روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۹ شهریور ۱۴۰۱

Wed.31 Aug 2022
۳ صفر ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۲۰۸۱
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

بندهای آیین‌نامه واردات مانع حضور برندهای مطرح در بازار خودرو

پس از کش و قوس‌های فراوان درخصوص ابلاغ آیین‌نامه واردات خودرو توسط وزارت صمت، حالا با ابلاغ آیین‌نامه واردات خودرو و مشخص شدن بندها و جزییات آن، علاقه‌مندان به برندهای جهانی مانند ب ام و، بنز و دیگر شرکت‌های مطرح از حضور مجدد مدل‌های باکیفیت و روز...

۵

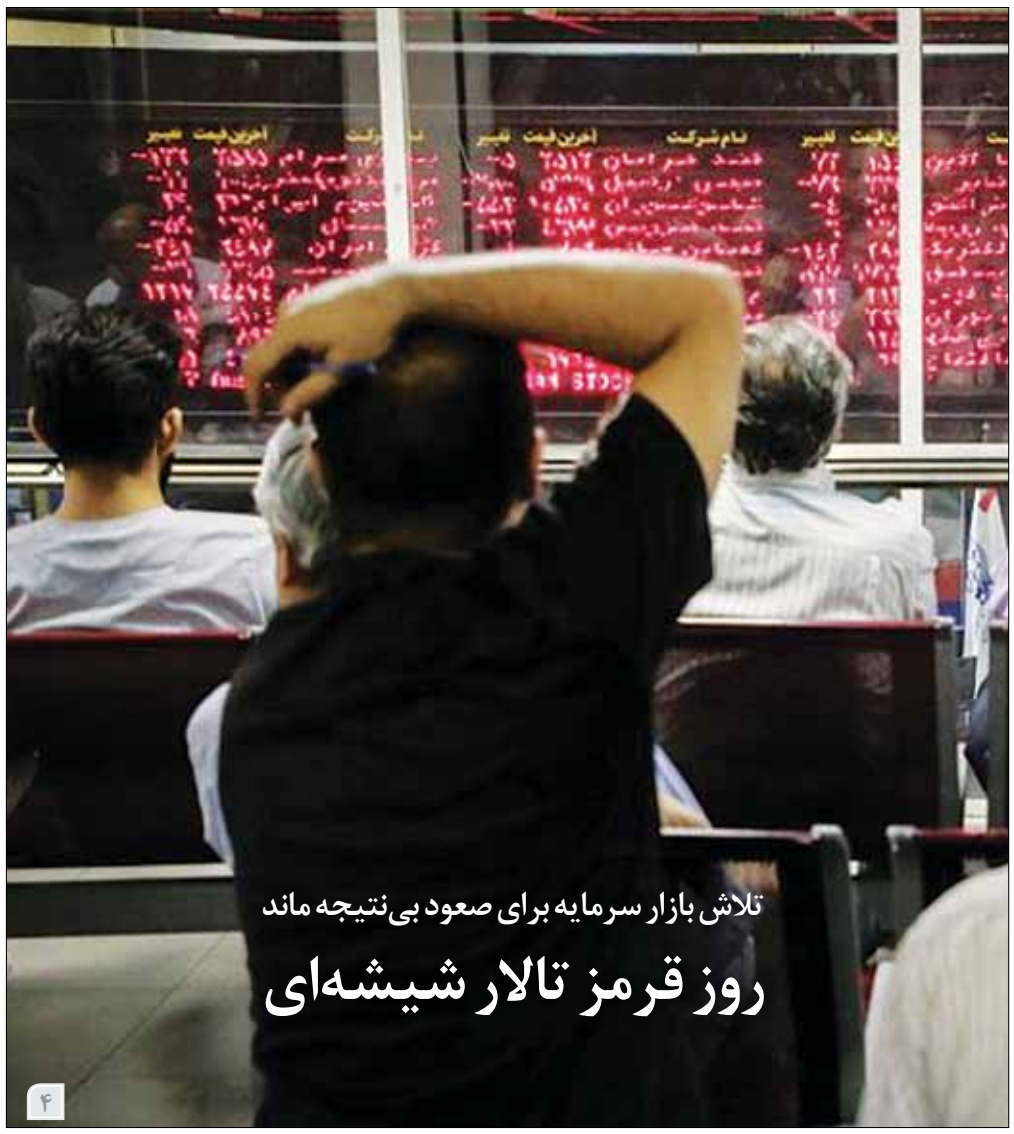
نگاه

افت تولید خودرو در دومین ماه متوالی

چرخ تولید خودرو لنگ می‌زند

پس از کاهش ۱۸ درصدی تولید خودروهای سواری در تیرماه، تیراژ تولید خودرو در مردادماه هم با ۹,۵ درصد افت مواجه شد. به نظر می‌رسد شرکت‌های خودروساز با مدیریت دولتی، توانی بیش از این ندارند و چرخ خودروسازان به واسطه سال‌ها تحریم و قیمت‌گذاری دستوری می‌لنگد. چنانکه طبق گزارش بازوی پژوهشی وزارت صمت، خودروسازان کاملا تحت تاثیر تحریم‌ها قرار داشته‌اند و حتی در برخی از سال‌ها که تحریم هم نبوده‌اند، زیان داده‌اند. روند سود و زیان دو خودروساز بزرگ کشور بین سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۹ نشان می‌دهد، تولید خودرو در سال‌هایی که خبری از تحریم نبوده، روند مناسبی داشته و فاصله‌اش با ظرفیت اسمی، کمتر بوده است، اما در دوران تحریم، تولید همواره کمتر از زمان عادی بوده و خودروسازان در مسیری نسبتا ناهموار (از حیث تامین قطعات و ارتباط با خارجی‌ها) فعالیت کرده‌اند. طبق هدف‌گذاری وزارت صنعت، تیراژ تولید خودرو در سال ۱۴۰۱ باید به ۱,۵ میلیون دستگاه برسد تا قیمت‌ها در بازار خودرو باثبات باشد...

۲



تلاش بازار سرمایه برای صعود بی‌نتیجه ماند

روز قرمز تالار شیشه‌ای

۴

صادرات در ایران و ترکیه چگونه باعث ۲ وضعیت متفاوت اقتصادی شد؟

شارژ صادراتی رشد اقتصادی

فرصت امروز: تجربیات اقتصادهای در حال توسعه نشان می‌دهد که یکی از عوامل محرک و تأمین‌کننده رشد اقتصادی، رشد صادرات کالاها و خدمات است، اما این مهم در اقتصاد ایران نه تنها باعث رشد اقتصادی نشده بلکه در برخی از سال‌ها به مثابه یک عامل کاهنده در تأمین رشد اقتصادی عمل کرده و موجب رشد منفی اقتصاد ایران شده است. آنچه می‌توان از آن با عنوان «تنگنای صادراتی رشد اقتصادی ایران» یاد کرد؛ حال آنکه تجربه همسایه غربی کشورمان یعنی ترکیه نشانگر نقش مهم و مثبت صادرات کالا و خدمات در رشد اقتصادی...

۲

ریال از پایان شهریورماه هوشمند می‌شود

تفاوت رمزپول‌ها و رمزارزها

۳

مدیریت و کسب‌وکار

راهکارهای تعامل با کارمندان در فرآیند دورکاری

داشتن یک تیم کاری متحد و دارای سطح بالایی از انسجام برای هر برندی امری مهم محسوب می‌شود. بسیاری از مدیران نیز برای داشتن چنین تیمی هر کاری انجام می‌دهند. البته امروزه مدیریت تیم‌های کاری به سادگی گذشته نیست. دلیل آن نیز تمایل بسیاری از کارمندان و صدالبته برندها برای پیگیری روند دورکاری است. این امر از زمان ظهور همه‌گیری کرونا به عنوان یک ترند مهم در میان کارآفرینان ایجاد شد. اکنون نیز با وجود کاهش میزان حساسیت کرونا باز هم بسیاری از مردم از این شیوه استفاده می‌کنند. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیازمند استفاده از راهکارهایی برای ایجاد اتحاد در میان کارمندان‌تان که در شیوه دورکاری فعال هستند، خواهید بود. برخی از برندها نیمی از نیروی کارشان را به طور حضوری و بخشی دیگر را نیز به طور دورکاری استخدام می‌کنند. این امر نیز سختی‌های خاص خودش را دارد...

۸

سهم ایران از بازار ترانزیت جهان آب می‌رود

جاماندگی ترانزیتی از رقبای منطقه‌ای

فرصت امروز: تحریم‌ها به جاماندگی ترانزیتی ایران از رقبای منطقه‌ای دامن زده است. اگرچه ایران به واسطه موقعیت جغرافیایی و ژئوپلیتیکی، دست بالا را به لحاظ ترانزیت بار در اقتصاد منطقه و جهان دارد، اما عملکرد ناموفق ترانزیتی از یکسو و سرمایه‌گذاری سنگین رقبای منطقه‌ای از دیگرسو باعث شده ایران در مسیر ترانزیت از رقبای خود عقب بماند. شرایطی که البته در دو سه سال گذشته به دلیل تحریم و کرونا شدت گرفته و آمار ترانزیت کشورمان سقوط کرده است. براساس آمارها، میزان ترانزیت ایران تنها یک بار در سال ۱۳۹۳ به مرز ۱۳ میلیون تن رسیده و این در حالی است که طبق برآوردها سقف ترانزیتی سالانه کشورمان ۸۰ میلیون تن است. نگاهی به عملکرد ترانزیتی ایران در دهه ۱۳۹۰ نشان می‌دهد با وجود قرارگیری در مسیرهای ترانزیتی مهم اما متاسفانه به ظرفیت فوق‌العاده این بخش توجهی نشده است. هشت مسیر ترانزیتی عمده در منطقه پیرامونی ایران قرار دارد که البته درجه اهمیت و پیشرفت متفاوتی با هم دارند. این کریدورهای تجاری را می‌توان از منظر عبور از خاک ایران دسته‌بندی کرد. پروژه‌های بندر چابهار، کمربند و راه، گذرگاه اقتصادی شمال-جنوب و گذرگاه اسلام‌آباد-تهران-استانبول مسیرهایی هستند که از خاک ایران عبور می‌کنند و همچنین گذرگاه اقتصادی چین-پاکستان، فرا افغان، خلیج‌فارس-مدیترانه و ترانس‌کاسپین پروژه‌هایی هستند که از خاک ایران عبور نمی‌کنند. اهمیت دسته دوم در این است که طراحی عمده این مسیرها شاید به استثنای کریدور کمربند و راه، به‌گونه‌ای است که به شکل مستقیم یا غیرمستقیم در رقابت با گذرگاه‌هایی تعریف شده‌اند که از قلمرو ایران عبور می‌کنند.

موقعیت ایران در کریدور کمربند و راه

هشت مسیر ترانزیتی عمده در منطقه پیرامونی ایران وجود دارد که در یک دسته‌بندی اولیه می‌توان این مسیرها را به دو دسته شمالی-جنوبی و شرقی-غربی تقسیم کرد؛ به طوری که پروژه‌های ترانزیتی بندر چابهار به افغانستان، گذرگاه اقتصادی چین-پاکستان، گذرگاه بین‌المللی شمال-جنوب و گذرگاه فرا افغان در زمره مسیرهای شمالی-جنوبی قرار گرفته و پروژه کمربند و راه، گذرگاه اسلام‌آباد-تهران-استانبول، گذرگاه ترانس‌کاسپین و گذرگاه اقتصادی خلیج‌فارس-مدیترانه در دسته مسیرهای شرقی-غربی جای می‌گیرند. آنطور که مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش «کریدورهای منطقه‌ای و موقعیت ژئواکونومیک ایران» آورده است، این مسیرها را می‌توان از منظر عبور از خاک ایران نیز دسته‌بندی کرد که از بین آنها، پروژه‌های بندر چابهار، کمربند و راه، گذرگاه اقتصادی شمال-جنوب و گذرگاه اسلام‌آباد-تهران-استانبول از قلمرو ایران عبور می‌کنند و در مقابل، پروژه‌های گذرگاه اقتصادی چین-پاکستان، فرا افغان، خلیج‌فارس-مدیترانه و ترانس‌کاسپین از خاک ایران عبور نمی‌کنند. اهمیت دسته دوم در این است که به شکل مستقیم یا غیرمستقیم در رقابت با گذرگاه‌هایی تعریف شده‌اند که از ایران عبور می‌کنند و به این لحاظ، منافع ایران را به چالش می‌کشند. مهمترین گذرگاه در محیط ژئواکونومیک ایران، کمربند اقتصادی راه ابریشم است. با این حال، موقعیت ایران در مگاپروژه ابریشم متناقض است؛ از یک‌سو کشورمان به‌طور بالقوه می‌تواند یکی از برندگان مگاپروژه ابریشم باشد و از سوی دیگر تاکنون ایران سهم چندانی در طرح‌های این پروژه نداشته است. در نخستین نقشه‌هایی که از مگاپروژه ابریشم در منابع چینی منتشر شد، ایران در کانون مسیرهای خشکی این طرح قرار داشت، از همین‌رو برخی ایران را قلب راه ابریشم جدید نامیدند. به طور تاریخی نیز ایران نقش مهمی در این جاده داشته و یکی از مسیرهای کلیدی جاده ابریشم قدیم بود، اما با وجود گذشت بیش از شش سال از اجرای این طرح و امضای موافقت‌نامه‌های همکاری میان شرکت‌های چینی با همتایان‌شان در کشورهای متفاوتی که در این طرح قرار گرفته‌اند، در ایران هنوز اقدام مهمی در راستای گسترش همکاری‌های دو کشور در قالب این طرح صورت نگرفته است.

گذرگاه‌اسلام‌آباد-تهران-استانبول

مسیر ترانس‌کاسپین که با نام دالان میانی ابتکار کمربند و راه نیز شناخته می‌شود، ترکیه را به ساحل شرقی دریای خزر متصل می‌کند و ترانزیت کالا از آسیا به اروپا را تسهیل می‌کند. برای ارزیابی نسبت مسیر ترانزیتی ترانس کاسپین با منافع ایران باید به دو به نکته توجه شود. نخست ارتباط ترکیه با جمهوری‌های آسیای‌مرکزی از طریق باکو و دریای خزر و دوم، ترانزیت کالا میان آسیا و اروپاست. با اینکه ایران بهترین راه برای دسترسی ترکیه به آسیای مرکزی است، فشارهای آمریکا با هدف جلوگیری از شراکت ایران در هرگونه پروژه منطقه‌ای باعث شده ترکیه برای ارتباط زمینی با جمهوری‌های آسیای مرکزی، مسیر ترانس‌کاسپین را برگزینند. ترکیه در این انتخاب، اهداف ژئوپلیتیک را هم دنبال می‌کند و این مسئله سبب ازدست‌رفتن یکی از مزیت‌های ترانزیتی ایران به عنوان پل ارتباطی آسیای مرکزی-قفقاز- آناتولی و مواهب اقتصادی آن شده است. به باور کارشناسان، شرکت‌های خصوصی حمل‌ونقل، نقشی کلیدی در ترانزیت کالا در مسیر ترانس‌کاسپین برعهده دارند. هرچند در برابر انگیزه‌های ژئوپلیتیک ترکیه، ایران فاقد ابزارهای لازم است، اما می‌تواند با ارائه مشوق‌ها به شرکت‌های خصوصی حمل‌ونقل در ترکیه و آسیای مرکزی، جذابیت عبور از خاک ایران را بالا ببرد؛ یکی از این مشوق‌ها، عوارض و قیمت سوختی است که به کشنده‌ها ارائه می‌شود. نکته دیگر اینکه موقعیت جغرافیایی ترکیه به این کشور امکان ایفای نقش در ترانزیت کالا میان هند و اروپا را می‌دهد. بر همین اساس، ایران و عراق به‌عنوان حلقه‌های میانی اهمیت دارند و با توجه به اینکه شبکه راه‌آهن ایران به ترکیه متصل شده است، شکل‌دهی به یک همکاری سه‌جانبه میان هند، ایران و ترکیه می‌تواند جذابیت ترانزیتی ایران برای هند را بالا ببرد. گذرگاه ریلی ۶۵۰۰ کیلومتری اسلام‌آباد-تهران-استانبول را می‌توان یکی دیگر از گذرگاه‌های قدیمی دانست. این گذرگاه به عنوان نمادی از همکاری سه‌جانبه میان ایران با ترکیه و پاکستان مطرح است، اما در حوزه اجرایی چندان راه به جایی نبرده و از جمله چالش‌های آن، نقل و انتقال اندک کالا به ویژه در مسیر استانبول به اسلام‌آباد است. این گذرگاه از معدود گذرگاه‌هایی است که کاملا در راستای ارتقای موقعیت ژئواکونومیک ایران قرار دارد. ایران در این گذرگاه به عنوان حلقه وصل دو اقتصاد بزرگ پاکستان و ترکیه ایفای نقش می‌کند، اما ضعف پتانسیل‌های لازم برای توسعه تجارت میان پاکستان و ترکیه، این کریدور را با چالش مواجه کرده است؛ به طوری که با گذشت سال‌ها چندان منفعت اقتصادی ایجاد نکرده و روابط پایدار اقتصادی میان سه کشور حول این کریدور شکل نگرفته است.

چابهار، هند، پاکستان و دیگران

ایران از دهه ۱۳۹۰ در پی توسعه بندر چابهار با همکاری هند بود و نخستین موافقت میان‌شان در سال ۲۰۰۳ صورت گرفت. اهمیت تجاری-ژئواستراتژیکی گذرگاه چابهار به آسیای مرکزی تا حد زیادی وابسته به حضور هند در این مجموعه است. هرچند توسعه ظرفیت‌های بندر چابهار به عنوان تنها بندر اقیانوسی ایران که ظرفیت پذیرش کشتی‌هایی با ظرفیت ۱۰۰هزار تن را دارد، برای اقتصاد کشور یک دستاورد است، اما اهمیت آن در فراهم‌کردن یک مسیر ترانزیتی به افغانستان و آسیای مرکزی است که متجلی می‌شود. پس از خروج آمریکا از برجام و با وجود استثنا شدن سرمایه‌گذاری هند در بندر چابهار از تحریم‌های یکجانبه آمریکا، روند توسعه بندر و مسیرهای ریلی منتهی به افغانستان مختل شد. همچنین گذرگاه حمل‌ونقل بین‌المللی شمال-جنوب در سال ۲۰۰۲ براساس موافقت‌نامه‌ای میان سه کشور روسیه، ایران و هندوستان مطرح شد. گذرگاه شمال-جنوب که با هدف اتصال روسیه و منطقه قفقاز به اقیانوس هند پیشنهاد شد، تنها مسیر تزانزیتی عبوری از ایران است که می‌تواند از تحریم‌های غرب سود ببرد، هرچند نه تحریم‌های غرب علیه ایران. تحریم‌های غرب علیه روسیه (به واسطه جنگ اوکراین) هم در کوتاه‌مدت مسیرهای ارتباطی میان روسیه و اروپا که از طریق آن به بازارهای جهانی متصل می‌شد را به چالش کشیده و هم اهمیت بازارهای آسیا و به‌ویژه هند را برای این کشور افزایش داده است. بنابراین ایران می‌تواند از انگیزه‌های جدید روسیه برای تکمیل سریع این مسیر ترانزیتی نهایت بهره را ببرد. از دیگر پروژه‌های اقتصادی-ارتباطی مهم منطقه که ماهیت فراقاره‌ای هم دارد، پروژه کمربند و راه چین است. مهمترین بخش این پروژه که به نوعی پرچمدار آن به شمار می‌آید، راهروی اقتصادی چین-پاکستان است که برای ایران اهمیتی ویژه دارد. از طرفی با توجه به قرابت جغرافیایی میان بندر گوادر و بندر چابهار و نیز جهت شمالی-جنوبی آنها، این دو پروژه رقیب یکدیگر هستند. گرچه ایرانیان از ابتدا برای تخفیف احساس تهدید پاکستانی‌ها، چابهار را مکمل گوادر دانسته و از ترویج رقابت میان این دو گذرگاه خودداری کرده‌اند، با این حال، موفقیت گوادر بر اهمیت بندر چابهار تاثیر خواهد گذاشت. بنابراین یک بعد از نسبت منافع ملی ایران در مورد این مسیر ترانزیتی، این است که چابهار، رقیب گوادر است و برای بهره‌مندی از بیشینه پتانسیل‌های ارتباطی بندر چابهار، یک مسابقه با زمان و نیز نبردی برای جذب سرمایه‌گذاران بیشتر در جریان است، با این حال این تمام واقعیت نیست.

از خلیج فارس-مدیترانه تا فرا افغان

دالان اقتصادی خلیج‌فارس-مدیترانه که با نام خط ریلی صلح نیز شناخته می‌شود، بخشی از دالان اقتصادی بزرگ‌تری است که قرار است دسترسی هند به بازارهای اروپایی را تسهیل کند. این دالان در صورتی بر منافع ایران تاثیرگذار است که -مطابق طرح‌های پیشنهادی امارات و رژیم صهیونیستی- هند را دربر بگیرد؛ وگرنه خط ریلی جبل‌علی-حیفا صرفا در راستای توسعه مسیرهای ترانزیتی میان رژیم صهیونیستی و کشورهای شورای همکاری خلیج‌فارس استفاده خواهد شد. بنابراین مشخص است اتصال هند به اروپا از طریق دالان اقتصادی خلیج‌فارس- مدیترانه جایگزینی برای دالان اقتصادی شمال-جنوب محسوب می‌شود. ادغام اقتصادی امارات، عربستان، اردن و رژیم صهیونیستی در اقتصاد جهانی از یک‌سو و روابط اقتصادی گسترده میان هند و این کشورها در برابر عدم‌قطعیت‌هایی که به واسطه تحریم‌ها به اقتصاد ایران تحمیل شده است، جذابیت دالان اقتصادی خلیج‌فارس-مدیترانه در برابر دالان اقتصادی شمال-جنوب را برای هند افزایش می‌دهد. با این وجود، هرچند این دالان می‌تواند دسترسی هند به بازارهای اروپایی (بدون عبور از ایران) جمهوری‌آذربایجان و روسیه را فراهم کند، تأمین‌کننده دغدغه هند برای دسترسی به بازارهای آسیای مرکزی نیست و از این نظر ایران از مزیتی منحصربه‌فرد برخوردار است. هرچند احتمالا بندر چابهار جذابیت خود را برای هند از حیث دسترسی به شمال (آسیای مرکزی) حفظ کند، عملیاتی‌شدن ترانزیت کالا از مسیر خلیج‌فارس-مدیترانه بخش مهمی از مزیت‌های ایران به عنوان حلقه اتصال شرق به غرب را از بین می‌برد. طبق توصیه کارشناسان، در مورد دالان خلیج‌فارس-مدیترانه، تسریع در تکمیل پروژه خط‌آهن رشت-آستارا و اتصال آن به شبکه ریلی جمهوری‌آذربایجان ضروری است. این اقدام می‌تواند با اجرای ترانزیت کالا از هند به روسیه، شبکه‌ای از منافع اقتصادی را میان بخش‌های خصوصی هند، آذربایجان و روسیه با ایران ایجاد کند و این منافع در بستر زمان، خود به مانعی در برابر مسیرهای جایگزین تبدیل خواهد شد. گذرگاه فرا افغان نیز رقیب گذرگاه شمال- جنوب ایران است. این گذرگاه ریلی قرار است در مسیر مزارشریف-کابل-پیشاور احداث شود. با ایجاد مسیری به آسیای مرکزی از دریای عرب و اقیانوس هند، کریدور فرا افغان کاملا در رقابت با کریدور شمال- جنوب قرار دارد و به صورت مشخص و روشن علیه منافع ژئواکونومیک ایران است. با اجرای این کریدور، کشورهای آسیای مرکزی به ویژه ازبکستان مسیر دسترسی جدیدی به آب‌های آزاد خواهند یافت و این دسترسی جدید در کنار دسترسی آنان به کریدور شرقی-غربی چین و آسیای مرکزی، گزینه‌های این کشورها را متنوع می‌کند و نیازشان به مسیر ترانزیتی ایران را کاهش می‌دهد. کاهش نیاز آسیای مرکزی به ویژه ازبکستان به مسیر ترانزیتی ایران نه تنها بر کریدور شمال- جنوب بلکه بر بندر چابهار هم اثر منفی خواهد گذاشت.

