یکی از مزیت‌هایی که امروز در اختیار داریم و باید از آن استفاده کنیم، شرکت‌های زیرمجموعه فعالی هستند که می‌توان از ظرفیت آن‌ها بیشتر بهره‌برداری کرد تا سریع‌تر در جهت پیشرفت اهداف گروه فولاد مبارکه حرکت کنیم. وی در پایان اضافه کرد: باید از مجموعه این شرکت‌ها به‌عنوان یک بازوی مشترک استفاده کنیم و برای تحقق این مهم، در حال استفاده از بهترین الگوهای دنیا هستیم تا مدل کسب‌وکار مجموعه‌ها را در تصویری بسیار ساده با اجزای تعریف‌شده استخراج کنیم. گفتنی است کارگاه طراحی مدل کسب‌وکار شرکت‌های گروه فولاد مبارکه با حضور مدیران عامل و جمعی از مدیران شرکت‌های گروه فولاد مبارکه در روزهای ۱۱ و ۱۲ خردادماه طی ۲ روز متوالی برگزار شد. هدف از برگزاری این کارگاه، طراحی مدل کسب‌وکار شرکت‌های فولاد مبارکه براساس به‌روزترین مدل‌های کسب‌وکار دنیا بود. در این میان، مدیران شرکت‌های زیرمجموعه گروه فولاد مبارکه به ارائه نظرات خود و هم‌فکری با یکدیگر پرداختند.

مدیرعامل توزیع برق گیلان خبر داد؛

خسارت بیش از ۲۰ میلیارد تومانی سارقان به صنعت برق

رشت - خبرنگار فرصت امروز: نشست خبری محمدتقی مهدیزاده مدیرعامل توزیع برق گیلان و جمعی از معاونین این شرکت با اصحاب رسانه استان برگزار شد و طی آن به سوالات مطروحه پاسخ داده شد. مدیرعامل شرکت توزیع برق استان گیلان در جمع اصحاب رسانه اشاره به اینکه استان گیلان یکی از فرسوده‌ترین شبکه های توزیع برق را دارد، گفت: این فرسودگی به دلیل شرایط آب و هوایی استان است و میزان اختلاف بین مصرف و تولید در سال‌های گذشته همواره مشکلاتی را ایجاد کرده بود. محمدتقی مهدیزاده با اشاره به اینکه متاسفانه برف در سال‌های گذشته اثرات منفی را بر شبکه برق استان ایجاد کرد، گفت: برای ترمیم و رفع این مشکلات و نیز جلوگیری برای‌عدم وجود چنین مشکلاتی در آینده اقدامات لازم را برای رفع مشکلات شبکه‌ها آغاز کردیم زیرا حق مردم گیلان بیش از اینهاست و باید گیلان را در داشتن زیرساخت‌های مناسب شبکه‌ای به جایگاه‌های واقعی خود برسانیم. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گیلان با بیان اینکه از مشکلات اساسی در شرکت توزیع برق سرقت‌های متعدد تاسیسات شبکه است، یادآور شد: برای جلوگیری از اتفاقات که سبب زحمت و خاموشی‌ها می‌شود نیاز به اهتمام جدی همه دستگاه‌های متولی داریم. مهدیزاده با اشاره به مشکلات ناشی از سرقت سیم‌های برق در استان خاطرنشان کرد: ۴۷ دستگاه ترانس و ۶۱ تُن سیم برق

سال گذشته در استان گیلان سرقت شد که ارزش ریالی آن‌ها به بیش از ۲۰ میلیارد تومان می‌رسد و بسیاری از سارقان هم دستگیر شدند. وی با اشاره به زمان پیک ساعت مصرف برق گفت: مردم بدانند زمان پیک روزانه مصرف برق از ساعت ۱۲ الی ۱۸ و پیک شبانه ۲۰ الی ۲۴ است و بسیار اهمیت دارد. مهدیزاده با اشاره به یک میلیون و ۵۶۰ هزار مشترک در استان گیلان، افزود: ۷۷ درصد مشترکان توزیع برق استان خانگی هستند و امسال مشوق‌هایی برای بخش خانگی در نظر گرفته شده است و اگر مشترکان نسبت به سال گذشته به ازای هر کیلووات ساعتی که مصرف خود را کاهش هند تا ۵۰۰ تومان پاداش به آنان اختصاص می‌یابد. وی همچنین از مشوق‌های جدید در بخش کشاورزی و سایر بخش‌ها خبر داد و بیان کرد: کسانی‌که پمپاژ آب کشاورزی دارند می‌توانند تفاهم‌نامه‌ای با امور توزیع برق در شهرستان‌ها امضا کنند و طبق این تفاهم‌نامه به ازای عدم مصرف بین ساعت ۱۱ تا ۱۸ به مدت پنج ساعت، در باقی ساعت دیگر مصرف برق رایگان خواهند داشت. مهدیزاده با بیان این مطلب که مشترکان برق در گیلان نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۲.۵ درصد رشد مصرف داشتند، افزود: اگر رعایت الگوی مصرف را مشترکین امسال در پیش نگیرند، خاموشی خواهیم داشت. وی ادامه داد: شرکت توزیع برق استان گیلان امسال در برنامه‌ریزی‌های خود به طوری عمل کرده است که خاموشی به سمت مشترکان مصارف عادی کشیده نشود. مهدیزاده افزود: الگوی مصرف در ادارات الزامی است و همه ادارات، دستگاه‌ها و سازمان‌ها موظف هستند در ساعت اداری نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۳۰ درصد کاهش مصرف داشته باشند و در ساعت غیر اداری نیز ۶۰ درصد کاهش مصرف داشته باشند. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گیلان خاطرنشان کرد: مصرف بار پایه در گیلان بین ۷۵۰ تا ۸۰۰ مگاوات است اما پیش‌بینی می‌شود حداکثر نیاز مصرف شرکت توزیع نیروی برق گیلان در سال ۱۴۰۱ با ۱۴.۷ درصد رشد به ۲ هزار و ۳۵۹ مگاوات برسد که این به علت مهاجرینی است که به گیلان آمده‌اند.

