روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

دوشنبه
۸ خرداد ۱۴۰۲

Mon.29 May 2023
۹ ذوالقعده ۱۴۴۴ - سال نهم
شماره ۲۲۴۵
۸صفحـه-۵۰۰۰تومـان

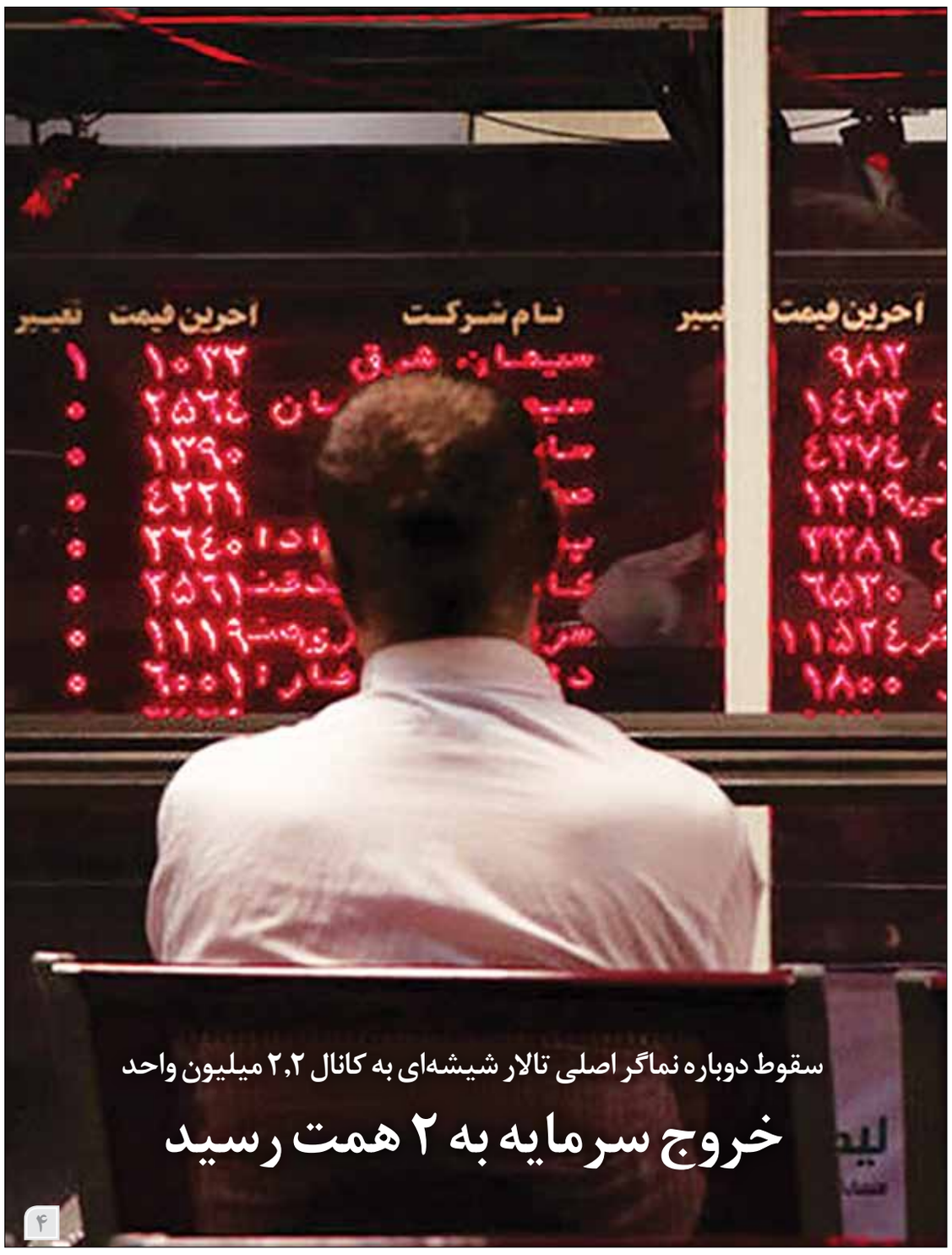
www.forsatnet.ir

قیمت مسکن چگونه در طول ۱۷ سال ۵۲ برابر شد؟

بازی تکانه‌های اقتصادی در زمین مسکن

با وجود آنکه تورم مسکن در اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ در هر سه شاخص ماهیانه، نقطه‌ای و سالیانه کاهش یافته، اما این چیزی از آشفتگی قیمت‌ها در بازار مسکن کم نکرده است. آخرین گزارش تورمی مرکز آمار ایران نشـان می‌دهد نرخ تورم ماهیانه مسـکن در اردیبهشـت به ۱,۸ درصد رسیده که نسبت به ماه گذشته (۱,۹ درصد در فروردین) از کاهش ۰,۱ درصدی رشد قیمت مسکن...

۲



سقوط دوباره نماگر اصلی تالار شیشه‌ای به کانال ۲,۲ میلیون واحد

خروج سرمایه به ۲ همت رسید

۴

سهم صنعت از بازار اشتغال به یک سوم رسید

کارنامه اشتغال ۱۴۰۱

فرصت امروز: نگاهی به آخرین تحولات کار و بیکاری نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در سال گذشته با افت ۰,۲ واحد درصدی به ۹ درصد رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی نیز در سال گذشته تغییری نداشت و در همان رقم ۴۰,۹ درصد باقی ماند. از بیش از ۶۳ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر جمعیت ۱۵ سال به بالای کشور، ۲۶ میلیون نفر در جمعیت فعال قرار دارند و بیش از ۳۷ میلیون نفر نیز غیرفعال هستند. همچنین از جمعیت ۲۶ میلیون نفری فعال کشور، ۲۳ میلیون و ۷۱۵ هزار نفر صاحب شـغل هسـتند و ۲ میلیون و ۳۴۸ هزار نفر در جرگه بیکاران قرار می‌گیرند. براساس داده‌های آماری مرکز آمار ایران، در پایان سال گذشته بیش از ۲۴۲ هزار نفر به جمعیت فعال کشور افزوده شده است.

اعداد و ارقامی که مرکز آمار ایران در گزارش اشـتغال ۱۴۰۱ اعلام کرده، تغییر چشـمگیری را نسبت به سال قبل نشان نمی‌دهد؛ چنانکه نرخ بیکاری زنان همچنان در سطح بالاتری از مردان قرار دارد. نرخ مشارکت نیروی کار نیز تغییری نداشته و با وجود اینکه نرخ مشارکت اقتصادی در ایستگاه ۴۰,۹ درصد ثابت ماند، اما بر تعداد جمعیت فعال اضافه شد و به ۲۴۲ هزار نفر در پایان سال ۱۴۰۱ رسید. همچنین سهم اشتغال در بخش خدمات همچنان از سایر بخش‌های اقتصادی بالاتر است. براساس آمارهای رسمی، سهم اشتغال بخش خدمات از مرز ۵۰ درصد عبور کرد و...

۳

جمعیت فقرا در یک دهه گذشته ۱۱ میلیون نفر بیشتر شد

ماشین تولید فقر

۲

مدیریت و کسب‌وکار

راهکارهای مهارت‌افزایی نیروی کار

در دنیـا جـا به اندازه کافـی برای همه کارآفرینان نیسـت. به همین خاطر سـالانه کلی از اسـتارت‌آپ‌ها و کارآفرینان‌شان از کورس رقابت خارج می‌شوند. این اتفاق درباره نیروی کار هم به چشم می‌خورد. به طوری که کلی از کارمندان در سراسر دنیا آخر هر سال ترس از اخراج یا از دست دادن موقعیت شغلی‌شان به هر شکلی را دارند. البته اینجا مثل دوران مدرسه خبری از امتحانات آخر سال نیست. در عوض این مهارت‌ها و توانایی‌های هر فرد است که تکلیف نهایی را روشن می‌کند. با این حساب اصلا جای تعجب ندارد که کارآفرینان دائما در دوره‌های آموزشی شرکت کند. یکی از مباحثی که در طول سال‌های اخیر محبوبیت بی‌نهایت زیادی پیدا کرده، آموزش نیروی کار است. اجازه دهید با یک مثال خودمانی منظورمان را بهتر بیان کنیم. مدیر یک آژانس مسافرتی را در نظر بگیرید که برای جذب مسافران بیشتر قصد راه‌اندازی یک تیم بازاریابی را دارد. بی‌شک مدیر قصه ما...

۸

نگـــاه

هفته‌نامه اکونومیست بررسی کرد

ترامپ برمی‌گردد؟

هفته‌نامه «اکونومیسـت» در سرمقاله این هفته خود با عنوان «تسـخیر شـده» بـه انتخابات ریاست جمهوری آمریکا و احتمال بازگشت «دونالد ترامپ» پرداخته و می‌گوید به احتمال زیاد «دونالد ترامپ» نامـزد جمهوری‌خواهان خواهـد بـود و شـانس او برای ورود دوبـاره به اتـاق بیضی کاخ سفید بسیار زیاد است. به عقیده «اکونومیسـت»، «ترامـپ» یک تهدید برای دموکراسی است و هر کسـی که به آمریکا، دموکراسی، محافظه‌کاری یـا نجابت اهمیت می‌دهـد، باید امیدوار باشـد که هر نامزد جمهوری‌خواهی به جز «ترامپ» معـادلات را برهم زند و او را شکسـت دهد. طرح روی جلد «اکونومیسـت» نیز «دونالد ترامـپ» را نشـان می‌دهـد که پشـت پرده قرمزرنگی ایستاده و در زمینه تصویر، عنوان «تسخیر شـده» (The Haunting) به چشم می‌خورد. این عنوان از یک فیلم ترسناک گرفته شده که در آن سـاختمانی در تسخیر ارواح شیطانی قرار گرفته است.

«اکونومیسـت» در سـرمقاله شماره ۲۷ مه ۲۰۲۳ می‌نویسد: یـک برنامـه توئیتـری زنـده با حضـور «ایلان ماسـک»، روش غیرمتعارفـی برای راه‌اندازی یک کمپیـن ریاسـت جمهـوری به نظر می‌رسـد. با ایـن حال «ران دیسانتیس»، فرماندار فلوریدا به این شکل از رقابت برای نامزدی جمهوری‌خواهان پرده برداشـت. رأی ایالت‌ها تا ماه ژانویه مشخص نمی‌شـود و پیش‌بینـی نتیجه انتخابات مقدماتی دشوار است؛ زیرا...

۲

نگاهی به کاربرد جدید هوش مصنوعی

با هوش مصنوعی مرده‌ها را زنده کنید

فرصت امروز: ظهور و توسـعه هوش مصنوعی باعث شده است تا بسـیاری از افراد به فکر ممکن کـردن ایده‌ها و آرزوهای محال بیفتند. زنده کردن مردگان و برقراری ارتباط با آنها، از دیرباز یکی از آرزوهـای بلندپروازانه بشـر بوده و حالا با توسـعه فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی مولد، این آرزوی دور از دسـترس رفته رفته شکل واقعیت به خود گرفته است.

امـروزه همـه ما زمان زیادی را صرف اسـتفاده از شـبکه‌های اجتماعی و به اشـتراک گذاشتن افکار و تصاویرمان می‌کنیم. جدا از کنش‌ها، به بسیاری از مواردی که دیگران به اشتراک می‌گذارند هم واکنش نشـان می‌دهیم؛ پسـت‌هایی که می‌پسندیم را لایک می‌کنیـم و برای پسـت‌های دیگران کامنـت می‌گذاریم و حتی آنها را بازنشـر می‌کنیم. این رفتارها و به عبارت درست‌تر، ردپای دیجیتالـی ما اگر رصد و جمـع‌آوری و پردازش شـود، اطلاعات زیادی را درخصوص شـخصیت حقیقی‌مان یا حداقل کسـی که وانمود می‌کنیم هستیم نشان می‌دهد. کارشناسان هوش مصنوعی معتقدنـد این ردپای دیجیتالی تقریبا برای سـاخت یک نسـخه کپی از ما که پس از مرگمان بتواند با دوسـتان و عزیزان‌مان چت کند و ارتباط داشـته باشد، کافی است. همین امر باعث طرح این سوال شده است که آیا هوش مصنوعی می‌تواند به روند سوگواری بازماندگان کمک کند؟ آیا امـکان دارد افراد پس از مرگ بتوانند به کمک هوش مصنوعی به زندگی ادامه دهند؟ «ایسناپلاس» در گزارشی به این موضوع پرداخته است.

نقش هوش مصنوعی در سوگواری

کارشناسـان فناوری و درمانگران غـم و اندوه در حال بحث در مورد این ایده هسـتند که آیا فناوری و مشـخصا هوش مصنوعی می‌تواند به غم و اندوه از دست دادن افراد کمک کند؟ متخصصان فناوری معتقدند طراحی یک کپی دیجیتالی و شبیه‌سازی صدا و تصویر کسـی که از دنیا رفته می‌تواند در پذیرش بهتر مرگ برای اطرافیانـش کمک کند و این فناوری به زودی در دسـترس قرار خواهد گرفت. این پیشنهاد باعث بحث‌های زیادی در توئیتر شده است. موضوع این بحث‌ها از آنجا شروع شد که «پراتیک دسای»، کارشناس ارشد هوش مصنوعی در روز ۸ آوریل در توئیتی نوشت: «از ایـن پـس به صورت منظم شـروع به ضبط صـدای والدین، بزرگ‌ترها و عزیزان خود کنید. با جمع‌آوری داده‌های متنی، صوتی و ویدئویی کافی، احتمـال ۱۰۰ درصد وجود دارد که آنها پس از ترک بدن فیزیکی‌شـان برای همیشه بتوانند با شما زندگی کنند. حتی تا پایان امسال ممکن است این امکان فراهم شود.»