با وجود موقعیت مطلوب ژئوپلتیکی

چرا ترانزیت در ایران پا نمی‌گیرد؟

فرصت ایران در عصر کریدورها همچنان دست‌نخورده باقی مانده و این در حالی است که رقبای ایران در حال سرمایه‌گذاری و ارتقای جایگاه‌شان در کریدورهای تجاری هستند. به نظر می‌رسد اگر ایران مشکلات تجارت خارجی و فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل خود را برطرف نکند، از ماراتن جهانی حذف می‌شود؛ چراکه دنیا معطل ایران نمی‌ماند و کشورها راه‌های ترانزیتی جایگزین پیدا می‌کنند. نتایج یک گزارش نشان می‌دهد نبود مرجع هماهنگ‌کننده ترانزیت، خودمالکی ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای، نبود نهاد راهبر لجستیک و فرسودگی ناوگان از جمله مشکلات حمل و نقل زمینی ایران است. طبق ارزیابی بازوی پژوهشی اتاق ایران، حمل‌ونقل اساس توسعه کشورهاست و کیفیت بالای حمل‌ونقل نه‌تنها منجر به کاهش هزینه‌ها می‌شود، بلکه مزیت‌های اقتصادی و اجتماعی ایجاد می‌کند که اثرات مثبتی مانند دسترسی بهتر به بازارها، افزایش اشتغال و سرمایه‌گذاری را به همراه دارد. با وجود اینکه زیرساخت‌های نسبتا مناسبی در حوزه حمل‌ونقل کشور وجود دارد، اما زیرساخت‌های حمل‌ونقل به طور متوازن توسعه پیدا نکرده و نتیجه آن، هم در هزینه تمام‌شده کالاها و هم در عدم استفاده از مزیت‌های حمل‌ونقل منطقه‌ای به چشم می‌خورد. به نظر می‌رسد چالش‌های حمل‌ونقل باری ایران را می‌توان در دو دسته کوتاه‌مدت و میان‌مدت دسته‌بندی کرد. چالش‌هایی مانند «نبود مرجع هماهنگ‌کننده ترانزیت»، «خودمالکی ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای» و «اتکای هزینه‌های جاری سازمان‌های زیربخشی حمل‌ونقل به درآمدهای آنها» در دسته اول جای می‌گیرند که آنها را می‌توان در قالب برنامه‌های کوتاه‌مدت مدیریت کرد، اما چالش‌هایی مثل «نبود نهاد راهبر لجستیک»، «فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل»، «وجود موانع در رقابتی شدن حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای»، «حکمرانی نامتوازن در بخش حمل‌ونقل» و «ناکافی بودن زیرساخت‌های شبکه ریلی» در دسته دوم قرار می‌گیرند که برای رفع آنها به برنامه میان‌مدت نیاز است. متاسفانه با وجود موقعیت فوق‌العاده کشورمان برای ترانزیت بار اما «نبود مرجع هماهنگ‌کننده ترانزیت» باعث شده تا ظرفیت بالقوه ایران به فعل درنیاید. ایران در زمره معدود کشورهایی است که از موقعیت بین‌المللی خاصی برای ترانزیت بار برخوردار است، اما به دلایل مختلف از جمله ناهماهنگی‌های داخلی در امر سیاست‌گذاری ترانزیت نتوانسته از مزیت‌های آن استفاده کند. فارغ از تحریم‌ها، برخی مشکلات داخلی نیز مانع از بهره‌برداری ایران از مزیت‌های فراوان ترانزیت و پتانسیل‌های بالقوه در این زمینه شده است. از جمله این مشکلات، «عدم هماهنگی میان دستگاه‌های متولی» و «نبود مرجع هماهنگ‌کننده ترانزیت» است. «خودمالکی ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای» نیز دیگر چالشی است که ترانزیت کشور را دچار چالش کرده است. طبق آمارها تا پایان سال گذشته، ۸۷,۹ درصد مالکیت ناوگان حمل و نقل باری کشور به صورت خودمالکی (ملکی راننده و ملکی شخص دیگر) و ۱۲,۱ درصد دیگر به صورت شرکتی (ملکی شرکت/موسسه، ملکی شراکتی) است. از نظر تعداد نیز از مجموع ۳۶۵ هزار وسیله نقلیه عمومی باری، ۳۲۱ هزار دستگاه خودمالکی و ۴۴ هزار دستگاه به صورت شرکتی تملک شده است. در نبود شرکت‌های توانمند در حوزه حمل و نقل عموما با رانندگانی مواجهیم که تمام مراحل حمل بار را خودشان به تنهایی انجام می‌دهند که این موضوع علاوه بر مشکلات مضاعف برای رانندگان، مشکلاتی برای سفارش‌دهنده بار نیز ایجاد می‌کند. از دیگر مشکلاتی که به واسطه خودمالکی وجود دارد، می‌توان به خودداری برخی رانندگان در حمل برخی از بارها و تردد در برخی مسیرها و عدم تردد در مسیرهای دیگر، عدم امکان هماهنگی‌های کلان به دلیل فراوانی و تعدد رانندگان خودروها و بهره‌وری پایین سیستم حمل و نقل (به دلیل ترددهای یکسرخالی و خواب بودن کامیون‌ها) اشاره کرد.

نگاه

افت تولید خودرو در دومین ماه متوالی

چرخ تولید خودرو لنگ می‌زند

پس از کاهش ۱۸ درصدی تولید خودروهای سواری در تیرماه، تیراژ تولید خودرو در مردادماه هم با ۹,۵ درصد افت مواجه شد. به نظر می‌رسد شرکت‌های خودروساز با مدیریت دولتی، توانی بیش از این ندارند و چرخ خودروسازان به واسطه سال‌ها تحریم و قیمت‌گذاری دستوری می‌لنگد. چنانکه طبق گزارش بازوی پژوهشی وزارت صمت، خودروسازان کاملا تحت تاثیر تحریم‌ها قرار داشته‌اند و حتی در برخی از سال‌ها که تحریم هم نبوده‌اند، زیان داده‌اند. روند سود و زیان دو خودروساز بزرگ کشور بین سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۹ نشان می‌دهد، تولید خودرو در سال‌هایی که خبری از تحریم نبوده، روند مناسبی داشته و فاصله‌اش با ظرفیت اسمی، کمتر بوده است، اما در دوران تحریم، تولید همواره کمتر از زمان عادی بوده و خودروسازان در مسیری نسبتا ناهموار (از حیث تامین قطعات و ارتباط با خارجی‌ها) فعالیت کرده‌اند.

طبق هدف‌گذاری وزارت صنعت، تیراژ تولید خودرو در سال ۱۴۰۱ باید به ۱,۵ میلیون دستگاه برسد تا قیمت‌ها در بازار خودرو باثبات باشد. آنطور که مسئولان وزارت صنعت پیشتر گفته‌اند، حجم تقاضا برای خرید خودرو در طول یک سال رقمی معادل ۱,۵ میلیون دستگاه است و چنانچه این میزان خودرو در کشور تولید شود، کفه عرضه و تقاضا با هم متعادل و قیمت‌ها باثبات می‌شود. در سال گذشته تیراژ تولید خودروهای سواری در کشور فقط ۸۵۰ هزار دستگاه بود؛ یعنی برای متعادل شدن روند عرضه و تقاضا، تعداد خودروهای تولیدی خودروسازان باید امسال ۶۵۰ هزار دستگاه افزایش یابد. بر همین اساس، وزارت صمت با تدوین طرح تحول صنعت خودرو از ابتدای امسال تلاش کرده که میزان تولید را در شرکت‌های خودروسازی متناسب با تقاضای مردم افزایش دهد. بررسی‌ها نشان می‌دهد برای اینکه شرکت‌های خودروسازی بتوانند به هدف‌گذاری انجام‌شده برسند باید ماهانه ۱۲۵ هزار دستگاه خودرو تولید کنند تا هدف‌گذاری انجام‌شده وزارت صمت محقق شود. در چنین شرایطی اما آمارها حاکی از آن است که احتمالا هدف‌گذاری انجام شده محقق نخواهد شد. با وجود آنکه شرکت‌های خودروسازی در خردادماه امسال با تولید ۱۰۴ هزار دستگاه خودروی سواری به ارقام هدف‌گذاری شده نزدیک شده بودند، اما از تیرماه امسال دوباره روند تولید خودرو نزولی شده است. براساس آمارها، این روند نزولی در مردادماه هم ادامه یافته است. اطلاعات منتشرشده از شرکت‌های خودروسازی در سامانه کدال نشان می‌دهد مجموع تولید خودروهای سواری در سه شرکت ایران‌خودرو، سایپا و پارس‌خودرو در مردادماه به ۷۷ هزار دستگاه رسیده که این میزان ۹,۵ درصد نسبت به تیرماه و ۲۶ درصد نسبت به خردادماه کاهش نشان می‌دهد. با اینکه اوج تولید خودرو در خردادماه امسال رخ داد، ولی متاسفانه تیراژ تولید خودرو در تیرماه ۱۹هزار دستگاه معادل ۱۸درصد افت کرده است.

آمارها نشان می‌دهد بیشترین میزان افت تولید مربوط به ایران‌خودرو بوده است. این شرکت در مردادماه امسال جمعا ۴۱ هزار و ۳۴۲ دستگاه خودرو تولید کرده که در مقایسه با تیرماه ۱۰,۳ درصد و در مقایسه با خردادماه ۲۹ درصد افت نشان می‌دهد. همچنین تیراژ تولید در سایپا و پارس‌خودرو در ماه گذشته به‌ترتیب ۸,۶ درصد و ۷,۹ درصد کاهش داشته است. در مجموع، میزان کل خودروهای تولیدشده در مردادماه امسال ۸ هزار دستگاه کمتر از تیرماه و ۲۷ هزار دستگاه کمتر از خردادماه بوده است. اهمیت نوسان تیراژ تولید خودروهای سواری در این است که کاهش آن، موجب رشد قیمت و افزایش آن به تعادل در بازار منجر می‌شود. به باور بسیاری از کارشناسان و حتی تأیید مسئولان وزارت صمت، یکی از دلایل رشد قیمت خودرو در چند سال گذشته، کاهش تولید و حذف برخی خودروهای پرتقاضا از شرکت‌های خودروساز بوده است. مطابق آمارها، سه شرکت ایران‌خودرو، سایپا و پارس‌خودرو که بخش عمده خودروهای سواری در کشور را تولید می‌کنند، در طول پنج ماه نخست امسال ۳۸۸ هزار و ۴۴۰ دستگاه خودرو تولید کرده‌اند. این سه خودروساز طبق هدف‌گذاری انجام‌شده باید ۶۲۵ هزار دستگاه خودروی جدید تولید می‌کردند که این آمار نشان می‌دهد شرکت‌های خودروساز از هدف‌گذاری انجام شده عقب هستند. با توجه به اینکه میانگین تولید خودرو از ابتدای سال جاری تاکنون ۷۸ هزار دستگاه بوده برآورد می‌شود، در خوش‌بینانه‌ترین حالت پیش‌بینی می‌شود شرکت‌های ایران‌خودرو، سایپا و پارس‌خودرو تا پایان سال رقمی حدود ۶۰۰ هزار دستگاه خودروی دیگر تولید کنند که با احتساب میزان تولید انجام شده در پنج ماه گذشته احتمالا رقم کل تولید به یک میلیون دستگاه نخواهد رسید.

گفتنی است چندی پیش، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی از روند سود و زیان دو خودروساز بزرگ کشور در حدفاصل سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۹ گزارش داد و اعلام کرد: در سال‌هایی که خبری از تحریم نبوده، تولید خودرو روند مناسبی داشته و فاصله‌اش با ظرفیت اسمی، کمتر بوده است، اما در دوران تحریم، تولید همواره کمتر از زمان عادی بوده و خودروسازان در مسیری نسبتا ناهموار (از حیث تامین قطعات و ارتباط با خارجی‌ها) فعالیت کرده‌اند. خودروسازی ایران دو دوره تحریم سخت را در یک دهه گذشته تجربه کرده است؛ یکی در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ و دیگری از سال ۱۳۹۷ به بعد با خروج آمریکا از برجام. در این سال‌ها هرچند دولت همواره خواسته اثرات تحریم را خنثی کرده و یا کاهش دهد، اما با وجود خروج خودروساز از شوک‌های ابتدایی ناشی از تحریم هرگز تولید به مسیر هموار گذشته (دوران بدون تحریم) برنگشته است.

طبق گزارش بازوی پژوهشی وزارت صمت، روند کلی تولید بین سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۰ در مجموع صعودی بوده، اما در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ افتی سنگین را تجربه کرده است. حدفاصل سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۶ (دوران توافق برجام) به استثنای سال ۱۳۹۴ نیز تولید خودرو روندی رو به رشد داشته، به نحوی که خودروسازان توانستند در سال ۱۳۹۶ به رکورد سال ۱۳۹۰ (تیراژ بالغ بر یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه) نزدیک شوند؛ این در حالی است که در سال ۱۳۹۷ (سال نخست خروج آمریکا از برجام و بازگشت تحریم علیه خودروسازی ایران)، تولید به شدت افت می‌کند. بین سال‌های ۱۳۹۸ تا نیمه دوم ۱۴۰۰ اما تولید خودرو تقریبا روندی رو به بهبود را به خود می‌بیند، هرچند که با سال قبل از تحریم فاصله زیادی دارد. با وجود این بهبود، تولید خودرو هنوز هم بسیار کمتر از توان واقعی خودروسازان بوده و این موضوع نشان می‌دهد تحریم با وجود برخی انکارها، خودروسازی را کاملا تحت تاثیر منفی قرار داده است. البته دولت سعی کرد با اقدامات مختلف از اثر منفی واردات بکاهد، اما به دلایل مختلف نتوانست تمام و کمال به هدفش برسد. راه انداختن نهضت داخلی‌سازی قطعات و پرداخت تسهیلات به خودروسازان، از مهمترین اقداماتی است که دولت در راستای خنثی‌سازی اثرات تحریم در صنعت خودرو انجام داد، اما این اقدامات باعث نشد که خودروسازان به دوران اوج تولید بازگردند.

صادرات در ایران و ترکیه چگونه باعث ۲ وضعیت متفاوت اقتصادی شد؟

شارژ صادراتی رشد اقتصادی

فرصت امروز: تجربیات اقتصادهای در حال توسعه نشان می‌دهد که یکی از عوامل محرک و تأمین‌کننده رشد اقتصادی، رشد صادرات کالاها و خدمات است، اما این مهم در اقتصاد ایران نه تنها باعث رشد اقتصادی نشده بلکه در برخی از سال‌ها به مثابه یک عامل کاهنده در تأمین رشد اقتصادی عمل کرده و موجب رشد منفی اقتصاد ایران شده است. آنچه می‌توان از آن با عنوان «تنگنای صادراتی رشد اقتصادی ایران» یاد کرد؛ حال آنکه تجربه همسایه غربی کشورمان یعنی ترکیه نشانگر نقش مهم و مثبت صادرات کالا و خدمات در رشد اقتصادی این کشور است.

جدیدترین مطالعه مشترک سازمان تجارت جهانی و بانک جهانی در مورد نقش تجارت در اقتصادهای در حال توسعه نشان می‌دهد که یکی از عوامل تامین‌کننده رشد اقتصادی، رشد صادرات کالاها و خدمات است. براساس آمارها، مجموع سهم کشورهای در حال توسعه در صادرات جهانی از ۱۶ درصد در سال ۱۹۹۰ میلادی به ۳۹ درصد در سال ۲۰۲۱ افزایش یافته است؛ سهمی که به همراه رشد صادرات و افزایش سهم در کل تجارت جهان، بهبود وضعیت رفاه و رشد اقتصادی این اقتصادها را رقم زده است؛ یعنی این اقتصادها به تناسب مشارکت در زنجیره ارزش جهانی و اعمال سیاست‌ها و ابزارهای توسعه و تسهیل‌کننده تجارت توانسته‌اند رشد اقتصادی را در کشورهای خود رقم بزنند؛ کما اینکه صادرات کالایی اقتصادهای در حال توسعه از رقم ۳,۳۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۵ با رشد ۲,۸ برابری به ۹,۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ و صادرات خدمات این گروه از اقتصادها نیز از ۵۶۳ میلیون دلار در سال ۲۰۰۵ و با رشدی مشابه کالا به حدود ۱,۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ رسیده است.

نقش مثبت تجارت در رشد اقتصادی

در این گزارش به اهمیت تجارت به ویژه نقش صادرات در رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه پرداخته شده و تجربه ایران و ترکیه با یکدیگر مقایسه شده است. آنطور که معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران گزارش داده است، یکی از نتایج مطالعه اخیر و مشترک سازمان تجارت‌جهانی و بانک جهانی در رابطه با نقش تجارت در اقتصادهای در حال توسعه نشان می‌دهد مجموع سهم کشورهای درحال‌توسعه در صادرات جهانی از ۱۶ درصد در سال ۱۹۹۰ به رقم ۳۹ درصد در سال ۲۰۲۱ افزایش یافته است؛ سهمی که به همراه رشد صادرات و افزایش سهم در کل تجارت جهان موجب بهبود وضعیت رفاهی و رشد اقتصادی این کشورها شده است، در واقع، این اقتصادها به تناسب مشارکت در زنجیره ارزش جهانی و اعمال سیاست‌ها و ابزارهای توسعه و تسهیل‌کننده تجارت توانسته‌اند رشد اقتصادی را در کشورهای خود رقم بزنند؛ چنانکه صادرات کالایی اقتصادهای در حال توسعه از ۳,۳۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۵ با افزایش ۲,۸ برابری به ۹,۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ و صادرات خدمات این گروه اقتصادها نیز از حدود ۵۶۳ میلیون دلار در همین دوره زمانی با رشدی مشابه کالا، به ۱,۶ میلیارد دلار رسیده است.

براساس این گزارش، در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰، روند عمومی صادرات و واردات واقعی کالاها و خدمات ایران نزولی بوده است. البته سرعت کاهش برای واردات بیش از صادرات بوده است. مطابق داده‌های حساب‌های ملی، صادرات کالاها و خدمات در سال ۱۳۹۰ (به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۵) حدود ۲۵۳ هزار میلیارد تومان بوده است. این میزان در سال ۱۴۰۰ به رقم ۲۲۲ هزار میلیارد تومان رسیده است. میانگین رشد واقعی سالانه صادرات کالاها و خدمات نیز در دهه ۱۳۹۰، منفی ۲۹,۱ درصد گزارش شده است. مشابه این وضعیت برای واردات کالاها و خدمات نیز صادق است؛ چنانکه واردات کالاها و خدمات در سال ۱۳۹۰ حدود ۵۱۰ هزار میلیارد تومان است. این رقم تقریبا دو برابر صادرات بوده که در سال ۱۴۰۰ نیز مجددا افت کرده است. در سال گذشته واردات کالاها و خدمات به ۱۲۸ هزار میلیارد تومان رسید. در این سال افت واردات نسبت به صادرات ۵۸ درصد بوده است. در واقع، میانگین رشد واقعی سالانه واردات کالاها و خدمات بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰، افتی ۱۲,۹ درصدی داشته است، اما آنچه در این دوره منجر به ایجاد تغییرات و تحولات تجاری در کشور شده، تشدید تحریم، محدودیت دسترسی به منابع و درآمدهای ارزی و اعمال ممنوعیت و محدودیت برای واردات برخی گروه‌های کالایی است. همچنین در نیمی از سال‌های دهه ۱۳۹۰، رشد سالانه صادرات کالاها و خدمات مثبت و در نیمی از این دهه نیز رشد منفی بوده است؛ یعنی در یک دهه گذشته طی شش سال رشد واردات کالاها و خدمات منفی و طی چهار سال مثبت بوده است.

کاتالیزور صادراتی در اقتصاد ترکیه

در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰، مشارکت صادرات کالاها و خدمات در رشد اقتصادی ایران، در نیمی از سال‌های این دوره مثبت و در نیمی دیگر منفی گزارش شده است، در سه سال پایانی دهه گذشته یعنی در سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ به دلیل تشدید تحریم‌ها و کاهش صادرات نفتی، نقش صادرات کالاها و خدمات در رشد اقتصادی کشور کاهنده و منفی بود؛ حال آنکه در نقطه مقابل به دلیل محدود شدن واردات و کاهش آن، نقش واردات در رشد مثبت شد. میانگین مشارکت سالانه صادرات کالاها و خدمات در تأمین رشد اقتصادی کشور در سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۰ حدود منفی ۱,۳ واحد درصد و برای واردات کالاها و خدمات مثبت ۱۲,۹ درصد است. همچنین در سال ۱۴۰۰، افزایش صادرات کالاها و خدمات موجب شد تا مشارکت آن در رشد ۴,۷ درصدی اقتصاد به حدود ۰,۷۵ واحد درصد برسد. افزایش واردات نیز اثر منفی ۱,۱۷ واحد درصدی در رشد این سال داشت و در مجموع، خالص صادرات کالاها و خدمات موجب تاثیر منفی ۰,۹۶ واحد درصدی در رشد سال گذشته شد.

در همین حال، بررسی روند تغییرات رشد تولید ناخالص داخلی از منظر اقلام هزینه نهایی اقتصادهای درحال‌توسعه نشان می‌دهد که یکی از عوامل محرک و تأمین‌کننده رشد اقتصادی، رشد صادرات کالاها و خدمات است. به عبارت بهتر، رشد صادرات اقتصادهای در حال توسعه و میزان مشارکت آنها در زنجیره ارزش جهانی باعث بهبود وضعیت رفاه و رشد اقتصادی آنها شده است. به عنوان نمونه، بررسی داده‌های اقتصادی بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۱ بیانگر نقش مهم صادرات کالاها و خدمات در تأمین رشد اقتصادی این کشور است. متوسط رشد اقتصادی سالانه ترکیه در این دوره زمانی حدود ۴,۵ درصد و متوسط رشد سالانه صادرات کالاها و خدمات آن نیز در همین دوره حدود ۴,۹۶ درصد بوده است. نزدیک به ۳۰ درصد از رشد اقتصادی ترکیه در دوره مورد بررسی، توسط افزایش صادرات کالا و خدمات تأمین شده است. در سال ۲۰۲۱ نیز رشد اقتصادی این کشور حدود ۱۱ درصد بوده که یکی از دلایل مهم تحقق این نرخ رشد، افزایش ۹,۲۴ درصدی صادرات کالاها و خدمات ترکیه با مشارکت پنج واحد درصدی این حوزه در رشد اقتصادی بوده است. بدین ترتیب، مقایسه تجربه سال‌های گذشته اقتصاد ایران و ترکیه نشان می‌دهد که برخلاف تجربه مثبت ترکیه، صادرات کالا و خدمات در اقتصاد ایران نه تنها ایفاگر نقش محرک در تأمین رشد اقتصادی نبوده، بلکه حتی در برخی از سال‌ها به عنوان عاملی کاهنده در رشد مزبور عمل کرده است.

احیای برجام چه تاثیری بر قیمت نفت دارد؟

سیگنال کاهشی ایران به بازار نفت

با ادامه مذاکرات برای احیای توافق هسته‌ای که ممکن است بازگشت ایران به بازارهای بین‌المللی را به همراه داشته باشد، بعضی تحلیلگران می‌گویند چنین اتفاقی، فشار کاهشی روی قیمت‌های نفت ایجاد خواهد کرد که عربستان سعودی در تلاش برای اجتناب از آن است. با این حال، برخی دیگر از تحلیلگران می‌گویند بازگشت ایران به بازارهای نفت ممکن است کاملا روی قیمت‌ها بی‌تاثیر باشد. شاهزاده عبدالعزیز بن سلمان، وزیر انرژی عربستان سعودی اوایل ماه میلادی جاری گفت که اوپک پلاس ممکن است در واکنش به دور باطل نقدینگی بسیار اندک و نوسان شدید در بازارهای نفت، استراتژی رشد تولید خود را معکوس کند. این خبر، قیمت نفت برنت را که در پی عمیق شدن هراس جهانی از احتمال وقوع رکود به مرز ۱۰۰ دلار نزدیک شده بود، به پایین مرز ۱۰۰ دلار در هر بشکه برد.

به گزارش ایسنا، همین نگرانی بود که باعث شد اختلاف میان معاملات کاغذی و بازارهای فیزیکی افزایش پیدا کند. وزیر انرژی عربستان در مصاحبه هفته گذشته با بلومبرگ، به این موضوع اشاره کرده و گفته بود: معامله‌گران محدود شدن عرضه در بازار فیزیکی نفت را نادیده می‌گیرند. با این حال، بعضی از تحلیلگران می‌گویند که سعودی‌ها نسبت به توافق احتمالی ایران که بازگشت این کشور به بازارهای نفت بین‌المللی را به دنبال خواهد داشت، مضطرب شده‌اند.

روزنامه «فایننشال تایمز» هفته گذشته با اشاره به صحبت‌های تحلیلگران مختلف گزارش داد، اشاره شاهزاده عبدالعزیز درباره کاهش تولید، هشداری به کاخ سفید درباره آنچه ممکن است در صورت توافق آمریکا با ایران اتفاق بیفتد، بوده است. هلیما کرافت از شرکت «آر بی سی کپیتال مارکتس» به «فایننشیال تایمز» گفته بود: تصور می‌کنم درست باشد بگوییم اوایل سال میلادی جاری، عربستان سعودی و سایر بازیگران منطقه‌ای مطمئن بودند که توافق ایران در آینده نزدیک اتفاق نخواهد افتاد. اکنون که مذاکرات احیا شده است، تصور می‌کنم آنها به بازار نفت و پیامدهای امنیتی گسترده این توافق متمرکز شده‌اند.