سامانه جامع تصادفات در قزوین ایجاد می‌شود

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار قزوین از ایجاد سامانه جامع تصادفات در استان خبر داد و گفت :این سامانه به منظور جمع‌آوری آمار و اطلاعات و پالایش و کاهش تصادفات در نقاط دارای تصادف ایجاد می‌شود. به گزارش وزارت راه و شهرسازی(راهداری قزوین)، مهدی رجحانی در نشست کمیسیون ایمنی حمل و نقل استان قزوین گفت: برای ایجاد این سامانه باید تفاهم‌نامه‌ای بین راهداری و حمل و نقل جاده‌ای، پلیس و شهرداری و با مدیریت دفتر فنی استانداری و با مشارکت دستگاه‌هایی چون پزشکی قانونی تنظیم شده و پیاده سازی اطلاعات در بخش برون شهری بر عهده راهداری و حمل و نقل جاده‌ای و در بخش درون شهری بر عهده شهرداری باشد. وی اضافه کرد: ایجاد سامانه جامع تصادفات اقدام ارزشمندی است که می تواند مبنای تصمیم گیری و اقدامات مهم و موثری در این زمینه شود. رجحانی در ادامه در خصوص طرح جمع آوری ایستگاه‌های عوارضی شماره ۲ و ۳و یک آزادراه های قزوین-زنجان و قزوین-کرج نیز گفت: در طرح تهیه شده از سوی راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان قزوین تمام تمهیدات از جمله دسترسی یگان‌های امدادی و مسائل پدافند غیرعامل و مدیریت بحران اندیشیده شده و برای جمع آوری آن تمام دکه ها و مغازه های مجاور این ایستگاه ها باید جمع آوری شوند. وی ادامه داد: در حوزه مدیریت ترافیک اولویت اول و مهم حفظ جان هموطنان است و هرگونه تصمیمی در این خصوص باید با توجه به همین اولویت بوده و در آن دغدغه دستگاه‌های مربوط نیز مورد توجه قرار گیرد. وی گفت: با توجه به دغدغه های پلیس برای تامین امنیت در جاده ها، طرح تهیه شده توسط راهداری در سریع ترین زمان برای دستگاه‌هایی چون نیروی انتظامی ارسال شود تا پس از اخذ نظرات این دستگاه ها

و تصویب طرح در شورای تامین و شورای ترافیک اقدامات لازم جهت تامین منابع و شروع اجرای طرح آغاز شود. رجحانی همچنین با تاکید بر انجام اقدامات مشترک از سوی پلیس و راهداری و حمل و نقل جاده‌ای در اصلاح نقاط حادثه خیز افزود:در سفر اخیر دولت به استان قزوین هم اعتباراتی برای کاهش این نقاط تصویب شد که قرار است امسال و سال آینده مبالغی از آن تخصیص یابد.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری :

سهمیه تابستانی نفت سفید خانوارهای فاقد گاز طبیعی شارژ شد

ساری - دهقان : مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : برای هر خانوار ۵۰۰ لیتر نفت سفید در نظر گرفته شده است که در کارت بانکی معرفی شده مشتریان شارژ می شود و تا تاریخ ۱۴۰۱/۵/۱۵ اعتبار دارد . به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری اعتبار این دوره از توزیع سوخت نفت سفید را برای خانوارهای مناطق فاقد گاز طبیعی از تاریخ ۱۴۰۱/۳/۱۶ تا ۱۴۰۱/۵/۱۵ اعلام کرد و ادامه داد : برای هرخانوار یک نفره ، دو نفره ، سه نفره و چهار نفره ۵۰۰ لیتر و خانوارهای پنج نفره ، شش نفره و هفت نفره به بالا ۶۰۰ لیتر نفت سفید در نظر گرفته شده است . وی یادآور شد عرضه نفت سفید به صورت الکترونیکی با شارژ سهمیه در کارت بانکی معرفی شده از سوی مشتریان انجام می شود وی تاکید کرد : مصرف کنندگان نفت سفید سوز فاقد گاز طبیعی با در دست داشتن کارت بانکی به فروشندگی های عرضه سوخت محل سکونت خود مراجعه و نسبت به دریافت مقدار سوخت تعیین شده اقدام نمایند . مدیر منطقه ساری از شهروندان خواست تا شکایات و پیشنهادات خود را با شماره تلفن های ۳۳۲۷۰۱۳۸ و ۳۳۲۷۰۱۴۰ منطقه ساری و شماره ۰۹۶۲۷ شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران اطلاع دهند تا در اسرع وقت رسیدگی شود .

شهردار اهواز :

محور L ۳۰۰ تقاطع غیر همسطح شهید کجباف هفته آینده به بهره برداری می‌رسد

اهواز - شبنم قجاوند: رضا امینی در بازدید از تقاطع غیر همسطح شهید کجباف(چهارشیر) اظهار کرد: عملیات تکمیل محور ال ۳۰۰ در اسفند ماه سال گذشته به صورت جدی آغاز شد و براساس زمانبندی انجام شده قرار بر افتتاح این پل در تیرماه سال جاری بود که با همت و تلاش شهرداری اهواز و پیمان کار پروژه در حال طی مراحل پایانی خود است، عملیات سگمنت گذاری این پل به پایان رسیده که در حال حاضر در مرحله نازک کاری قرار دارد و به یاری خدا در هفته آینده به بهره برداری خواهد رسید.

شهردار اهواز تصریح کرد: بسیاری از مراحل این پروژه اعم از پیاده رو سازی، جداول و کارهای فنی تقریبا به پایان رسیده است و از انجایی که در فصل گرما قرار داریم شیفت شب پروژه فعالیت بیشتری دارد.

وی تاکید کرد: در حال تلاش برای انجام نرده گذاری و زیرسازی آسفالت هستیم تا بتوانیم عملیات آسفالت آن را انجام دهیم و امیدواریم طی ده روز آینده پل به بهره برداری برسد.

امینی ادامه داد: با پایان نصب ال ۳۰۰ عملیات تکمیل پل ال ۴۰۰ انجام می شود که امیدواریم در یک دوره ۸ ماه تا ایام دهه فجر به بهره برداری برسد و به طور کلی عملیات تقاطع غیرهمسطح شهید کجباف(چهارشیر) به پایان برسد.