این پسـت توئیتری از زمان انتشـار تاکنـون ۱۱,۶ میلیون بار بازدید داشـته و تقریبا ۷هزار بار بازنشر شده است. پس از ارسال این توئیت که جنجال زیادی به‌پا کرد و انتقاد بسـیاری از افراد را در پی داشت، بسـیاری از کاربران اظهارنظر این کارشناس هوش مصنوعی را ایده‌ای مشـابه بـه فیلم‌های آخرالزمانی دانسـتند و برخی دیگـر از کاربران معتقد بودند که ایده شبیه‌سـازی حیات مردگان، غیراخلاقی و برای سلامت ذهن بازماندگان ناسالم است. برخی دیگر هم این ایده «دسـای» را شـبیه به داسـتان یکی از قسـمت‌های سـریال معروف «آینه سـیاه» (Black mirror) دانسـتند. یکی از کاراکترهای این سـریال پس از مرگ نامزدش بـا کمک گرفتن از فنـاوری هوش مصنوعی، بـا او ارتباط برقرار می‌کند و با نامزد زنده شـده‌اش زندگی می‌کند. «دسای» بعدا در پاسـخ به این انتقادات نوشت که «آن قسمت از سریال آینه سیاه را تماشـا کردم. الان متوجه شـدم که تصمیم ارتباط داشتن با از دسـت رفتگان، یک مسئله کاملا شـخصی است و من صمیمانه عذرخواهی می‌کنم که احساسات شما را جریحه‌دار کردم.» اخیرا با توجه به پیشـرفت‌های فراوان هوش مصنوعی و محبوب شدن چت‌بات‌هایی مانند ChatGPT، کاربران ضمن استفاده از آنها و حیرت از پیشرفت‌های روزافزون هوش مصنوعی، با خطرات بالقوه توسـعه بدون حد و مرز این فناوری هم آشنا شده‌اند. کارشناسان فناوری هم نظرات متفاوتی نسـبت به قبل پیدا کرده‌اند و موضوع سـاخت کپی دیجیتالی از افراد پس از مرگ مورد تردید آنها واقع شده است.

زندگی مردگان با هوش مصنوعی؟

«ریچـارد خـوری»، رئیـس انجمن هـوش مصنوعـی کانادا (CAIAC) می‌گوید که با فناوری هوش مصنوعی به صورت بالقوه می‌توان یک کپی دیجیتالی از افراد درگذشـته ایجاد کرد و با آنها ارتباط برقرار کرد، اما این کپی‌های دیجیتالی از افراد درگذشـته، نمی‌تواننـد کاملا آدم از دنیا رفته را زنـده کنند. او می‌گوید: «در حال حاضر می‌توانیم با جمع‌آوری اطلاعات شخصی مانند تصویر، صدا، نمونه ویدئو و همچنین ردپای دیجیتالی افراد در شبکه‌های اجتماعی، یک کپی دیجیتالی از فرد درگذشته را بازسازی کنیم، اما این کپی ساخته‌شـده کافی نیسـت. ما قسمت‌های مهمی از هویت فرد متوفی مانند حافظه، ایده‌های شـخصی، نحوه نگرش و شـخصیت افراد را نمی‌توانیم بازسـازی کنیم.» در حال حاضر علی‌رغم پیشـرفت‌های خیره‌کننده هوش مصنوعی، کارآمدترین چت‌بات‌های ساخته‌شـده مبتنی بر این فناوری هم برای پاسـخ دادن به سـوالات کاربران، داده‌های جمع‌آوری شـده از اینترنت را ارائـه می‌کننـد و نمی‌توانند تفاوتی بین حقیقـت و دروغ قائل شوند. این مسئله نگرانی‌های زیادی را درخصوص پتانسیل بالقوه این فناوری در گسـترش و انتشار اطلاعات غلط ایجاد کرده است.

«خـوری» توضیح می‌دهد: «با توجه به سـاختار هوش مصنوعی که قادر به تفکر نیسـت، از انسـان آموزش می‌بیند و اطلاعاتش را هم از اینترنت گردآوری می‌کند، بازسـازی هویت کامل انسانی که شامل احساسات منحصر به‌فرد و خاطرات و عواطف پیچیده و منحصربه‌فرد است تقریبا ناممکن است.»

علی‌رغم مشکلات مربوط به مستندسازی تمام لحظات زندگی یک فرد برای آنکه بتوان با هوش مصنوعی او را زنده کرد، مشکلات دیگـری هم وجود دارند. «خـوری» در این مورد می‌گوید: «برای آنکه بتوانیم یک فرد مرده را با هوش مصنوعی زنده کنیم باید تک تک مواردی که او در طول حیاتش زندگی کرده را مستند کنیم و اطلاعات آن را داشته باشیم تا هوش مصنوعی بتواند دقیقا آنها را شبیه‌سازی کند. در صورت قادر بودن به انجام چنین کاری، یکی از چالش‌ها این اسـت که آنچه ما از زندگی افراد در اختیار داریم، با چیزی که انسـان‌ها واقعا هستند بسیار متفاوت است. خاطرات از اتفاقات مختلف پس از گذشـت چند سـال، شـکل مبهمی به خود می‌گیرند. مغز انسـان طوری طراحی شـده که خاطراتش از اتفاقات مختلف را نسبت به احساساتی که به آن اتفاق داشته به یاد می‌آورد. خاطرات ما از موضوعات مختلف لزوما با حقیقت آن واقعه منطبق نیست. به همین دلیل، هوش مصنوعی نمی‌تواند به صورت درست و صحیح یک نسخه کپی‌شده از یک فرد مرده بسازد.»

ظهور ربات‌های سوگواری در چین

بنابراین هوش مصنوعی به تنهایی نمی‌تواند فکر کند. ساختارش براساس ورودی اطلاعات از اینترنت است. از انسان آموزش می‌بیند و اگر هم بتواند یک کپی دیجیتالی از یک فرد مرده بسازد، آن کپی صرفا یک نسخه سطحی با پاسخ‌ها و اطلاعات سطحی خواهد بود. در این میان، ظهور و توسـعه ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی مولـد، چینی‌ها را به فکر زنده کردن عزیزان از دسـت رفته خود انداخته است. این توسعه‌دهندگان، اطلاعاتی مانند تصاویر، ویدئوها و صداهـای فرد متوفی را جمع‌آوری می‌کنند و با ارائه آنها به یک سیستم مبتنی بر هوش مصنوعی، ربات‌هایی می‌سازند که می‌تواند رفتار فرد متوفی را شبیه‌سازی کند.

برای نمونه یک مهندس نرم‌افزار جوان چینی به نام «یو جیالین» به تازگی یکی از این ربات‌های سوگواری را برای پیدا کردن فرصت خداحافظی با پدربزرگش که یک دهه پیش از دنیا رفته، توسـعه داده است. ایده ساخت این ربات سوگواری در سال ۲۰۲۰ به فکر «یـو جیالین» خطور کرد. او به مقاله‌ای با موضوع همگام‌سـازی حرکات لب با صدای ضبط شـده برخورد کـرد و پس از خواندن آن مقالـه به یـاد پدربزرگش افتاد که یک دهه پیش درگذشـته بود و این سـوال را از خودش پرسـید که «آیا می‌توانم پدربزرگم را با استفاده از این فناوری دوباره ببینم؟» رباتی که «یو جیالین» توسعه داده است، تنها نمونه موجود نیست و ساخت این نرم‌افزارها حالا به موضوعی محبوب در چین تبدیل شـده‌اند و بسـیاری از توسعه‌دهندگان دست به ساخت چنین ربات‌هایی می‌زنند تا مردم فرصت ارتباط با عزیزان از دسـت رفته‌شـان را داشته باشند. ایده سـاخت ابزارهایی مبتنی بر فناوری برای ارتباط با درگذشـتگان، سال‌هاست که وجود داشته و تاکنون اپلیکیشن‌های مختلفی برای این منظور توسـعه داده شده است، اما حالا با رشد سریع فناوری هوش مصنوعی مولد، توانایی ربات‌های سوگواری پیشرفت زیادی کرده و این ربات‌ها می‌توانند پاسخ‌های شخصی‌سازی‌شده بیشتری دهند و به سوالات دیگران تا جایی که ورودی اطلاعات‌شان کافی باشد، پاسخ دهند.

گریف‌بات یا ربات سوگواری چیست؟

در همیـن زمینه، «هایبینگ لو»، اسـتاد اطلاعـات و تجزیه و تحلیل در دانشگاه سـانتا کلارا درباره چرایی محبوبیت روزافزون توسـعه ربات‌های اندوه در چین بر این باور اسـت که نمونه‌های ساخته‌شده قدیمی از این ربات‌ها به مجموعه وسیعی از داده‌ها نیاز داشـتند اما حالا با پیشرفت هوش مصنوعی و همچنین چت‌بات ChatGPT، مهندسـان غیرمتخصص هـم می‌توانند مدل‌های زبان را با نکاتی از گذشـته یک فرد گردآوری می‌کنند، یک ربات سوگواری بسازند که تقریبا با ظاهر فرد مرده مطابقت دارد و مانند او صحبـت می‌کند و تا حدودی فکر می‌کنـد. او در ادامه توضیح می‌دهـد که با کمک فناوری امروز برای یادگیری سـبک و لحن حرف زدن یک انسـان علی‌رغم گذشـته به نمونه‌های بسیار زیاد برای تقلید نیازی نداریـم. «هایبینگ لو» که تحقیقاتش بر روی هوش مصنوعی متمرکز اسـت در ادامه می‌گوید: «سیسـتم‌هایی مانند ChatGPT که برنامه‌ای محبوب و مبتنی بر متن اسـت و پیشرفت‌های زیادی تا امروز کرده، این توانایی را دارد که یاد بگیرد بیشتر مردم چگونه صحبت می‌کنند یا می‌نویسند و شما برای تهیه یک کپی از یک انسان درگذشته فقط باید کمی سیستم‌ها را تغییر دهید تا شـباهت ۹۹ درصدی با شـخص فوت شده داشته باشد. با پیشـرفت‌های امروزی، تفاوت‌های فاحش نوع پاسخ دادن ربات سوگواری با فرد حقیقی درگذشته حداقل خواهد بود.»

گریف بات یا ربات سـوگواری، ابزارهایی هسـتند که اطلاعاتی مانند تصاویـر، ویدئوها، صداها و حتی نمونـه‌ای از پیام‌های فرد متوفی را می‌گیرند و با اسـتفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین بـرای جمـع‌آوری اطلاعات، یـک کپی دیجیتالی و شـخصیتی شبیه‌سـازی شـده از فرد متوفی را ارائه می‌دهند و نزدیکان فرد درگذشـته می‌تواننـد با این ربات‌ها به صـورت متنی یا تصویری پیام رد و بدل کنند. این ربات‌های سـوگواری در سال‌های اخیر با اسـتقبال زیادی مواجه شده‌اند و بسیاری از کسانی که حرف‌های ناگفته‌ای با عزیزان از دست رفته‌شان دارند، از این ربات‌ها استفاده می‌کنند. توسـعه هوش مصنوعی مولد باعث شـده اسـت تا این ربات‌های سوگواری، ارتقای چشمگیری پیدا کنند و عملکرد بسیار بهتری نسبت به گذشته داشته باشند.

نگاه‌ها به توسعه ربات سوگواری

اگرچه این فناوری هنوز در مراحل ابتدایی است، اما از هم‌اکنون کارشناسـان دربـاره اینکه آیـا ربات‌های سـوگواری می‌توانند با طولانی‌تـر کردن روند بهبودی از غم افراد عزادار، سـوگواری آنها را کمتر کنند یا آن را بدتر کنند، اختَلاف نظر دارند. مطمئنا یک نسخه محدود کپی‌شـده از افراد مرده که بر پایه هوش مصنوعی تولید شده، نمی‌تواند همانند یک انسان زنده با دوستان و اعضای خانواده‌اش تعامل داشـته باشـد. کارشناسـان موافق با توسـعه ربات‌های سوگواری معتقدند ربات‌های سوگواری، راهکار مناسبی بـرای کنار آمدن با غم و اندوه از دسـت دادن عزیزان اسـت و به اطرافیـان متوفی کمک می‌کند که مرگ عزیزان‌شـان را آرام‌تر و بهتـر بپذیرند. به باور این کارشناسـان، بسـیاری از افراد، فرصت خداحافظی با درگذشـتگان را پیدا نمی‌کنند یا حرف‌های ناگفته زیادی با نزدیکان از دست رفته‌شان دارند یا حتی بسیاری از مردم دوست دارند که با درگذشتگان‌شان صحبت کنند و دل‌شان برای معاشـرت با آنها تنگ می‌شود. ربات‌های سوگواری، این فرصت را هرچنـد مصنوعی در اختیار آنان قـرار می‌دهد و پذیرش مرگ را برای‌شان آسان‌تر می‌کند. در مقابل، منتقدان معتقدند ساختن و در دسترس همه قرار دادن این ربات‌ها، موجب می‌شود بسیاری از افراد نتوانند با مقوله مرگ کنار بیایند و به استفاده از این ربات‌ها عادت می‌کنند که می‌تواند منجر به افسـردگی حاد شـود. برخی کارشناسان هم دغدغه حریم خصوصی دارند و می‌گویند که اصلا سـاخت و توسعه چنین ابزارهایی که اطلاعات مردم را جمع‌آوری می‌کند، حریم خصوصی افراد درگذشـته و حتی خانواده‌های‌شان را نقـض می‌کند و احتمـال کلاهبرداری یا فریـب نزدیکان فرد درگذشته وجود دارد.