با این حال، درخصوص تاثیر امنیتی باید گفت که بهبودی در روابط میان ایران و متحدان سعودی دیده می‌شود. ایران اوایل ماه جاری روابط دیپلماتیک با امارات متحده عربی (که نزدیک‌ترین متحد عربستان سعودی در خاورمیانه است) و کویت را احیا کرد. عربستان سعودی در دستور کار بعدی قرار دارد و طرف ایرانی نسبت به این تحولات ابراز خوش‌بینی کرده است. به عبارت دیگر، عربستان سعودی و ایران اقداماتی را برای احیای روابط دوجانبه که در سال ۲۰۱۶ تیره شده بود، برمی‌دارند. اگر چنین اتفاقی روی دهد، تاثیرات زیادی برای وضعیت امنیتی خاورمیانه خواهد داشت و اوپک را تحکیم می‌کند. با چنین تحکیم رابطه‌ای، توافق هسته‌ای جدید روی قیمت‌های نفت بی‌تاثیر می‌شود.

اوپک پلاس ثابت کرده است که هر زمان لازم باشد می‌تواند عرضه نفت خام را کنترل کند و نهادی که تصمیم می‌گیرد چه زمانی لازم است عرضه کنترل شود، اوپک پلاس است. هشدارهای تحلیلگران که توافق هسته‌ای ممکن است قیمت نفت را به پایین ۷۰ دلار و حتی به ۶۰ دلار در هر بشکه برساند، مبنای منطقی داشته است، اما یک مسئله کوچک وجود دارد که تحلیل «فایننشیال تایمز» آن را ذکر نکرده است: قیمت‌ها برای مدت طولانی پایین نخواهند ماند؛ نه حتی اگر اوپک پلاس بخواهد آنها را پایین نگه دارد.

چند ماه پیش، ظرفیت مازاد تولید اوپک پلاس مورد توجه قرار گرفت و آن هنگامی بود که بازار نگران امنیت تامین نفت در مواجهه با تقاضای قوی و محدودیت‌های تولید شده بود. عربستان سعودی اذعان کرده بود که نمی‌تواند تولید نفت را در مدت کوتاه بسیار بیشتر از سطح فعلی افزایش دهد. در نتیجه تنها با نمایان شدن سیگنال‌های رکود که نگرانی بزرگ‌تر بود، نگرانی نسبت به امنیت تامین انرژی تا حدودی فروکش کرد. رکود در واقع، به تقاضا برای نفت آسیب خواهد زد. با این حال، در بعضی از نقاط جهان مانند اروپا ممکن است به رشد تقاضا کمک کند. قیمت‌های گاز به حدی بالا رفته است که نیروگاه‌ها در بخش‌هایی از اروپا مانند آلمان از گاز به نفت سوئیچ کرده‌اند. در همین حال، اوپک پلاس ثابت کرده است که نه تنها درخصوص کنترل تولید بلکه درخصوص قیمت‌ها هم می‌تواند انعطاف‌پذیر باشد. شاید عده کمی به خاطر بیاورند، اما کمتر از دو سال قبل، مقامات مختلف اوپک اعلام کرده بودند که قیمت بین ۶۰ تا ۷۰ دلار در هر بشکه نفت برنت، قیمت مناسبی برای این گروه خواهد بود.

اکنون بعضی از تحلیلگران استدلال می‌کنند که اوپک می‌خواهد سقف قیمتی برای نفت بگذارد و این سقف، قیمت ۱۰۰ دلار است. بازگشت نفت ایران به بازارهای بین‌المللی مطمئنا این سقف قیمتی را حداقل برای مدتی به خطر خواهد انداخت، اما اگر بازگشت نفت ایران با ادامه بهبود روابط تهران و ریاض همزمان شود، می‌توان با اطمینان انتظار داشت که دو کشور و همچنین روسیه در زمینه تولید نفت همکاری خواهند کرد. براساس گزارش «اویل پرایس»، به همین دلیل است که صادرات نفت ایران چه قانونی باشد و چه تحریم‌های آمریکا را دور بزند، در بلندمدت برای قیمت‌های نفت تاثیری نخواهد داشت. با یک توافق، ایران مطمئنا مشتاق خواهد بود صادرات خود را افزایش دهد. همزمان سعودی‌ها و اماراتی‌ها آماده هستند تولید خود را کاهش دهند تا قیمت‌ها بالا بمانند و ایران مطمئنا مشکلی با قیمت‌های بالاتر نخواهد داشت.

ریال از پایان شهریورماه هوشمند می‌شود

تفاوت رمزپول‌ها و رمزارزها

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

با اینکه بانک مرکزی پیشتر اعلام کرده بود که اجرای آزمایشی ریال دیجیتال را در شهریورماه آغاز می‌کند، اما رئیس کل بانک مرکزی این هفته گفت که در پایان شهریورماه اجرای آزمایشی «رمزریال» آغاز خواهد شد. بدین ترتیب، ریال از نیمه ۱۴۰۱ هوشمند می‌شود و به صورت آزمایشی آغاز به کار می‌کند.

اولین زمزمه‌های راه‌اندازی رمزپول ملی بر پایه ریال در پاییز سال گذشته به گوش رسید. سپس رئیس کل بانک مرکزی در ۲۷ دی ماه از تصویب رمزپول ملی در شورای پول و اعتبار و راه‌اندازی آن در آینده‌ای نزدیک خبر داد. نهایتا در ابتدای امسال علی صالح‌آبادی از خداحافظی با اسکناس و صدور ریال دیجیتال تا شهریورماه امسال خبر داد و گفت که «رمزریال» از شهریور شروع به کار می‌کند. حالا این زمان به پایان شهریورماه موکول شده و احتمالا به صورت پایلوت و آزمایشی در یکی از مناطق کشور راه‌اندازی خواهد شد. با انتشار «رمزریال»، افراد اسکناس ریال خود را تحویل بانک مرکزی می‌دهند و «رمزریال» تحویل می‌گیرند که البته این «رمزریال» قابلیت سرمایه‌گذاری ندارد و صرفا جایگزین اسکناس فیزیکی خواهد شد. البته بانک مرکزی ایران، اولین بانکی نیست که قرار است بر پایه پول ملی کشور، پول دیجیتال عرضه کند و حدود ۹۰ بانک مرکزی چنین پروژه‌ای را در دست اجرا دارند. نکته مهم اما تفاوت «رمزریال» با رمزارزهاست؛ یعنی ریال دیجیتال یک رمزارز مبتنی بر شبکه بلاک‌چین نیست که بی‌توجه به نظارت بانک‌ها معامله شود، بلکه «رمزریال» یا هر رمزارز ملی که بانک‌های مرکزی آن را طراحی کنند، به مثابه اقدامی برای مقابله با توسعه رمزارزهاست.

دورنمای پول دیجیتال و اهداف آن

سرعت پیشرفت فناوری به‌ویژه در حوزه فناوری‌های مالی، تحولات شگرفی در نظام پولی کشورها ایجاد کرده و از جمله این فناوری‌های نوین، بلاک‌چین است. شمار زیادی از بانک‌های مرکزی در حال تحقیق و مطالعه برای پاسخگویی به این پرسش هستند که آیا فناوری بلاک‌چین می‌تواند به حل چالش‌های دیرینه‌ای مانند کارایی در سیستم‌های بانکی، امنیت و انعطاف‌پذیری در سامانه‌های پرداخت و مشارکت مالی کمک کند؟ مطالعات در این زمینه از سال ۲۰۱۴ با بانک مرکزی انگلیس آغاز شد و هم اکنون بیش از ۶۰ مرکز تحقیقاتی در بانک‌های مرکزی جهان و چندین پروژه بزرگ در حال بررسی چگونگی استفاده از این فناوری نوین و صدور پول دیجیتال توسط بانک مرکزی به عنوان محصول کاربردی بر پایه این فناوری هستند. با این وجود هنوز پژوهشگران بانک‌های مرکزی به این نتیجه نرسیده‌اند که آیا فناوری بلاک‌چین و دفترکل توزیع شده با توجه به خطرها و محدودیت‌های آن، ارزش سرمایه‌گذاری و شروع فعالیت‌ها از این طریق را دارد یا خیر. بررسی‌ها نشان می‌دهد در موارد نادری مانند بانک فرانسه، برنامه‌های بر پایه این نوع از فناوری به طور موفقیت‌آمیزی عملیاتی شده است. در دیگر موارد، بانک‌های مرکزی هنوز به این نتیجه نرسیده‌اند که فناوری بلاک‌چین، فرصت‌های ارزشمندی را برای اقتصاد فراهم می‌کند. بانک‌های مرکزی کشورهایی با اقتصاد توسعه‌نیافته به این دلیل که فرآیندهای مالی و فناوری سیستم‌های آنها هنوز کارآمد نیست، ممکن است بیشترین سود را از پیاده‌سازی این فناوری نوین تجربه کنند. آنها همچنین ممکن است از اجرای پول دیجیتال یا سایر برنامه‌های کاربردی مبتنی بر بلاک‌چین به مشارکت مالی بیشتری دست یابند. برای بانک‌های مرکزی جهان، برنامه‌های مبتنی بر دفترکل توزیع‌شده همانند پول دیجیتال صادرشده توسط بانک مرکزی می‌تواند باعث افزایش راندمان و کاهش هزینه در پرداخت‌های برون‌مرزی، هم در سطح مصرف‌کننده، خرده‌فروشی و هم بین‌بانکی و عمده‌فروشی شود. در واقع، بانک‌های مرکزی به دلایل مختلفی به دنبال رمزپول‌ها و پروژه‌هایی از این دست می‌روند. مقابله با تحریم‌ها، تسویه ناخالص آنی یا همان تسویه بین‌بانکی، خلق پول نقد دیجیتالی، توسعه اقتصادی و نقد کردن پول در یک بلوک اقتصادی و شفاف کردن سیستم اقتصادی از جمله این اهداف و دلایل استفاده از پول دیجیتال است.

براساس امکان دسترسی کاربر به پول دیجیتال بانک مرکزی، دو نوع پول دیجیتال مطرح می‌شود؛ پول دیجیتال خرد بانک مرکزی یا مقصود عام و پول دیجیتال عمده‌فروشی بانک مرکزی. پول دیجیتال خرد بانک مرکزی به نوعی از پول دیجیتال اشاره دارد که با توجه به نامش می‌تواند در دسترس همگان باشد. از آنجا که پول نقد برای همه در دسترس است، چنین روشی انحراف زیادی از وضع موجود نخواهد داشت. در مقابل، نوع عمده‌فروشی آن، پول دیجیتال با دسترسی محدود خواهد بود و فقط باید در دسترس موسسات مالی باشد. برخی تصور می‌کنند که پول دیجیتال عمده‌فروشی بانک مرکزی نه‌تنها به بانک‌های تجاری و سایر موسسات مالی بلکه در دسترس شرکت‌های بزرگ نیز می‌تواند باشد.

تفاوت رمزپول‌ها با ارزهای دیجیتال

هفته‌های متمادی است که ارزهای دیجیتال در مسیر کاهشی حرکت می‌کنند و از ارزش آنها به طور قابل توجهی کاسته شده است؛ چنانکه بیت‌کوین به عنوان پادشاه رمزارزها و محبوب‌ترین ارز دیجیتال از قله قیمتی خود فاصله زیادی گرفته و در حال حاضر به محدوده ۱۹ هزار دلاری رسیده است. با وجود ریزش بازار ارزهای دیجیتال در این روزها اما واقعیت این است که رمزارزها از دیرباز، تهدیدی برای نظارت و تمرکزگرایی بانک‌های مرکزی به حساب می‌آیند و همین مسئله باعث شده است تا بانک‌های مرکزی برای مقابله با توسعه هرچه بیشتر رمزارزها تلاش کنند و یکی از راه‌های در دسترس آنها، عرضه ارزهای دیجیتال خود بانک‌هاست. در این راستا، بانک مرکزی ایران در صدد صدور ریال دیجیتال است و قرار است تا پایان شهریورماه «رمزریال» به صورت آزمایشی منتشر شود.

نکته مهم، تفاوت «رمزریال» و به طور کلی هر نوع رمز دیجیتالی که توسط بانک‌های مرکزی طراحی می‌شود، با رمزارزهاست. «رمزریال» یک رمزارز مبتنی بر شبکه بلاک‌چین نیست که بی‌توجه به نظارت بانک‌ها معامله شود، بلکه یک ابزار نوین پرداخت و تحت نظارت بانک مرکزی است و نه تنها ارتباطی به رمزارزها ندارد، بلکه در نقطه مقابل ارزهای دیجیتال تعریف می‌شود. زمانی که اسکناسی میان مردم مبادله می‌شود، شخص سومی وجود ندارد؛ مثلا شما در شهر دیگری هستید و در قبال خرید کالا به انتقال پول از یک حساب به حساب دیگر نیاز دارید و برای این کار به واسطه‌هایی نیاز دارید. حال وقتی که از «رمزریال» صحبت می‌کنیم، واسطه‌ای در کار نیست و همان اسکناسی که بین مردم بدون حضور شخص سوم مبادله می‌شود، در اینجا نیز همان اتفاق رخ می‌دهد، با این تفاوت که روی بستر دیجیتال و در لحظه رخ می‌دهد. کارت بانکی که در دسترس ماست، به مثابه پول نیست و در واقع، ابزار دسترسی ما به پول در حساب به صورت الکترونیکی است. هر اتفاقی برای بانک رخ دهد، پول فرد به صورت سپرده در بانک هست، ولی در «رمزریال» ی که در داخل گوشی ماست، بانک به عنوان شخص سوم و واسطه که امکان انتقال وجه را فراهم می‌کند، حذف می‌شود و عین پول و اسکناسی که در جیب داریم به صورت الکترونیک منتقل می‌شود. رمزپول‌های بانک مرکزی همانند رمزارزها بی‌پشتوانه نیستند. در حال حاضر ۹۰ بانک مرکزی، پروژه‌ای را روی رمزپول بانک مرکزی تعریف کرده‌اند که برخی از آنها در مراحل تحقیقاتی قرار دارند، برخی دیگر مقررات را تصویب کرده‌اند و آماده ارائه رمزپول هستند، برخی ارائه اولیه و آزمایشی را شروع کرده‌اند و در کشورهای معدودی نیز رمزپول عملیاتی شده و مردم آن می‌توانند در سطح آن کشور از رمزپول‌ها استفاده کنند.

رئیس کل بانک مرکزی در همایش بانکداری اسلامی:

سند راهبردی بانکداری اسلامی تدوین می‌شود

سی و دومین همایش بانکداری اسلامی با عنوان «نظارت و تطبیق شرعی در بانکداری اسلامی: مبانی نظری، تجارب جهانی و توصیه‌های سیاستی» از روز گذشته در بانک مرکزی آغاز به کار کرد و امروز به کار خود پایان می‌دهد. رئیس کل بانک مرکزی در اولین روز همایش بانکداری اسلامی، تدوین سند راهبردی بانکداری اسلامی را از مهمترین برنامه‌های بانک مرکزی برشمرد و گفت: سند راهبردی بانکداری اسلامی به عنوان یکی از مطالبات مهم دولت از بانک مرکزی در حال تدوین است.

علی صالح‌آبادی با اشاره به ماده ۱۶ قانون برنامه ششم توسعه مبنی بر ایجاد شورای فقهی در بانک مرکزی افزود: شورای فقهی از سال ۱۳۹۷ کار خود را در بانک مرکزی آغاز کرده و در این سال‌ها تلاش فراوانی در راستای کمک به شبکه بانکی برای حرکت به سمت بانکداری اسلامی کرده است.

او سپس به فعالیت‌ها و تاثیرگذاری کمیته فقهی در بازار سرمایه اشاره کرد و ادامه داد: کمیته فقهی در بازار سرمایه دارای سابقه ۱۵ ساله است و با ایجاد ابزارهای جدید مالی در بازار سرمایه، کمک شایانی به توسعه و تعمیق این بازار مطابق با قوانین شریعت اسلام کرده است و شورای فقهی نیز می‌تواند نقش موثری در حرکت نظام بانکی به سمت فعالیت در چارچوب بانکداری اسلامی و رفع شبهات مراجع و متدینین و مردم درخصوص فعالیت‌های نظام بانکی بردارد. به گفته صالح‌آبادی، عملیات ریپو و امهال تسهیلات بانکی از مهمترین دستورالعمل‌های شورای فقهی در این سال‌ها بوده که کمک مهمی به فعالیت‌های شبکه بانکی در سال‌های اخیر کرده است.

رئیس کل بانک مرکزی همچنین اجرای فعالیت‌های نظام بانکی در چارچوب بانکداری اسلامی را از الزامات شبکه بانکی کشور برشمرد و گفت: باید فعالیت‌های نظام بانکی در چارچوب بانکداری بدون ربا انجام شود تا ضمن رفع دغدغه‌های مراجع و مردم، خدمات در چارچوب بانکداری اسلامی ارائه شود. دریافت جریمه دیرکرد و سود جریمه تسهیلات توسط شبکه بانکی از مواردی بود که مراجع عظام ایراداتی به آن وارد می‌کردند که با کمک شورای فقهی در بانک مرکزی درخصوص نظارت و تصحیح آن، گام‌های مهمی برداشته شده است.

وی به تشکیل کمیته تطبیق در بانک‌ها اشاره کرد و افزود: این کمیته وظیفه تطبیق قوانین و مقررات سیاست‌گذار پولی با خدمات شبکه بانکی را برعهده دارد. یکی از اعضای این کمیته در هر بانک، مسئولیت تطابق خدمات و فعالیت‌های بانک با قوانین بانکداری اسلامی به عنوان یکی از قوانین مرجع پولی کشور را برعهده دارد. این فرد بایستی دارای گواهینامه بانکداری اسلامی که از طریق برگزاری آزمون به افراد دارای صلاحیت از سوی بانک مرکزی اعطا می‌شود، بوده و به بانک‌ها در راستای تطبیق هرچه بیشتر خدمات با چارچوب بانکداری اسلامی کمک کند.

صالح‌آبادی با بیان اینکه باید مصوبات شورای فقهی در شبکه بانکی کشور رعایت شود، اضافه کرد: در کمیته تطبیق بانک‌ها یک نفر عضو کمیته است که منتخب هیأت مدیره بانک می‌باشد و باید گواهینامه بانکداری اسلامی را دریافت کند. هر فرد متخصص دارای اطلاعات مرتبط می‌تواند در این آزمون‌ها شرکت کند و در صورت تایید صلاحیت؛ عضو کمیته تطبیق بانک‌ها شود. وظیفه این افراد کمک به بانک‌ها برای تطابق بیشتر با بانکداری اسلامی است که در هر بانک یک نفر و نه در هر شعبه است و لزومی هم ندارد روحانی باشد. این فرد می‌تواند عضو کمیته شود و به بانک در جهت تطابق با بانکداری اسلامی کمک کند.

او اجرای قوانین بانکداری اسلامی را یکی از مطالبات دولت سیزدهم و شخص رئیس جمهور از سیاست‌گذار پولی برشمرد و گفت: بانک مرکزی و شورای فقهی با نظرخواهی و مشورت از تمامی متخصصان و صاحب نظران به گونه‌ای عمل خواهد کرد که با رفع شبهات در جهت بانکداری اسلامی حرکت کنیم. امروزه موضوع بانکداری اسلامی و ابعاد آن در کشورهای مختلف اسلامی و غیراسلامی در دنیا مورد بحث و بررسی قرار گرفته و عملیاتی شده است و ما می‌توانیم از این تجارب و همچنین تجارب نهادهای مالی اسلامی متعدد، رویه‌ها و استانداردهای نظارتی تدوین شده، تحقیقات و پژوهش‌ها درخصوص بانکداری اسلامی در دنیا بهره ببریم.

رئیس کل بانک مرکزی در پایان بر لزوم توجه به آموزش بانکداری اسلامی تاکید کرد و گفت: قانون بانکداری بدون ربا، قانون جامعی است که انتظار داریم موسسه آموزش عالی بانکداری با برگزاری دوره‌های مختلف نسبت به آموزش بانکداری اسلامی به کارکنان خدوم شبکه بانکی کشور در راستای تسهیل و پیاده‌سازی عملیات بانکداری بدون ربا گام بردارد. همچنین با تفاهم‌نامه‌ای که با حوزه علمیه قم منعقد شده است، می‌توانیم از ظرفیت‌های آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی این مرکز نیز در راستای گسترش بانکداری اسلامی استفاده کنیم.

همچنین فرشاد حیدری، رئیس مؤسسه عالی آموزش بانکداری ایران در افتتاحیه همایش بانکداری اسلامی، شبکه بانکی هر کشور را قلب تپنده اقتصاد آن کشور دانست و گفت: این همایش سی و دومین همایش بانکداری اسلامی است که هر ساله در هفته بانکداری اسلامی مقارن با تصویب قانون عملیات بانکداری بدون ربا برگزار می‌شود. به گفته حیدری، شبکه بانکی هر کشور، قلب تپنده اقتصاد آن کشور محسوب می‌شود و وجود هرگونه ناکارآمدی در آن به طور مستقیم کلیه بخش‌های مختلف اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. لذا وظیفه یکایک ماست که تمام تلاش خود را برای بهبود وضعیت آن به کار ببندیم. مؤسسه عالی آموزش بانکداری ایران نیز پس از بررسی و مشورت‌های صورت گرفته با صاحب‌نظران حوزه بانکداری، عنوان «نظارت و تطبیق شرعی در بانکداری اسلامی: مبانی نظری، تجارب جهانی و توصیه‌های سیاستی» را برای همایش انتخاب نمود.

بانک نامه

سکه در نیمه کانال ۱۳ میلیون تومان

قیمت طلا و سکه ریخت

سیر نزولی قیمت سکه و طلا در بازار تهران ادامه دارد. در بازار فلزات گرانبها، قیمت سکه طرح جدید دیروز ۱۷۰ هزار تومان کاهش یافت و به ۱۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۳ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان قیمت خورد. قیمت نیم سکه ۷ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۴ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان و سکه گرمی ۳ میلیون تومان اعلام شد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۲۷۱ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا ۵ میلیون و ۵۰۶ هزار تومان شد. قیمت اونس جهانی طلا هم با ۱۲ دلار افزایش نسبت به روز قبل به یک هزار و ۷۳۴ دلار و هشت سنت رسید. همچنین هر دلار در صرافی‌های بانکی با ۷۶ تومان افزایش نسبت به روز قبل با قیمت ۲۸ هزار و ۳۴۶ تومان به فروش رسید. هر یورو نیز در صرافی‌ها با ۹ تومان افزایش قیمت به ۲۸ هزار و ۵۸۹ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار توسط صرافی‌های بانکی ۲۷ هزار و ۶۴ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۸ هزار و ۳۰۴ تومان گزارش شد.

رئیس شورای فقهی بانک مرکزی:

نظارت شرعی به معنای دخالت بانکی نیست

رئیس شورای فقهی بانک مرکزی، نظارت شرعی در بانک‌ها را به معنای دخالت در امور بانکی ندانست و گفت بانک‌ها مصوبه شورای فقهی مبنی بر امهال مطالبات را اجرا نکردند. غلامرضا مصباحی مقدم در سی و دومین همایش بانکداری اسلامی با بیان اینکه اگر ۱۰۰ درصد قانون عملیات بانکی بدون ربا اجرا می‌شد، اکنون هیچ مشکلی نداشتیم، افزود: اما در عمل این اتفاق رخ نداد که ناشی از نبود نظارت شرعی در عملیات بانکی است.

او یکی از مصوبات شورای فقهی بانک مرکزی را امهال مطالبات اعلام کرد و گفت: آیین‌نامه و دستورالعمل امهال مطالبات در بانک‌ها اجرا نشد. البته ممکن است که برخی این موضوع را اجرا کرده باشند. مصباحی مقدم با بیان اینکه قراردادهای بانکی باید ساده‌سازی شوند و به صورت نرم‌افزاری و سیستمی در اختیار بانک‌ها قرار گیرند، ادامه داد: با این اقدام، نظارت در زمینه بانکداری اسلامی تقویت می‌شود. به گفته وی، نظارت شرعی در بانک‌ها به معنای دخالت در امور بانکی نیست.

رئیس شورای فقهی با تاکید بر اینکه سود بانکی باید اصلاح شود، اضافه کرد: سود بانکی مناقشاتی دارد و نیازمند به اصلاح است که معتقدیم سود باید از جریان تولید و تجارت به بانک منتقل شود که این اتفاق نمی‌افتد. یکی از اقدامات شورای فقهی در سال جاری، استقرار ناظران در بانک‌هاست و دستورالعمل‌های شورای فقهی را مبنای کار قرار می‌دهد. سود بانکی مناقشاتی دارد و نیازمند به اصلاح است و معتقدیم سود باید از جریان تولید و تجارت به بانک منتقل شود که این اتفاق نمی‌افتد.