اخبار

معاون مهندسی سازمان بنادر در مراسم معارفه مدیرکل بنادر و دریانوردی گیلان عنوان کرد؛

اهتمام دولت سیزدهم به اجرایی کردن راهبرد اقتصاد دریاپایه

رشت - خبرنگار فرصت امروز: عضو هیات عامل و معاون مهندسی و توسعه امور زیربنایی سازمان بنادر و دریانوردی با اشاره به اهتمام جدی دولت سیزدهم به اقتصاد دریا پایه به عنوان یک راهبرد مهم اقتصادی، تاکید کرد: دولت مصمم است تا برای اجرایی کردن اقتصاد دریایی، از همه ظرفیت‌های موجود بندری و دریایی استفاده بهینه کند.

به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان، محمدرضا اله یار در مراسم تکریم و معارفه مدیر کل بنادر و دریانوردی استان گیلان اظهار داشت: طرح مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی در مراحل نهایی است که این امر موجب می گردد که بتوانیم از ظرفیت بنادر استفاده بهینه داشته باشیم و شاید اگر به خوبی بهره برداری شود نیازمند به اقتصاد مبتنی بر نفت کمتر خواهد شد. عضو هیات عامل سازمان بنادر و دریانوردی با تاکید بر اینکه توسعه ناوگان دریایی و استفاده از کشتی های رو-رو مورد توجه است، گفت: بنادر استان گیلان به خصوص بندرانزلی شاهراه ترانزیتی منطقه محسوب می گردد و با توجه به طرح جامع تعریف شده انتظار داریم شاهد افزایش ترانزیت و تعاملات بنادر گیلان با کشورهای منطقه باشیم.

وی با اشاره به نامگذاری شعار سال گفت: یکی از موضوعاتی که انتظار می‌رود بیشتر مورد توجه قرار گیرد، رویکرد دانش‌بنیان است و در همین راستا دو قرارداد برای تجهیز بندر انزلی منعقد شده است. اله ادامه داد: یکی از قراردادها توسط مرکز دانش بنیان داخلی برای ساخت ۴ عدد لودینگ آرم به امضا رسیده و پس از ساخت در اختیار بندر انزلی قرار می‌گیرد. همچنین یکی از تجهیزاتی که نیازمند خرید خارجی بودیم ریچ استاکر بود که برای اولین بار در داخل تولید و برای انزلی خریداری می شود. معاون مهندسی و توسعه امور زیربنایی سازمان بنادر و دریانوردی تاکید کرد: امیدواریم بتوانیم در راستای تولید دانش بنیان بیش از پیش نیازمندیهای کشور را در داخل تولید کرده و نیاز به خارج را به صفر برسانیم.

افتتاح چندین پروژه مخابراتی شهرستان علی آباد کتول در آغاز دهه کرامت

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: در آغاز دهه کرامت ،تعدادی پروژه مخابراتی در شهرستان علی آباد کتول افتتاح شد.با حضور دکتر غلامعلی شهمرادی در روستای حکیم آباد تعدادی پروژه مخابراتی بصورت متمرکز افتتاح و به بهره برداری رسید.در این مراسم که دکتر نوروزی نماینده مردم شهرستان علی آباد کتول در مجلس شورای اسلامی، فرماندار و تنی چند از مسئولان و روسای ادارات این شهرستان ، اعضای شورا ، دهیار و مردم روستای حکیم آباد حضور داشتند ابتدا مهندس کوروش مزیدی رئیس اداره مخابرات علی آباد کتول با ارائه گزارشی از عملکرد مخابرات و اقدامات انجام شده در سال ۱۴۰۰ و دو ماهه ابتدای سال ۱۴۰۱، از سرمایه گذاری بالغ بر ۵۰۰ میلیارد ریال در راستای توسعه ارتباطات مخابراتی خبر داد و گفت: تلاشها با هدف رفع نیاز ارتباطی مردم ادامه دارد و آنچیزی که اهمیت دارد رضایت مردم است.همچنین دکتر غلامعلی شهمرادی با اشاره به وضعیت مطلوب زیر ساختهای مخابراتی در شهرستان علی آباد کتول ، از حمایتهای مجدانه دکتر نوروزی نماینده مردم این شهرستان در مجلس شورای اسلامی قدر دانی کرد و افزود: تامین ارتباطات پایدار با تلاش شبانه روزی کارکنان مجموعه مخابرات استان صورت گرفته و امیدواریم نتیجه این زحمات و حمایت مسئولان رضایت مردم باشد.

دستگاه تشخیص قطعی عوامل عفونی نوظهور و ناهنجاری‌های ژنتیکی در دانشگاه علوم پزشکی اراک رونمایی شد

اراک - فرناز امیدی: دستگاه تشخیص قطعی عوامل عفونی نوظهور، نقائص و ناهنجاری‌های ژنتیکی از نسل جدید دستگاه توالی یاب ژنومی(NGS) روز دوشنبه در دانشگاه علوم پزشکی اراک رونمایی شد. رئیس دانشگاه علوم پزشکی اراک در این آیین گفت: شیوع آبله میمونی این هشدار را به ما میدهد که پاتوژن‌های نوظهور، هر روز جامعه انسانی را تهدید می کند و برای اینکه با این نوع بیماری‌ها مقابله کنیم نیاز است از تجهیزات به روز دنیا استفاده کنیم و قدرت شناسایی پاتوژن های جدید را روز به روز افزایش دهیم.