درست است که یک ربات سـوگواری یا فناوری‌های مشابه آن می‌توانند امکان دیدنِ دوباره عزیزان از دست رفته‌مان و گفت‌وگو با آنها را برای‌مان فراهَم کنند و ویژگی‌های اخلاقی و رفتاری فرد متوفی را برای ما شبیه‌سازی کنند و این معاشرت مصنوعی حتی شـاید بتواند غم و اندوه بازماندگان را هم کـم کند، اما هر رابطه شبیه‌سازی شده‌ای از یک هسته سرد و یخی سرچشمه می‌گیرد و فاقد مهمترین عنصر از روابط انسان‌ها به نام «عشق» خواهد بود.

مرکز پژوهش‌های مجلس:

تورم رسمی با تورم احساس‌شده مردم مطابقت ندارد

به گفته بازوی کارشناسی مجلس، نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه مرکز آمار ایران در مرداد سـال گذشته در حالی ۵۱ درصد اعلام شـده که نرخ تورم احساس‌شده مردم در این ماه ۸۶ درصد بوده اسـت. مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشـی به «بررسـی دلایل تفاوت درک مـردم از تورم در جامعه و نرخ تورم رسـمی کشـور» پرداخت و اعلام کرد: در مرداد سال گذشته میانه نرخ تورم احساس شده توسط مردم ۸۶ درصد بوده؛ در حالی که بانک مرکزی و مرکز آمار نرخ تورم نقطه‌به‌نقطـه این ماه را به ترتیـب ۴۶ درصد و ۵۱ درصد اعلام کردند.

ایـن نهاد پژوهشـی با تأکید بر اینکه سیاسـتگذار برای اجرای سیاست پولی باید نرخ تورم احساس‌شده افراد را به طور مستمر رصد کند، افزود: الگوی مصرف متفاوت افراد و گروه‌های جمعیتی مختلف (مثل نرخ تورم مستاجرها، نرخ تورم افراد دارای فرزند، نرخ تورم خانوارهای زن سرپرسـت و ...) نشـان داد نرخ تورم که میانگینی از رشد قیمت‌ها در کل اقتصاد است، لزوما تورم گروه‌های مختلف را نمایندگی نمی‌کند. بر همین اسـاس، مرکز پژوهش‌ها پیشـنهاد داد که نرخ تورم برای گروه‌های جمعیتی هم محاسـبه شـود. همچنین نحوه محاسـبه شـاخص بـه روش پلوتکراتیک (در این روش متوسـط هزینه هر کالا یا خدمت نسـبت به متوسط کل هزینه‌های مصرفی خانوارها سنجیده می‌شود و سـهم آن کالا یا خدمت در هزینه‌های مصرفی خانوار به دست می‌آید) و همینطور ذهنیت متفاوت افراد درباره نحوه لحاظ رشـد قیمت مسکن در شاخص قیمت مصرف‌کننده از دیگر دلایل تفاوت در نرخ اسـت. افـراد برای بیان درک خود از تورم به رشـد قیمت کالاهایی رجوع می‌کنند که به صورت متداول خریداری می‌کنند. این موضوع سبب شده شـاخص قیمت روزمره معرفی و با استفاده از آن نرخ تورم روزمره محاسبه شود. علاوه بر این، مطالعات مختلف نشان می‌دهـد افراد در زمان اعلام احسـاس خود از نرخ تورم در مقایسه با قیمت‌های کاهشی و یا ثابت اغلب به قیمت‌های افزایش یافته توجه می‌کنند. بر این اسـاس در این گزارش در شـاخص السپیرز تعدیل‌یافته برای قیمت‌های افزایشی، وزن بیشتری در نظر گرفته شد که بر این اساس «شاخص قیمت درک شده» و «نرخ تورم درک شده» محاسبه شد.

براسـاس این گزارش، عدم انطباق تورم اعلام‌شده توسط نهادهای آماری با نرخ تورم احساس‌شده توسط افراد جامعه، یکی از مسـائلی است که در سـال‌های اخیر تشدید شده است. براساس افکارسنجی انجام‌شده در مرکز پژوهش‌های مجلـس در مردادماه ۱۴۰۱، میانه نرخ تورم احساس‌شـده توسط مردم ۸۶ درصد بوده است؛ در حالی که بانک مرکزی و مرکـز آمار نرخ تورم نقطه به نقطـه این ماه را به ترتیب ۴۶ درصـد و ۵۱ درصد اعلام نموده‌اند. تفاوت در نرخ تورم احساس‌شـده و نرخ تورمـی اعلامی نهادهای رسـمی در میان‌مدت به آمارهای رسمی کشـور خدشه وارد می‌کند. همچنین با توجه به آنکه مطالعات مختلف نشـان می‌دهد انتظارات تورمی شـکل گرفته افراد متأثـر از درک افراد از تورم گذشـته است، سیاستگذار پولی برای اجرای سیاست پولی باید نرخ تورم احساس‌شـده افراد را به طور مسـتمر رصـد نماید. در این گزارش از دو منظر علل فنی مربوط به نحوه محاسبه شاخص و همچنین علل رفتاری و روانی سعی شـد این تفاوت توضیح داده شود. الگوهای متفاوت مصرف افراد و گروه‌های جمعیتی، نحوه محاسبه شاخص و ذهنیت متفاوت افراد درخصوص نحوه لحاظ رشد قیمت مسکن در شـاخص قیمت مصرف‌کننده، از مهمترین دلایل فنی این تفاوت هستند. همچنین در نظر گرفتن اقلام خریداری‌شده روزمره به جای کل سبد توسط افراد و لحاظ وزن بالاتر برای قیمت‌های افزایشـی، از مهمترین علل رفتاری این تفاوت اسـت. مرکز پژوهش‌ها در پایان گـزارش خود توصیه کرد که محاسبه و انتشار نرخ تورم براساس گروه‌های جمعیتی مختلف (مثل نرخ تورم مسـتاجرها، نرخ تـورم افراد دارای فرزنـد، نرخ تـورم خانوارهای زن سرپرسـت و ...) انجام و همچنین شـاخص قیمت روزمره و شـاخص قیمت درک شده به صورت ماهیانه محاسبه و منتشر شود.

نگـــاه

هفته‌نامه اکونومیست بررسی کرد

ترامپ برمی‌گردد؟

هفته‌نامه «اکونومیست» در سرمقاله این هفته خود با عنوان «تسخیر شـده» به انتخابات ریاست جمهوری آمریکا و احتمال بازگشت «دونالد ترامـپ» پرداختـه و می‌گوید به احتمـال زیاد «دونالـد ترامپ» نامزد جمهوری‌خواهان خواهد بود و شانس او برای ورود دوباره به اتاق بیضی کاخ سفید بسـیار زیاد است. به عقیده «اکونومیسـت»، «ترامپ» یک تهدید برای دموکراسـی اسـت و هر کسـی که به آمریکا، دموکراسی، محافظه‌کاری یا نجابت اهمیت می‌دهد، باید امیدوار باشـد که هر نامزد جمهوری‌خواهی به جز «ترامپ» معادلات را برهم زند و او را شکسـت دهد. طرح روی جلد «اکونومیست» نیز «دونالد ترامپ» را نشان می‌دهد که پشـت پرده قرمزرنگی ایسـتاده و در زمینه تصویر، عنوان «تسخیر شـده» (The Haunting) به چشم می‌خورد. این عنوان از یک فیلم ترسناک گرفته شده که در آن ساختمانی در تسخیر ارواح شیطانی قرار گرفته است.

«اکونومیسـت» در سـرمقاله شـماره ۲۷ مه ۲۰۲۳ می‌نویسد: یک برنامـه توئیتری زنـده با حضور «ایـلان ماسـک»، روش غیرمتعارفی بـرای راه‌اندازی یک کمپین ریاسـت جمهوری به نظر می‌رسـد. با این حـال «ران دیسـانتیس»، فرماندار فلوریدا به این شـکل از رقابت برای نامـزدی جمهوری‌خواهـان پرده برداشـت. رأی ایالت‌ها تا مـاه ژانویه مشخص نمی‌شـود و پیش‌بینی نتیجه انتخابات مقدماتی دشوار است؛ زیرا برگزاری نظرسـنجی باکیفیت از رأی‌دهنـدگان اولیه در ایالت‌های کلیدی، گران تمام می‌شـود و هزینه گزافی خواهد داشت. با تمامی این اوصاف، انتخابات ریاسـت جمهوری آمریکا یک نامزد پیشـتاز، بزرگ و شاید سرسخت دارد: «دونالد ترامپ». او شانس واقعی برای تبدیل شدن به رئیس‌جمهور بعدی آمریکا دارد. بازارهای شرط‌بندی، شانس «ترامپ» برای بازگشت به کاخ سفید را یک در سه می‌دانند.

آیـا واقعا حزب جمهوری‌خواه دوباره «ترامـپ» را نامزد خواهد کرد؟ اگـر تصمیم گرفته بودید پس از شکسـت «ترامپ» در سـال ۲۰۲۰، کمتر به او توجه کنید تا سلامت روان خود را حفظ کنید، ممکن است تعجب کنید که چگونـه می‌تواند چنین اتفاقی رخ دهد. احزاب معمولا در کنـار بازندگان نمی‌مانند. «ترامپ» با عملکرد مناقشـه‌برانگیز خود موجب شکسـت جمهوری‌خواهان در انتخابات میـان‌دوره‌ای ۲۰۱۸ و انتخابات ریاست‌جمهوری ۲۰۲۰ شد. در ادامه نیز با نپذیرفتن شکست، طرفدارانش را تشویق کرد تا «دزدی رأی را متوقف کنند.» برخی از آنها وارد کنگره شـدند و در نتیجه این اتفاق، یک افسـر پلیس بر اثر سکته مغزی جان باخت و چهار نفر خودکشـی کردند. در سـال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۲۰، جنبش «ترامپ» به نوعی تسـخیر خصمانه و غیرمنتظره حزب به نظر می‌رسـید. در سـال ۲۰۲۳ اما دیگر این چنین به نظر نمی‌رسد. او اکنون نامزد پیشتاز است؛ زیرا بخش بزرگی از جمهوری‌خواهان واقعا خواهان او هستند. حامیان او در شش سال گذشته از سران کمیته ملی جمهوری‌خواهان هسـتند. بیش از نیمی از جمهوری‌خواهان در مجلس نمایندگان برای اولین بار از سال ۲۰۱۶ و در نتیجه حمایت از «ترامپ» انتخاب شدند. تقریبا همه جمهوری‌خواهان مجلس نمایندگان و سنا که حاضر به همکاری با او نشدند، کنار گذاشته یا بازنشسته شده‌اند. از ۱۰ عضو مجلس نمایندگان که در ژانویه ۲۰۲۱ به استیضاح «ترامپ» رأی دادند، تنها دو نفر هنوز نماینده هستند.

از سـوی دیگر، کمپین انتخاباتی «ترامپ» نیز بهتر از سـال ۲۰۱۶ و ۲۰۲۰ سازماندهی شده است. ارزیابی نشریه «اکونومیست» از انتخابات مقدماتـی نشـان می‌دهد که شکسـت دادن «ترامپ» دشـوار خواهد بود. او در حال حاضر به طرز خیره‌کننده‌ای پیشـتاز اسـت. نظرسنجی «اکونومیسـت» که توسط موسسـه «یوگاو» انجام گرفته است، نشان می‌دهد که رأی‌دهندگان مقدماتی جمهوری‌خواه با فاصله ۳۳ درصدی، «دونالـد ترامـپ» را به «ران دیسـانتیس» ترجیح می‌دهند. در سـال ۲۰۱۶، آخریـن باری که «ترامپ» در انتخابات مقدماتی شـرکت کرد، در مراحل ابتدایی با رأی بسـیار کمتری از اکنون پیروز شده بود. البته هنوز هم رأی‌دهنـدگان جمهوری‌خواه وجود دارند که خواهان نماینده جایگزینی برای «ترامپ» هسـتند. سـهم ۵۸ درصدی او از نظرسنجی بدان معناست که نزدیک به نیمی از رأی‌دهندگان اولیه ممکن است رأی خود را صرف انتخاب شخص دیگری کنند. با این وجود، دشواری‌ها برای ایجاد هماهنگی میان مخالفان «ترامپ» دلهره‌آور است. افراد نزدیک به کمپین «ترامپ» زمزمه می‌کنند که هرچه تعداد نامزدهای بیشتری وارد انتخابات مقدماتی شـوند و میدان را بین خود تقسیم کنند، برای نامزد آنها بهتر خواهد شـد. برخی از اسپانسرهای بزرگی که از نامزدهای غیر از «ترامـپ» حمایت پولی می‌کننـد، کمک‌های خود را بر اینکه پس از انتخابات مقدماتی کارولینای جنوبی از دور خارج شوند، مشروط کرده‌اند. ایده مهندسی وحدت حول محور نامزدی غیر از «ترامپ» طراحی شده است؛ درست همانطور که دموکرات‌ها در سال ۲۰۲۰ حول «جو بایدن» متحد شدند تا از انتخاب «برنی سندرز» چپ‌گرا جلوگیری کنند.