این مقام بانکی با اشاره به اینکه موضوع دیگر پیچیدگی قراردادهاست، گفت: مشتری بدون اطلاع امضا می‌کند، در حالی که در قراردادهای شرعی طرفین باید با اطلاع کامل اقدام کنند و قراردادها باید شفاف و ساده باشد و این بازنگری در دستور کار است. اصل بر این است که نظام بانکی با اصل عقود مبادله‌ای استفاده کند و عقد مشارکت در صورتی برگزار شود که ساختار مناسب برای امکان نظارت بانک بر شریک فراهم شود و صندوق پروژه شکل بگیرد و اتفاقات قابل رصد باشد. عقود مشارکتی که الان عمل می‌شود، با عقود مشارکتی مدنظر بانکداری اسلامی فاصله دارد.

رئیس شورای هماهنگی بانک‌های دولتی اعلام کرد

بدهی ۳۵۹ هزار میلیاردی دولت به شبکه بانکی

رئیس شورای هماهنگی بانک‌های دولتی از طلب ۳۵۹ هزار میلیارد تومانی شبکه بانکی از دولت تا پایان خردادماه امسال خبر داد و گفت سیستم بانکی معادل ۳۵۹ هزار میلیارد تومان از دولت طلب دارد که این طلب در بانک‌های دولتی نسبت به سایر بانک‌ها بیشتر است.

محمدرضا فرزین در سی و دومین همایش بانکداری اسلامی به بیان گزارشی از وضعیت ترازنامه شبکه بانکی مبنی بر دارایی‌ها و بدهی‌ها پرداخت. فرزین با بیان اینکه میزان اموال غیرمنقول در بانک‌های دولتی بیشتر از سایر بانک‌هاست، افزود: باید برنامه مدونی برای فروش اموال بانک‌ها تهیه و اجرا شود. بدهی بانک‌های دولتی به بانک مرکزی نیز بیشتر از سایر بانک‌هاست که به افزایش پایه پولی منجر می‌شود. افزایش بدهی بانک‌های دولتی به بانک مرکزی به این برمی‌گردد که دولت، منابع را از شبکه بانکی خارج کرده است.

او مجموع دارایی نظام بانکی را ۸ هزار و ۱۹۷ همت اعلام کرد و گفت: برخی نقد می‌کنند که بانک‌ها تسهیلات خرد و قرض‌الحسنه پرداخت نمی‌کنند و باید گفت بانک باید براساس منابع خود تسهیلات قرض‌الحسنه بدهد. ضمن اینکه برای تسهیلات خرد بانک باید از بازپرداخت تسهیلات اطمینان پیدا کند. این مشکل سیستم بانکی در دنیاست نه تنها فقط ایران.

فرزین با بیان اینکه یکی از ویژگی‌های بانکداری اسلامی، نظارت بر مصارف است، ادامه داد: اجرای AQR و تعیین میزان ناترازی نظام بانکی و تعیین روش مناسب برای جذب زیان و رفع ناترازی و همچنین تفکیک بانک‌ها توسط بانک مرکزی و اجازه ندادن به ادامه فعالیت بانک‌هایی که درست کار نمی‌کنند نیز از پیشنهادها برای اصلاح و بهبود شرایط بحرانی نظام بانکی است. بدهی دولت به بانک‌ها و افزایش سرمایه بانک‌ها و حل و فصل بحران بانک‌ها نیز جزو الزامات است. ضمن اینکه تکلیف تسهیلات تکلیفی هم باید روشن شود. به گفته وی، جمع سرمایه نظارتی شبکه بانکی در سال ۱۴۰۰ منفی بوده که برای رساندن نظام بانکی به بازل یک، نیازمند تزریق ۴۷۱ همت نقدینگی به نظام بانکی هستیم.

بورس‌نامه

تعیین تکلیف وراث سهام عدالت تا آخر شهریور

سود سهام عدالت امسال ۲برابر می‌شود

مشـاور رئیس سـازمان بورس در امور سـهام عدالت از دو برابر شدن سـود این سهام خبر داد و گفت این موضوع در حال بررسی اسـت که سود سهام عدالت در شـش ماه دوم سال طی دو مرحله پرداخت شـود. پیمان حدادی در نشستی خبری با بیان اینکه ۳۱ اسـتان و ۳۰ شرکت سرمایه‌گذاری اسـتانی وجود دارد، ادامه داد: پرتفوی اسـتان تهران باید به دو شـرکت سـرمایه‌گذاری تهران و البرز تقسـیم و بر این اسـاس شرکت سـرمایه‌گذاری استانی البرز باید ثبت شـود که متولی این امر سـازمان خصوصی‌سـازی است و شـرکت سرمایه‌گذاری اسـتان البرز در مرحله ثبت قرار دارد. به گفته وی، تاکنون ۲۸ اسـتان ثبت شـده‌اند، کارهای ثبت شرکت سـرمایه‌گذاری استان تهران در حال انجام است، اما استان سمنان علی‌رغم پیگیری‌ها و نامه‌های سـازمان بورس به مدیران شرکت و حتی به اسـتانداری سـمنان، همکاری‌های لازم را انجام نداده و به نظر می‌رسـد باید از طریق مراجع قضایی پیگیری شـود. همچنین مدارک شـرکت‌های قزوین و چهارمحال بختیاری برای بازگشایی نماد کامل نیست.

او بـا بیـان اینکه به طور کلی نماد ۲۶ شـرکت سـرمایه‌گذاری اسـتانی پس از آزادسازی سهام عدالت بازگشایی شد، افزود: هیأت مدیره هفت شـرکت بـه دلیل عدم رعایت مصوبات شـورای عالی بورس سلب صلاحیت شده‌اند و به همین دلیل توکن آنها در سامانه کدال غیرفعال شـد و امکان بارگذاری اطلاعـات مالی در کدال را ندارند. حدادی در مورد دلایل بسـته شـدن نمادهای شرکت‌های سرمایه‌گذاری اسـتانی توضیح داد: روش حسـابداری شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی اشتباه انجام شده بود، به همین دلیل شورای عالی بورس جدید در سـال گذشـته تاکید کرد که این مورد باید براساس استانداردهای حسابداری صورت گیرد.

مشـاور رئیس سـازمان بـورس با بیـان اینکه نمادهای شـرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی بازارگردان نداشتند، گفت: شورای عالی بورس قبلا مصوب کرده بود صندوق توسـعه بازار کار بازارگردانی این نمادها را انجام دهد، اما منابعی وجه نقد برای این منظور در اختیار این صندوق گذاشته نشد. از طرف دیگر، شورای عالی بورس در دولت قبل این صندوق را ملزم کرده بود قیمت این سهام را نزدیک به قیمت NAV نگه دارد؛ در حالی که این موضوع در حیطه بازارگردان نیست و بازارگردان در راستای کمک به نقدشـوندگی سهم فعالیت خواهد کرد. همچنین نهادهای امنیتی این موضوع را مطرح کردند که زمانی که نمادها بسـته نشـده بود، اشخاص مختلف با خرید درصد کمی از شرکت‌ها، امکان در اختیار گرفتن مدیریت آنها را در دست می‌گیرند.

حدادی در مورد زمان بازگشـایی این نمادها هـم گفت: نمادها بعد از برگزاری مجامع و اصلاح آیین‌نامه آزادسـازی سـهام عدالت بازگشـایی می‌شـوند. البته نوبت اول مجامع شـرکت‌ها در اوایل سال ۱۴۰۰ در ۱۸ اسـتان برگزار شـد و به حد نصاب هم نرسـید و سپس دادستانی جلوی برگزاری آن را گرفت؛ زیرا مجامع به صورت الکترونیکی برگزار می‌شـد و فقط سهامدارانی امکان شرکت در آن را داشتند که سجامی شده بودند که این موضوع برخلاف قانون تجارت است. از طرف دیگر، سازمان بورس وقت اسامی افراد تایید صلاحیت شـده برای هیأت مدیره را اعلام نکرده بود و برای هیأت رئیسه مجامع افراد دولتی توسط شورا و نه سهامداران انتخاب شده بودند. بر این اساس در شورای عالی بورس پیشنهاد شد که مجامع به صورت الکترونیکی و حضوری برگزار شود که البته این موضوع هنوز مصوب نشـده است. هر زمانی شورا مصوب کند فراخوان ثبت‌نام متقاضیان برای ثبت نام در هیأت مدیره این شـرکت‌ها اعلام می‌شـود. البته برای افرادی که سـال قبل ثبت‌نام کرده و تایید صلاحیت شده‌اند پیامک تایید ارسال می‌شـود و این افراد نیازی به ثبت‌نام مجـدد ندارند. به گفته وی، فرآیند برگزاری مجامع بین ۴۵ تا ۶۰ روز زمان نیاز دارد. بنابراین نمادها حداقل تا ۶۰ روز آینده بازگشایی نخواهند شد.

او با اشـاره به امکان فروش ۶۰ درصد از سـهام عدالت برای مشمولان این سـهام در سال ۱۳۹۹ گفت: این موضوع یکی از دلایل ریزش بازار در آن سال بود. به همین دلیل احتمالا امکان فروش ۶۰ درصدی برای هیچ کدام از مشـمولان وجود نداشته باشد. در آن زمان ۳.۵ نفر از سهامداران روش مستقیم، سهام عدالت خود را فروختند که باعث شد ۱۴ هزار میلیارد تومان از بازار خارج شود. به همین دلیل فروش سهام عدالت باید به تدریج صورت بگیرد. در این راسـتا اقداماتی انجام شده تا مشمولان به نگهداری سـهام خود تشویق شوند که راه‌اندازی سامانه ستاره و امکان توثیق سهام عدالت از جمله آن است.

مشاور رئیس سازمان بورس درباره تعیین تکلیف سهام عدالت متوفیان توضیح داد: از ۴۹ میلیون نفر مشمول سهام عدالت حدود ۳ میلیون و ۵۰۰ هـزار نفر فوت کرده‌اند که در این میان، برخی وارثین هم فوت شـده‌اند. برای انتقال سهام این روش پیشنهاد شده بود که وراث به صورت حضوری به دفاتر خدمات الکترونیک مراجعه کنند که این روش بسـیار زمانبر بود. بنابراین قرار شـد این فرآیند به صورت الکترونیکی و با همکاری شرکت سـپرده‌گذاری مرکزی و قوه قضائیه تا شـهریورماه انجام شود، اما به نظر می‌رسـد قوه قضائیه در ارسال اطلاعات به سـپرده‌گذاری کمی از برنامه عقب است.

حدادی با بیان اینکه سـود سـهام عدالت عملکرد سال ۱۴۰۰ دو برابر می‌شود، گفت: بنابراین مشـمولانی که سهام عدالت یک میلیون تومانی دارند امسـال ۲میلیون تومان و مشـمولانی که سـهام عدالت ۵۳۲ هزار تومانی دارند امسـال حدود یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان سـود دریافت می‌کنند.

وی درباره پیشـنهاد واریز سود سـهام عدالت طی دو مرحله افزود: این موضوع باید به تصویب شـورای عالی بورس برسد. البته تحقق آن منوط به این است که ۳۶ شرکت سرمایه‌پذیر سودهای خود را به موقع پرداخت کنند. شـورا از پرداخت دو مرحله‌ای سود در شش ماه دوم سال استقبال می‌کند.

حدادی در مورد سـود ۱۳ شرکت غیربورسی موجود در پرتفوی سهام عدالـت هم گفت: طبق مصوبه ماه قبل شـورای عالی بورس، سـود این شـرکت‌ها بعد از اعمال افزایش سـرمایه از محل آورده نقدی و مطالبات حال شده شرکت‌ها توسط سازمان خصوصی‌سازی در پایان شهریورماه با همکاری شرکت سپرده‌گذاری پرداخت می‌شود. هم‌اکنون سود در خزانه دولت قرار دارد. از این ۱۳ شـرکت سـه شرکت بورسی شدند و در شش ماه دوم سال حداقل چهار شرکت دیگر در بازار سرمایه پذیرش می‌شوند. همچنین مراحل ثبت هلدینگ این شـرکت‌ها در حال انجام است و این هلدینگ به ۴۹ میلیون نفر مشمول سهام عدالت تعلق دارد.

تلاش بازار سرمایه برای صعود بی‌نتیجه ماند

روز قرمز تالار شیشه‌ای

فرصت امروز: روزهای نوسـانی بورس تهـران در انتهای فصل گرما در حالی ادامه دارد که ارزش دادوسـتدهای خرد سـهام در طول هفته‌های گذشته با کاهش چشمگیری مواجه شده و به سطح ۲ هزار میلیارد تومان رسـیده اسـت. عملکرد بورس در سـال ۱۴۰۱ تا اینجای کار، شاهد دو وضعیت متفاوت بوده است. با وجود آنکه نماگر اصلی تالار شیشه‌ای سال را توفانی و سـبزپوش آغاز کرد و در روز ۲۷ اردیبهشت ماه پس از حدود ۲۰ ماه به مقاومت مهم یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحدی رسید، اما از فردای این روز دوره اصلاح بورس کلید خورد و دماسـنج تالار شیشـه‌ای در یک پروسه نزولی پله پله کاهش ارتفاع داد تا این روزها در نیمه پایینی کانال یک میلیون و ۴۰۰ هزار واحد دچار نوسان باشد.

برخلاف دو ماه نخسـت سال که بازار سـرمایه در صدر بازدهی بازارها قرار داشـت و بازارهای رقیب در رتبه‌های بعدی قرار داشتند، اما در طول هفته‌های گذشته وضعیت برعکس شده و حالا وضعیت سرمایه‌گذاری در بازارهای دیگر بهتر از بازار سرمایه و به طور کلی، بازارهای مالی شده است، چراکه با افزایش خوش‌بینی‌ها نسـبت به احتمـال احیای برجام، قیمت دلار و سـکه در روزهای گذشـته افت قابل توجهی پیـدا کرده و به نظر می‌رسد این سیر نزولی قیمت‌ها تا زمان توافق نهایی همچنان ادامه داشته باشد. آخرین عملکرد ماهانه شاخص‌های بورسی نشان می‌دهد که با وجود افزایش ارزش و حجم کل معاملات در مردادماه، شاخص کل بورس تهران افت ۳,۲۲ درصدی و شاخص کل هم وزن افت ۱,۶۱ درصدی را در میانه فصل تابسـتان تجربه کرده‌اند. در پایان معاملات روز گذشته نیز شاخص کل بورس با افت ۰,۲۷ درصدی مواجه شـد و به تراز یک میلیون و ۴۴۱ هزار واحد رسید.

نوسان بازار سرمایه ادامه دارد

بازار سـرمایه در هشتمین روز شـهریورماه، روند پرنوسانی را پشت سر گذاشـت و هرچند شـاخص کل بورس در ساعات میانی معاملات روندی صعودی داشـت، اما در ساعات پایانی مجددا نزولی شد و نهایتا به افت ۳ هزار واحدی بسـنده کرد. در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۸ شهریورماه، شـاخص کل بورس با کاهـش ۳ هزار و ۸۷۵ واحـدی (۰,۲۷ درصد) به سطح یک میلیون و ۴۴۱ هزار واحد و شاخص کل هم وزن با ۱۴۳ واحد (۰,۰۴ درصد) افزایش به رقم ۴۱۰ هزار و ۷۷۷ واحد رسید. در چهارمین روز کاری هفته بیش از ۶ میلیارد و ۱۶۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهـادار به ارزش ۳۶ هزار و ۹۶۶ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد.

شـرکت کشـتیرانی جمهوری اسـلامی ایران با ۳۵۳ واحد، شـرکت پتروشیمی جم با ۲۵۲ واحد، شرکت فولاد خراسان با ۱۳۸ واحد، شرکت ذوب آهن اصفهان با ۱۳۳ واحد و شرکت پتروشیمی خراسان با ۱۱۸ واحد بیشـترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل نیز شـرکت فولاد مبارکه اصفهان با ۸۳۹ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشـیمی تامین با ۶۴۳ واحد، شرکت ایران خودرو با ۴۷۸ واحد، شـرکت سایپا با ۳۷۱ واحد و شـرکت معدنی و صنعتی چادرملو با ۳۴۵ واحد با تاثیر منفی بر رشـد شـاخص کل همراه شـدند. گروه خودرو در معاملات روز سه‌شـنبه با ۵۲ هزار و ۱۲۹ معامله به ارزش ۳ هزار و ۲۸۰ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسـی ایستاد. همچنین به ترتیب گروه فلزات اساسی با ۲۷ هزار و ۴۰۰ معامله به ارزش یک هزار و ۷۳۰ میلیارد ریال، گروه شـیمیایی با ۲۴ هزار و ۳۶۴ معامله به ارزش یک هزار و ۶۸۷ میلیارد ریال، گروه بانک‌ها با ۱۰ هزار و ۵۰۳ معامله به ارزش ۹۹۳ میلیارد ریـال و گروه اداره بازارهای مالی با ۱۳ هـزار و ۱۷ معامله به ارزش ۸۵۲ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با کاهش ۱۵ واحدی به رقم ۱۹ هزار و ۲۹۸ واحد رسید. در این بازار بیش از ۳ میلیارد و ۶۰۹ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۰۹ هزار و ۹۹۴ میلیارد ریال دادوسـتد شد. شـرکت تولید برق عسلویه مپنا با ۳,۹ واحد، شرکت صنایع مادیران با ۲,۷ واحد، شرکت فرآورده‌های غذایی و قند چهارمحال با ۲ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین با ۱,۹ واحد و شرکت حمل و نقل گهرترابر سیرجان با ۱,۸ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشـتند. همچنین بانک دی با ۴,۴ واحد، شرکت پویا زرکان آق دره با ۴ واحد، شرکت پلیمر آریا ساسول با ۳,۷۴ واحد، شرکت بهمن دیزل با ۳,۴ واحد و گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی با ۳ واحد با تاثیر منفی بر رشد شاخص فرابورس همراه شدند.

قیمت‌گذاری دستوری علیه بورس

قیمت‌گذاری دسـتوری به عنوان یکی از چالش‌های اصلی اقتصاد ایران و بورس تهران، مشـهودترین شـکل مداخله دولت در سازوکار اقتصادی است که باعث چندنرخی شـدن بازار می‌شود و این فضای چندنرخی به رانت و فسـاد دامن می‌زند. یک کارشناس بازار سرمایه در این باره معتقد است: وجود قیمت‌گذاری دستوری یکی از ریسک‌های بسیار بزرگ است و سرمایه‌گذاران خارجی به شدت آن را پیگیری می‌کنند، زیرا به دنبال بازار کارا و شـفاف هستند. بدون شک ایران یکی از پرپتانسیل‌ترین کشورهای جهان است، اما به لحاظ ریسک‌هایی که بر بازار سرمایه سایه انداخته، به نظر می‌رسد فاصله زیادی با موضوع حضور سرمایه‌گذاران خارجی دارد.

محسـن یگانه در پاسخ به این پرسـش که توافق برجام چه تاثیری بر بازار سـرمایه و جذب سـرمایه‌گذاری‌های خارجی دارد، به سنا می‌گوید: خوشبختانه ایران پتانسیل بالایی در زمینه‌های مختلف به ویژه در زمینه انرژی دارد؛ به طوری که اگر در دنیا اول هم نباشد، به طور قطع در جایگاه دوم قرار گرفته اسـت. بازار سـرمایه دارای ارزندگی بسیار بالایی است اما علت اینکه بازار سرمایه کشور آنطور که باید مورد استقبال سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی قرار نگرفته به ریسـک‌هایی موجود در بازار برمی‌گردد. بـه گفته یگانه، موضوع توافق و یا عدم توافق برجام، یکی از ریسـک‌های مهم بازار سـرمایه اسـت که به نظر می‌رسـد در جهت حل این موضوع، گام‌های بزرگی برداشـته شده، اما ریسـک‌های دیگری هم بر بازار حاکم است که اگر اقدام درست و مدیریت شده‌ای از سوی مدیران صورت نگیرد، سرمایه‌گذاران رغبتی برای حضور و ورود به بازار نخواهند داشت. مثلا یکی از ریسک‌ها به مسئله استانداردهای حسابداری و شفافیت صورت‌های مالی برمی‌گردد که به لحاظ سرمایه‌گذاری خارجی بسیار حائز اهمیت است.

او بـا بیان اینکه زیرسـاخت‌های کافـی در بازار سـرمایه برای ورود سـرمایه‌گذار خارجی وجود ندارد، به موضـوع قیمت‌گذاری در اقتصاد و صنایعی که در بازار سـرمایه وجود دارند، اشـاره می‌کند و می‌گوید: وجود قیمت‌گذاری دسـتوری یکی از ریسک‌های بسیار بزرگ است، به طـوری که سـرمایه‌گذاران خارجی به شـدت آن را پیگیری می‌کنند، زیـرا به دنبال بازار کارا و شـفاف هسـتند. بدون شـک ایـران یکی از پرپتانسـیل‌ترین کشورهای جهان اسـت، اما به لحاظ ریسک‌هایی که بر بازار سـرمایه سـایه انداخته، به نظر می‌رسد فاصله زیادی با موضوع حضور سـرمایه‌گذاران خارجی دارد. راهکارهایی برای این موضوع چون راهکار DR وجود دارد که از طریق گواهی سپرده‌های سهام می‌توان با کشورهایی که در حال حاضر مشکل تبادل ارزی و انتقال پول را ندارند، وارد مذاکـره شـد. به این صورت که بورس کشـور از طریق رایزن‌های سفارت کشورهایی که با آنها ارتباط بیشتری دارد، وارد مذاکره می‌شود و این امر به طور قطع می‌تواند گامی هرچند ناکافی برای حل مشکلات موجود باشد.

خریداران خانه در پایتخت پا پس کشیدند

فضای برزخی در بازار مسکن

فضای تردید و انتظارات کاهشی که از حدود یک ماه قبل بر بازار مسکن شـهر تهران سایه افکنده است، سمت و سوی معاملات را تحت تاثیر قرار داده و آنطور که مرکز آمار ایران اعلام کرده، تورم در بازار مسـکن شـهر تهران ۶,۵ درصد کاهش داشته است.

به گزارش ایسـنا، آمار رسـمی درباره قیمت مسـکن شـهر تهران در مردادماه امسـال، بررسی‌های میدانی مبتنی بر کسادی این بازار را تایید می‌کند. مطابق اعلام مرکز آمار ایران، متوسـط قیمت وزنی هر متر مربع آپارتمان‌های مسـکونی شهر تهران در مردادماه سـال جاری بالغ بر ۴۵ میلیـون و ۱۴۸ هـزار تومان بوده که در مقایسـه با تیرمـاه افزایش ۱,۸ درصدی را نشـان می‌دهد. مرکز آمار همچنین متوسـط حسابی قیمت مسکن در تهران را ۴۲ میلیون و ۸۳۹ هزار تومان اعلام کرده است.

از جملـه نکات گزارش مرکز آمـار، کاهش تورم ماهانه و نقطه به نقطه در بازار مسکن پایتخت است. مطابق اطلاعات رسمی در مردادماه ۱۴۰۱، تورم ماهانه قیمت آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران ۱,۸ درصد بوده است. تورم ماهانه مردادماه در مقایسـه با همین اطلاع در ماه قبل (۸,۳ درصد) بالغ بر ۶,۵ واحد درصد کاهش داشته است. همچنین در مردادماه امسال تورم نقطه به نقطه قیمت آپارتمان‌های مسـکونی شهر تهران به عدد ۴۴ درصد رسـیده اسـت. تورم نقطه به نقطه این ماه در مقایسـه با ماه قبل (۴۵,۲ درصد) حدود ۱,۲ واحد درصد کاهش داشته است. با این شاخص قیمت در یک سال منتهی به ماه جاری، نسبت به شاخص دوره مشابه سال قبل (تورم سالیانه) به عدد ۲۸,۴ درصد رسیده که نسبت به همین اطلاع در ماه قبل (۲۷,۱ درصد) بالغ بر ۱,۳ واحد درصد افزایش داشته است.

از سوی دیگر، واسـطه‌های ملکی می‌گویند که خریداران مسکن برای خرید مردد هستند و مالکان برای فروش. اثرات غیراقتصادی همچنان بر بازار مسکن سایه افکنده و به قول معروف، بازار ملک تق و لق است. عمده فایل‌هایی که در حال حاضر برای فروش عرضه شـده است، از نوع بزرگ متراژ یا قدیمی هستند. به دلیل خارج شدن ظرفیت بازار در شمال شهر تهران، تمایل برای فروش در نیمه شـمالی تهران از جنوب شـهر بیشتر اسـت. مناطق ۵ و ۱۰ جزو پرمعامله‌ترین مناطق در شهر تهران هستند. در حـال حاضر، حجم قابـل توجهی واحد کمتر از ۲ میلیـارد تومان در منطقه ۱۰ به بازار عرضه شده است. همچنین واحدهای ۵۰ تا ۶۰ متری، بیشترین تقاضا را در بازار مسکن شهر تهران به خود اختصاص می‌دهند. از نظر ارزش هر متر مربع نیز طبق آمارها، خانه‌های متری ۲۵ تا ۳۰ میلیون تومان، دارای رتبه اول در بازار مسکن پایتخت هستند؛ این در حالی است که متوسط قیمت هر متر مسکن در شهر تهران در تیرماه امسال به میزان ۴۱ میلیون و ۷۰۴ هزار تومان بوده است.