وی بیان کرد: سازمان بهداشت جهانی ۹ دستگاه تشخیص قطعی عوامل عفونی نوظهور ناهنجاری‌های ژنتیکی را به ایران اهدا کرد و با توجه به موفقیت دانشگاه علوم پزشکی اراک در مقابله با کرونا یکی از این دستگاه‌ها به استان مرکزی تعلق گرفت. رئیس دانشگاه علوم پزشکی اراک اظهار داشت: این دستگاه کمک می کند تمام پاتوژن‌ها و واریانت‌های جدید که رخ می‌دهد، با این دستگاه با سرعت بسیار کم و کمتر از یک هفته شناسایی و برای درمان پیشگیری برنامه ریزی مناسبی شود. جمالیان ادامه داد: همچنین این دستگاه در مباحث اختلالات ژنتیکی و کمک به تیم درمانی نیز توانایی بالایی دارد و هزینه این دستگاه که به صورت رایگان از سوی سازمان بهداشت جهانی در اختیار ما قرار گرفته حدود ۶۰ میلیارد ریال است. وی تصریح کرد: این دستگاه نه تنها در بحث علم پزشکی بلکه در خصوص مباحث بیوتروریسم ، پدافند غیرعامل و همچنین اختلالات و بیماری‌های ژنتیکی کاربرد دارد. متخصص ویروس شناسی و عضو هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی اراک نیز گفت: دستگاه تشخیص قطعی عوامل عفونی نوظهور و نقایص ژنتیکی، استاندارد که یکی از جدیدترین نمونه‌ها در تمام جهان است، هزینه انجام تست ها را نسبت به دستگاه‌های مشابه کاهش می‌دهد و به لحاظ محدودیت فضای فیزیکی کم، یک تکنولوژی سطح بالا محسوب می شود. دکتر بهزاد خوانساری افزود: از این نمونه دستگاه ۹ نمونه در کشور و در اختیار چهار دانشگاه علوم پزشکی استان تهران ، یزد، مرکزی و بندرعباس قرار دارد.

بازدید رییس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان تهران از ایستگاه مترو میدان نماز

اسلامشهر - عمروانی - رییس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان تهران با همراهی فرماندار،شهردار و رئیس سازمان حمل ونقل ریلی ازروند احداث پروژه ایستگاه میدان نماز بازدید کرد. به گزارش مرکز ارتباطات شهرداری اسلامشهر ؛ در راستای اجرای مصوبات دولت محترم در خصوص نظارت مستمر از پروژه ها عمرانی و رفع نواقص و کاستیهای این پروژه ها و باهدف تزریق روحیه کار و تلاش و سرگشی از پروژه های عمرانی ، رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان تهران با همراهی فرماندارو شهردار اسلامشهر از روند اجرای پروژه ایستگاه متروی میدان نماز اسلامشهر بازدید کردند. این بازدید که با همراهی رئیس دفتر مجمع نمایندگان اسلامشهر، معاون برنامه‌ریزی و توسعه فرمانداری و رئیس سازمان حمل ونقل ریلی شهرداری اسلامشهر صورت پذیرفت ، شهردار اسلامشهر و رئیس سازمان حمل و نقل ریلی گزارش مبسوطی از روند پیشرفت پروژه اتصال مترو تهران به اسلامشهر و احداث ایستگاه میدان نماز ارائه کردند. در حاشیه این بازدید رییس سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان تهران از تخصیص ۲۰۰ میلیارد تومان اعتبار به پروژه متروی اسلامشهر از محل اعتبارات سفر استانی رئیس جمهور خبر داد و افزود: بزودی ۴۰ میلیارد تومان از این اعتبار به پروژه مترو اسلامشهر تزریق خواهد شد.

اجرای پروژه کاداستر در شهرستان تربت جام

مشهد- صابر ابراهیم بای: محمد رضا توسلی رییس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری شهرستان تربت جام گفت: پروژه کاداستر ازسال ۱۴۰۰ تاکنون در سه قرار داد تنظیم و جاری بوده و در اجرای پروژه این پروژه برای ۱۱۲ هزار هکتار از اراضی ملی و دولتی شهرستان تربت جام سند تک برگ صادر شده و حدود ۱۶۰ هزار هکتار در مرحله صدور سند والباقی در حال اجرای مراحل قانونی و سلسله مراتب اداری و فنی می باشد توسلی با اعلام این خبر افزود: با توجه به اهمیت صدور سند تک برگ کاداستر برای اراضی ملی که با هدف پیشگیری از سوء استفاده زمین خواران و تخریب کنندگان انجام می گیرد ؛ از ابتدای سال ۱۴۰۰ تاکنون و با همکاری شایان توجه اداره ثبت اسناد شهرستان موفق به صدور سند تک برگ کاداستر برای ۱۱۲ هزار هکتار از اراضی ملی شده ایم. که در مقایسه با سال ۹۹ که تنها دو پلاک با مساحت ۶۸۰۰ هکتار اخذ سند انجام شده بود رشد قابل توجهی داشته ایم وی افزود: شهرستان تربت جام بیش از ۵۰۰ هزار هکتار مساحت دارد و حدود ۳۳۰ هزار هکتار آن نیز اراضی ملی می باشد . وی یادآور شد : برای حفظ و حراست و پیشگیری ازتخریب این عرصه وسیع ملی در شهرستان صدور سند تک برگ کاداستر یکی از راههای پیشگیری از وقوع جرم در اراضی ملی تلقی می گردد.

جلسه کمیته کیفیت محصول مخابرات منطقه گلستان برگزار شد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: سومین جلسه کمیته کیفیت محصول در مخابرات منطقه گلستان برگزار شد .جلسه کمیته کیفیت محصول با حضور اعضای کمیته برگزار ومصوبات جلسات قبلی بررسی واقدامات انجام شده تشریح شد .در این جلسه در خصوص تشکیل کمیته استاندارد سازی ،تقویت سامانه ارتباطات مردمی ۲۰۲۱ همچنین نحوه رسیدگی به شکایات مشترکین وپرداخت خسارات لازم بحث وتبادل نظر شد ودر این زمینه راهکارهای مناسب ارائه شد .دکتر محمد رضا اخوت مدیریت تجاری مخابرات منطقه گلستان با تأکید برارائه خدمات وسرویسهای مناسب ، کسب رضایتمندی حداکثری مشتریان را اولویت دانست وخواستار سرعت بخشیدن مصوبات این کمیته وانجام اقدام لازم شد .