محاکمـه «ترامپ» برای جعل سـوابق در نیویـورک، اندکی پس از سه‌شـنبه بزرگ آغاز خواهد شـد که بیـش از ۱۲ ایالت رأی می‌دهند. نـه این پرونده و نه هیچ کدام از تحقیقات و اتهامات دیگری که «دونالد ترامپ» با آنها مواجه اسـت، احتمـالا تا پایان دوره مقدماتی حل‌وفصل نخواهد شد. بنابراین کاملا محتمل است نامزد یکی از دو حزب بزرگ در صورت حضور در برگه رأی همزمان هدف اتهامات کیفری باشد. اگرچه آمریکا سـابقا روسای جمهور بدنامی داشـته، اما هرگز رئیس‌جمهوری نداشته است که در محاکمه کیفری متهم اول باشد. در اوایل سال جاری میلادی، هنگامی که مشخص شد هیأت منصفه با پرونده‌ای مواجه است که «ترامپ» را متهم می‌کند ۳۰ سال قبل زنی را مورد آزار جنسی قرار داده اسـت، به نظر می‌رسـید بسـیاری از رأی‌دهندگان «ترامپ»، او را ترک خواهند کرد. با این حال، حکم این دادگاه هیچ تاثیر قابل توجهی بر نتایج نظرسنجی او نداشته است. به نظر می‌رسد «ترامپ» در متقاعد کردن رأی‌دهندگان جمهوری‌خواه موفق شده است؛ این در حالی است که دموکرات‌ها و بسـیاری از متحدان آمریکا تصور می‌کنند «ترامپ»، تهدیدی برای دموکراسی است.

رقابت در انتخابات سراسـری قطعا نزدیک خواهد بود، اگرچه به نظر می‌رسد کالج انتخاباتی برتری جزئی به جمهوری‌خواهان خواهد بخشید. آخرین تغییر غیرمنتظره در آرای ایالات به ۴۰ سال پیش برمی‌گردد. از آن زمان تاکنون آمریکا به طور پایداری از نظر سیاسی تقسیم شده است و رأی‌دهندگان به ندرت حزب خود را تغییر می‌دهند. هرچند نقاط قوت دولت «بایدن» کمتر مورد توجه قرار گرفته است، با این حال هیچ‌کس تصور شکست‌ناپذیری از او در ذهن ندارد؛ این درحالی است که اگر کشور وارد رکود شـود، «دونالد ترامپ» شانس بیشتری خواهد داشت. برخی از تاکتیک‌های مطرح‌شده در دوره انتخابات اولیه با هدف متوقف کردن او همانند نامزدی شخص ثالث، ناامیدکننده به نظر می‌رسد و به راحتی می‌توانند نتیجه معکوس در پی داشته باشند و جایگاه او را بیش از پیش تقویت کنند. «اکونومیسـت» در پایان نتیجه می‌گیرد که باید احتمال انتخاب «دونالد ترامپ» را جدی گرفت. ممکن است رئیس‌جمهور بعدی آمریکا، کسـی باشـد که غرب را چندپاره کند و بـا «ولادیمیر پوتین» هم‌پیمان باشـد. «ترامپ» کسـی اسـت که نتایج انتخابات را تنها در صورت پیروزی می‌پذیرد و برای مخالفت با «جو بایدن»، نکول در قبال بدهی ملی را پیشـنهاد کرده است. او در حالی که به دلیل نقض قوانین کیفری تحت تحقیقات متعدد قرار گرفته اسـت، اکنون قانون مدنی را در مقابل خود می‌بیند تا درباره اتهام تجاوز جنسـی پاسـخگو باشد. به اعتقاد نویسـندگان «اکونومیست»، هر کسی که به آمریکا، دموکراسی، محافظـه‌کاری یا رفتار حرفه‌ای اهمیت می‌دهد، باید امیدوار باشـد که «ران دیسـانتیس» یا دیگر نامزدهای جمهوری‌خـواه غیر از «ترامپ» بتوانند برخلاف پیش‌بینی‌ها ظاهر شوند و او را شکست دهند.

جمعیت فقرا در یک دهه گذشته ۱۱ میلیون نفر بیشتر شد

ماشین تولید فقر

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

دهه ۱۳۹۰ در بین اهالی اقتصاد به «دهه سـیاه» معروف است. تصویر آماری اقتصاد ایران نشان می‌دهد که در یک دهه گذشته اغلب شاخص‌های اقتصادی، عقبگرد دسته‌جمعی را تجربه کرده‌اند. دو موج گسترده تحریم در ابتـدا و انتهای دهه، تـورم فزاینده، افزایش شـکاف طبقاتی، کاهش سرمایه‌گذاری، افت رفاه خانوارها و... از مهمترین رخدادهای یک دهه اخیر اسـت که بسـیاری از آنها همچنان ادامه دارد. تداوم این چالش‌ها و عدم احیـای برجام، جدا از آنکه اقتصاد ایران را در آغاز قرن جدید در شـرایط بحرانی قرار داده، باعث افزایش دامنه فقر در سـطح جامعه شده است؛ به طوری که جمعیت فقرا در یک دهه گذشته ۱۱ میلیون نفر بیشتر شد و نرخ فقر از حدود ۱۹ درصد به بیش از ۳۰ درصد رسید.

بـا وجود آنکه در سـال‌های میانی دهه ۱۳۹۰، نـرخ فقر رو به کاهش گذاشـت، اما با خروج آمریکا از برجام در سـال ۱۳۹۷ و بازگشـت دوباره تحریم‌ها، شـوکی به اقتصاد ایران وارد شد که نه تنها تمام دستاوردهای سال‌های قبل را به باد داد، بلکه باعث فقیرتر شدن طبقه متوسط و رشد فزاینده تعداد فقرا شد؛ تا جایی که بسیاری از اقتصاددانان و جامعه‌شناسان نسـبت به ادامه این روند ابراز نگرانی کرده‌اند. حالا نهاد پژوهشی مجلس در گزارش «وضعیت فقر و ویژگی‌های فقرا در دهه گذشـته»، روایت‌های تکان‌دهنـده‌ای از وضعیـت فقر در این سـال‌ها ارائه داده کـه بر نگرانی کارشناسـان صحه می‌گذارد و گسترش فقر و افزایش شمار فقرا را تایید می‌کند. وضعیت فقر در جامعه ایران آنقدر بغرنج شـده اسـت که صرف برخورداری از شـغل در مناطق روسـتایی به احتمال زیاد باعث خروج از فقر می‌شود، اما در مناطق شهری تاثیر معناداری ندارد. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌ها، صرف برخورداری از شـغل در میانه دهه ۱۳۸۰ و ابتدای دهه ۱۳۹۰، تفاوت قابل توجهی در بین فقرا و غیرفقرا داشت، اما به مرور زمان با افزایش فقر، درصد خانوارهای دارای سرپرست شاغل بین فقرا و غیرفقرا برابر و به حدود ۶۰ درصد رسید. این یعنی ۶۰ درصد فقرا فعالیت اقتصادی دارند و کار می‌کنند. در مطالعات اقتصادی می‌گویند که کار بایستی فرد شاغل را از حیطه فقر دور کند. به نظر می‌رسد این گزاره در جامعه ایران دیگر محلی از اعراب ندارد.

دامنه افزایش فقر در دهه ۹۰

کاهش درآمد سـرانه، افت قدرت خرید، بالارفتن تورم و... از مهمترین کلیدواژه‌های اقتصاد ایران در سـال‌های اخیر اسـت. در این راستا، مرکز پژوهش‌هـای مجلـس در یک گزارش کارشناسـی بـه «وضعیت فقر و ویژگی‌های فقرا در دهه گذشـته» پرداخت و نشـان داد که جمعیت فقرا در دهه ۹۰ حدودا ۱۱ میلیون نفر بیشـتر شـد و نرخ فقـر از ۱۹ درصد بـه بیش از ۳۰ درصد رسـید. دامنه افزایش فقر در این سـال‌ها، خود را در کاهش کالری دریافتی خانوارها نشـان می‌دهد؛ به طوری که میانگین کالری دریافتی خانوارهای ایرانی در دهه اخیر حدود ۱۰ درصد کم شد و علاوه بر کمیت، کیفیت آن هم تغییر کرد و مصرف کالاهای اساسـی (به دلیل افزایش هزینه‌های زندگی) به شدت کاهش یافت.

بررسی خصوصیات فقرا بیانگر دو رویه قابل توجه است؛ اول افزایش فقر اسـت که باعث شـده فقرا و غیرفقرا به مرور زمان به لحاظ ویژگی به هم نزدیک شـوند و دوم پیدایش برخی علل جدید توضیح‌دهنده فقر اسـت. اولی به این معناسـت که با گذر زمان آن دسـته از ویژگی‌هایی که باعث تمایز فقرا از غیرفقرا می‌شـود، مانند عدم برخورداری از شغل، بی‌سوادی، تحصیلات پایین و تفاوت سنی کمتر شده و ویژگی‌های فقرا و غیرفقرا به هم نزدیک‌تر شده است. این موضوع تأییدی بر افزایش فقر است که نتایج بخش اول هم نشـان می‌دهد؛ یعنی افراد صرفا به دلیل نداشـتن شغل و سایر خصوصیات نیست که فقیر می‌شوند بلکه بدتر شدن وضع اقتصادی و کاهش درآمد سرانه باعث شده تا حتی شاغلان یا افراد با تحصیلات بالاتر نیز فقیر شـوند، اما دومی به این معناسـت که برخی عللی که ذاتا نباید توضیح‌دهنده فقر باشند، در سال‌های اخیر و با افزایش هزینه‌های زندگی نسـبت به درآمدهای خانوارها، تبدیل به عاملی برای فقر شدند. به عنوان مثال، برخورداری از کودک در سال‌های میانی دهه ۱۳۸۰، تفاوت چندانی در بین فقرا و غیرفقرا نداشته است، اما در سال ۱۴۰۰ برخورداری از کودک در فقرا ۱۴ واحد درصد بیش از غیرفقرا در نقاط شهری بوده است. کاهش رفاه و افزایش فقر می‌تواند پیامدهای بسیار زیادی به همراه داشته باشد که از این منظر، توجه بیش از پیش سیاستگذاران را می‌طلبد.

ویژگی‌های شغلی و تحصیلی فقرا

طبق ارزیابی بازوی کارشناسی مجلس، شکاف فقر که فاصله فقرا تا خط فقر را اندازه‌گیری می‌کند، در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ به بالاترین مقدار خود یعنی ۲۷ درصد رسـیده است. بررسـی مصارف خانوار در سال‌های گذشـته نیز کاهش سطح رفاه خانوارها را تایید می‌کند. نگاهی به مصرف خوراک خانوارها، سـه اتفاق همزمان را نشـان می‌دهد؛ «افزایش سـهم خوراکی‌ها در سـبد هزینه خانوار»، «کاهش کالری دریافتی» و «کاهش کیفیت کالری دریافتی خانوار». نکته مهم اینجاست که همزمان با افزایش شکاف فقر، فاصله خانوارهای بالای خط فقر نیز با خط فقر در طول زمان کمتر شده است. این وضعیت البته به معنای خطر قرارگیری خانوارها در طبقه فقیر با تکانه‌های اقتصادی اسـت. براسـاس آمارها، خط فقر سرانه متوسط کشوری در سال ۱۴۰۰ با رشد ۵۰ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۹، به میزان یک میلیون و ۷۰۰ هزار تومان رسـید؛ یعنی خط فقر متوسـط کشوری در این سال برای خانوار چهارنفره در حدود ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بوده است. البته برآورد می‌شود این عدد در شهریورماه ۱۴۰۱ به ۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان رسیده باشد.

پرسشی که در این میان مطرح می‌شود، آن است که آیا داشتن شغل و سواد دانشـگاهی باعث خروج از فقر می‌شـود؟ مرکز پژوهش‌ها در پاسخ می‌گوید: صرف برخورداری از شـغل در مناطق روستایی با احتمال زیاد می‌تواند باعث خروج از فقر شـود، اما در مناطق شـهری بی‌تاثیر است. صرف برخورداری از شغل در سـال‌های میانی دهه ۱۳۸۰ و سال‌های ابتدایی دهه ۱۳۹۰، تفاوت قابل توجهی در بین فقرا و غیرفقرا داشت، اما به مرور زمان با افزایش فقر در عین رشد مشاغل تخصصی، درصد خانوارهای دارای سرپرست شاغل بین فقرا و غیرفقرا برابر و به حدود ۶۰ درصد رسـید. این بدان معناست که ۶۰ درصد فقرا فعالیت اقتصادی داشـته و کار می‌کنند. در مطالعات اقتصادی می‌گویند کار باید به گونه‌ای باشـد که فرد شـاغل را از حیطه فقر دور کند؛ وگرنه در غیر این صورت، انگیزه‌های شـغلی از میان خواهد رفت. از سوی دیگر، صرف باسـوادی، فقر را کاهش می‌دهد و در عین حال، افزایش سـال‌های تحصیل احتمالا باعث کاهش فقر خواهد شد. همچنین در مناطق شهری به مرور زمان، سن سرپرست خانوار غیرفقیر از خانوار فقیر پیشی گرفته است؛ در حالی که در خانوار روستایی، سن سرپرست خانوار فقیر بیش از خانوار غیرفقیر است.