گزارش‌های میدانی از دفاتر مشـاور املاک در سطح شهر تهران گویای آن است که از حدود یک ماه قبل، رکود بر بازار ملک سایه افکنده است و بازار مسکن پایتخت تحت تاثیر ریسک‌های غیراقتصادی در شرایط انتظار به سـر می‌برد. واسـطه‌های ملکی در این باره می‌گویند: فروشندگانی که واحدهـای خود را طی ماه‌های اخیر عرضه کرده‌اند، تماس می‌گیرند و به ما می‌گویند فعلا برای فروش عجله نکنید. این گفته مشـاوران املاک در حالی اسـت که داده‌های غیررسمی از صفر شدن شتاب رشد قیمت‌های پیشنهادی در یک ماه گذشته حکایت دارد. از طرف دیگر با توجه به ایجاد فضای انتظارات کاهشی در بازار ملک، خریداران در انتظار کاهش قیمت‌ها به سر می‌برند. در واقع، فضای برزخی در بازار مسکن وجود دارد و به همین دلیل معاملات تحت تاثیر قرار گرفته است. برآوردها از نصف شدن تعداد معاملات مسکن در مردادماه در مقایسه با تیرماه حکایت دارد.

بندهای آیین‌نامه واردات مانع حضور برندهای مطرح در بازار خودرو

پس از کش و قوس‌های فراوان درخصوص ابلاغ آیین‌نامه واردات خودرو توسط وزارت صمت، حالا با ابلاغ آیین‌نامه واردات خودرو و مشخص شدن بندهـا و جزییات آن، علاقه‌مندان به برندهـای جهانی مانند ب ام و، بنز و دیگر شـرکت‌های مطرح از حضور مجدد مدل‌های باکیفیت و روز این خودروها در بازار ناامید شده‌اند.

افزایش بسـیار شـدید قیمت خودرو از اصلی‌ترین تاثیرات سـال‌های ممنوعیت واردات خودرو بوده اسـت؛ به طـوری که محصولات موجود از برندهای مطرح مانند ب ام و در بازار ایران به قیمتی چندبرابر بازار جهانی رسـیدند. دلیل این افزایش قیمت بی‌رویه، ممنوعیت واردات و در نتیجه عدم عرضه مناسب با تقاضای موجود بود.

البتـه این عدم عرضه خودرو باعث نشـد تا متقاضیان برندهای جهانی دست از محصولات برند محبوب خود بردارند و در نهایت حجم تقاضا برای خودروهایی که دیگر وارد نمی‌شد تاثیر خود را بر روی قیمت‌ها گذاشت.

به عنوان مثال آخرین محصولات برند آلمانی ب ام و که وارد کشـور شد مربوط به مدل‌های سـری ۵ و سری ۷ محصول سال ۲۰۱۸ است و پس از آن خودروی دیگر وارد کشـور نشـد و در نتیجه قیمت‌های محصولات با جهش بسـیار بالایی همراه گردید. از اواخر زمسـتان سـال ۱۴۰۰ که خبر احتمال بازگشایی مجدد واردات خودرو منتشر شد، تصور عمومی بر واردات گسترده برندهای مختلف بود، اما این تصور پس از حدود شش ماه و با انتشـار آیین‌نامه واردات به طور کلی از بین رفت. وجود سقف واردات ۲۰ هزار یورویی از اولین موارد مورد انتقاد کارشناسان حوزه خودرو است کـه از موانع بزرگ واردات برندهای مطرح و همچنین مدل‌های باکیفیت خودرو است. با وجود این سقف در نظر گرفته شده احتمال واردات بسیاری از مدل‌های خودرو وجود نخواهد داشت و به طور مثال دیگر شاهد عرضه خودروهایـی مانند سـری ۷ و سـری ۵ و همچنین سـری X از ب ام و نخواهیم بود؛ خودروهایی که در بازار خودروهای وارداتی محبوبیت فراوانی دارند. همچنین یکی دیگر از موارد در نظر گرفته شده برای واردات موضوع انتقال تکنولوژی اسـت و با وجود تحریم‌هـای بین‌المللی احتمال حضور برندها در سطح انتقال فناوری و تکنولوژی بسیار بعید است.

از ابتدای شـروع زمزمه‌های بازگشایی مجدد واردات خودرو، بازار خرید و فـروش خودروهای برندهای مطرح در بازار نیز تحت تاثیر قرار گرفته و دچار یک رکود غیرمتعارف و سنگین شده بود. این رویکرد و واکنش بازار در حقیقت تاثیر تصور عمومی برای انجام واردات گسـترده انواع برندها و مدل‌های خودرو بوده که با مشـخص شدن محدودیت‌های در نظر گرفته شده برای واردات، انتظار می‌رود رویکردها تغییر کند و بازار خرید و فروش خودروهـای وارداتی کارکرده رونق دوباره پیدا کند. به نظر می‌رسـد که متقاضیان خرید خودروهایی همچون برند ب ام و یا برندهای مطرح دیگر باید تصمیم خود را درخصوص خرید عملی نموده و در انتظار برای واردات این محصولات نباشند.

قیمت‌گذاری دستوری عامل کیفیت پایین و قیمت بالای خودرو

یک کارشـناس بازار سرمایه با انتقاد از قیمت‌گذاری دستوری گفت اگر بـه تولیدکننده مجوز فروش با قیمت بازار آزاد را بدهیم قیمت‌ها در بازار نزولی و رقابتی خواهد شـد و در این حالت شـرکت عرضه خود را با تیراژ بالا افزایش خواهد داد.

چندی اسـت خودرو در بورس کالا عرضه شده و نسبت به شرایط بازار روند مثبتی در معاملات خود را به ثبت رسـانده اسـت، اما حالا مشتاقان معامله خودرو در بازار سـرمایه با سـوالاتی در بورس مواجه می‌شوند که باعـث تردیـد آنها برای معامله در این بازار اسـت. آیا عرضه خودرو صرفا محدود به خودرو «دیگنیتی و فیدلیتی» خواهد بود؟ کیفیت خودروهای حاضر در بازار سرمایه چگونه است؟ آیا روند عرضه به خودروهای با تیراژ پایین محدود می‌شود؟

سـوالاتی از این قبیل که با گذشت چند روز از شروع عرضه باعث شده است که هنوز برخی‌ها از ورود به این بازار نگرانی داشته باشند.

«احمد جانجان»، کارشـناس بازار سرمایه در گفت‌وگو با خبرنگار پول نیوز، در ارتباط با اینکه آیا تکرار اتفاقات بازارسیاه قبل از قرعه‌کشی خودرو بـا عرضه این محصول در بورس امکان دارد یا خیر؟ اظهار داشـت: وجود بـورس کالا باعث رقابت شـده و از تکرار دلالی‌های رخ داده در گذشـته جلوگیری می‌کند. در گذشته با یک قیمت کمتری از خودروسازی و بعضا حتی به شکل قسطی خودرو را خریداری می‌کردند و آن را در بازارسیاه با قیمت بالا و یا حتی در حالت نقد پایین‌تری به فروش می‌رساندند.

وی ادامه داد و افزود: اما وجود بورس کالا این مسـئله را از بین خواهد برد؛ چراکه با چانه‌زنی معاملات بورسی و بالا و پایین شدن ساعتی و روزانه قیمت‌ها دیگر آن نفع اقتصادی و تضمین سود برای دلال و سودجو وجود نخواهد داشت. جانجان تاکید کرد: به طور مثال در اولین عرضه دو خودرو «دیگنیتی و فیدلیتی» اینها رشـد ۲۵ تا ۳۰ درصدی در قیمت را تجربه کردند. آن حباب سود برای دلالان و ضرر برای تولیدکننده را از بین برد. بیرون از بورس کالا اگر خودرو فیدلیتی را ۸۰۰ تا ۹۰۰ میلیون خریداری می‌کردند و با سـود ۴۰درصد آن را یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون به فروش می‌رسـاندند، اما در بورس چنین نبود و فیدلیتی در نهایت رقابت با یک میلیارد و ۱۰۰ میلیون به فروش رسید.

این کارشـناس اقتصادی بـا اعلام رضایت از این نوع کوتاهی دسـت دلالان در بازار گفت: این معامله دو سر برد بود؛ چراکه فروشنده یا همان تولیدکننده با فروش ۳۰۰ میلیونی بیش از بازار آزاد رو به رو شد و خریدار بـا خرید ۳۰۰ میلیونی زیـر قیمت بازار آزاد؛ که کامـلا به نفع دو طرف معامله بوده است.

وی تاکید کرد: شاید این شبهه پیش بیاید که همان دلال برای خرید و سود دلالی خود وارد معاملات در بورس شده است. در صورتی که معامله یک میلیارد و ۱۰۰میلیونی دیروز شاید امروز یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون به فروش برسـد. به این دلیل اگر هم این خریداران دلال باشند، قطعا در ادامه کار ضرر خواهند کرد.

جانجان خاطرنشـان کرد: وجود شـفافیت و خرید بـا قیمت واقعی و همچنین سود خریدار و فروشنده به طور هم‌زمان وجهه مفید بودن عرضه خودرو در بورس کالا است، اما باید یک بار برای همیشه به کارکرد بازارها احترام بگذاریم و هر محصولی را در بازار خود عرضه کرده و از قیمت‌گذاری دستوری بپرهیزیم.

نماگر بازار سهام

بنزین نیست، چه خبر شده؟

سقف برداشت برای بنزین تعیین شد

«بنزین نیست، چه خبر شده؟» این جمله‌ای است که این روزها در شبکه‌های اجتماعی بسیار شنیده می‌شود. البته گزارش‌های میدانی هـم حکایـت از کمبود بنزین یا حتی نبـود گاز و بنزین در برخی از جایگاه‌های سـوخت دارد. یکی می‌گوید: «چند روز پیش برای تزریق بنزیـن به یکی از جایگاه‌های سـوخت در غـرب پایتخت رفته بودم، بیشتر از ۳۰لیتر به باک خودرو تزریق نشد و قطع شد.»

گزارش‌های زیادی در این باره به دسـت «همدلی» رسـیده و نبود سـوخت در برخی از جایگاه‌های بنزین، این ذهنیـت را ایجاد کرده که سـکانداران اقتصادی در سودای گرانی سوخت هستند. یکی هم می‌گویـد: «در روزهای اخیر برخی جایگاه‌ها بنزیـن ندارند و کارت جایگاه‌ها با محدودیت دیگری مواجه شـده اسـت. حتی گفته‌شـده سـقف برداشـت بنزین از هر کارت سـوخت در جایگاه‌های سوخت ۳۰لیتر شـده»؛ «به‌تازگی بـا کارت بنزین بیـش از ۳۰ لیتر بنزین در روز نمی‌توانیـد به باک خودرو تزریق کنید؛ حتی کارت سـوخت جایگاه‌دارها هم همین‌گونه شده؛ معلوم نیست چه برنامه یا سیاستی در راه است.» در حالی خبرهای رسیده از جایگاه‌های سوخت حکایت از محدودیت‌های بنزینی دارد که هیچ‌گونه شفاف‌سازی در این زمینه صورت نگرفته و هیچ واکنشـی از سـوی دولتی‌ها با وجود انتقادهای گسـترده به نبود بنزین، خبرسـاز نشده اسـت. این خبرها در حالی است که پیش از این سکانداران وزارت نفت طی مصاحبه‌های متعدد، هرگونـه افزایش قیمت بنزین حامل‌های انرژی را تکذیب کرده بودند و در زمینه کمبود سـوخت هیچ توضیحی ارائه نکرده بودند؛ به گفته وزیر نفت: «بنده و همکارانم طی مصاحبه‌های متعدد هرگونه افزایش قیمت حامل‌های انرژی را تاکنون تکذیب کرده‌ایم. افزایش نرخ بنزین، نفت و گازوئیل به هیچ عنوان در دستور کار وزارت نفت و دولت قرار ندارد.» خبرهای ناخوش بنزینی در حالی اسـت که پیش از این هم وزیر نفت و سکاندار وزارت اقتصاد به صراحت از مصرف بالای سوخت در کشور انتقاد کرده بودند: «در برخی از روزها تا ۱۲۰ تا ۱۳۰میلیون لیتر بنزین مصرف می‌شود.»

آمارها هم حکایت از این دارد که تولید بنزین در ۱۰پالایشگاه کشور حـدود ۱۰۴میلیون لیتر در روز اسـت؛ یعنی چیـزی بیش از تولید با مصرف مواجه هسـتیم. این آمارها در حالی اسـت کـه اخیراً برخی از روزنامه‌های اصول‌گرا نیز از مصرف بالای بنزین در کشور انتقاد کرده‌اند؛ یک فعال رسانه‌ای اصول‌گرا در مطلبی نوشت: «چند سالتون بود متوجه شـدید مصرف بنزین یک روز ایرانیان به‌اندازه مصرف یک روز اتحادیه اروپا است؟» در همین زمینه معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور هم اخیر گفته: «در روزهای تاسوعا و عاشورا همین امسال روزی ۲۰میلیون لیتر بنزین مصرف کردیم، معادل مصرف یک روز تمام اتحادیه اروپا.» بد نیست بدانید ایران حتی در لیست ۱۰کشور اول دنیا در زمینه مصرف بنزین نیست؛ نگاهی به آمار نشان می‌دهد که در میان کشورهای دنیا ایالات متحده آمریکا، چین و هند بیشـترین میزان مصرف سوخت را در سـال ۲۰۲۰ به خـود اختصاص داده‌اند. از طرفی به نظر می‌رسـد سکانداران اقتصادی در مقایسه و تحلیل میزان مصرف بنزین ایرانیان با کشورهای اروپایی دچار قیاس مع‌الفارق شده‌اند. با در نظر گرفتن کیفیت خودروهای داخلی و اروپایی به راحتی می‌توان این قیاس نادرسـت را درک کرد؛ «اروپایی‌ها نیسان ندارند که صدی۱۸ سوخت مصرف کنند، سـمند و پرشـیا ندارند که صدی ۱۲مصرف کنند؛ موتورسیکلت‌های برقی سوار می‌شوند؛» «مصرف سـوناتا ۲۰۰۸ با موتور ۲۴۰۰سی‌سی با سـمند ۱۴۰۰ با موتور ۱۷۰۰سی‌سی برابر است؛ تکنولوژی بیش از یـک دهه پیش که هم مصرف کمتری دارد و هم قدرت موتور بالاتر.» ازاین‌گونه مقایسه‌ها فراوان است. براساس اعلام سازمان محیط‌زیست، میانگین استاندارد خودروهای کشور ما، «یورو ۲» است؛ یعنی مصرف سـوخت بالایی دارند و درمجمـوع در هر ۱۰۰کیلومتر، حدود ۱۰لیتر سـوخت می‌سوزانند. از سـوی دیگر در ترکیه، خودروها فقط ۴/۵لیتر بنزین در هر ۱۰۰کیلومتر مصرف می‌کنند.

شرکت توسعه منابع انرژی توان

آگهی مناقصه عمومی
شماره ۶۴۲۸۰/۱۴۰۱/۶

شناسه آگهی ۱۳۷۲۴۱۳

شرکت توسعه منابع انرژی توان در نظر دارد خدمات تهیه، طبخ و توزیع غذای کارکنان خود را با شرایط ذیل از طریق مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید.

۱- مدت اجرای موضوع مناقصه یک سال شمسی می باشد.

۲- تضمین شرکت در اجرای کار (شرکت در مناقصه) به مبلغ چهار میلیارد و نهصد و چهل و پنج میلیون ریال (۴٬۹۴۵٬۰۰۰٬۰۰۰ریال) به صورت ضمانت نامه بانکی معتبر یا چک تضمین شده بانکی در وجه شرکت توسعه منابع انرژی توان می باشد.

۳- هزینه خرید اسناد مناقصه مبلغ یک میلیون ریال (۱٬۰۰۰٬۰۰۰) ریال است که باید به حساب جاری طلایی به شماره : ۱۱۷۷۸۰۰۶۲۶۸۰۲ بانک سپه شعبه شهید چمران کد ۱۱۷۷ ، بنام شرکت توسعه منابع انرژی توان واریز و فیش آن تحویل متصدی توزیع اسناد گردد.

۴-. هزینه چاپ آگهی در روزنامه هر دو نوبت بعهده برنده مناقصه می باشد .

۵- خرید اسناد مناقصه و یا امضای اسناد هیچ گونه حقی را برای شرکت کنندگان در مناقصه ایجاد نمی کند و شرکت در مناقصه مورد اشاره و ارائه پیشنهاد به منزله قبول شرایط و تکالیف مقرر در اسناد مناقصه بوده و این شرکت در رد و یا قبول هریک از پیشنهادات مختار است.

۶- مدت اعتبار پیشنهاد ها سه ماه از تاریخ آخرین مهلت تحویل پیشنهاد می باشد.

۷- از کلیه متقاضیان دعوت به عمل می آید ظرف مدت یک هفته از تاریخ درج آگهی نوبت دوم جهت بازدید از محل و دریافت اسناد با در دست داشتن مدارک لازم (معرفی نامه معتبر و اصل فیش واریزی) به آدرس تهران ، خیابان پاسداران ، میدان نوبنیاد ، شرکت توسعه منابع انرژی توان ، معاونت بازرگانی ، مدیریت خرید داخلی مراجعه و یا جهت هماهنگی وکسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن تماس ۲۲۵۸۲۴۲۱-۰۲۱ حاصل نمایند.

م.الف ۲۱۸۰

شهرداری بابل

آگهی مناقصه عمومی
(نوبت اول) – چاپ اول

شهرداری بابل در نظر دارد پروژه های زیر را با مشخصات و شرایط کلی از طریق مناقصه عمومی به اشخاص حقیقی وحقوقی واجد شرایط واگذار نماید :

پروژه	برآورد اولیه(ریال)	سپرده شرکت در مناقصه(ریال)	صلاحیت	مبنای برآورد	مدت اجرا
بهسازی پیاده رو و فرش موزائیک خیابان شریعتی ، میدان جهاد تا شرکت ارتباطات زیرساخت استان و پیاده رو پیرامون دانشگاه صنعتی نوشیروانی	۱۷/۹۸۳/۵۸۰/۴۸۵	۸۹۹/۲۰۰/۰۰۰	ابنیه	فهرست بهای ابنیه و تاسیسات مکانیکی سال ۱۴۰۱	۴ ماه
عملیات تراش و روکش آسفالت بلوار نژاداکبر -خیابان مصطفی خمینی	۶۲/۱۴۰/۲۱۵/۸۸۱	۳/۱۱۰/۰۰۰/۰۰۰	راه	فهرست بهای تجمیع شده راه و باند سال ۱۴۰۱	۴ ماه

متقاضیان محترم می توانند از ساعت ۸ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۰۹ تا ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۹ با مراجعه به سامانه ستاد، اسناد را دریافت و پس از بررسی، پیشنهاد خود را به همراه ضمانت نامه بانکی به مبلغ مندرج در جدول فوق و یا فیش واریزی به همین مبلغ به حساب ۰۱۰۵۷۰۷۰۳۹۰۰۷ نزد بانک ملی واریز و به همراه برگه پیشنهاد قیمت از ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۹ لغایت ساعت ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۳۰ به سامانه ستاد ارسال نمایند.

آخرین مهلت تحویل پیشنهاد تا ساعت ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۳۰ می باشد.

بازگشایی پاکات رسیده در تاریخ ۱۴۰۱/۰۶/۳۰ روز چهارشنبه راس ساعت ۱۲ می باشد.

به پیشنهادات مبهم و مخدوش و فاقد سپرده ترتیب اثرداده نخواهد شد.

تلفن تماس جهت اخذ اطلاعات ۳۵۱۵۶۲۲۵ -۰۱۱ می باشد.

http://www.babolcity.ir

مهدی کیانی امیری – سرپرست شهرداری بابل

۶۹۲

تبدیل شدن به یک رهبر تجاری در کلاس جهانی با رفتارهای حرفه‌ای

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

رهبری تجاری فقط در ارتباط با مدیریت بهینه امور یا حتی کنترل بر روی دیگران نیست. بسیاری از افراد برای اینکه مدیران خوبی باشند، فقط به دنبال کنترل بر روی تمام جنبه‌های کاری برندشان هستند. در این میان وظیفه رهبران تجاری بسیار گسترده‌تر است. آنها الگوهای یک برند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شوند. همچنین کارمندان نیز برای کار و فعالیت بهتر همیشه آنها را مد نظر قرار می‌دهند. از این نظر شما برای تبدیل شدن به یک رهبر تجاری باید تک تک حرکات‌تان را مد نظر قرار دهید. این امر وضعیت شما را به طور ویژه‌ای بهینه‌سازی کرده و موقعیت‌تان در بازار را نیز توسعه خواهد داد.

امروزه رهبران تجاری بسیار موفق و بزرگی در دنیا فعالیت دارند. اگر شما هم دوست دارید تبدیل به یک رهبر تجاری مثل آنها شوید، باید پیش از هر فعالیتی نسبت به دشواری‌های این مسیر آگاهی داشته باشید. این امر به معنای ضرورت تحمل و صبر بالا در این میان است. به عبارت بهتر، شما می‌توانید یک شبه بدل به کارآفرینی حرفه‌ای در دنیای کسب و کار شوید. درست به همین دلیل باید شکیبایی بالایی را چاشنی کارتان کنید. همچنین در صورت تمایل شما باید توانایی بسیار زیادی در زمینه مدیریت رفتارهای‌تان نیز داشته باشید. رهبران تجاری بزرگ دنیا برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از تمام ظرفیت‌شان به خوبی استفاده می‌کنند. این امر به آنها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس افراد را نیز به طور چشمگیری بهبود می‌بخشد.

هدف ما در این مقاله بررسی برخی از مهمترین رفتارها برای تبدیل شدن یک رهبر تجاری موفق است. این امر به شما برای کنترل حرکات و رفتارهای‌تان در دنیای کسب و کار کمک می‌کند. به این ترتیب با دردسرهای کمتری نسبت به سایر کارآفرینان امکان تبدیل شدن به یک رهبر تجاری عالی را پیدا می‌کنید. همچنین شانس‌تان در این میان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف بدون اشتباهات رایج نیز بیشتر می‌شود. در ادامه برخی از مهمترین نکات رفتاری به عنوان یک رهبر تجاری موفق را مورد بررسی دقیق قرار خواهیم داد.

انطباق‌پذیری با شرایط تازه

انطباق‌پذیری با شرایط تازه یکی از نکات مهم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین مهم محسوب می‌شود. این امر در دنیای رهبری تجاری نیز مصداق بسیار مهمی دارد. برخی از کارآفرینان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه به دنبال راهکارهای نو و تازه هستند. شما هم به عنوان یک رهبر تجاری باید همیشه راه حل‌های تازه را در کانون توجه قرار دهید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و اثرگذاری‌تان در شرکت را نیز به شدت تقویت می‌کند.

امروزه بسیاری از رهبران تجاری تاثیرگذاری لازم بر روی کارمندان‌شان را ندارند. یادتان باشد تا وقتی که شما توانایی ترغیب کارمندان شرکت‌تان را نداشته باشید، تقریبا هیچ کار دیگری نمی‌توانید انجام دهید. در این میان نیز انطباق‌پذیری با شرایط تازه به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد.

بدون تردید برخی از برندها در مسیر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه با مشکل رو به رو هستند. این امر می‌تواند به سادگی با پذیرش تغییرات تازه و استقبال از آنها بهبود پیدا کند. درست به همین خاطر شما باید همیشه استفاده از فرصت‌های تازه در دنیای کسب و کار را به یاد بسپارید، در غیر این صورت شاید کمتر فرصتی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای پیش روی‌تان قرار گیرد. رهبران تجاری همیشه چهره‌ای نوآور از خودشان نشان می‌دهند. این امر نکته مهمی برای تاثیرگذاری بر روی بازار کسب و کار محسوب می‌شود. اگر شما دوست دارید فردی نوآور در بازار باشید، باید همیشه از تغییرات و شرایط تازه با آغوش باز استقبال کنید.

درک مخاطب هدف

درک دیگران یکی از رفتارهای مهم در تعاملات اجتماعی محسوب می‌شود. بسیاری از افراد برای تاثیرگذاری بر روی یکدیگر از همدردی به مثابه یک عامل مهم سود می‌برند. شما با این کار احترام‌تان به دیگران را نشان داده و توانایی تاثیرگذاری بسیار خوبی بر روی آنها پیدا می‌کنید. یادتان باشد این روزها مشتریان در بازار نیز توجه فراوانی از سوی برندها تقاضا می‌کنند. درست به همین دلیل شما به عنوان یک رهبر تجاری باید همیشه حواس‌تان به مشتریان باشد. اینطوری اهمیت مشتری‌مداری در فعالیت کسب و کارتان را نشان خواهید داد. اگر یک مشتری به هر دلیلی از برند شما ناراضی است، نباید همینطور بی‌دلیل و بدون نگرانی از کنار وی عبور کنید. در عوض باید از تمام توان‌تان برای پیدا کردن دلیل ناراحتی استفاده کرده و مشتریان‌تان را به خوبی درک کنید.