۴ دلیل برای ایجاد برند شخصی

به قلم: جف هانتر
نویسنده حوزه کسب و کار
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شـک در جهان امروز، برندسـازی شـخصی اهمیتی فوق‌العاده را پیدا کرده است. در این رابطه شما برخلاف برند یک شرکت، نیازی به شعار لوگو و حتی روان‌شناسی رنگ نیز نخواهید داشت. درواقع هدف از این اقدام، شـناخته شدن براسـاس ویژگی‌های مورد نظر شما خواهد بود. این اقدام یک سرمایه‌گذاری روی شما و توانایی‌های شما است و می‌تواند در آینده درهای بسیاری را برای شما باز کند. دلیل اهمیت این اقدام نیز به خاطر تشـدید مقوله رقابت و نیاز به ایجاد تمایز با سـایرین است. در این راستا فراموش نکنید که یک برند شخصی قوی می‌تواند برندهای آتی شما را نیز با موفقیت تضمین شده همراه سازد. برای مثال برندهای مرتبط با یک فرد مشهور نظیر کریستیانو رونالدو، همواره فروش بالایی را دارد. دلیل این امر ابدا به کیفیت محصول ارتباطی نداشـته و صرفا به خاطر برند شخصی بسیار قدرتمند فرد مذکور است. در این راستا برای اطمینان از اهمیت فوق‌العاده این اقدام، در ادامه چهار دلیل برای ایجاد برند شخصی را بررسی خواهیم کرد.

۱-دیده شدن

خوشبختانه امروزه فضا برای دیده شدن، به مراتب مهیاتر بوده و بسیاری از افراد صرفا با تکیه بر یک شبکه اجتماعی، در این رابطه اقدام می‌کنند. درواقع ممکن اسـت شـما مهارت و توانایی‌هایی داشته باشید که در حالت عادی، جامعه مخاطبی برای آن شکل نگرفته است. در این زمینه شما می‌توانید با کسب مخاطب، حتی درآمد نیز داشـته باشید. درواقع امروزه بسیاری از افراد صرفا به خاطر دیده شدن و اقدام در زمینه تبلیغات، درآمدهای باورنکردنی دارند. در این راستا نکته‌ای که باید مورد توجه قرار دهید این است که گام‌های کوچک ولی مداوم را بردارید. درواقع شما نمی‌توانید به یک باره، یک جامعه مخاطب بزرگ را مدنظر قرار دهید. درواقع بسیاری از افراد به خاطر دیده نشدن، موفقیت خاصی در زندگی خود به دست نمی‌آورند. در این راستا به هر میزان که به فردی شناخته‌شده‌تر تبدیل شوید، امکان پیدا و یا ایجاد شغل‌های بهتر را هم خواهید داشت.

۲-ماندگاری در ذهن

این امر که افراد با شـما آشـنا شوند به معنای موفقیت طولانی مدت نخواهد بود. درواقع افراد باید شما را به صورت مداوم در ذهن خود داشته باشند که این اقدام تنها از طریق برندسازی امکان‌پذیر خواهد بود. این امر درست موردی است که در رابطه با برندها نیز مطرح می‌شود. درواقع کسب و کارها باید شرایطی را مهیا کنند که ضمن پیدا کردن مشتریان جدید، در زمینه حفظ آنها نیز توانا باشند. در این رابطه شما می‌توانید اقدامات مختلفی را برای آشنایی انجام دهید. با این حال یک برندسازی شخصی، شما را در ذهن‌ها ماندگار خواهد کرد. نکته‌ای که در این بخش باید مورد توجه قرار دهید این است که برندسازی اقدامی مقطعی نبوده و به صورت مداوم باید آن را ادامه دهید.

۳-بهبود شرایط

بدون شـک فردی که برند شـخصی قدرتمندی را دارد، در بازار موردنظر خود فردی بانفوذتر خواهد بود. درواقع برای چنین افرادی به صورت مداوم انواع پیشـنهادهای کاری وجود دارد. این مر در حالی اسـت که اگر برندسازی شخصی انجام نداده باشید، توانایی‌های شما دیده نمی‌شود و این امر به معنای از دست رفتن تلاش‌های شما خواهد بود. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که در ابتدای کار، طبیعی است که شما شرایط برای ایجاد یک کسب و کار را نداشته باشید و برندسازی یک شرکت، به مراتب پیچیده‌تر و پرهزینه‌تر خواهد بود. با این حال برندسازی شخصی، دردسرهای به مراتب کمتری را دارد و باعث خواهد شد تا در صورت تمایل به ایجاد کسب و کار خودتان، مسیر به مراتب ساده‌تری را داشته باشید. مثال ساده این بخش، درسـت به مانند زمانی است که شما قصد پیدا کردن سرمایه‌گذار را دارید. تحت این شرایط اگر فردی شناخته شده در حوزه خودتان باشید، طبیعی است که با چالش خاصی مواجه نخواهید شد. این مثال تنها یک مورد ساده بوده و برندسازی شخصی، در تمامی جنبه‌ها به شما کمک خواهد کرد.

۴-شبکه‌سازی

بدون شـک این امر که افرادی به صورت خودجوش اقدام به معرفی شـما و رشد کسب و کارتان نمایند، موردی کاملا رویایی خواهد بود. اگرچه این امر در نگاه اول غیرممکن به نظر می‌رسد. با این حال نکته جالب این است که چنین شرایطی را افرادی که برند شخصی قدرتمند دارند، به صورت مداوم تجربه می‌کنند. برای مثال فن پیچ‌های یک ورزشـکار مطرح، نمونه ساده این مورد محسوب می‌شود که باعث خواهد شد تا رشد سریع‌تر و بیشتری را تجربه کنید. این امر در حالی است که شما برای چنین شرایطی، اقدام مستقیم و تلاش خاصی را انجام نداده‌اید و پس از مدتی، برند برای شما کارهایی را خواهد کرد که فراتر از حد تصور است.

در آخر نکته‌ای که باید به آن توجه داشـته باشـید این است که برندسازی شخصی، نیازمند فعالیت‌های اصولی می‌باشد. به همین خاطر توصیه می‌شود که یک دوره تخصصی را طی کنید و در این زمینه اطلاعات خـود را افزایـش دهید. با این حال در صورتی که بنا به هر دلیلی نمی‌توانید این مرحله را طی کنید، توصیه می‌شود که از یک آژانس بازاریابی استفاده کنید. درواقع این شرکت‌ها به خاطر تجربه بالای خود، به خوبی می‌توانند شرایط رشد شما را مهیا کنند.