زنگ خطر برای طبقه متوسط

اگرچه جمعیت فقرا در دهه ۹۰ - در سـایه رشد اقتصادی صفر درصد و تورم بالای ۴۰ درصد - حدودا ۱۱ میلیون نفر بیشـتر شد و نرخ فقر از ۱۹ درصد به بیش از ۳۰ درصد رسید، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که بین سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۶، کاهش جزئی نرخ فقر رخ داده است. این مقطع زمانی درست مقارن با سال‌های اجرای برجام و بهبود روابط خارجی ایران بوده است. براساس آمارها، در سال ۱۴۰۰ حدود ۲۵٫۶ میلیون نفر در ایران زیر خط فقر بودند. هرچند به دلیل رشد مثبت اقتصادی در این سال، ۷۰۰ هزار نفر از جمعیت فقیر ایران کاسته شد، اما بررسی کیفی این عدد نشان می‌دهد که رشد اقتصادی بر طبقه متوسط اثرگذاری بالاتری داشته و فقرا را کمتر تحت تاثیر خود قرار داده است. مقایسه این عدد با سال ۱۳۹۰ از افزایش ۱۱ میلیون نفری جمعیت فقرا حکایت دارد.

یک دهه رشد اقتصادی پایین به همراه تورم بالا باعث شده تا خانوارهای ایرانـی در دهـه ۱۳۹۰ با کاهش رفاه مواجه باشـند. بررسـی‌های مرکز پژوهش‌ها در دو بخش وضعیت فقر و ویژگی‌های فقرا نشان‌دهنده افزایش فقر اسـت. در بخـش اول، کاهش رفاه همه گروه‌های درآمدی را نشـان می‌دهد که نشـانگر افزایش فقر اسـت. با کاهش پیوسته درآمد سرانه به مرور درصد بیشـتری از جمعیت کشـور به زیر خط فقر رفته و در سـال ۱۴۰۰ حدود ۳۰٫۴ درصد معادل ۲۶ میلیون نفر زیر خط فقر قرار دارند. همچنین نگاهی به شکاف فقر نشان می‌دهد که فاصله فقرا تا خط فقر نیز بیشتر شده و در مقابل، فاصله غیرفقرا تا خط فقر کمتر شده است. همین موضوع باعث می‌شـود تا جمعیت بالای خط فقـر نیز به لحاظ وضعیت رفاهی، تفاوت چندانی با جمعیت زیر خط فقر نداشته باشد.

قیمت مسکن چگونه در طول ۱۷ سال ۵۲ برابر شد؟

بازی تکانه‌های اقتصادی در زمین مسکن

با وجود آنکه تورم مسـکن در اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ در هر سه شاخص ماهیانه، نقطه‌ای و سالیانه کاهش یافته، اما این چیزی از آشفتگی قیمت‌ها در بازار مسـکن کم نکرده اسـت. آخرین گزارش تورمی مرکز آمار ایران نشان می‌دهد نرخ تورم ماهیانه مسکن در اردیبهشت به ۱٫۸ درصد رسیده که نسبت به ماه گذشته (۱٫۹ درصد در فروردین) از کاهش ۰٫۱ درصدی رشـد قیمت مسکن حکایت دارد. مقایسـه قیمت مسکن در اردیبهشت امسال نسبت به اردیبهشت سال گذشته (تورم نقطه به نقطه) نیز گویای شاخص ۳۸٫۵ درصد است که ۰٫۶ درصد کاهش داشته است. درخصوص وضعیت اجاره بها نیز تورم ماهیانه رشـد ۱٫۷ درصد، نقطه به نقطه ۳۸٫۳ درصد و سـالیانه ۳۴٫۵ درصد را نشان می‌دهد. اعداد و ارقام مرکز آمار در حالی از کاهش تورم مسکن در ماه گذشته حکایت دارد که به اعتقاد مرکز پژوهش‌های مجلس، تورم رسـمی با تورم احسـاس شده مردم در سطح جامعه مطابقت ندارد. براسـاس افکارسنجی مرکز پژوهش‌ها در مردادماه ۱۴۰۱، میانه نرخ تورم احساس‌شده توسط مردم ۸۶ درصد بوده؛ در حالی کـه بانک مرکزی و مرکز آمار ایران، نرخ تورم نقطه به نقطه این ماه را به ترتیب ۴۶ درصد و ۵۱ درصد اعلام کرده‌اند.

گزارش‌های میدانی نیز نشـان می‌دهد که آشـفتگی قیمتـی در بازار مسـکن همچنان ادامه دارد و به اعتقاد فعالان اقتصاد مسـکن، علی‌رغم تمهیدات موقتی دولت نظیر پرداخت وام ودیعه، سقف مجاز افزایش اجاره بها و... هیچ عزم جدی برای رفع مشکلات ساختاری بازار مسکن از سوی سیاستگذار مسکن دیده نمی‌شود. به نظر می‌رسد شیب تند رشد قیمت مسکن باعث شده تا دولت در پنج ماه گذشته انتشار آمار رسمی تحولات بازار مسـکن شـهر تهران را متوقف کند که همین موضوع به آشـفتگی قیمت‌ها و سلب امکان کشف قیمت واقعی در معاملات مسکن دامن زده است. در حال حاضر تورم و گرانی، بازار مسکن را آنچنان تحت تاثیر قرار داده است که دیگر نه ساخت‌وساز برای انبوه‌سازان سودی دارد و نه توانی برای متقاضیان خرید مسـکن باقی مانده است. بر همین اساس با شروع فصل جابه‌جایی‌ها، برخی کارشناسان معتقدند خرید و فروش‌ها تحت‌تاثیر تقاضای سـرمایه‌ای در بازار جریان پیدا کـرده و برخی دیگر نیز به رکود در این بازار مولد اعتقاد دارند. با این وجود اغلب کارشناسـان، مهمترین عوامل تاثیرگذار بر بازار مسـکن را رشد محدود اقتصادی و کاهش قدرت خریـد مردم می‌دانند و می‌گویند خطـر کاهش قدرت خرید مردم از این جهت است که اگر مقداری قدرت خرید افزایش یابد و شرایط بهبود پیدا کنـد، تقاضا را بالا می‌برد، ولی عرضـه افزایش پیدا نمی‌کند و همین امر باعث رشـد قیمت‌های انفجاری می‌شـود؛ تا جایی که طبق اعلام «بابک نگاهداری» رئیس مرکز پژوهش‌های مجلس، قیمت مسکن در شهر تهران طی ۱۷ سال گذشته ۵۲ برابر شده است.

در همیـن رابطه، «فرشـید پورحاجـت» از فعالان بازار مسـکن به اثر تکانه‌های اقتصادی در این بازار اشاره می‌کند و به «خبرآنلاین» می‌گوید: در همین دو ماهه ابتدای سـال نیز افزایش قیمت مسـکن داشتیم. باید بپذیریم حوزه مسکن، یک حوزه کاملا اقتصادی و نشأت گرفته از اقتصاد کلان در کشور است. وقتی که سیاستگذاری درست در حوزه اقتصاد کلان صورت نگیرد، به طور قطع تمام بازارهایی که در حوزه اقتصاد کشـور در حال فعالیت هسـتند، دچار نوسانات مختلفی می‌شوند. تکانه‌هایی که از سـال گذشته شروع شد و تقریبا می‌توان گفت در همین دو ماهه ابتدای امسال هم دوام داشته، نشان می‌دهد که ما هیچ برنامه مشخصی در حوزه اقتصاد و به طور مشخص اقتصاد مسکن نداشتیم. به عقیده «پورحاجت»، بیماری‌ای که تقریبا طی ۱۱ تا ۱۲ سـال گذشته در حوزه اقتصاد مسکن رخ داده، امروز کماکان پابرجاسـت و هیچ عزم جدی هم برای رفع اثر از شرایطی که در بازار مسکن حکمفرماست، وجود ندارد و تدابیر درستی هم در این بازار دیده نمی‌شود.

او با اشـاره به نمود تورم در حوزه مسـکن و ساختمان توضیح می‌دهد: درست است که بازار مسکن از اقتصاد کلان تبعیت می‌کند، اما اگر آمارها را نگاه کنیم، شاید در ۱۰ تا ۱۲ سال گذشته اگر تورمی هم در کشور رخ داده، این تورم در حوزه مسـکن و سـاختمان نمود بیشتری داشته است. شـاید بی‌راهه نگفته باشـیم که عرضه و تقاضا به عنوان بازیگر اصلی در تمام حوزه‌های اقتصادی، امروز در حوزه مسکن و ساختمان نقش‌آفرینی می‌کند و شرایط خوبی به لحاظ تولید نداریم.

عضو کانون سراسـری انبوه‌سازان مسکن با تاکید بر اینکه مردم با شعار و شوآف صاحبخانه نمی‌شوند، می‌گوید: با شوآف و شعار و اعلام آمارهای میلیونی، نه مردم صاحب مسـکن می‌شـوند و نه تولیدی به اسم مسکن خواهیم داشت. ما به عنوان فعال بخش مسکن اعتقاد داریم که هیچ اتفاق مثبتی در حوزه مسـکن رخ نداده و هیچ برنامه‌ریزی هم برای این حوزه صورت نگرفته اسـت. اینکه دولت هر روز مـدل برنامه‌ریزی‌اش را عوض می‌کند (یک روز می‌گوید تولید انبوه خواهم داشـت و یک روز هم اعلام می‌کند که می‌خواهیم توزیع انبوه داشـته باشـیم و زمین بدهیم)، با این صحبت‌ها نه مسکنی تولید می‌شـود و نه مردم صاحب مسکن می‌شوند و نه شـرایط حاکم بر بازار مسکن اصلاح می‌شود. به نظر می‌رسد که باید یک برنامه‌ریزی مشـخص با اولویت رفع موانع تولید در حوزه مسـکن و ساختمان صورت بگیرد و به صورت کاملا عملیاتی و برنامه پنج ساله شاید بتوانیـم آب رفته را به جوی بازگردانیـم. وگرنه در غیر این صورت، اینکه فکر کنیم معجزه می‌شـود و یک ساله یک میلیون واحد مسکونی ساخته می‌شود، هیچ خبری نیست. با این شوآف‌هایی که بگویند ما رفتیم با فلان اداره تفاهم کرده‌ایم و فلان اداره با فلان سازمان تفاهم کرده و داخل دولت پاسکاری داشته باشیم، به نظر من فقط کار رسانه‌ای شده است تا اجرایی.

سهم صنعت از بازار اشتغال به یک سوم رسید

کارنامه اشتغال ۱۴۰۱

فرصت امروز: نگاهی به آخرین تحولات کار و بیکاری نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در سال گذشته با افت ۰,۲ واحد درصدی به ۹ درصد رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی نیز در سال گذشته تغییری نداشت و در همان رقم ۴۰,۹ درصد باقی ماند. از بیش از ۶۳ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر جمعیت ۱۵ سال به بالای کشور، ۲۶ میلیون نفر در جمعیت فعال قرار دارند و بیش از ۳۷ میلیون نفر نیز غیرفعال هستند. همچنین از جمعیت ۲۶ میلیون نفری فعال کشور، ۲۳ میلیون و ۷۱۵ هزار نفر صاحب شغل هستند و ۲ میلیون و ۳۴۸ هزار نفر در جرگه بیکاران قرار می‌گیرند. براساس داده‌های آماری مرکز آمار ایران، در پایان سال گذشته بیش از ۲۴۲ هزار نفر به جمعیت فعال کشور افزوده شده است.

اعداد و ارقامی که مرکز آمار ایران در گزارش اشتغال ۱۴۰۱ اعلام کرده، تغییر چشمگیری را نسبت به سال قبل نشان نمی‌دهد؛ چنانکه نرخ بیکاری زنان همچنان در سطح بالاتری از مردان قرار دارد. نرخ مشارکت نیروی کار نیز تغییری نداشته و با وجود اینکه نرخ مشارکت اقتصادی در ایستگاه ۴۰,۹ درصد ثابت ماند، اما بر تعداد جمعیت فعال اضافه شد و به ۲۴۲ هزار نفر در پایان سال ۱۴۰۱ رسید. همچنین سهم اشتغال در بخش خدمات همچنان از سایر بخش‌های اقتصادی بالاتر است. براساس آمارهای رسمی، سهم اشتغال بخش خدمات از مرز ۵۰ درصد عبور کرد و به رقم ۵۱,۶ درصد افزایش یافت. بخش صنعت نیز با سهم ۳۳,۶ درصدی در رتبه دوم ایستاد و کمی بیشتر از یک سوم بازار اشتغال را به خود اختصاص داد. همانطور که گفته شد، جمعیت شاغل کشور در سال گذشته به ۲۳ میلیون و ۷۱۵ هزار نفر رسید که نسبت به سال قبل از آن بالغ بر ۲۶۸ هزار نفر بیشتر شد. با وجود افزایش تعداد شاغلان در سال ۱۴۰۱ اما نرخ اشتغال در این سال نسبت به سال قبل تغییری نکرد و در همان عدد ۳۷,۲ درصد ثابت ماند.