مشتریان در بازار به برندها و رهبران تجاری که توجه ویژه‌ای به درک مخاطب هدف دارند، روی بسیار خوشی نشان می‌دهند. این امر می‌تواند حتی برند شما را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایطش در بازار نیز در شرایط بهتری قرار دهد. پس همیشه سعی کنید خودتان را جای مشتریان قرار داده و تمام نیازها و خواسته‌های‌شان را حتی پیش از اینکه به زبان بیاورند، درک کنید. این امر از شما یک رهبر تجاری با توانایی بسیار بالا برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد ساخت.

ذهنیت هدایتگری

هدایت کارمندان به سوی اهداف برند نکته مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از مدیران به طور طبیعی هیچ ایده‌ای درباره هدایت کارمندان یا به طور کلی اعضای شرکت ندارند. همین امر می‌تواند دردسرهای بسیار زیادی برای این دسته از افراد به همراه داشته باشد. درست به همین دلیل شما برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف همیشه نیازمند ایده‌های تاثیرگذار و به‌روز هستید.

تفاوت بزرگ میان رهبران تجاری با مدیران کسب و کار در توانایی‌شان برای هدایت دیگران است. شما می‌توانید در یک رهبر تجاری موفق ویژگی‌های لازم برای ترغیب کارمندان به سوی هدفی مشخص و تقویت روحیه‌شان برای کار بیشتر را مشاهده کنید. با این حال چنین امری درباره مدیران عادی هرگز به چشم نمی‌خورد.

بی‌تردید تاثیرگذاری بالا بر روی دیگران با استفاده از ذهنیت هدایتگری امر ساده‌ای نیست. شما ابتدا باید در این راستا نسبت به تاثیرگذاری ویژه بر روی مخاطب هدف توجه نشان دهید. این امر می‌تواند با شناخت چارچوب‌های ذهنی طرف مقابل شروع شود. با این حساب بسیاری از مردم در دنیا برای اینکه توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا کنند، ابتدا باید حجم بالایی از همدردی و درک متقابل را نشان دهند. با این حساب شما برای موفقیت در این بخش ابتدا باید در دو بخش قبلی که توضیح دادیم، مهارت پیدا کنید.

گوش دادن به دیگران

گوش دادن به دیگران نکته بسیار مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از افراد برای تاثیرگذاری بر روی دیگران مدام مشغول حرف زدن هستند. این امر شاید در نگاه نخست ایده بسیار خوبی برای اثرگذاری بر روی دیگران باشد، اما اگر با دقت از سوی شما دنبال نشود، شاید هرگز موجب اثرگذاری بهتر بر روی دیگران نیز نگردد. یادتان باشد مردم همانقدر که مشتاق به شنیدن حرف‌های شما هستند، مایل به صحبت کردن درباره نکات گوناگون نیز هستند. این امر می‌تواند برای بسیاری از افراد عجیب یا حتی باورنکردنی به نظر برسد. رهبران تجاری به خوبی از تمایل مردم مختلف برای بیان دیدگاه‌های‌شان و سخنرانی به طور متقابل آگاهی دارند. درست به همین دلیل شرایط لازم برای بیان دیدگاه‌های آنها را فراهم می‌سازند.

رهبران تجاری به طور معمول خیلی اهل حرف زدن‌های طولانی نیستند. آنها ترجیح می‌دهند بخشی از زمان‌شان را نیز به شنیدن توصیه‌ها و ایده‌های دیگران اختصاص دهند. درست به همین دلیل آنها همیشه محبوبیت زیادی در میان کارمندان و مشتریان دارند.

اگر شما هم به دنبال اثرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر اندکی به حرف‌های آنها گوش دهید. به عنوان مثال، ایجاد یک فرهنگ مناسب در شرکت برای بیان ایده‌ها از سوی کارمندان می‌تواند جذاب و تاثیرگذار باشد. این امر برای بسیاری از افراد به مثابه یک فرصت طلایی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود. با این حساب همه در شرکت نسبت به همکاری با شما دیدگاه مثبتی داشته و بسیاری از افراد پیش از اینکه شما حرفی بزنید، مایل به همکاری با شما خواهند بود. این نکته اهمیت بسیار زیادی در دنیای امروز داشته و به شما برای تاثیرگذاری بر روی دیگران در قالب رهبر تجاری کمک می‌کند.

یادتان باشد گوش دادن به دیگران امر ساده‌ای نیست. بسیاری از مردم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه راه‌های سختی را طی می‌کنند. گوش دادن به دیگران در عین حال که ساده به نظر می‌رسد، باید همراه با تاثیرگذاری بر روی رفتار شما نیز باشد. این امر می‌تواند به شما فرصت بسیار خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف دهد. پس دفعه بعدی که دیگران مشغول سخنرانی برای شما هستند، یادتان باشد باید تمام حواس‌تان را به سخنرانی آنها بدهید، در غیر این صورت انگیزه‌شان برای اثرگذاری بر روی دیگران به طور چشمگیری کاهش پیدا کرده و مسیرتان در این میان به شدت بهینه‌سازی خواهد شد.

روحیه‌بخشی به دیگران

کارمندان یا حتی مشتریان یک برند در موقعیت‌های مختلف احساس خستگی یا ناتوانی برای ادامه مسیر خواهند کرد. این امر می‌تواند برای هر برندی دردناک یا حتی غیر قابل مدیریت باشد. نکته مهم در چنین شرایطی حفظ اعتماد به نفس از سوی شماست. یادتان باشد شما باید از تمام موقعیت‌های موجود در بازار برای توسعه برندتان استفاده کنید. در این میان نیز برخی از مشکلات به طور مداوم پیش روی‌تان قرار می‌گیرد. درست به همین خاطر باید آمادگی لازم برای مقابله با آنها را داشته باشید.

وقتی همه نسبت به آینده کسب و کار شما ناامید هستند، شما باید خودتان دست به کار شده و اقدام به روحیه‌بخشی به دیگران کنید. این امر می‌تواند توانایی‌های شما به عنوان یک مدیر تجاری را به رخ دیگران بکشد. همچنین کیفیت کاری اعضای شرکت نیز متحول خواهد شد. این امر درباره مزایای مربوط به تعامل با مشتریان نیز مصداق دارد. با این حساب شما در صورتی که روحیه بخشی به دیگران را در کانون توجه قرار دهید، شانس بالاتری برای حفظ مشتریان وفادارتان خواهید داشت. معنای این امر کسب سود بالاتر در پی همکاری با مشتریان وفادار است.

امروزه بسیاری از برندها خیلی سریع مشتریان وفادارشان را از دست می‌دهند. این امر نه تنها بسیار عجیب و غیر قابل توضیح است، بلکه توانایی‌های یک مدیر تجاری را زیر سوال می‌برد. درست به همین دلیل شما با تقویت مهارت‌تان در زمینه روحیه‌بخشی به دیگران فرصت بهینه‌سازی شرایط برندتان را پیدا می‌کنید.

خودآگاهی

خودآگاهی یکی دیگر از نکات مهم در زمینه تبدیل شدن به یک رهبر تجاری عالی است. این امر می‌تواند برای شما مزایای بسیار متعددی به همراه داشته و شانس‌تان را نیز در این میان تقویت نماید. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از افراد برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف حتی دلیل کارشان را نیز نمی‌دانند. با این حساب شما به عنوان یک رهبر تجاری باید اول از همه دلایل فعالیت‌تان در این عرصه را به خوبی شناسایی کنید. این امر می‌تواند در ادامه مسیر به شما روحیه بسیار خوبی بدهد. یادتان باشد بسیاری از افراد در بازار به دنبال موفقیت هستند. پس اگر شما دلایل تمایل‌تان برای انجام یک کار یا حتی توسعه برندتان را بدانید، بسیار بهتر توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا می‌کنید.

خودآگاهی به طور معمول به شناخت دقیق اهداف‌تان در زندگی و همچنین رفتار درست برای دستیابی به آنها اشاره دارد. با این حساب اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به بهترین شکل ممکن هستید، باید اول از همه در قالب یک رهبر تجاری خودآگاهی کافی داشته باشید. در صورت نیاز میتوانید از مشاورهای حرفه‌ای در دنیای کسب و کار استفاده کنید. یادتان باشد یک ذهنیت درست همیشه به شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به طور حرفه‌ای کمک خواهد کرد.

اعتماد به نفس

اعتماد به نفس برای بسیاری از مردم مثل یک آرزوی دور و دراز است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در این میان را نیز تغییر می‌دهد. یادتان باشد بسیاری از مردم برای تعامل با یک برند همیشه به دنبال نشانه‌های مهم هستند. اعتماد به نفس در رهبران تجاری می‌تواند همان نشانه مهمی باشد که مشتریان در بازار منتظرش هستند. بنابراین شما باید اعتماد به نفس‌تان را تقویت کنید.

وقتی یک رهبر تجاری بدون اعتماد به نفس مشغول سخنرانی است، کمتر کسی به حرف‌های وی توجه نشان خواهد داد. این امر می‌تواند برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف بسیار مهم جلوه کرده و شانس شما را نیز در این میان توسعه دهد. نکته مهم دیگر اینکه شما برای بهینه‌سازی موقعیت‌تان نباید خیلی بیش از اندازه اعتماد به نفس داشته باشید. گاهی اوقات افراد در تقویت اعتماد به نفس‌شان زیاده‌روی کرده و عملا آن را تبدیل به غرور می‌کنند. در این صورت نه تنها مشتریان، بلکه همکاران شما نیز در شرکت توجهی به سخنرانی‌تان نخواهند داشت. آن وقت شما دیگر هیچ فرصتی برای تبدیل شدن به یک رهبر تجاری مناسب و تاثیرگذار نخواهید داشت.

مدیریت زمان

مدیریت زمان اهمیت بالایی در دنیای کسب و کار دارد. اگر شما زمان طلایی برای توسعه برند یا فروش محصولات‌تان را از دست بدهید، این زمان طلایی دیگر هرگز باز نخواهد گشت. درست به همین دلیل بسیاری از برندها برای بهینه‌سازی شرایط‌شان باید به طور مداوم مدیریت زمان را در میان مدیران و کارمندان تقویت نمایند.

رهبران تجاری به طور طبیعی زمان‌شناسی بسیار دقیق دارند. آنها نه تنها می‌دانند در هر جمعی چطور رفتار کنند، بلکه خیلی خوب نسبت به مدیریت زمان برای ایجاد فرصت‌های مناسب در راستای کار بر روی پروژه‌های بزرگ نیز حرفه‌ای هستند. با این حساب شما هم باید از همین برنامه برای تبدیل شدن به یک رهبر تجاری کاربلد استفاده کنید، در غیر این صورت شاید به طور مداوم فرصت‌های‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نداشته باشید.

مدیریت زمان به معنای کاهش کیفیت کار نیست. شما باید یاد بگیرید در هر موقعیتی نسبت به فعالیت مناسب توجه داشته باشید. نکته مهم در این میان تلاش برای کاهش اتلاف وقت در دنیای کسب و کار است. رهبران تجاری وقت‌شان را بی‌خودی هدر نمی‌دهند. با این حساب شما برای بهینه‌سازی شرایط‌تان باید همیشه نسبت به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام نمایید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و می‌تواند از شما چهره‌ای بسیار جذاب برای مشتریان بسازد. یادتان باشد تشویق دیگران به یادگیری اصول مدیریت زمان نیز می‌تواند برای وجهه حرفه‌ای شما به عنوان یک کارآفرین اهمیت زیادی داشته باشد.

توجه به جزییات

توجه به جزییات امر بسیار مهمی برای برندها محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط متفاوتی را تجربه می‌کنند. در این میان شما باید به عنوان یک رهبر تجاری همیشه جزییات را نیز مد نظر داشته باشید. گاهی اوقات همین جزییات مرز میان شکست و موفقیت برندها را تعیین می‌کند. بنابراین باید همیشه آنها را در گوشه ذهن‌تان داشته باشید.

مشتریان و کارمندان در بازار وقتی یک رهبر تجاری با توجه ویژه به جزییات را مشاهده می‌کنند، تمایل بالاتری برای همکاری با وی خواهند داشت. این امر می‌تواند از شما یک کارآفرین بی‌نهایت حرفه‌ای در بازار ساخته و توانایی‌تان در این میان را نیز به خوبی توسعه دهد. پس همیشه بعد از بررسی کلیات یک پروژه مدت زمانی را نیز برای ارزیابی جزییات آن در نظر داشته باشید. این امر شما را به طور حرفه‌ای در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد.

ارتباطات قوی با دیگران

ارتباط با دیگران به شما برای توسعه مهارت‌های فردی و جمعی‌تان کمک می‌کند. هیچ رهبر تجاری دارای مشکلات روابط عمومی نیست. این یکی از ویژگی‌های مهم رهبران تجاری در دنیای امروز محسوب می‌شود. درست به همین خاطر شما باید همیشه خودتان را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف آماده کرده و نسبت به مهارت‌های ارتباطی‌تان مطمئن باشید.

این روزها کلاس‌ها و درس گفتارهای بسیار متنوعی درباره مهارت‌های ارتباطی در دسترس افراد قرار دارد. با این حساب شما هیچ بهانه‌ای برای ناتوانی در زمینه تاثیرگذاری بر روی دیگران ندارید. در این میان استفاده از شیوه‌های مختلف و تاثیرگذار می‌تواند برای شما مزیت مهمی محسوب شود. بنابراین باید به طور مداوم این شانس را در خودتان تقویت کرده و نیم نگاهی به دوره‌های آموزشی حرفه‌ای داشته باشید. البته گاهی اوقات برخی از افراد به طور طبیعی مهارت‌های ارتباطی قوی دارند. در این صورت شما لازم نیست خودتان را معطل دوره‌های آموزشی کنید، چراکه توانایی‌های ارتباطی‌تان همین حالا نیز عالی است.

مسئولیت‌پذیری

مسئولیت‌پذیری یکی از نکات بسیار مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف و جلب نظرشان کمک می‌کند. بسیاری از مدیران عادی به محض بروز یک مشکل در شرکت مسئولیت آن را به گردن دیگران می‌اندازند. در این میان رهبران تجاری حرفه‌ای نقش خودشان در شکست را پذیرفته و در تلاش برای جبران آن برمی‌آیند. این امر می‌تواند درس بسیار مهمی برای کارآفرینان در یک شرکت بوده و توانایی آنها را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد. یادتان باشد رهبران تجاری نیز می‌توانند اشتباه کنند. پس فشار زیادی بر روی خودتان برای عمل بی‌عیب و نقص نیاورید. در عوض باید مسئولیت‌تان در هر موقعیت را به خوبی درک کرده و در صورت بروز اشتباه از آن فرار نکنید. این امر شما را بدل به یکی از رهبران تجاری محبوب در عرصه کاری‌تان خواهد کرد.

برنامه‌ریزی دقیق

برنامه‌ریزی امر مهمی برای تاثیرگذاری بر روی دیگران محسوب می‌شود. شما بدون یک برنامه‌ریزی دقیق هرگز شانسی برای موفقیت در بازار کسب و کار ندارید. این روزها شمار بالایی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط دشواری دارند. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها به مثابه شرایط دشوار و پیچیده‌ای محسوب گردد. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه باید شرایط‌تان را به خوبی دنبال کرده و برنامه‌های دقیق برای کارتان داشته باشید.

این روزها مشتریان در بازار و حتی کارمندان نسبت به رهبران تجاری که همیشه بی‌برنامه هستند، روی خوش نشان نمی‌دهند. دلیل این امر نیز کاملا مشخص است، چراکه فعالیت بدون برنامه همیشه منتهی به شکست خواهد شد. در بازارهای کنونی هم کمتر کسی حوصله شکست را دارند. درست به همین دلیل شما باید همیشه رفتارتان را همراه با برنامه‌ریزی برای شرکت‌تان دنبال کنید.

برنامه‌ریزی برای کسانی که تا به حال در این حوزه فعالیت نداشته‌اند، امر بسیار سختی محسوب می‌شود. درست به همین خاطر شما باید خودتان را با واقعیت‌های این عرصه سازگار کنید. کمک گرفتن از دیگران در راستای برنامه‌ریزی مناسب برای کسب و کار می‌تواند ایده خوبی باشد. شما با این کار تمایل‌تان برای یادگیری نکات تازه را نشان می‌دهید. این امر می‌تواند جذابیت زیادی برای کارمندان و حتی مشتریان شما داشته باشد. در دنیایی که کمتر کسی به دنبال یادگیری نکات تازه از منابع دست اول است، شما با رفتاری متفاوت می‌توانید خودتان را به عنوان یک رهبر تجاری متمایز به دیگران معرفی نمایید.

منبع: هاب اسپات

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۰۵۹۰۰۰۳۱۲/۹۹/۶۳ مورخ ۱۴۰۱/۴/۲۲ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی اسلامشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم ناهید باشوکی فرزند علی به شماره ش ش ۵۴۰ صادره از بیجار با کد ملی ۳۷۸۰۹۵۹۲۳۲ نسبت به ششدانگ یک باب خانه مسکونی به مساحت۱۰۷/۸۶مترکه با پلاک جدید ۲۷۰۴۸فرعی از ۴۶ اصلی که در قسمتی از پلاک ۲۴فرعی از ۴۶ اصلی مفروز گردیده است. ملک واقع در قریه موسی آباد اسلامشهر بخش ۱۲ تهران خریداری از مالکیت رسمی، هوشنگ پنجی مالک اصلی 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 از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۲ ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد املاک اسلامشهر تسلیم نموده و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضائی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض و یا عدم گواهی تقدیم دادخواست طبق مقررات سند مالکیت متقاضی صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول :۱۴۰۱/۵/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۶/۹
همایون صفری – رییس واحد ثبتی حوزه ملک اسلامشهر

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 ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۱۷۹۲ 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 / علی عسگر نهنچه فرزند علی حیدر بشماره شناسنامه ۱۱۹ ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۲۰ متر مربع از پلاک شماره ۱۸۴ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در خیرآباد بخش حوزه ثبت ملک ورامین تائید خریداری از زهرا حسن زاده 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: ۱۴۰۱/۵/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۶/۹
۲۱۹ م الف — رئیس ثبت اسناد و املاک – محمود داودی
۵۴۲

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 ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۴۰۰۲ مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۰ 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 خانم کبرا ذره ارزاقی فرزند احمد به شماره شناسنامه ۵۲۶ صادره از رشت در قریه سیاه اسطلخ در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۷۲. ۱۵۵ متر مربع پلاک فرعی ۸۰۰۰ از اصلی ۴۱ مفروز مجزی از پلاک ۵۸ از اصلی ۴۱ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای حسن فلاح محبوب پسند 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: ۱۴۰۱/۰۵/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۶/۰۹
۱۰۶۸ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی
۵۴۷

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای اکبر شربتی برابر درخواست وارده به شماره ۱۴۰۱۲۱۷۰۳۰۰۲۰۰۵۳۵۱ - ۱۴۰۱/۵/۳۰ مالک ۳ دانگ مشاع از ششدانگ پلاک ۹۲ فرعی از ۱۱۹۸ اصلی با ارائه دو برگ استشهادیه اعلام نموده است که سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین محصور واقع در بخش هفت خلخال که به نام متقاضی ثبت و سند مالکیت به شماره چاپی ۵۱۳۰۸۲ صادر و تسلیم گردیده است که در اثر سهل انگاری مفقود گردیده لذا مراتب در اجرای تبصره یک اصلاحی ماده ۱۲۰ آیین‌نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می‌شود تا هر کس نسبت به پلاک مزبور معامله‌ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می‌باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود بعد از طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی به نام مالک صادر وتسلیم خواهد شد.
تاریخ انتشار : روز چهارشنبه ۱۴۰۱/۶/۹
بهروز شکوری - مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خلخال
۶۴۲

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد کاظم نصیبی نماینده شهرک‌های صنعتی برابر درخواست وارده به شماره ۱۴۰۱۶۲۶۵۰۲۱۸۰۰۰۲۶۴ - ۱۴۰۱/۵/۳۰ مالک ششدانگ پلاک ۱۱۹۵ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی با ارائه دو برگ استشهادیه اعلام نموده است که سند مالکیت ۶ دانگ یک قطعه زمین واقع در بخش هفت خلخال که به نام شرکت شهرک‌های صنعتی ثبت و سند مالکیت به شماره چاپی ۴۷۸۴۸۰ صادر و تسلیم گردیده است که در اثر سهل انگاری مفقود گردیده لذا مراتب در اجرای تبصره یک اصلاحی ماده ۱۲۰ آیین‌نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می‌شود تا هر کس نسبت به پلاک مزبور معامله‌ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می‌باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود بعد از طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی به نام مالک صادر وتسلیم خواهد شد.
تاریخ انتشار : روز چهارشنبه ۱۴۰۱/۶/۹
بهروز شکوری - مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خلخال
۵۹۸

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان عنوان کرد:

۳۸۰۰ میلیارد تومان پروژه آماده افتتاح در شرکت برق منطقه‌ای خوزستان

اهواز - شـــبنم قجاوند: مدیرعامل شـــرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: این شرکت ۳۷ پروژه با ارزش سرمایه‌گذاری ۳ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان آماده افتتاح در هفته دولت دارد.

محمود دشت‌بزرگ اظهار کرد: به مناسبت هفته دولت ۳۷ پروژه خط و پست در بخش انتقال و فوق توزیع در استان‌های تحت نظارت این شرکت در خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد آماده افتتاح است.

وی با بیان اینکه ارزش سرمایه‌گذاری این پروژه ها ۳ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان است، تصریح کرد: سرمایه‌گذاری بخشی از این پروژه‌ها را صنایع و بخش خصوصی انجام داده‌اند و با همکاری و نظارت برق منطقه‌ای خوزستان، برق مورد نیاز خود را تامین کرده‌اند.

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: این پروژها شامل نوسازی و بهینه‌سازی پست‌ها و خطوط انتقال و فوق توزیع و

افزایش ظرفیت جدید در بخش پست‌ها و خطوط برق است.

دشـــت‌بزرگ اضافه کرد: از مهم‌ترین این پروژه‌ها که با همکاری بخش خصوصی آماده افتتاح است می‌توان به پست ۴۰۰ کیلوولت GIS شهید آبکار و خط دومداره آن در خرمشهر اشاره کرد.

وی افزود: دزفول، شوشتر، خرمشهر، بهبهان و گچساران از جمله شهرهایی است که این شرکت پروژهایی برای افتتاح دارد.

به گفته مدیرعامل شـــرکت برق منطقه‌ای خوزستان این پروژه که همه برای تقویت بخش زیرســـاختی برق برنامه‌ریزی و احداث شده‌اند باعث افزایش پایداری شبکه و قابلیت اطمینان آن خواهد شد و کمک می‌کنند که درصد بارگیری از تاسیســـات و خاموشی‌ها در شبکه انتقال و فوق توزیع کاهش یابد.

شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت انتقال برق در شبکه انتقال و فوق توزیع در دو استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

با حضور استاندار هرمزگان صورت گرفت

بهره‌برداری از ۳ طرح دریایی و بندری در بنادر غرب هرمزگان

بندرعباس- خبرنگار فرصت امـــروز: در چهارمین روز از هفته دولت ســـه طرح دریایـــی و بندری در بنادر غـــرب هرمزگان با حضور "مهدی دوستی" استاندار هرمزگان، "حسین عباس نژاد" مدیرکل بنادر و دریانوردی استان و جمعی از مسوولان محلی شهرستان بندرلنگه به بهره‌برداری رسید.

به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان، احداث اسکله (پست ۲) آســـفالت و روشنایی موج‌شکن شرقی، شبکه هدایت سیلاب و باشگاه فرهنگی و ورزشی بنادر غرب هرمزگان سه طرح دریایی و بندری است که امروز شنبه پنجم شهریور به مناسبت هفته دولت مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان در حاشیه این مراسم در جمع خبرنگاران با اشاره به آمادگی این اداره کل برای افتتاح و بهره‌برداری از ۱۱ طرح دریایی و بندری با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و مشارکت ســـازمان بنادر و دریانورد اظهار کرد: با افتتاح این تعداد طرح در هفته دولت امسال با ســـه هزار و ۷۲۹ میلیون ریال اعتبار ۹۹۷ شغل ایجاد می‌شـــود. "حسین عباس‌نژاد" از شـــاخص‌ترین طرح‌های بندر شهید رجایی در هفته دولت امسال به بهره‌برداری از طرح زمینی کردن خط ۶۳ کیلو ولت در اراضی، بهره‌برداری از تقاطع غیرهمســـطح به اراضی پشتیبانی، تعمیرات اساسی انبار ۲۰ ترانزیت و بهره‌برداری از یک فروند شناور طناب‌گیر همیار ۴ اشاره کرد.