منبع: entrepreneur.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| چهارشنبه | ۱۸ خرداد ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۲۷ | صفحه ۸ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

روابط عمومی در شبکه‌های اجتماعی با ۶ تکنیک کاربردی

به قلم: جنیفر اسمیگا
کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات
ترجمه: علی آل‌علی

دنیـای روابط عمومی در طول سـال‌های اخیـر با ظهور شـبکه‌های اجتماعی تغییرات بسیار زیادی پیدا کرده است. امـروزه دیگر خبری از شـیوه‌های قدیمـی در دنیای روابط عمومی یـا تلاش برندها برای موفقیـت در این حوزه بدون اسـتفاده از روش‌های تازه نیست. در عوض عرصه دیجیتال مثل همه بخش‌های دیگر در حال نفوذ به حوزه روابط عمومی نیز هست. این امر برای بسیاری از برندها تازگی زیادی دارد. اگر شـما هم تا بـه امروز از این بخش بـرای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان سـود نبرده‌اید، باید خیلی زود روش کارتـان را تغییـر دهید، در غیر این صورت شـاید به زودی توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای و اسـتاندارد را از دست بدهید. با توجه به اینکه امروزه هزاران برند مختلف در بازار مشغول سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان گوناگون هستند، تعلل شما در این میان می‌تواند هزینه بسیار سنگینی برای کسب و کارتان به همراه داشته باشد.

هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات در زمینه روابط عمومی مناسب در شبکه‌های اجتماعی است. از آنجایی که شـبکه‌های اجتماعی تاثیرگذاری زیادی بر روی زندگی روزمره مردم دارد، شما هم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطـب هدف‌تان چاره‌ای به غیر از توجه ویژه به این حوزه ندارید. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های بسیار زیادی به همراه داشـته و حتی وضعیت فعالیت‌تـان در بازار را نیز تغییر دهید. اگر شما هم نمی‌دانید کارتان را باید از کجا برای دیجیتال‌سازی روابط عمومی برندتان شروع کنید، این مقاله مقدمه‌ای عالی برای ورودتان به این عرصه جذاب خواهد بود. در ادامه برخی از تغییرات روابط عمومی با ظهور شبکه‌های اجتماعی را مرور خواهیم کرد. سپس به برخی از نکات مهم و حرفه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌پردازیم. این امر به شـما برای شروع کارتان در این عرصه به بهترین شکل ممکن کمک خواهد کرد.

تغییرات دنیای روابط عمومی با ظهور شبکه‌های اجتماعی

ارتباطات گسترده

پیش از ظهور شـبکه‌های اجتماعی عرصه ارتباطات میان برندها بسـیار ساده و ابتدایی بود. این امر به طور معمول در طول سـاعت‌های اداری میان برندها صـورت می‌گرفت. در بسـیاری از مواقع نیز برندها چاره‌ای بـه غیر از تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان با استفاده از روش‌های سـازمانی خشک و زمانبر نداشتند. این امر می‌توانست برای بسیاری از کاربران و مشتریان برندها به شدت دردناک باشد. هرچه باشد وقتی یک مشتری نیاز به ارتباط با برند دارد، باید ایـن امر در کوتاه‌ترین زمان ممکن صورت گیرد، در غیر این صورت شاید تاثیرگذاری لازم را به همراه نداشته و شما دیگر شانسی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نکنید. در این صورت دیگـر کارتان برای بهبود وضعیت برندتان به طور چشمگیری دشوار خواهد شد. امروزه بسیاری از برندها به لطف شبکه‌های اجتماعی ارتباطات بی‌نهایت گسترده‌ای دارند. این امر به شـما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شـانس شما را نیز به طور چشمگیری افزایش می‌دهد. هرچه ارتباطات شـما دامنه بیشتری داشته باشد، شانس‌تان برای کسب اعتبار بالاتر در بازار بیشتر می‌شود. این امر می‌تواند برای شما مزایای بسیار زیادی به همراه داشته و شانس‌تان را نیز متحول سازد.

یادتان باشد در دنیایی که سرعت عمل برندها بسیار مهم است، شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به شما برای تعامل بهتر با مخاطب هدف و سـرعت عمل بیشتر کمک نماید. در این صورت شـما دیگر هیچ مشـکلی از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت.

تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف

اگر شـما خودتان را جای مشتریان قرار دهید، بسیاری از اوقات تاثیرگذاری بر روی آنها کار ساده‌ای محسوب می‌شود. شـما باید همیشـه در دسترس مشـتریان بوده و اطمینان بالایی نسـبت به ارائه خدمات به شـیوه‌ای مناسـب داشته باشـید. در این صورت مشـکلات‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف تا حد زیادی رفع می‌شود. این امر به شما برای بهینه‌سازی روند کاری‌تان در شرکت کمک می‌کند.

یکی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مشتریان اسـتفاده از فناوری‌هـای نویـن اسـت. امروزه شـبکه‌های اجتماعی به شما فرصت بسیار خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌دهد. این امر شانس شما برای بهینه‌سازی موقعیت‌تـان در بـازار را افزایـش داده و موقعیت‌تان را نیز بهینه‌سـازی خواهد کرد. یادتان باشد در این میان برخی از برندها باید همیشه تلاش بیشتری به خرج دهند. دلیل این امر نیز معمولا ورود دیرهنگام‌شان به جمع برندهای فعال در زمینه روابط عمومی در شبکه‌های اجتماعی است. درست به همین دلیل شـما باید همیشـه حواس‌تان به این نکته مهم باشد، در غیر این صورت شاید خیلی زود فرصت تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف را از دست بدهید.

تبدیل حوزه روابط عمومی به عرصه‌ای ۲۴ ساعته

همانطور که اشـاره کردیم، پیش از این روابط عمومی یک کار تمام وقت نبود. برخی از برندها فقط در طول ساعت‌های اداری خدمات مربوط بـه روابط عمومی را عرضه می‌کردند. در این صورت شـما باید مهارت‌تان بـرای اثرگذاری بر روی مخاطـب هدف را نیز به طور قابـل ملاحظه‌ای تغییر دهید. امروزه مشـتریان انتظارات بسـیار زیـادی از برندها دارند. این امر شـامل تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شیوه‌ای حرفه‌ای محسـوب می‌شود. یکی از معیارهای مهم در این میان تلاش برای فعالیت ۲۴ سـاعته در زمینه روابط عمومی است. این امر مسئولیت شما به عنوان یک برند را به طور چشمگیری افزایش می‌دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای هستید، می‌توانید کارتان را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر داده و وضعیت‌تان را متحول سازید.