نرخ بیکاری تک‌رقمی شد

مرکز آمار ایران، نتایج اولیه طرح آمارگیری نیروی کار در سال ۱۴۰۱ را منتشر کرد. براساس داده‌های آماری مرکز آمار، نرخ بیکاری در پایان سال گذشته با کاهش ۰,۲ درصدی نسبت به سال قبل به ۹ درصد رسید. هرچند نرخ مشارکت اقتصادی تغییری نکرد و در همان رقم ۴۰,۹ درصد ثابت ماند، اما بر تعداد جمعیت فعال اضافه شد و به ۲۴۲ هزار نفر در پایان سال رسید. جمعیت شاغل کشور در سال گذشته ۲۳ میلیون و ۷۱۵ هزار نفر برآورد شد که نسبت به سال قبل از آن، ۲۶۸ هزار نفر بالاتر رفت. با این وجود، نرخ اشتغال در سال ۱۴۰۱ تغییری نکرد و در همان عدد ۳۷,۲ درصد باقی ماند. در سال گذشته به میزان ۴۰,۹ درصد جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر از نظر اقتصادی فعال بودند؛ یعنی در گروه شاغلان یا بیکاران قرار گرفتند. جمعیت شاغلان ۱۵ ساله و بیشتر حدود ۲۳ میلیون و ۷۱۶ هزار نفر برآورد شد که نسبت به سال قبل، بیش از ۲۶۸ هزار نفر افزایش یافت.

بررسی وضعیت اشتغال در بخش‌های اقتصادی نشان می‌دهد که بخش خدمات با ۵۱,۶ درصد بیشترین سهم اشتغال را به خود اختصاص داد و بخش‌های صنعت با ۳۳,۶ درصد و کشاورزی با ۱۴,۸ درصد در مراتب بعدی قرار گرفتند. همچنین بررسی تغییرات سالانه نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله نشان می‌دهد که ۲۲,۶ درصد از فعالان این گروه سنی در سال گذشته بیکار بودند و نرخ بیکاری این افراد نسبت به سال قبل، ۱,۱ درصد کم شد. بررسی نرخ بیکاری گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ ساله هم نشان می‌دهد که ۱۶,۳ درصد از جمعیت فعال این گروه سنی در سال گذشته بیکار بودند. تغییرات نرخ بیکاری این افراد حاکی از کاهش ۰,۲ درصدی است. در همین حال، بررسی سهم جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر دارای اشتغال ناقص در سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که ۹,۵ درصد جمعیت شاغل به دلایل اقتصادی (فصل غیرکاری، رکود کاری، پیدا نکردن کار با ساعت بیشتر و...) کمتر از ۴۴ ساعت در هفته کار کرده و آماده برای انجام کار اضافی بودند؛ این در حالی است که ۳۸ درصد از شاغلان ۱۵ ساله و بیشتر، ۴۹ ساعت و بیشتر در هفته کار کردند. در مجموع، این نتایج حکایت از آن دارد که جمعیت شاغل کشور در سال ۱۴۰۱ به طور متوسط ۴۲,۹ ساعت در هفته کار کردند.

وعده اشتغال یک میلیون نفری

برآیند گزارش مرکز آمار نشان می‌دهد که میزان اشتغال ایجادشده در سال گذشته بیش از ۲۶۰ هزار نفر بوده است. هرچند این رقم از آمار سه سال اخیر بالاتر است و یک قدم رو به جلو به حساب می‌آید، اما از آنجا که دولت سیزدهم از ایجاد سالانه یک میلیون شغل سخن به میان آورده، این میزان (اشتغال ۲۶۰ هزار نفری) با وعده اشتغال یک میلیون نفری، فاصله قابل توجهی دارد. به عبارت بهتر، فقط یک چهارم از یک میلیون شغل وعده داده شده در سال گذشته محقق شده است. از سوی دیگر، نرخ بیکاری در سال گذشته تک رقمی شد و با کاهش ۰,۲ واحد درصد به ۹ درصد رسید. نرخ مشارکت اقتصادی هم در این سال بدون تغییر ماند و همان رقم ۴۰,۹ درصد را به نمایش گذاشت. از بیش از ۶۳ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر در کشور، ۲۶ میلیون نفر جمعیت فعال و بیش از ۳۷ میلیون نفر جمعیت غیرفعال را تشکیل می‌دهند. از کل جمعیت فعال کشور نیز ۲۳ میلیون و ۷۱۵ هزار نفر شاغل و ۲ میلیون و ۳۴۸ هزار نفر بیکار هستند.

برای آنهایی که آشنایی چندانی با مفاهیمی نظیر جمعیت فعال و یا چگونگی محاسبه نرخ بیکاری ندارند، باید گفت که جمعیت فعال به مجموع جمعیت شاغل و بیکار گفته می‌شود. در ادبیات آماری، فرد شاغل کسی است که بیش از ۱۵ سال سن دارد و حداقل یک ساعت در هفته کار کرده است. افرادی که بدون دریافت مزد برای یکی از اعضای خانوار خود که با او نسبت خویشاوندی دارند، کار می‌کنند؛ کارآموزانی که در دوره کارآموزی فعالیتی در ارتباط با فعالیت موسسه محل کارآموزی انجام می‌دهند و مستقیما در تولید کالا یا ارائه خدمات سهیم هستند؛ محصلانی که در هفته مرجع مطابق تعریف کار کرده‌اند و تمام افرادی که در نیروهای مسلح به صورت کادر دائم یا موقت خدمت می‌کنند، از جمله گروه‌های افراد شاغل به حساب می‌آیند. فرد بیکار نیز به کسی می‌گویند که بیش از ۱۵ سال دارد و در هفته مرجع فاقد شغل است و در سه هفته اخیر برای یافتن شغل تلاش کرده است. نرخ بیکاری از نسبت جمعیت بیکار به جمعیت فعال کشور به دست می‌آید. کسانی که به دلیل آغاز به کار در آینده یا انتظار بازگشت به شغل قبلی جویای کار نبوده، ولی فاقد کار و آماده برای کار بوده‌اند نیز بیکار گفته می‌شود.

بیکاری زنان بیشتر از مردان

اشتغال و بیکاری از جمله موضوعات اساسی اقتصاد هر کشوری است؛ به طوری که افزایش اشتغال و کاهش بیکاری به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی جوامع تلقی می‌شود. تابلوی آماری کار و بیکاری نشان می‌دهد که متاسفانه نرخ بیکاری زنان همچنان در سطح بالاتری از مردان قرار دارد. نگاهی به آمار اشتغال زنان نشان می‌دهد که نرخ مشارکت زنان در سال گذشته (نسبت به سال قبل) با رشد ۰,۳ واحد درصد به سطح ۱۳,۶ درصد رسید؛ یعنی بیش از ۱۵۲ هزار نفر به جمعیت فعال زنان افزوده شد. اشتغال زنان نیز ۰,۳ واحد درصد افزایش یافت و به سطح ۱۱,۴ درصد رسید؛ یعنی بیش از ۱۶ هزار نفر به جمعیت زنان شاغل در سال ۱۴۰۱ افزوده شد. همچنین بررسی نرخ بیکاری جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر فارغ‌التحصیل آموزش عالی نشان می‌دهد که ۱۲,۹ درصد از جمعیت فعال فارغ‌التحصیل آموزش عالی بیکار بودند. این نرخ در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط روستایی نسبت به نقاط شهری بیشتر بوده و بررسی روند تغییرات این نرخ حاکی از کاهش ۰,۷ درصدی در سال ۱۴۰۱ نسبت به سال قبل است.

همانگونه که اشاره شد، بیشترین سهم اشتغال در میان بخش‌های اقتصادی به بخش خدمات اختصاص دارد. براساس آمارها، سهم خدمات از بازار اشتغال به ۵۱,۶ درصد رسید و ۵۴۶ هزار نفر به شاغلان بخش خدمات در سال گذشته افزوده شد. در سال ۱۴۰۱ همچنین بیش از ۳۱۴ هزار نفر از تعداد شاغلان بخش کشاورزی کاسته شد و اشتغال این بخش ۱,۵ واحد درصد کاهش یافت. در بخش صنعت نیز ۳۳ هزار نفر به تعداد شاغلان افزوده شد و سهم این بخش از اشتغال را به ۳۳ درصد رساند؛ یعنی بیش از ۷ میلیون و ۹۶۳ هزار نفر در بخش صنعت مشغول به کار بودند.

گمانه‌زنی‌ها درباره موجودی صندوق توسعه ملی

هر دولت چقدر از صندوق ارزی برداشت کرد؟

اعداد و ارقام تکان‌دهنده‌ای که چند هفته پیش در سومین همایش بین‌المللی صندوق توسعه ملی و همچنین نخستین همایش ملی اقتصاد هوشمند و توسعه مالی اعلام شد، وضعیت تاریکی را درباره موجودی صندوق ارزی کشور نشان می‌دهد. «مهدی غضنفری»، رئیس صندوق توسعه ملی در این همایش گفت که از ۱۵۰ میلیارد دلار ذخیره صندوق، ۱۰۰ میلیارد دلار توسط دولت‌ها برداشت شده و ۴۰ میلیارد دلار هم به عنوان تسهیلات ارائه شده است. صندوق توسعه ملی با درس گرفتن از اشتباهات و نواقص حساب ذخیره ارزی - برای دریافت ۳۲ درصد از درآمد نفت تا پایان برنامه پنجم - طراحی شد و قرار بود که از منابع این صندوق برای جبران کسری بودجه استفاده نشود، اما با شیوع کووید-۱۹، دولت چند میلیارد دلاری را برای نجات بورس تهران هزینه کرد و صندوق توسعه ملی نیز با تکیه بر ارزش نفت کماکان به روند رو به رشد خود ادامه داد.

اما براساس آماری که اخیرا صندوق توسعه ملی اعلام کرده است، از سال ۱۳۸۹ (آغاز به کار صندوق توسعه ملی) تا پایان سال ۱۴۰۱ مجموعا ۱۵۴,۶ میلیارد دلار منابع وارد صندوق توسعه ملی شده که ۱۰۰,۸ میلیارد دلار آن از سوی دولت‌های دهم تا سیزدهم برداشت شده است و شایعه خالی بودن صندوق که اخیرا مطرح شده بود، به هیچ‌وجه صحت ندارد. به گزارش «ایسنا»، اخیرا «مهدی غضنفری»، رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی اعلام کرد که این صندوق هم‌اکنون یک صندوق ۱۵۰ میلیارد دلاری است که طبق آمارها، دولت‌ها تاکنون ۱۰۰ میلیارد دلار از این صندوق را در قالب تسهیلات دریافت کرده‌اند و میزان مطالبات صندوق از بخش خصوصی و نهادهای غیردولتی ۴۰ میلیارد دلار است.

به گفته وی، برداشت اشتباه برخی از رسانه‌ها از آمار مذکور، این بود که مانده دارایی صندوق توسعه ملی ۱۰ میلیارد دلار است؛ در حالی که همه دولت‌ها واقف هستند منابعی که با نرخ سود پایین به آنها پرداخت شده است، در قالب تسهیلات و جزو دارایی صندوق است و به هیچ رو کمک بلاعوض نیست. بر همین اساس و طبق آماری که اخیرا صندوق توسعه ملی اعلام کرده است، از سال ۱۳۸۹ (آغاز به کار صندوق توسعه ملی) تا پایان سال ۱۴۰۱ مجموعا ۱۵۴,۶ میلیارد دلار منابع وارد صندوق توسعه ملی شده که ۱۰۰,۸ میلیارد دلار آن از سوی دولت‌های دهم تا سیزدهم برداشت شده است. براساس آمارها، دولت دهم (از سال ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲)، ۵۵ میلیارد دلار به صندوق توسعه ملی واریز و ۱۳,۶ میلیارد دلار از این صندوق برداشت کرده است. در دوره دولت یازدهم (از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶) ۴۳,۸ میلیارد دلار به صندوق واریز و ۳۰ میلیارد دلار از صندوق برداشت شده است. در دوره فعالیت دولت دوازدهم (از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰) نیز میزان واریزی به صندوق توسعه ملی ۳۷,۳ میلیارد دلار و برداشت از این صندوق ۳۶,۹ میلیارد دلار بوده است.

همچنین براساس اعلام صندوق توسعه ملی، در زمان فعالیت دولت سیزدهم تاکنون (از سال ۱۴۰۰ تا پایان ۱۴۰۱)، حدود ۱۸,۴ میلیارد دلار به صندوق توسعه ملی واریز و ۲۰,۳ میلیارد دلار از این صندوق برداشت شده است. این در حالی است که هنوز عمر دولت سیزدهم به نیمه راه نرسیده و در شرایطی که دولت در ابتدای فعالیت خود با کاهش فروش نفت و کاهش منابع خزانه روبه‌رو بوده، طبیعتا با تکمیل عمر دولت و بازگشت وجه فروش نفت، تراز برداشت و واریز به صندوق تغییر خواهد کرد. این مباحث در حالی مطرح می‌شود که «غضنفری» اعلام کرده بود که صندوق توسعه ملی در وصول مطالبات با دولت سیزدهم به نتایج خوبی رسیده است. او در همین مورد توضیح داده بود که قرار است مطالبات در راستای سرمایه‌گذاری صندوق در میادین نفتی باشد. در واقع، صندوق آمادگی حضور در توسعه میادین مشترک نفتی را دارد. از این طریق می‌تواند درآمدزایی کرده و طلب خود از دولت را برداشته و سهم دولت را هم بدهد.