وی اتمام تعمیرات اساسی و ساماندهی محوطه‌ها و جمع‌آوری آبهای سطحی و ساختمان‌های آتش نشانی بندر شهید رجایی، بهره‌برداری از پنج دســـتگاه مدالتور S.T.V دانش بنیان و بهره‌برداری از پنج دستگاه

مادربورد رادار ترما S.T.V دانش بنیان، بهره‌برداری از ساختمان مرجع دریایی بندرجاســـک را از دیگر طرح‌های مهم و آماده افتتاح در هفته دولت ۱۴۰۱ اعلام کرد.

مدیر بنـــادر و دریانوردی غرب هرمزگان نیز در تشـــریح طرح‌های بهره‌برداری شـــده بندری و دریایی این شهرستان گفت: پروژه احداث اسکله (پست ۲) آسفالت و روشنایی موج‌شکن شرقی به منظور حفظ و نگه‌داری از سازه‌ها و تاسیسات بندر و همچنین افزایش توان عملیاتی و ایمنی تخلیه و بارگیری کالا با ۴۰۰ میلیارد ریال اعتبار صورت گرفته است.

"قاسم عسکری نسب" ادامه داد: این طرح درتمامی مراحل با تکیه بر توان داخلی و بهره‌گیری از تولیدات ملی و مطابق با آخرین استانداردهای روز تهیه و نصب شده است.

وی در خصوص پروژه احداث شـــبکه هدایت سیلاب نیز گفت: این طرح با ۱۶۵ میلیارد ریال اعتبار در ۲ فاز تعریف و برنامه‌ریزی شده که مرحله نخست آن با هدف افزایش توان تخلیه کانال های هدایت سیلاب بندر و جلوگیری از ایجاد آبگرفتگی در محله‌ها و خیابان های بالادست مجتمع بندری لنگه به هنگام بارندگی‌های فصلی آماده شد.

مدیـــر اداره بنادر و دریانوردی بندرلنگه در خصوص طرح ورزشـــی احداث باشـــگاه فرهنگی ورزشـــی نیز گفت: این طـــرح با ۲۰ میلیارد ریال اعتبار و با هدف ارائه خدمات مطلوب به جوانان، ســـاحل نشینان و دریانوردان این شهرستان احداث شده است.

به گفته عسکری نسب، اداره بنادر و دریانوردی غرب هرمزگان دارای پنج اماکن ورزشی در رشته‌های والیبال ساحلی، فوتبال ساحلی، سایت قایقرانی، سالن پینگ پنگ، باشـــگاه پرورش اندام و ورزش‌های رزمی اســـت. وی اضافه کرد: با بهره برداری از این سه پروژه دریایی و بندری، به طور مستقیم زمینه حضور ۹۰ نفر ازجوانان جویای کار منطقه فراهم شده است.

تعریف ۳۰ طرح عمرانی، تجهیزاتی و مطالعاتی

مدیر بنادر و دریانوردی غرب هرمزگان در بخش دیگری از ســـخنان خود اظهار کرد: اداره بنادر غرب اســـتان با دارا بودن ۱۱ بندر ۳۰ طرح برای خود در سال جاری تعریف کرده که شامل هفت طرح عمرانی، ۱۲ طرح تجهیزاتی و ۱۱ طرح مطالعاتی است.

عسکری نسب بیان کرد: برای مطالعه بندر بزرگ بندر لنگه اعتباری افزون‌بر هشـــت هزار میلیارد ریال در نظرگرفته شـــده که آغاز شده و مطالعات و طراحی ســـاختمان های مرجع دریایی در بندرهایی مانند چارک و خمیر نیز به اتمام رسیده است.

مدیر کل بنادر و دریانوردی استان گیلان به مناسبت فرارسیدن هفته دولت خبرداد؛

افتتاح ۶ پروژه با اعتبار بالغ بر ۱۴۹ میلیارد تومان

رشت - خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل بنادر و دریانوردی استان گیلان از افتتاح ۶ پروژه با اعتبار بالغ بر ۱۴۹ میلیارد تومان به مناسبت فرارسیدن هفته دولت خبرداد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان، حسین یونسی با تبریک فرارسیدن هفته دولت و گرامیداشت یاد و خاطره شـــهدا به ویژه شهیدان رجایی و باهنر، اظهار داشت: در این هفته مبارک ۶ پروژه شامل ۵ پروژه عمرانی (دولتی) و همچنین یک پروژه سرمایه گذاری توسط بخش خصوصی در مجتمع بندری انزلی افتتاح می گردد.

وی با بیان اینکه پروژه های بخش عمرانی با اعتباری بالغ بر ۱۲۵ میلیارد تومان افتتاح خواهد شـــد، خاطرنشان کرد: تکمیل احداث باشگاه ملوانان، لایروبی فاز اول تالاب انزلی، تعمیرات اساسی چمن ورزشی بندر و تامین برق ساحلی برای کشتی های پهلو گرفته در مجتمع بندری انزلی و همچنین لایروبی بندر آســـتارا از جمله ۵ پروژه بخش دولتی خواهد بود.

مدیر کل بنادر و دریانوردی استان گیلان با اشاره به پروژه سرمایه گذاری (بخش خصوصی) تصریح کرد: سیلوی غلات ۵۰ هزار تنی با سرمایه گذاری ۲۳۷ میلیارد ریال و ایجاد فرصت شغلی برای ۳۰ نفر در بندرانزلی از جمله پروژه قابل افتتاح توسط بخش خصوصی در هفته دولت می باشد.

یونســـی با بیان اینکه با افتتاح این ۶ پروژه که با اعتبار و سرمایه گذاری بالغ بر ۱۴۹ میلیارد تومان بوده، برای ۲۳۶ نفر فرصت شغلی ایجاد خواهد شد، یادآور شد: در پروژه تکمیل احداث باشگاه ملوانان بـــرای ۳۵ نفر، لایروبی فاز اول تـــالاب انزلی برای ۲۶ نفر، تعمیرات اساسی چمن ورزشی بندر برای ۶۷ نفر و برای تامین برق ساحلی برای کشتی های پهلو گرفته در مجتمع بندری انزلی برای ۲۵ نفر و همچنین در پروژه لایروبی بندر آستارا نیز برای ۵۳ نفر به صورت موقت و دائم ایجاد اشتغال می گردد.

مجتمع بندری انزلی به عنوان پرسابقه ترین بندر تجاری کشور از دیرباز تا به امروز همواره مورد توجه بازرگانان و تجار بوده و اکنون با ۱۷ پست اسکله امکان تخلیه و بارگیری بیش از ۱۰ میلیون کالا در سال را دارد.

بندر آســـتارا نیز به عنوان تنها بندر دارای مرز گمرکی، خشکی و آبی و با دارا بودن ۲ پست اسکله، نخستین بندر خصوصی کشور می باشد.

۱۸۲ پروژه توزیع برق استان مرکزی در هفته دولت به بهره‌برداری می‌رسد

اراک- فرناز امیدی: مدیرعامل شـــرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی از افتتـــاح ۱۸۲ پروژه توزیع برق با اعتباری بالغ‌بر ۲۱۴میلیارد تومان در هفته دولت خبر داد.

مدیرعامل شـــرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی از افتتاح ۱۸۲ پـــروژه توزیع برق بااعتباری بالغ‌بر ۲۱۴میلیـــارد تومان در هفته دولت خبر داد و گفت :۴۳پروژه برق‌رســـانی در شهرســـتان اراک،۸ پروژه در آشـــتیان،۳۴ پروژه در تفرش، ۱۰ پروژه در خمین،۱۲ پروژه در خنداب، ۲۵ پـــروژه در دلیجان،۴ پروژه در زرندیه، ۱۱ پروژه در ســـاوه، ۲پروژه در شـــازند، ۷ پروژه در فراهان، ۱۱ پروژه در غرق‌آباد، ۳پروژه در محلات و۱۲ پروژه در کمیجان، در مناطق مختلف استان به بهره‌برداری می‌رسد.

محمود محمودی اصلاح شبکه‌های روستایی در قالب طرح بهارستان ،اصلاح فیدرهای خروجی پست فوق توزیع اراک ۶و ۸، احداث خروجی پســـت ۶۳کیلوولت دودهک دلیجان و شهید والانژاد و اصلاح و احداث شبکه‌های فشار ضعیف و فشار متوسط به طول ۶۵۰کیلومتر در نقاط مختلف استان را ازجمله طرح‌های قابل‌افتتاح در هفته دولت دانست.

وی طرح جهادی نصب و اصلاح ۱۸هزار دســـتگاه چراغ روشـــنایی معابر،نصب،اصلاح و بهینه‌ســـازی ۳۶۵دســـتگاه پست هوایی، نصب و جابجایی ۴۷۰۰پایه در نقاط مختلف اســـتان را از دیگر پروژه‌های قابل بهره‌برداری در هفته دولت برشـــمرد. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی هفته دولت را فرصت مناسبی برای بیان فعالیت‌ها و اقدامات انجام‌شده به همت دولتمردان دانست و بیان کرد: مردم باید با فعالیت‌ها و اقدامات انجام‌شده توسط دولت سیزدهم آشنا شوند.

محمـــودی هدف از افتتـــاح این طرح‌ها را افزایـــش رضایت‌مندی مشـــترکان، استفاده بهینه از امکانات و منابع موجود، تأمین برق پایدار و مطمئن و بهره‌وری اقتصادی دانست.

مدیرکل امور عشایر استان ایلام خبر داد:

تأمین آب عشایر «کولگ» با ۲۰ میلیارد تومان اعتبار

ایلام-هدی منصوری: مدیرکل امور عشـــایر استان ایلام گفت: به مناسب هفته دولت و در یکمین سال خدمت دولت سیزدهم، با حمایت های جدی دکتر «بهرام نیا» اســـتاندار ایلام و دکتر «پاپی زاده» رئیس سازمان عشایر کشور، دو طرح شـــاخص(کلنگ زنی پروژه تأمین آب شرب عشایر منطقه کولک شهرستان مهران با ۲۰ میلیارد تومان اعتبار و واگذاری ۲۳۰ دستگاه پنل خورشیدی به عشایر با همکاری شرکت برق استان) در حوزه عشایر استان عملیاتی و اجرایی می شود.

«فرشاد یاسمی» با بیان اینکه جمعیت عشایری استان بالغ بر ۶۰ هزار نفر است که با داشتن بیش از یک میلیون و ۴۰۰ هزار رأس دام سبک، سالانه بیش از ۹۰ هزار تن انواع تولیدات به ارزش سه هزار میلیارد تومان تولید می کنند، اظهار داشت: در همین راستا و با توجه به شرایط حاد خشکسالی در استان و کم شدن آب چشمه ها و قنوات، اداره کل امور عشـــایر اســـتان ایلام با هدف حمایت و ارائه خدمات به منظور افزایش تولید و رفع مشـــکلات عشایر، به خدمات رسانی در حوزه های مختلف اقدام کرده است.

وی نگهـــداری و مرمت راههای عشـــایری به طـــول دو هزار و ۵۰۰ کیلومتر، احداث ۲۰ کیلومتر راه عشایری جدید، آبرسانی سیار به عشایر کوچرو به مقدار ۳۵۰ هزار مترمکعب، اجرای پروژه های تأمین آب شرب ثابت به طول ۲۲ کیلومتر و مطالعات تأمین آب شرب ثابت برای بیش از ۳۳۹ خانوار را از جمله این اقدامات برشمرد و افزود: اجرای طرح نزدیک رسانی آبرسانی به عشایر، ۹۹ مورد لایروبی بستر رودخانه ها و چشمه هـــا، توزیع نهاده های دامی به میزان ۱۶ هـــزار و ۵۰۰ تن جو و توزیع خوراک دام به میزان بیش از سه هزار تن کنسانتره با حمایت و پیگیری های دکتر «بهرام نیا» اســـتاندار ایلام، از دیگر اقدامات به عمل آمده در راستای حمایت از عشایر استان بوده است.

مدیرکل امور عشـــایر استان ایلام با اشاره به توزیع ۱۳۶ هزار و ۳۵۱ کیسه آرد سهمیه ای و توزیع بیش از ۶۰۰ هزار لیتر نفت سفید در بین عشایر استان، یادآور شد: در راستای استفاده بهینه از منابع و صرفه جویی در منابع انرژی، تعداد ۲۳۰ دســـتگاه پنل خورشیدی به مناسبت هفته دولت در بین عشایر استان توزیع خواهد شد.

«یاســـمی» با بیان اینکه با تلاش عشایر استان، تولید گوشت قرمز یکهزار تن در سال افزایش یافته و تسهیلات زنجیره تولید گوشت قرمز به مبلغ یکصد میلیارد ریال پرداخت شده است، تصریح کرد: طی یکسال گذشته، تعداد ۴۸۰ هزار رأس دام عشایر بیمه شده و هشت هزار رأس دام حذفی و نیز بیش از ۱۴۰ تن پشـــم از عشایر استان خریداری شده است.

وی به اجرای برنامه های فرهنگی و بررسی مسائل و مشکلات برای عشایر استان با برگزاری کلاس های آموزش و ترویج اشاره و اضافه کرد: در طول یکسال گذشته برای بیش از دو هزار نفر از عشایر استان کلاس های آموزشی برگزار و ۱۶ جلسه نیز در راستای حمایت و ارائه خدمات بیشتر به عشایر، تشکیل و مصوبات خوبی برای خدمات رسانی بیشتر و بهتر به عشایر، مصوب شده است.

مدیرکل امور عشـــایر اســـتان ایلام با اشـــاره به فرموده مقام معظم رهبری «عشایر از قدیم یک قشر تولیدکننده و مایه‌ی برکت برای کشور بوده‌اند» تأکید کرد: عشایر مجاهدان پرتلاش و خستگی ناپذیر عرصه اقتصاد و معیشت مردم هستند و نقش بســـزایی در رونق اقتصادی و تأمین مایحتاج جامعـــه دارند و می طلبد که بصورت همه جانبه مورد توجه قرار گیرند.

اخبار

بازدید شهردار ساری از روند ساخت سکوی موقت انتقال زباله و تصفیه‌خانه شیرابه

ســـاری- خبرنگار فرصت امروز: جواد طالبی شـــهردار ساری با حضور در محل احداث تصفیه‌خانه شـــیرابه زباله ســـاری آخرین وضعیت ساخت این تصفیه‌خانه و سکوی موقت انتقال زباله را بررسی کرد.

به گزارش خبرنگار روزنامه تیرنگ به نقل مدیریت ارتباطات شهرداری ساری جواد طالبی شهردار ساری به همراه علی‌اکبر بابایی مشاور شهردار، حمیدرضا مرادی رئیس حراست شهرداری، حسن کلانتری معاون برنامه‌ریزی و هماهنگی مناطق شـــهرداری، سید حمزه حسینی، معاون شهرسازی و معماری، علیرضا سعیدی، معاون حمل‌ونقل و امور زیر بنایی، کیا علیزاده معاون توسعه و مدیریت منابع، علیرضا حمیدی معاون خدمات شهری، و میثم فرخی شهردار بافت کهن از روند اجرایی احداث سکوی موقت زباله و تصفیه‌خانه شیرابه در ساری بازدید کرد.

عملیات ســـاخت ســـکوی موقت انتقال زباله و تصفیه‌خانه ساری با ظرفیت تصفیه روزانه ۴۰ هزار لیتر به‌صورت شبانه‌روزی در دست اجراست و قرار است در هفته دولت به‌طور هم‌زمان به بهره‌برداری برسد.

۹۸ درصد اراضی ملی کشور حدنگاری شده است

قم- خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان ثبت اسناد و املاک کشور گفت: در راستای دستور مقام معظم رهبری برای جلوگیری از زمین خواری ۹۸ درصد از املاک ملی حدنگاری و برای آن‌ها سند ملی صادر شده و از ابتدای سال ۱۴۰۱ حدنگاری اراضی زراعی کشور هم شروع شده است و امیدواریم تا ۱۵ ماه آینده حدنگاری اراضی را در لایه های مختلف به اتمام برسانیم.

به گزارش پایگاه خبری آستان مقدس حضرت معصومه سلام‌الله علیها، حسن بابایی رئیس سازمان ثبت اسناد و املاک کشور در دیدار با آیت الله سعیدی که عصر امروز در ســـالن محراب حرم مطهر بانوی کرامت انجام شد با بیان اینکه اسناد حرم مطهر حضرت معصومه سلام الله علیها همگی صادر شده است، اظهار کرد: امیدواریم هرچه سریعتر اراضی موقوفه آستان مقدس بانوی کرامت هم تعیین تکلیف شود تا تعارضات شناسایی و اسناد تک برگی صادر شود.

وی با اشاره به لزوم تکمیل بانک اطلاعاتی املاک حرم مطهر بانوی کرامت، افزود: باید هرچه سریع تر وضعیت حقوقی اراضی را مشخص کنیم تا حقی از کسی ضایع نشود و نارضایتی پیش نیاید.

رئیس سازمان ثبت اسناد و املاک کشور با بیان اینکه از سال‌ها قبل حدنگاری در دستور کار سازمان ثبت اسناد و املاک کشور بوده است، گفت: مقام معظم رهبری در دیداری که با ایشان داشتیم فرمودند که باید وضعیت متر به متر اراضی کشور مشخص شود زیرا این بهترین راه برای جلوگیری از ساحل خواری، جنگل خواری و کوه خواری است.

وی با بیان اینکه مساحت کل کشور ۱۶۴ میلیون هکتار است که ۱۳۸ میلیون هکتار مربوط به عرصه های ملی است، افزود: به دنبال دستور مقام معظم رهبری برای ۹۸ درصد از املاک ملی اسناد حدنگاری صادر شده و از ابتدای سال ۱۴۰۱ حد نگاری اراضی زراعی کشور هم شروع شده و امیدواریم تا ۱۵ ماه آینده حدنگاری اراضی را در لایه های مختلف به اتمام برسانیم.

بابایی با بیان اینکه طبق قانون، اراضی مازاد دولتی که استفاده نمی شود باید به وزارت مسکن و شهرسازی واگذار شود، گفت: در این زمینه نیز ما تفاهم نامه ای را با وزیر مسکن و شهر سازی امضا کردیم و امیدواریم این کار در جهش تولید مسکن مؤثر باشد.

دیدار سرپرست شهرداری رشت با نمایندگان شرکت بیمه آسیا:

پیگیری حق و حقوق بیمه‌ای پرسنل و جلوگیری از متضرر شدن آنان

رشت- خبرنگار فرصت امروز: سید مجتبی خدمت بین دانا در دیدار با نمایندگان بیمه آسیا ضمن پیگیری حق و حقوق بیمه‌ای پرسنل و جلوگیری از متضرر شدن آنان خواستار پرداخت مطالبات سنوات گذشته کارکنان شهرداری رشت توسط بیمه آسیا شد.

به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شـــهرداری رشت_ ســـید مجتبی خدمت بین دانا سرپرست شهرداری رشت امروز دوشنبه هفتم شهریور ۱۴۰۱ با رامین دلیری مدیر بیمه آسیا استان گیلان،

پورسعید سرپرست بیمه آسیای منطقه هفت و پورعلیزاده معاون مالی بیمه آسیا منطقه هفت شهری دیدار و در مورد مهم‌ترین موضوعات فی‌مابین این دو نهاد گفت‌وگو و تبادل نظر کرد.

سرپرست شهرداری رشت در این دیدار پیگیری‌هایی را در خصوص حق و حقوق پرسنل شهرداری از حیث مسائل بیمه‌ای و پرداخت‌های آنلاین برای جلوگیری از متضرر شدن پرسنل انجام داد و علاوه بر این‌ها در مورد مطالبات سنوات گذشته پرسنل از بیمه آسیا که هنوز پرداخت نشده هم تاکیداتی داشت و خواستار حل و فصل این موضوع توسط شرکت بیمه آسیا شد.

خدمت بین دانا سطح ارتباطات شهرداری و بیمه آسیا را خوب توصیف کرد و ضمن تاکید بر ضرورت تعمیق و تداوم هر چه بیشتر این تعاملات در حوزه‌های مختلف، در مورد تعیین تکلیف مطالباتی که بیمه آسیا از شهرداری رشت داشته هم صحبت‌هایی انجام داد که با توجه به رایزنی‌های انجام شده دو طرف در این مورد به نتایج مورد انتظار دست پیدا کردند.

در مراسمی با حضور مدیرعامل آبفا و فرماندار انجام شد؛

افتتاح سه پروژه آبرسانی شهرستان خمیر در چهارمین روز از هفته دولت

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: در مراســـمی با حضور مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان و فرماندار خمیر، پروژه های آبرسانی شهرستان خمیر به نمایندگی از سایر پروژها در روستای کیشی از توابع بخش رویدر افتتاح شد. به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان، عبدالحمید حمزه پور در این مراسم با بیان اینکه آبرسانی به روستاها یک اولویت برای دولت ســـیزدهم و نماینده عالی آن در استان هرمزگان است، افزود: آب و فاضلاب ماموریت دارد تا میزان برخورداری روستاها را از آب آشامیدنی افزایش دهد که این پروژه نیز در همین راستا با برنامه ریزی، تامین اعتبار، انجام عملیات اجرایی تکمیل و در هفته دولت مورد بهره برداری قرار گرفت. وی در تشریح جزئیات این پروژه ها افزود: در این راستا و با هدف بهره مندی جمعیت یکهزار نفری کیشی بالا، دکل پهن و جیحون از آب شرب پایدار اقدام به اجرای ۲۰۰ متر خط انتقال، ۸ کیلومتر احداث شبکه توزیع و دو کیلومتر اصلاح شبکه کرد. مدیرعامل آبفا اعتبار هزینه شده این پروژه ها را ۵۰ میلیارد ریال عنوان کرد. حمزه پور همچنین با اشاره وضعیت آب خمیر گفت: آبفا با هدف پایداری آب بخش مرکزی و رویدر شهرستان خمیر پیش بینی تامین آ مردم این مناطق از آب شیرین کن خلیج فارس کرده است که امیدواریم با اتمام فاز دوم خط انتقال جمعیت بهره مند شهرستان خمیر از آب شرب پایدار با کیفیت و پایدار بهره مند شوند. وی همچنین گفت: روستاهای تحت پوشش مجتمع کیشی و جیحون نیز در آینده از این ظرفیت بهره مند خواهند شد. فرماندار خمیر نیز در این مراسم با قدردانی از اقدامات آبفا در توسعه و اصلاح شبکه ها و خطوط انتقال آب افزود: اقدامات جهادی ماندگاری از سوی آبفا در شهرستان خمیر انجام شده است. میرهاشم خواستار با بیان اینکه شهر خمیر و بخشی از روستاهای این شهرستان از آب شرب با کیفیت آب شیرین کن خلیج فارس بهره مند هستند ابراز امیدواری کرد، با تکمیل فاز دوم خط انتقال آب شیرین کن خلیج فارس به کهورستان و رویدر شاهد آب پایدار در شهر و روستاهای بخش رویدر و مرکزی باشیم.

راه اندازی ۶ پروژه مخابراتی در شهرستان مراوه تپه

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: با حضور مدیر مخابرات منطقه گلستان ، ۶ پروژه مخابراتی در شهرستان مرا ه تپه راه اندازی شد .بمناسبت هفته دولت و با حضور دکتر غلامعلی شهمرادی ، همچنین لقمان قربانی فرماندار شهرستان مراوه تپه ، ۶ طرح مخابراتی در این شهرستان راه اندازی شد.مدیر مخابرات منطقه گلستان که در مراسم راه اندازی متمرکز این پروژه ها سخن میگفت با اشاره به اینکه این پروژه ها اغلب در مناطق روستایی بوده سرمایه گذاری انجام شده را بالغ بر ۹۱ میلیارد ریال دانست.وی فیبر رسانی به سایت همراه اول عیدگاه مراوه تپه، ارتقاء تکنولوژی سایتهای همراه اول یلقی سرلن، عرب قره حاجی و فرق سر همچنین طرح توسعه قپان را از پروژه های راه اندازی شده و کلنگ زنی طرح جابجایی سایت گوکدره را از پروژه های یاد شده دانست.همچنین لقمان قربانی فرماندار شهرستان مراوه تپه با قدردانی از تلاشهای انجام شده توسط مخابرات به جهت ارتقاء کیفیت و توسعه شبکه ، ارتباطات مخابر اتی را نیاز اساسی مردم در حال حاضر عنوان کرد و افزود: امیدوارم توسعه و ایجاد زیرساختهای مخابراتی با کیفیت مستمرا ادامه داشته و نگاه ویژه ای به نقاط مرزی و محروم اســـتان در این زمینه وجود داشـــته باشد. در پایان این مراسم که در روستای فرق سر برگزار شده بود ۶ طرح مخابراتی نام برده شده بصورت متمرکز راه اندازی شد.