فعالیت همیشگی در کنار مشتریان برای جلب رضایت‌شان بدون شـبکه‌های اجتماعی امکان‌پذیر نیست. این امر یکی از تحولات مهم در زمینه فعالیت برندها را شـامل می‌شـود. درسـت به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف و ایجاد تمایز با سـایر رقبا هسـتید، استفاده از شبکه‌های اجتماعی بهترین گزینه، دست کم برای روابـط عمومی، خواهد بود. نکتـه جالب اینکه چنین کاری هزینه‌های شـما را هم به طور چشمگیری کاهش می‌دهد. با این حسـاب دیگر نیازی به استفاده از شیوه‌های عجیب با پیچیده نخواهد بود.

راهکارهای موفقیت در روابط عمومی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی

موفقیـت در روابط عمومی امر سـاده‌ای نیسـت. امروزه حتـی افراد حرفـه‌ای در زمینـه روابط عمومـی نیز گاهی دچار اشـتباه شده و موفقیت‌شـان در این میان دستخوش تغییرات گسـترده‌ای می‌شـود. این امر می‌تواند برای شـما دردسـرهای بسـیار زیادی به همراه داشـته و توانایی‌تان را نیز به طور چشـمگیری کاهش دهد. یادتان باشد در دنیایی که تمام برندها کم و بیش شکسـت را تجربه می‌کنند، شما برای موفقیت باید برنامه‌ای ویژه داشـته باشید. هدف ما در این بخش مرور برخی از مهمتریـن نکات برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هـدف در دنیای بازاریابی و روابط عمومی است. در ادامه برخی از این نکات را به طور کاربردی مورد بررسی قرار خواهیم داد. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد.

اضافه کردن آیدی برند در پیام‌ها

کاربران باید بسیار واضح و صریح در جریان حضور برندتان در شـبکه‌های اجتماعی باشـند. این امـر می‌تواند مزایای بسیار زیادی بر روی برند شما به همراه داشته باشد. یکی از مشکلات اساسی برندها در این روزها ناتوانی برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف اسـت. به عبارت بهتر، اگر شما نتوانیـد مخاطب هدف‌تان را به سـوی دنبال کردن برند در شـبکه‌های اجتماعی بکشـانید، به طور ناخودآگاه شکست می‌خورید. این امر می‌تواند برای شـما بسیار دردناک تلقی شـود، اما در صورتی که به خوبی بدان توجه نکنید، شـاید روش کارتان به کلی مختل شود.

توصیـه ما برای حضور همراه بـا موفقیت در دنیای روابط عمومـی آنلاین اسـتفاده از شـبکه‌های اجتماعـی به طور گسـترده و بیان آدرس برندتان در هر پیامی است. برخی از سایت‌ها در این میان دکمه مربوط به اشتراک‌گذاری محتوا یا بازنشـر خبر در شـبکه‌های اجتماعی را کنـار هر کدام از محتوای‌شـان قرار می‌دهند. این امر می‌تواند به شـما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک نماید.

یک نکته دیگر که باید همیشـه مد نظر شـما قرار گیرد، اسـتفاده از عبارت‌های دقیق و یـادآوری به مخاطب هدف نسبت به حضور برندتان در زمینه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اسـت. این امر می‌تواند به کاربران نشان دهد، برند شما در شبکه‌های اجتماعی به طور رسمی حضور دارند. با این حساب دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی شما قرار نمی‌گیرد.

همکاری با اینفلوئنسرها

اینفلوئنسرها یکی از گروه‌های بسیار مناسب برای فعالیت برندها محسـوب می‌شوند. این دست از افراد به طور معمول تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف مد نظر شما دارند. این امر می‌تواند برای شـما جذابیت بسـیار زیادی به همراه داشـته و شرایط‌تان را نیز به طور چشمگیری متحول سـازد. یادتان باشـد برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف شما باید همیشه بهترین اینفلوئنسرها را انتخاب کنید، در غیر این صورت شاید در میانه راه متوجه اشتباه تان شده و البته در آن زمان دیگر راهکاری برای جبران اشـتباه مورد نظر نخواهید داشت.

یکـی از روش‌های مناسـب بـرای تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هدف می‌تواند توجه به روش‌های مرتبط با گزینش اینفلوئنسـرها باشـد. به عبارت بهتر، شـما قرار نیسـت با هر اینفلوئنسـری به طور گسـترده ارتباط داشته باشید. در ایـن میان معیارهایی نظیر نحوه تعامـل با مخاطب هدف و همچنین میزان آشـنایی وی به کار شما تاثیرگذاری بسیار زیادی دارد. درسـت به همین دلیل شـما باید همیشه این نکات مهم را در کانون توجه‌تان قرار دهید، در غیر این صورت خیلی زود شـانس‌تان برای تعامل با اینفلوئنسرها و بازگشت سـرمایه مناسـب از بین خواهد رفت. در این صورت نیز به احتمال زیاد دیگر هیچ فرصت یا شانسـی برای بهینه‌سازی شـرایط فعالیت‌تان در ایـن میان نخواهید داشـت. یکی از مشـکلات اصلی برندها در این راستا تلاش برای استفاده از معیارهای خوب در زمینه گزینش اینفلوئنسـر است. معنای این امر نیاز شـما برای همکاری با افرادی بی‌نهایت حرفه‌ای نیست.

گاهی اوقات شـما می‌توانید با اینفلوئنسرهایی تازه کار یا حتی در سـطح خُرد نیز همکاری داشـته باشید. نکته مهم در این راسـتا وضعیت مشتریان‌تان است. اگر مشتریان شما در یک بازار محلی حاضر هسـتند، آن وقت همکاری شـما با اینفلوئنسرهای بزرگ هیچ تاثیری بر روی کارتان نخواهد داشـت. درست به همین دلیل شما باید هزینه‌تان در دنیای بازاریابی و روابط عمومی دیجیتال را با دقت صرف کنید، در غیر این صورت هیچ فرصتی برای بهینه‌سازی شانس‌تان در دنیای بازاریابی پیدا نمی‌کنید.