در این راستا طبق لایحه برنامه هفتم توسعه، قرار است همه درآمدهای نفتی به حساب صندوق توسعه ملی واریز شود. لایحه برنامه هفتم توسعه در حالی رونمایی شده که یکی از مهمترین تغییرات آن با برنامه ششم، نقش صندوق توسعه ملی در کشور است. علاوه بر آن، دولت قصد دارد با انجام سه اقدام، نسبت به بهبود وضعیت این صندوق اقدام کند. سخنگوی اقتصادی دولت اخیرا اعلام کرده است که از مجموع حدود ۱۵۰ میلیارد دلاری که از روز تاسیس صندوق توسعه ملی تا به امروز به عنوان ورودی‌ها و منابع صندوق وجود داشته، ۱۰۰ میلیارد دلار در دولت‌های گذشته تحت عنوان تسهیلات برداشت شده است، ضمن اینکه تسهیلات جزو دارایی‌های صندوق است. به گفته وی، تلاش دولت سیزدهم، اجرای سه اقدام برای بهبود وضعیت صندوق است؛ نخست آنکه با منضبط کردن بودجه دولت، میزان برداشت و تسهیلات را کاهش دهد، دوم آنکه نسبت به بازگشت تسهیلاتی که در سال‌های گذشته داده شده و باید برگشت داده می‌شد کار با جدیت پیگیری شود که در این راستا بخش قابل توجهی از آنچه تحت عنوان بدهی سایر بخش‌های اقتصادی به صندوق وجود داشته، برگشت داده شود. سوم آنکه در برنامه هفتم توسعه نیز اساسا سازوکار جدیدی برای صندوق در نظر گرفته شود.

اخبار

قیمت سکه نیم میلیون تومان ریخت

بازگشت سکه به کانال ۳۰ میلیونی

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با قیمت ۳۰ میلیون و ۵۳۰ هزار تومان معامله شد که نسبت به روز نخست هفته، ۴۷۰ هزار تومان کاهش نشان می‌دهد. براساس نرخ اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت سکه بهار آزادی طرح جدید در جریان دادوستدهای روز یکشنبه به رقم ۳۰ میلیون و ۵۳۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با ۷۴۰ هزار تومان کاهش قیمت نسبت به روز قبل با رقم ۲۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان خرید و فروش شد. نیم‌سکه در بازار تهران با کاهش قیمت ۴۰۰ هزار تومانی نسبت به روز قبل به رقم ۱۶ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان رسید. ربع سکه هم با ۴۰۰ هزار تومان کاهش به ۱۱ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان رسید و سکه یک گرمی ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان خرید و فروش شد. در بازار طلای تهران نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار ۲ میلیون و ۴۹۵ هزار تومان اعلام شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی به یک‌هزار و ۹۴۷ دلار رسید.

همچنین قیمت هر دلار آمریکا در مرکز مبادله ارز و طلای ایران با ۷ تومان کاهش نسبت به روز قبل، ۴۲ هزار و ۴۹۹ تومان و نرخ حواله دلار نیز با نرخ ۳۸ هزار و ۶۳۶ تومان معامله شد. بر پایه داد و ستد بازار مبادله ارز و طلای ایران، قیمت هر اسکناس دلار به ۴۲ هزار و ۴۹۹ تومان و قیمت حواله دلار به ۳۸ هزار و ۶۳۶ تومان رسید. بهای هر اسکناس یورو نیز ۴۵ هزار و ۶۰۱ تومان و بهای حواله یورو ۴۱ هزار و ۴۵۶ تومان، هر اسکناس درهم ۱۱ هزار و ۵۷۲ تومان و هر حواله درهم ۱۰ هزار و ۵۲۰ تومان اعلام شد.

حذف شرط یک سال رهن بودن سند خودرو

پرداخت مالیات یا دلالی؟

وزارت صنعت، معدن و تجارت از ابتدا، در رهن ماندن یک ساله سند خودروها در طرح فروش یکپارچه را با این هدف در شرایط ثبت‌نام در نظر گرفته بود تا امید خرید از کارخانه و فروش در بازار آزاد با قیمت بسیار بالاتر را برای دلالان این بازار از بین ببرد، اما با مطرح شدن پرداخت سود ۳۰ درصدی در فروش زیر یک سال خودروهای طرح، گویا هدف اصلی را تحت‌الشعاع قرار داده است؛ به گونه‌ای که شورای رقابت مصوب می‌کند که «دیگر لازم نیست خودروها یک سال در رهن شرکت باقی بمانند.» به گزارش «ایسنا»، در جلسه ۱۱ اردیبهشت ماه مجلس شورای اسلامی، ماده ۱۲ طرح مالیات بر عایدی سرمایه تصویب شد؛ براساس این ماده چهار کالای مشمول مالیات بر عایدی سرمایه مشخص شدند. دولت در سال جدید تصمیم گرفت برای کوتاه کردن دست دلالان و دور نگه داشتن آنها از بازارهای سرمایه‌ای همچون مسکن و البته خودرو، موضوع اخذ مالیات بر عایدی سرمایه را تعریف کند؛ هدف از این طرح، جلوگیری از پولشویی، ایجاد نظم و پیش‌بینی‌پذیری در بازار و کاهش نوسان‌های قیمتی، کاهش نرخ تورم و همچنین جلوگیری از فرار مالیاتی بوده است.

در بخشنامه‌های طرح یکپارچه فروش خودروها ذکر شده است که زین پس خودروهای عرضه شده در سامانه براساس طرح اخذ مالیات بر عایدی خودروها در زمان خرید و فروش خودرو، بخشی از سود ایجادشده به عنوان مالیات بر سود فروش از فروشنده اخذ خواهد شد. از زمان فروش محصولات خودروسازان به روش قرعه‌کشی طی سال‌های اخیر تاکنون که فروش در قالب سامانه یکپارچه تخصیص و از طریق قرعه‌کشی نوبت‌دهی انجام می‌شود، اختلاف قیمت کارخانه تا بازار آزاد همیشه انگیزه خرید از کارخانه و فروش در بازار آزاد و کسب سود را قوت بخشیده است؛ بنابراین همانطور که اشاره شد، دولت سیزدهم طرح مالیات بر عایدی سرمایه خودرو را تعریف کرد و حتی خودروهای عرضه شده در سامانه یکپارچه فروش خودرو را نیز مشمول این مالیات دانست. طبق طرح مالیات بر عایدی سرمایه خودرو در طرح فروش یکپارچه محاسبات بدین صورت خواهد بود که چنانچه مشتری طرح، کمتر از سه سال از تحویل خودرو اقدام به فروش و انتقال خودرو خود کند، بایستی بین ۱۰ تا ۳۰ درصد از سود حاصل از فروش را به عنوان مالیات بر عایدی بپردازد، اما اگر خودرو بیش از سه سال نگهداری شود مالیاتی به آن تعلق نخواهد گرفت. در حقیقت، افرادی که خودروی خود را در سال اول بفروشند ۳۰ درصد، در سال دوم ۲۰ درصد و در سال سوم ۱۰ درصد بایستی مالیات پرداخت کنند.

موضوع اخذ مالیات از خودروهای سامانه یکپارچه در حالی مطرح شد که با توجه به در رهن شرکت خودروساز ماندن سند خودروهای طرح یکپارچه به مدت یک سال، مشتری قانونا اجازه فروش آن را ندارد (هرچند که خرید و فروش حواله‌ها کم نیست) بنابراین به نظر می‌رسید که کارکرد این طرح برای یک سال اول (قانونا) موضوعیت پیدا نکند، اما گویا دیگر سیاستگذاران به اینجای موضوع هم فکر کرده بودند که دست مشتری و در حقیقت دلالان را برای فروش خودروهای طرح یکپارچه باز بگذارند و با اخذ ۳۰ درصد از سود حاصله از فروش در بازار آزاد با عنوان مالیات بر عایدی سرمایه، دیگر کاری به اینکه مشتری با خودروی خود چه خواهد کرد، نداشته باشد.

بنابراین شورای رقابت روز شنبه، اصلاح مصوبه ۵۴۳ این شورا (دستورالعمل ۵۴۳ تنظیم بازار خودروهای سواری) را در دستور کار قرار داد و مصوبه ۵۷۱ شورای رقابت را تصویب کرد که براساس آن، در رهن ماندن سند خودروهای طرح فروش یکپارچه حذف شد. گفتنی است بر این اساس بند ۷ ماده ۴ دستورالعمل ۵۴۳ شورای رقابت (تنظیم بازار خودروهای سواری) ۱۱ بهمن سال ۱۴۰۱ که «عرضه‌کننده خودرو موظف است روش‌های بازدارنده برای جلوگیری از انتقال سند حداقل به مدت یک سال، از جمله در رهن گرفتن سند خودرو، اتخاذ و اجرا کند» را حذف کرده است. این دستورالعمل در حالی به تصویب شورای رقابت رسیده است که وزارت صنعت، معدن و تجارت در گذشته شرط در رهن ماندن سند خودروها به مدت یک سال را برای دور نگه داشتن دلالان از هجوم خرید خودرو به قیمت کارخانه از سامانه و فروش در بازار آزاد و بهره‌مندی مصرف‌کننده واقعی از جهت دسترسی به خودرو به قیمت کارخانه‌ای تدوین کرده بود. در پی پیگیری «ایسنا» از وزارت صنعت، معدن و تجارت از سوی آنان عنوان شد که مصوبه شورای رقابت را اجرا می‌کنیم.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

خبرنامه

انجمن جهانی فولاد اعلام کرد

رشد کرونایی تولید فولاد ایران

طبق آخرین داده‌های انجمن جهانی فولاد، ایران دهمین تولیدکننده بزرگ فولاد در جهان است که با تولید ۳۰٫۶ میلیون تن توانست جزو سه کشوری باشد که در دوره همه‌گیری کرونا تولید سالانه خود را افزایش دادند. به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه ایران (سنا) به نقل از انجمن جهانی فولاد، فولاد یکی از اجزای بسیار مهم و حیاتی اقتصاد و صنعت مدرن است. فولاد برای ساخت و ساز، خودروها و بسیاری از لوازم و زیرساخت‌های دیگر که در زندگی روزمره ما استفاده می‌شود، ضروری است. اینفوگرافیک وب سایت ویژوال کاپیتالیست نشان می‌دهد که تولید فولاد در جهان در سال ۲۰۲۲ به ۱۸۷۸ میلیون تن رسید. تنها کمی بیشتر از تولید پیش از همه‌گیری کویید ۱۹ که ۱۸۷۵ میلیون تن در سال ۲۰۱۹ بود. تولید فولاد در مقایسه با سال بعد از همه‌گیری کاهش قابل‌توجهی داشت. در آن زمان تولید فولاد به ۱۹۶۰ میلیون تن در سال رسیده بود تا با کاهش ۴٫۲ درصدی نسبت به سال گذشته بزرگ‌ترین کاهش از سال ۲۰۰۹ و قبل از آن ۱۹۹۱، رقم خورده باشد. در دوره کرونا بسیاری از تولیدکنندگان برتر فولاد جهان تولیدشان را کاهش دادند. تنها سه کشور از ۱۵ کشور برتر یعنی هند، ایران و اندونزی تولید سالانه خود را افزایش دادند. بسیاری از دیگر کشورهای تولیدکننده برتر فولاد شاهد کاهش تولید سالانه بیش از ۵ درصد بوده‌اند و تولید ترکیه، ایتالیا، تایوان و ویتنام همگی کاهش دورقمی را تجربه کرد.

از اول اردیبهشت تا ۶ خرداد ثبت شد

ثبت‌نام ۴۳۶ هزار نفری صندوق نوزادان

تعداد ثبت‌نام‌کنندگان در سامانه حمایت از خانواده و جوانی جمعیت به منظور دریافت سهام نوزادان متولد سال ۱۴۰۱ تا ساعت ۱۴ روز شنبه (۶ خردادماه) ۴۳۶ هزار و ۵۵۰ نفر بوده است. به گزارش «شادا»، از ابتدای اردیبهشت ماه ثبت‌نام والدین متولدین ۱۴۰۱ برای دریافت سهام نوزادان در راستای اجرای ماده ۱۱ قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت آغاز شده است. طبق آخرین اطلاعات دریافتی، تعداد ثبت‌نام‌کنندگان در سامانه جوانی جمعیت تا ساعت ۱۴ روز شنبه بالغ بر ۴۳۶ هزار و ۵۵۰ نفر بوده است.

واگذاری سهام صندوق‌های قابل معامله در بورس برای متولدین ۱۴۰۱ در حال انجام است و با توجه به اینکه سود این اوراق نیز به حساب واریز خواهد شد، انتظار می‌رود با پس‌انداز سود سالانه سهام‌های اختصاص داده شده و رشد قیمت آنها در پایان ۲۴ سالگی، مشمولان با سرمایه اولیه مطلوبی در بازار بورس به فعالیت خود ادامه دهند. با توجه به بودجه اختصاص داده شده در بند (ر) تبصره ۲ قانون بودجه سال ۱۴۰۱ در تاریخ ۲۷ اسفندماه سال گذشته، مبلغ ۶۰۰ میلیارد تومان به تعداد ۴۰۰ هزار والد تخصیص داده شده است. متولدین نیز به شرح ماه تولد از ابتدای سال ۱۴۰۱ برای ثبت‌نام توسط والدین فراخوان می‌شوند که در حال حاضر برای متولدین سه ماه نخست امکان ثبت‌نام وجود دارد و برای متولدین سه فصل دیگر به زودی جدول زمان‌بندی برای ثبت‌نام اعلام خواهد شد. ماده ۱۱ قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت از مهرماه ۱۴۰۰ لازم‌الاجرا بوده، اما علت عدم اجرا برای متولدین ۱۴۰۰، آماده نشدن دستورالعمل اجرایی به دلیل پیچیده بودن فرآیند اجرا بوده است. در حال حاضر اعتبار لازم برای متولدین ۱۴۰۱ تخصیص داده شده و به محض تخصیص اعتبار برای متولدین ۱۴۰۰ و ۱۴۰۲، فرآیند ثبت‌نام آنها نیز اعلام خواهد شد.