بازدید مدیر مخابرات منطقه گلستان از مخابرات گالیکش

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: مدیر مخابرات منطقه گلستان از مخابرات گالیکش باز دید کرد.دکتر غلامعلی شهمرادی با حضور در اداره مخابرات شهرستان گالیکش ، به بررسی وضعیت ارتباطی این شهرستان پرداخت و با کارشناسان در این زمینه گفتگو کرد.مهندس مجید خسروی رئیس اداره مخابرات شهرستان گالیکش طرحهای در دست اقدام را تشریح و با ابراز نگرانی از میزان سرقتهای انجام شده ، از اقدامات پیشگیرانه صورت گرفته سخن گفت.دکتر غلامعلی شهمرادی نیز ضمن تاکید بر وجود معضل سرقت تجهیزات مخابراتی بعنوان عامل اصلی اختلال در ارتباطات مخابراتی ، از اقدامات انجام شده در شهرستان گالیکش تقدیر و گفت: تلاش بیشتری نیاز است تا اهداف در نظر گرفته شده برای توسعه تحقق یابد.

حضور در دنیای آنلاین و افزایش اعتماد مشتریان به برندها

به قلم: ایوان ویدجایا
کارشناس کسب و کار و مدیر سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل‌علی

آیا شما تا به حال تصمیمی گرفته‌اید که تمام جزییات برندتان را تحت تاثیر قرار دهد؟ یکی از تصمیم‌های مهم که زیر و بم یک برند را تحت تاثیر قرار داده و شـرایط را به کلی عوض می‌کند، درباره انتخاب حضور در شبکه‌های اجتماعی یا به طور کلی دنیای آنلاین است. امروزه مشتریان به برندهایی که در دنیای آنلاین حضور فعال دارند، اعتماد بسیار بیشتری در مقایسه با دیگر کسب و کارها نشان می‌دهند. درست به همین دلیل شمار بالایی از برندها برای حضور در دنیای آنلاین از مدت‌ها قبل برنامه‌ریزی کرده‌اند. اگر شما هنوز در شـبکه‌های اجتماعی عضویت ندارید، فرصت‌های پیش روی‌تان خیلی زود در حال تمام شدن است. این امر به معنای ایجاد تغییرات اساسی در برنامه‌های برندتان است، در غیر این صورت شاید برخی از مشکلات‌تان در دنیای کسب و کار به طور مداوم افزایش یافته و دیگر توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان را به دست نیاورید.

بی‌تردید حضور در دنیای آنلاین برای برندها باید همراه با مزایای بسـیار متنوع دیگری نیز باشـد. در این میان شـما برای بهبود اوضاع‌تان همیشـه به اندکی توجه بیشتر نیاز دارید. این امر می‌تواند اعتماد به نفس شـما را افزایش داده و حضور در شـبکه‌های اجتماعی را نیز امری سـاده نماید. هدف ما در ادامه این مقاله مرور برخی از مزایای حضور برندها در فضای آنلاین است. این امر به شما برای کنار آمدن هرچه بهتر با این شرایط کمک خواهد کرد.

افزایش دسترس‌پذیری برند

همه مشتریان برای تعامل با برند شما انگیزه‌ای برای حضور در نمایندگی‌های فروش یا حتی برقراری تماس با تیم پشتیبانی ندارند. در این میان یک سایت ساده می‌تواند تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف داشته باشد. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و شانس شما را نیز در بازار به طور چشمگیری افزایش می‌دهد.

یادتان باشد برخی از برندها برای جلب نظر مشتریان به طور مداوم در تلاش برای بهینه‌سازی موقعیت‌شان با تکنیک‌های متفاوت هستند. در این میان هیچ تکنیکی به اندازه حضور آنلاین و دسترسی ساده مشتریان به برند تاثیرگذاری لازم را به همراه ندارد. شما با استفاده از این شیوه به سادگی هرچه تمام‌تر توانایی اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. این امر شما را در موقعیت بسیار متفاوتی از نظر تعامل با مخاطب هدف قرار می‌دهد.

یادتان باشـد شـما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشـه اقدام به تاثیرگذاری بر روی آنها با ساده‌ترین شیوه‌های اثربخشی نمایید. این امر می‌تواند برای شما موقعیت بسیار ایده‌آلی فراهم آورد. تنها نکته مهم در این میان نیز تلاش برای استفاده از فناوری دیجیتال یا به عبارت بهتر حضور آنلاین بهینه است.

افزایش اعتبار برند

افزایش اعتبار برند از طریق حضور در دنیای آنلاین برای بسیاری از افراد امر عجیبی محسوب می‌شود. نکته مهم اینکه بسیاری از برندها برای حضور در دنیای کسب و کار همیشه منتظر یک فرصت عالی هستند. در این میان اگر شما حضور آنلاین‌تان را تقویت کرده و شانس‌تان را نیز در این میان توسعه دهید، وضعیت‌تان به طور چشمگیری بهبود پیدا خواهد کرد. یادتان باشد در این میان شما باید به اعتبار برندتان در بازار فکر کنید.

وقتی مشتریان به دنبال یک برند هستند، اغلب اوقات نکاتی نظیر حضور در شبکه‌های اجتماعی و سایت رسمی آن را در نظر می‌گیرند. اگر در این میان یک برند هیچ حضوری در دنیای آنلاین نداشته باشد، مشتریان هرگز از ماهیت آن برند مطلع نخواهند شد. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها دشوار و حتی خسته‌کننده به نظر برسد. درست به همین خاطر شما برای بهبود وضعیت اعتبارتان در بازار هم که شده باید حضور بهینه در دنیای آنلاین را مد نظر قرار دهید.

کاهش هزینه‌های بازاریابی

کاهـش هزینه‌های بازاریابی به برندها برای اثرگذاری بهتـر بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. این امر از نظر مالی برندها را به سـوی نوآوری‌های بیشتر و تولید محصولات متنوع‌تر سوق خواهد داد. یادتان باشد در بازار هیچ برندی مجبور به بازاریابی با هزینه بسـیار زیاد نیسـت. درست به همین دلیل شما باید همیشه فعالیت‌تـان در این میان را با دقت نظر بالا پیش ببرید. حضور آنلاین می‌تواند بودجه شـما را حفظ کرده و جلوی ولخرجی‌های اضافی را بگیرد.

منبع: noobpreneur.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| چهارشنبه | ۹ شهریور ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۸۱ | 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

راهکارهای تعامل با کارمندان در فرآیند دورکاری

به قلم: مارگائوکس مورگانت
مدیر بازاریابی در موسسه کوداس
ترجمه: علی آل علی

داشتن یک تیم کاری متحد و دارای سطح بالایی از انسجام برای هر برندی امری مهم محسـوب می‌شـود. بسـیاری از مدیران نیز برای داشتن چنین تیمی هر کاری انجام می‌دهند. البته امروزه مدیریت تیم‌های کاری به سادگی گذشته نیست. دلیـل آن نیز تمایل بسـیاری از کارمندان و صدالبته برندها برای پیگیری روند دورکاری اسـت. این امـر از زمان ظهور همه‌گیری کرونا به عنوان یک ترند مهم در میان کارآفرینان ایجاد شد. اکنون نیز با وجود کاهش میزان حساسیت کرونا باز هم بسیاری از مردم از این شیوه استفاده می‌کنند. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیازمند استفاده از راهکارهایی برای ایجاد اتحاد در میان کارمندان‌تان که در شیوه دورکاری فعال هستند، خواهید بود.

برخی از برندها نیمی از نیروی کارشان را به طور حضوری و بخشی دیگر را نیز به طور دورکاری استخدام می‌کنند. این امر نیز سختی‌های خاص خودش را دارد. شما در هر صورت باید هر لحظه برای ارائه بهترین خدمات ممکن به مشتریان آماده باشید. در این میان مدیریت کارمندان دورکار امر بسیار سخت‌تری در مقایسه با هر امر دیگری خواهد بود.

بسـیاری از برندها برای کارمندان دورکارشـان هیچ ایده متفاوتـی ندارند. در این صورت شـما اگـر در چنین برندی فعالیت داشـته باشـید، خیلـی زود به عنوان یـک کارمند دورکار کنترل همه چیز از دسـت‌تان خارج خواهد شد. این امر می‌تواند شروع یک سقوط آزاد مستقیم باشد. درست به همین دلیل اگر شـما مدیر یک کسـب و کار هستید، باید همیشـه سیاسـت‌های دقیق و درسـتی برای تعامل میان اعضای مختلف‌تان داشـته باشـید، در غیر این صورت شاید خیلی زود برندتان به نقطه پایان مسابقه رسیده و هیچ عایدی هم نداشته باشد.

امروزه شـمار بالایی از برندها برای کاهش هزینه‌ها اقدام به اسـتفاده از استراتژی دورکاری می‌کنند. این امر می‌تواند ایده بسـیار خوبی برای برندها باشـد، اما بایـد با دقت نظر بسـیار زیادی دنبال شـود، در غیر این صورت شـما خیلی زود از استراتژی مورد نظر پشیمان خواهید شد. هدف ما در این مقاله مرور برخـی از مهمترین نکات در زمینه مدیریت تیم‌های کاری در قالب دورکاری اسـت. این امر به شما برای تاثیرگـذاری بهینه بر روی کارمنـدان دورکار کمک کرده و شانس‌تان را نیز به طور چشمگیری افزایش می‌دهد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این میان را مرور خواهیم کرد.

ایجاد کانال‌های ارتباطی درونی

تجربه دورکاری برای بسـیاری از افراد همراه با مشـکلات بسیار زیادی است. این امر اگر فرد مورد نظر برای نخستین بار در زمینه دورکاری فعال باشد، بی‌نهایت سخت‌تر نیز می‌شود. امروزه بسیاری از برندهای بزرگ برای کارمندان دورکارشان اقـدام به ارائه یک راهنمای دقیق می‌کننـد. این امر به آنها برای نحوه فعالیت، شـیوه‌های ارتباطی بـا دیگران و هزاران نکته دیگر کمک خواهد رسـاند. مسئله بعدی در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شـیوه‌های تاثیرگذار اسـت. این امر می‌تواند برای شما دردسرهای زیاد به همراه داشته باشد. چرا که کارمندان دورکار همیشه برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان با سوالاتی مواجه می‌شوند که به سادگی امکان دریافت پاسخ از سوی مدیران را ندارد.

توصیه ما در این میان تلاش برای اسـتفاده از شـیوه‌های ارتباطی مدرن اسـت. در دنیایی که راهکارهای ارتباطی روز به روز توسـعه پیدا می‌کند، شـما نیز باید در برندتان از این راهکارها به خوبی استفاده نمایید، در غیر این صورت خیلی زود شـانس‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین می‌رود. در این میان نیز برخی از برندها پیش‌دسـتی کرده و یک الگوی مناسـب برای ارتباط میان کارمندان و مدیران را به طور پیش‌فرض به همه آموزش می‌دهند. این امر می‌تواند بسیاری از دردسرهای شما به عنوان مدیر یک برند را کاهش دهد. هرچه باشد مدیریت یک برند وقتی همه ارتباط نزدیکی با هم داشته باشند، امر ساده‌ترین خواهد بود. در این میان هم نباید تفاوتی میان کارمندان حضوری و دورکار باشد.

اسـتفاده از تجربـه برندهای بـزرگ در زمینـه مدیریت کارمندان در قالب دورکاری می‌تواند برای بسیاری از برندهای تازه تاسـیس یا کوچک راهگشا باشـد. این امر شانس شما در بازار را به طور چشـمگیری توسـعه خواهـد داد. یادتان باشد شما در بازار همیشه مدت زمان محدودی برای اجرای ایده‌های‌تان داریـد. پس اگر زود اقدام بـه ایجاد کانال‌های ارتباطی برای برندتان نکنید، فرصت‌های طلایی به سـرعت از دست می‌رود.

هرچه ارتباط میان کارمندان با هم و مدیران ساده‌تر باشد، شـما شـانس بالاتری برای تاثیرگذاری بر روی آنها خواهید داشـت. این امر می‌تواند فرصت‌های شـما را به طور ویژه‌ای افزایش دهد. از سوی دیگر کارمندان دورکار نیز با بهره‌وری بالاتری به کارشان ادامه می‌دهند. هرچه باشد کسی دوست نـدارد کارمنـدان را در قالب دورکاری اسـتخدام کرده و در نهایت کیفیت کاری بسیار پایین‌تری نیز از آنها بگیرد.

تعیین اهداف مشخص

اهداف یک برند از حضور در بازار باید کاملا روشـن باشد. این امر بـه برند مورد نظر برای تاثیرگـذاری بهینه بر روی مخاطـب هدف کمک کرده و شـرایط آن در بـازار را نیز به طور چشمگیری توسعه می‌دهد. یادتان باشد برای اثرگذاری بر روی مشـتریان یک تیـم کاری نیز باید اهـداف دقیق و مشخصی داشته باشد. اینکه شما هیچ هدفی برای کارمندان مشـخص نکنید، ایجاد اسـتقلال عمل نیست، بلکه موجب سردرگمی کارمندان به شیوه‌ای نامناسب می‌شود.

بسیاری از کارمندان تجربه مدیریت کسب و کار را ندارند. درسـت به همین دلیل شـما به عنوان مدیر یک کسـب و کار باید خودتان نسـبت به تاثیرگذاری بـر روی آنها و ارائه کمک‌هـای جانبی اقـدام نمایید، در غیر این صورت شـاید خیلـی زود فرصت‌های تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست بدهید. کارمندان تازه کار همیشه ایرادات زیادی در فرآیند کاری‌شان دارند. این امر در مورد کسانی که دورکاری می‌کنند، رواج بیشتری دارد. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشـه نیم نگاهی به برخی از نکات دقیق و حرفه‌ای‌تان داشـته باشید. تعیین اهداف برای هر کارمند یا تیم کاری به آنها برای تاثیرگذاری مناسـب بر روی مخاطب هدف کمـک خواهد کرد. این امر فرصـت برنامه‌ریزی خوبی نیز به آنها می‌دهد. وقتی کسـی هدف مشخصی پیش رو داشته باشد، می‌تواند با برنامه‌ریزی بهترین اسـتفاده از زمان را ببرد. در سایر موقعیت‌ها به طور معمول افراد زمان زیادی هدر می‌دهند. به این ترتیب شـما باید همیشه یک برنامه دقیق و تاثیرگذار برای کارمندان‌تان داشته باشـید. این امر می‌تواند به شـما کمک زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نماید.

یکی از نکات جالب درباره داشتن برنامه برای کارها مربوط به احساس رضایت ناشی از دسترسی به اهداف است. این امر می‌توانـد روحیه کارمندان دورکار را به طور قابل ملاحظه‌ای تقویت نماید. یادتان باشـد در وضعیت عـادی که برنامه‌ای وجـود ندارد، فعالیت کاری بعد از مدت زمانی کوتاه بسـیار خسـته‌کننده می‌شـود. درسـت به همین خاطر شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشـه کارتان را به بهترین شـکل ممکن با برنامه‌ای دقیق دنبال کنید. در این میان هم اگر مدیر یک کسـب و کار هستید، پیش از اینکه کارمندان تازه اسـتخدام کنید، باید هدف هر کدام را دقیقا مشخص نمایید، در غیر این صورت بعدها برای ادامه فعالیت برندتان مشکلات بسیار زیادی پیش خواهد آمد.

یادتـان باشـد در دنیای امـروز بسـیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف سختی‌های بسیار زیادی را تحمل می‌کنند. در این میان شما می‌توانید با تعیین اهداف و انتظارات‌تان از هر کدام از کارمندان مسـیر فعالیت‌شان را بی‌نهایت سـاده نمایید. این امر بخشـی از سختی کار افراد دورکار را بـه طور قابل ملاحظه‌ای کاهـش می‌دهد. به این ترتیب دیگر شـما نیازی به نگرانی مداوم نسبت به کیفیت کاری آنها نخواهید داشت.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تجربه‌های قبلی

شـبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در ایجاد روابط نزدیک میان افراد با فاصله‌های بسیار زیاد دارد. این امر می‌تواند برای برخی از افراد نشـانه خوبی از احساس تعامل با دوستان‌شان در نقاط مختلف دنیا باشد. درست به همین دلیل برندهایی که کارمندان دورکار دارند، به طور معمول از این سیاست به بهترین شکل ممکن سود می‌برند. این امر می‌تواند برای شما مزیت بسیار زیادی به همراه داشته و توانایی‌تان را نیز به طور چشمگیری افزایش دهد.

امروزه شبکه‌های اجتماعی تنوع بسیار زیادی پیدا کرده‌اند. برخـی از نمونه‌ها در این میان به طور انحصاری برای دنیای کارآفرینـی تهیه شـده‌اند. به عنوان مثـال، لینکدین یکی از پلتفرم‌های مناسـب برای ارتباط میـان کارآفرینان با هم است. در نقطه دیگر یک پلتفرم کاربردی دیگر زوم نام دارد. این پلتفرم برای کنفرانس‌هـای آنلاین میان تیم‌های کاری یا شـرکت‌های مختلف عرضه شـده است. اگر شما تیم‌های دورکار دارید، می‌توانید از زوم برای برگزاری جلسات مشترک به بهترین شکل ممکن استفاده کنید. این امر موقعیت شما در بازار را به طور چشمگیری توسعه داده و شرایط‌تان را نیز بهینه خواهد کرد.

یادتان باشد زوم امکان ارتباط آنلاین با بهترین کیفیت را برای کارمندان ممکن می‌سـازد. نکته مهم دیگر تلاش برای استفاده از تجربه دیگران در این زمینه است. آیا شما مدیری در شرکت‌تان دارید که قبل از این تجربه همکاری با کارمندان دورکار را داشته باشد؟ اگر پاسخ این سوال مثبت است، باید هرچه زودتر نسبت به استفاده از تجربه افراد مورد نظر اقدام کنیـد، در غیر این صورت شـاید دیگر هرگـز فرصتی برای مدیریت بهینه تیم دورکارتان پیدا نکنید. این امر می‌تواند در بلند مدت شرایط شما را به طور چشمگیری تحت تاثیر قرار دهـد. در این صورت دیگر هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نمی‌کنید.

ایجاد بحث‌های روزمره در میان کارمندان

وقتی شما از پلتفرم‌های مختلف و کانال‌های ارتباطی متنوع برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان سود می‌برید، باید اقدامی برای فعالیت بیشـتر کارمندان در چنیم کانال‌هایی نیز داشته باشید. یکی از ایده‌های مناسب در این میان طرح برخی از ایده‌ها برای گفت و گو یا بحث میان کارمندان است. این امر می‌تواند اطلاعات بسیار مفیدی پیش روی شما قرار داده و موقعیت‌تان در بازار را نیز به طور چشـمگیری تقویت نماید. بسـیاری از برندها در فرآینـد تصمیم‌گیری فقط به نظرات مدیران یا به طور مشخص مدیرعامل توجه می‌کنند. این امر می‌تواند در بسـیاری از مواقع اشتباه باشد. درست به همین خاطر شـما باید از نظـرات کارمندان‌تان نیز به طور حرفه‌ای سـود ببرید. نکته مهم در ایـن میان تقویت بحث و گفـت و گو میان کارمندان اسـت. چنیـن امری می‌تواند موقعیت شـما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای تقویت نماید.

یادتان باشـد بحث‌های مختلف بـه اعضای یک تیم برای رسـیدن به درکی مشترک کمک می‌کند. در این میان شما می‌توانید از این فرصت برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف‌تان سـود ببرید. در این صورت دیگر مشـکلی از نظر انتخاب بهترین تصمیم ممکن در بازار پیش روی شما نخواهد بود. پس همیشه نیم نگاهی به نظرات کارمندان، حتی آنهایی که دورکار هستند، داشته باشـید. هرچه باشد این دسته از کارمندان نیز عضو رسمی برند شما محسوب می‌شوند.

جشن گرفتن موفقیت‌های کاری

هر تیـم کاری در طول دوران فعالیتـش به موفقیت‌های مختلفی دسـت پیدا می‌کنـد. بی‌تردید شکسـت‌ها نیز در این میان نقش معناداری دارد، اما این دلیل نمی‌شـود شما موقعیت‌هـای مناسـب را جشـن نگیرید. برخـی از برندها پـس از اینکه یک موفقیت مهم در عرصه کسـب و کار پیدا می‌کنند، خیلی زود با کارمندان حاضر در دفتر شرکت اقدام به جشن گرفتن آن موفقیت می‌کنند. این امر می‌تواند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امر مهمی محسوب شده و توانایی شما در این میان را نیز حسابی تقویت کند.

بسیاری از کارمندان در صورتی که همراه با یک برند درباره موفقیت کاری جشـن بگیرند، واکنش‌های بسیار بهتری در شـرکت نشـان می‌دهند. این امر برای کارمندان درگیر در فرآیند دورکاری نیز مهم است. شما با چنین کاری می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن نظرات کارمندان را نسبت به برند جلب کنید. پس اگر قصد جشن گرفتن موفقیت‌های کاری را دارید، حواس‌تان باشد از تمام اعضای شرکت در این میان اسـتفاده کنید، در غیـر این صورت دورکارهـا به طور قابل ملاحظه‌ای احساس‌شان نسبت به فعالیت شما در این میان تغییر خواهد کرد. آن وقت نوعی دو دستی در برندتان ایجاد شده و دیگر شانسـی برای رفع آن با هر نوع تلاش زیاد هم نخواهید داشت.

ترسیم یک مسیر روشن

خیلی از کارمندان در فرآیند دورکاری دوست دارند نسبت به نقطه پایان کسب و کارشان مطلع باشند. این امر می‌تواند شـرایط فعالیت‌شـان را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر داده و نسـبت به آینده امیدوارشان سازد. شـما هر برنامه‌ای که برای فعالیت کارمندان دارید، باید خیلی دقیق و روشـن آن را بیـان کنیـد. این امر به کارمندان بـرای فعالیت بهتر و با انگیزه بالاتر کمک خواهد کرد. یادتان باشد فعالیت بی‌برنامه یـا عدم آگاهـی از مسـیر کاری برای هر کسـی یک بمب ناامیدی محسوب می‌شود. پس لطفا هرگز چنین استراتژی را در برندتان دنبال نکنید، در غیر این صورت باید خیلی زود پاسخگوی موج گسترده اعتراض کارمندان نسبت به فعالیت برندتان باشید. این امر می‌تواند گاهی اوقات برای شما گران تمام شده و به قیمت موفقیت کاری‌تان تمام شود.

اگر شـما عادت دارید مسـیرهای ناشناخته برای کسب و کارتان داشته باشـید، این امر می‌تواند برای کارمندان شما بی‌نهایت سـخت و حتی غیر قابل تحمل باشـد. درست به همین دلیل باید همیشـه مسیرهای دقیق و روشن را پیش روی آنهـا قرار دهیـد، در غیر این صورت بـه احتمال زیاد موقعیت‌تان برای تاثیرگذاری بر روی کارمندان و بهینه‌سازی تجربه کاری‌شان به شدت کاهش پیدا می‌کند. امروزه یکی از نرخ‌های بالای ریزش کارمندان مربوط به افراد دورکار است. به همین خاطر شـما باید توجه ویژه‌ای بـه افراد دورکار در برندتان داشـته باشـید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان را از دست داده و شانس‌تان نیز از بین برود.

ایجاد انجمن کارمندان

انجمن فقط برای مشتریان نیست. شما باید در عین حال که به فکر مشتریان هستید، نیم نگاهی نیز به کارمندان‌تان داشته باشید. درست به همین دلیل بسیاری از برندها علاوه بر انجمن مشـتریان به سـراغ راه‌اندازی باشـگاه یا انجمن کارمندان نیز می‌روند. این امر می‌تواند سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده و توانایی‌تان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای تقویت نماید.

کارمنـدان دورکار بـه طور معمـول از بسـیاری امکانات مربوط به انجمن یا باشگاه کارمندان محروم هستند. در این صورت شـما باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از راهکارهای مختلف و به طور حرفه‌ای استفاده نمایید. این امر می‌تواند پیشـنهاد برخی از نکات یا امکانات دیجیتال برای آنها باشـد. همچنین ارائه بلیت‌های رایگان مربوط به سینما یا رستوران نیز نکته خوبی خواهد بود. نکته مهم اینکه شما باید در هر صورت کاری کنید تا کارمندان دورکار نیز احساس بهره‌مندی از امکانات انجمن کارمندان را داشـته باشند. در ایـن صورت آنها همـکاری بلندمدتی با برند شـما خواهند داشـت. این نکته می‌تواند در ادامه مسـیر کسب و کار برای شما مزایای بسیار زیاد و متنوعی به همراه داشته باشد.

یادتان باشـد امروزه در بازار بسـیاری از کارمندان دورکار مشکلات زیادی برای ادامه فعالیت در یک شرکت دارند. اگر شـما دوست دارید با این گونه کارمندان همکاری بلندمدتی داشته باشید، باید همیشه از تکنیک‌های مورد بحث در این مقاله به بهترین شکل ممکن سود ببرید. این امر شما را بدل به برندی حرفه‌ای در مدیریت کارمندان دورکار خواهد کرد. نکته مهم دیگر اینکه شما باید از تمام توصیه‌های این مقاله در کنار هم اسـتفاده کنید، در غیـر این صورت تاثیرگذاری لازم را به همراه نخواهد داشت.

منبع: com.learn.g۲