اهمیت عنصر تداوم

عنصر تداوم یکی از مهمتریـن نکات برای فعالیت برندها محسوب می‌شود. این امر می‌تواند به برندها فرصت لازم برای تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هـدف را بدهد. وقتی از تداوم در فعالیـت یک برند صحبت می‌کنیـم، الزاما فقط تداوم در زمینـه بازاریابی یا کمپین‌های تبلیغاتی مد نظر ما نیسـت. عرصه روابط عمومی نیز باید همـراه با خدمات دارای تداوم و تاثیرگـذاری بالا بر روی مخاطب هدف باشـد، در غیر این صورت شـاید خیلی زود موجب خستگی مشتریان از برندها شود.

اگر شـما فقط بـرای مدت زمانی محـدود در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هسـتید، به احتمال زیاد کمپیـن روابط عمومی‌تان دیر یـا زود با فاجعه‌ای تمام عیار شکسـت می‌خورد. در عوض شـما باید همیشـه به دنبال تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای کسـب و کار باشـید. این امر می‌تواند به شـما کمک بسـیار زیادی برای بهینه‌سازی شـرایط‌تان نماید. اگر از همان ابتدا خدمات‌تان در زمینـه روابط عمومی و بخش‌های مرتبط با چشـم‌انداز بلندمدت صورت گیرد، امکان تاثیرگذاری بسیار بهتر بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و فرصت تاثیرگذاری بسیار خوبی به شما و مشتریان‌تان خواهد داد. این امر مزایای بسیار متنوعی برای برند شما به همراه خواهد داشت.

فعالیت بیش از اندازه

فعالیت بیش از اندازه می‌تواند به شـما برای بهینه‌سـازی موقعیت‌تان کمک بسـیار ویژه‌ای نماید. یادتان باشد امروزه بسیاری از برندها برای ارائه خدمات روابط عمومی مشتریان را تا مدتی کوتاه منتظر می‌گذارند. این امر نه به دلیل مشکل برندها با مشـتریان، بلکه ترافیک بالای تقاضاست. حالا اگر در این میان برند شما خیلی سریع به فکر مشتریان افتاده و وضعیت آنها را خیلی زود تغییر دهد، کارتان بی‌نهایت ساده‌تر از هر زمان دیگری می‌شـود. این امر می‌تواند به شما فرصت تازه‌ای در بازار داده و موقعیت‌تان را نیز به طور چشـمگیری متحول سازد. در این چشم‌انداز شما امکان تاثیرگذاری بسیار بالایی بر روی مخاطب هدف‌تان دارید. دلیل آن نیز فعالیت بیشتر از اندازه‌تان خواهد بود. امروزه بسیاری از برندها برای بهینه‌سـازی روند فعالیت‌شـان به طور مداوم از شـیوه‌های سـنتی استفاده می‌کنند. در این میان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی برای ارائه خدمات مربوط به روابط عمومی نوآوری مهمی محسوب می‌شود. نکته مهم دیگر در این میان فعالیت گسـترده و بیش از حد معمول شماست. پس اگر یک قانون نانوشـته در این زمینه وجود دارد، شـما بـه هیچ وجه لازم نیسـت آن را رعایت کنیـد. این امر می‌تواند به شـما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک نماید.

ایجاد روابط عمیق با رسانه‌ها

حضـور در شـبکه‌های اجتماعی فقط گام نخسـت برای تاثیرگذاری گسترده بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف به نیروی رسانه‌ها نیز نیاز دارند. این امر می‌تواند به کسب و کارهـا برای اثرگذاری بـر روی مخاطب هدف کمک کرده و موقعیت برندها را نیز توسـعه دهد. یادتان باشـد بسیاری از کسب و کارها در دنیای امروز روابط‌شان با رسانه‌ها را به طور مداوم تقویت می‌کنند. این امر می‌تواند به آن کسـب و کار در حوزه‌های مختلف، از جمله روابط عمومی کمک نماید.

یکی از مشـکلات اساسی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مربوط به حوزه رسـانه است. به عبارت بهتر، برندها بلد نیسـتند خدمات روابط عمومی شـان را به طور مسـتقیم با اسـتفاده از رسـانه‌ها منتقل نمایند. این امر در بسـیاری از مواقع برای چنین برندهایی دردسرساز می‌شود. اگر شما رابطه خوبی با رسانه‌ها داشته باشید، می‌توانید بدون مشکل زیاد به سراغ آنها رفته و مشکلات‌تان در این راستا را به خوبی حل کنید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد. یادتان باشد رسانه‌ها هنوز هم ابزاری مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. درست به همین دلیل شما می‌توانید کارتان در این زمینه را به خوبی با اسـتفاده ار توانایی تاثیرگذاری رسـانه‌ها بر روی مخاطب هـدف دنبال کرده و خیال‌تان بابت پرهیز از هرگونه بحرانی در روابط عمومی راحت باشد.

یکی از نکات مهـم برای همکاری با رسـانه‌ها، مربوط به اسـتفاده از نکات مناسب و تاثیرگذار در این میان است. این امر می‌تواند به شما کمک بسیار خوبی برای بهبود شرایط‌تان نمایـد. بـه عبارت بهتر، برند شـما باید خبرهـای جذاب و مناسبی برای رسانه‌ها داشته باشد. در این صورت می‌توانید به خوبی بر روی آنها تاثیرگذاری لازم را اعمال کنید. این امر به شـما فرصت خوبی برای بازاریابـی و تاثیرگذاری بر روی مشتریان می‌دهد. بی‌شـک امروزه فعالیت در دنیای روابط عمومی امری سـخت و پیچیده شده است. درست به همین خاطر شما باید همیشه از تکنیک‌های حرفه‌ای در این میان سـود ببرید. نکات مورد بحث در این مقاله می‌تواند شروعی مناسـب و تاثیرگذار برای شما در این راسـتا باشد. این امر توانایی‌تـان برای روابط عمومی بهتر را به طور چشـمگیری افزایش می‌دهد. همچنین به شـما شانس بسیار خوبی برای اثربخشـی بر روی مخاطب هدف با کمترین هزینه ممکن را می‌دهد. درست به همین دلیل شما باید همیشه حواس‌تان به نحوه فعالیت در عرصه روابط عمومی باشد. این امر می‌تواند از شما قهرمانی بی‌بدیل برای مشتریان بسازد.

منبع: هاب اسپات