صندوق بین‌المللی پول اعلام کرد

عقبگرد دلار در ذخایر جهانی

صندوق بین‌المللی پول اعلام کرد سهم دلار در ذخایر جهانی به کمترین میزان در ۲۸ سال گذشته رسیده است. به گزارش «بیزنس»، براساس آخرین داده‌های صندوق بین‌المللی پول، روند تنوع بخشیدن ارزها از دلار در سراسر جهان در حال افزایش است. آمارهای ردیابی شده توسط این موسسه مستقر در واشنگتن نشان می‌دهد که سهم دلار از ذخایر رسمی طلا و ارز خارجی در سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۲ به کمترین میزان در سه دهه اخیر یعنی ۵۸ درصد کاهش یافته است. براساس گزارش‌ها، این حرکت تدریجی بوده و سهم دلار از ذخایر خارجی بانک‌های مرکزی در حال حاضر تقریبا به سطحی رسیده است که آخرین بار در سال ۱۹۹۵ مشاهده شده بود. در سال‌های اخیر به‌طور پیوسته در بحبوحه نگرانی‌ها در مورد افزایش بدهی ایالات متحده و تحریم‌های گسترده‌ای که با استفاده از این ارز به عنوان اهرم اعمال می‌شود، وضعیت طولانی مدت دلار به‌عنوان ارز غالب جهان از بین رفته است.

به گفته «استفن جن»، مدیرعامل یوروایزن اس ال جی (Eurizon SLJ Capital Limited) این تغییر در زمان تعدیل نرخ‌های ارز آشکارتر بود. وی گفت: «آنچه در سال ۲۰۲۲ اتفاق افتاد، سقوط بسیار شدید سهم دلار در شرایط واقعی بود». به گفته جن، این اقدام شدید باعث تجدیدنظر در کشورهایی مانند عربستان سعودی، چین، هند و ترکیه در مورد تنوع بخشیدن به ذخایر خود از ارزهای دیگر شد.

براساس گزارش بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی (BIS)، سهم یوان از معاملات جهانی فارکس خارج از بورس تقریبا از صفر ۱۵ سال پیش به ۷درصد افزایش یافته است. وی افزود که در حال حاضر بانک‌های مرکزی جهانی به دنبال تنوع بخشیدن به دارایی‌های خود، جمع‌آوری بدهی‌های شرکتی، دارایی‌های ملموس مانند املاک و مستغلات و سایر ارزها هستند. «مارک تینکر»، مدیرعامل Toscafund هنگ کنگ گفت: «دلارزدایی روندی در حال انجام است و دلار کمتر در سیستم جهانی استفاده خواهد شد.»

افول رتبه اعتباری آمریکا

آژانس رتبه‌بندی بین‌المللی چنگ‌شین چین (CCXI) اوایل این هفته امتیاز اعتباری خود، برای ایالات متحده را یک درجه کاهش داد و اولین شرکت در بین شرکت‌های رتبه‌بندی برتر شد که این حرکت را انجام داده است. به گزارش «اکونومیک»، آژانس پیشرو چینی رتبه ایالات متحده را از AAAg به AAG+ کاهش داد و آن را برای کاهش بیشتر مورد بررسی قرار داد. در این بیانیه آمده است که تشدید اختلافات سیاسی بین دو حزب در ایالات متحده، دشواری حل مسئله سقف بدهی را افزایش داده است. این آژانس افزود: «حتی در صورت دستیابی به اجماع، حاشیه‌ها باعث ایجاد عدم اطمینان در مسیر سیاست دولت آمریکا و کاهش اعتماد اقتصادی می‌شود که می‌تواند باعث نوسانات بیشتر در سیاست و اقتصاد ایالات متحده شود.»

به گفته مرکز رتبه‌بندی بین‌المللی چنگ‌شین چین، پایداری بدهی ایالات متحده در حال حاضر، با چالش‌های جدی در مقایسه با بالاترین سطح استقراض در میان کشورهایی که قبلا دارای رتبه AAAg بودند مواجه و موضوع توسط سیاست‌های سختگیرانه فدرال رزرو ایالات متحده پیچیده شده است. رگولاتور طی چند ماه گذشته چندین بار نرخ بهره را افزایش داده و خطر کاهش ارزش دارایی‌ها در ترازنامه بسیاری از موسسات مالی را صعودی کرده است.

آژانس رتبه‌بندی اعتباری فیچ نیز قبلا ایالات متحده را برای کاهش بالقوه تحت نظر قرار داده بود و هشدار داد که این کشور ممکن است به زودی امتیاز AAA خود را به دلیل ناتوانی در پرداخت صورت‌حساب‌های خود در عرض چند روز از دست بدهد. در همین حال، مودیز گفت که پرداخت بهره در اواسط ژوئن به اوراق خزانه برای حفظ درجه بالای AAA آن بسیار مهم است.

سقوط دوباره نماگر اصلی تالار شیشه‌ای به کانال ۲٫۲ میلیون واحد

خروج سرمایه به ۲ همت رسید

فرصت امروز: با ادامه روند نزولی بورس تهران، مقاومت ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار واحد از دست رفت. شاخص کل بورس تهران در فروردین‌ماه رشد ۱۸ درصدی و در اردیبهشت‌ماه افت ۰٫۹ درصد را تجربه کرد و حال در آغازین روزهای خرداد در مدار منفی گام برمی‌دارد. جدال خریداران و فروشندگان در دادوستدهای هفتمین روز خردادماه به افت ۲٫۳۴ درصدی نماگر اصلی بورس ختم شد تا بار دیگر شاهد سقوط به کانال ۲٫۲ میلیون واحد باشیم. نماگر هم‌وزن بازار نیز تن به افت ۳٫۳۸ درصدی داد و تا تراز ۷۵۴ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. از میان ۳۱۱ نماد منفی بورسی فولاد مبارکه اصفهان و معدنی و صنعتی چادرملو نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر منفی و از میان ۳۳ نماد بورسی توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه بیشترین تاثیر مثبت را روی بورس گذاشتند. در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس به کانال ۲۸ هزار واحد عقبگرد کرد و با ۷۲۷ واحد کاهش به رقم ۲۸ هزار و ۳۰۴ واحد رسید. از میان ۲۴۷ نماد منفی بورسی پلیمر آریاساسول، سرمایه‌گذاری مالی سپهر صادرات و فولاد هرمزگان جنوب نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر منفی را روی فرابورس گذاشتند. در معاملات روز یکشنبه خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام منفی شد و ۲ هزار و ۹۸ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد که نسبت به روز شنبه، افزایش ۷۳ درصدی داشته است.

شاخص کل بورس تهران در حالی با افت بیش از ۲ درصدی همراه شد که ارزش معاملاتی روز یکشنبه در بورس تهران در حدود ۷ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان بود و ارزش معاملات بازار فرابورس نیز در محدوده ۲ هزار و ۲۰۰ واحدی جای گرفت تا در نتیجه معاملات این روز، ارزش بازار بورس تهران در محدوده‌های ۸ هزار و ۳۰۰ همتی قرار بگیرد و شاهد افت بیش از ۲۰۰ همتی در ارزش بازار بورس تهران باشیم.

سقوط بورس به کانال ۲٫۲ میلیونی

خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام منفی شد و ۲ هزار و ۹۸ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد که نسبت به روز قبل، ۷۳ درصد افزایش داشت. شاخص کل بورس تهران در معاملات یکشنبه ۵۴ هزار و ۱۹۸ واحد معادل ۲٫۳۴ درصد تنزل کرد و تا سطح ۲ میلیون و ۲۵۷ هزار و ۲۳ واحد پایین آمد. شاخص هم‌وزن نیز با ریزش ۲۶ هزار و ۳۸۹ واحد، به افت ۳٫۳۸ درصد تن داد و در رقم ۷۵۴ هزار و ۴۲۳ واحد ایستاد. شاخص کل فرابورس نیز با کاهش ۷۳۷ واحدی به رقم ۲۸ هزار و ۳۰۴ واحد رسید. همچنین شاخص هم‌وزن فرابورس با افت ۵ هزار و ۶۱۹ واحد به سطح ۱۳۶ هزار و ۸۵۰ واحد رسید.

روز یکشنبه خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام منفی شد و ۲ هزار و ۹۸ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد که نسبت به روز شنبه افزایش ۷۳ درصدی داشته است. نماد شپنا برای دومین روز متوالی بیشترین خروج پول را داشت که ارزش آن ۸۴ میلیارد تومان بود. پس از شپنا، نمادهای شستا، خساپا و وبصادر بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. در سوی دیگر، بیشترین ورود پول حقیقی به نمادهای خزامیا، شلعاب و لپارس اختصاص داشت. نمادهای فولاد، کچاد و شستا نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. در مقابل نمادهای میدکو، فارس و خزامیا نیز بیشترین اثر مثبت را بر شاخص کل داشتند. در فرابورس نیز نمادهای آریا، وسپهر و هرمز بیشترین اثر کاهنده را بر شاخص داشتند و نمادهای عالیس، مارون و وپویا با بیشترین اثر افزایشی بر شاخص کل همراه شدند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نیز پی‌پاد بیشترین تراکنش را داشت و خزامیا و خگستر در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز خاور، کرمان و زملارد بیشترین تراکنش را داشتند. ارزش معاملات کل بازار سهام به ۳۵ هزار و ۸۹۵ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۰ هزار و ۴۸۹ میلیارد تومان بود که ۵۷ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۴ درصدی به رقم ۱۱ هزار و ۵۶۰ میلیارد تومان رسید. نماد خزامیا (شرکت زامیاد) بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۲۷۸ میلیارد تومان بود. پس از خزامیا، وبملت بیشترین ارزش معاملات را داشت و خاور به رتبه سوم رسید و پس از آن دو نماد خساپا و خگستر در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در معاملات یکشنبه، ۷۳ نماد صف خرید داشتند و ۱۷۰ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۲۸ درصدی به هزار و ۴ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش با افزایش ۵۷ درصدی به ۸۱۹ میلیارد تومان رسید.

نظاره‌گری به جای فروشندگی

شاخص کل در حالی با افت بیش از ۲ درصدی همراه شد که ارزش معاملاتی روز یکشنبه در بورس تهران به حدود ۷ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان رسید و ارزش معاملات بازار فرابورس نیز در محدوده ۲ هزار و ۲۰۰ واحدی قرار گرفت تا در نتیجه معاملات این روز ارزش بازار بورس تهران در محدوده‌های ۸ هزار و ۳۰۰ همتی قرار بگیرد و شاهد افت بیش از ۲۰۰ همتی در ارزش بازار بورس تهران باشیم. در جریان معاملات روز یکشنبه، شاخص کل بورس تهران با افت بیش از ۵۴ هزار واحدی همراه شد و عدد شاخص به رقم ۲ میلیون و ۲۵۷ هزار واحد رسید. شاخص هم‌وزن نیز اوضاع خوبی را نداشت و با افت ۲۶ هزار واحدی به کار خود پایان داد. نمادهای فولاد کچاد و نماد شستا بیشترین تأثیر منفی را روی شاخص کل داشتند و نماد میدکو همچون روز قبل در تلاش برای مثبت نگه‌داشتن شاخص عمل کرد.

بررسی شاخص بورس تهران از منظر تکنیکالی نشان می‌دهد با وجود اینکه شاخص دیروز را با منفی سنگین بیش از ۲ درصدی تمام کرد و عدد شاخص بیش از ۵۴ هزار واحد افت کرد، اما ارزش صف‌های فروش به‌قدری پایین بود که خیلی از اهالی بازار معتقد بودند صرفا بازار نظاره‌گر است تا فروشنده باشد. اخبار زیادی حول محور شاخص بورس تهران در یکی دو روز گذشته در جریان بود؛ از درگیری مرزی طالبان با نیروهای مرزبانی تا اخبار انتخابات ترکیه به همراه سفر سلطان عمان به تهران. همگی می‌توانست به‌گونه‌ای در دل اهالی بازار سرمایه ترس و یا امید ایجاد کند. از منظر تکنیکالی بازار یکشنبه با سیگنال‌هایی همراه شد. خط روند اندیکاتور RSI در این روز با شکست همراه شد تا نشان دهد دیگر توان حمایت ندارد و اعتبار این خط از بین رفت باشد. از سوی دیگر همچنان خط روند صعودی کف کانال صعودی بلندمدت از اعتبار خاصی برخوردار است و می‌تواند به‌عنوان یک سطح حمایتی عمل کند (صرفا از منظر تکنیکالی) چراکه این محدوده در هفته‌های پیش به عنوان یک سطح حمایتی این وظیفه را انجام داده است؛ سطحی که با محدوده ۲۳ درصدی فیبوناچی موج قبلی خود برابری می‌کند. در صورتی که شاخص بورس تهران این سطح حمایتی را از دست بدهد این انتظار را برای اهالی تکنیکالیست بازار سرمایه ایجاد می‌کند که بازار به سمت اعداد و ارقام پایین‌تری خواهد رفت و این خطر برای ماندگاری شاخص زیر اعداد و ارقام پایین‌تر ایجاد خواهد شد. از سویی خط میانگین ۵۵ روزه شاخص در حال رسیدن به کندل‌های شاخص بورس تهران است و ممکن است که این سطح حمایتی نیز به کمک شاخص بشتابد تا از افت بیشتر آن جلوگیری کند.

کارشناسان بازار سرمایه بررسی کردند

پیش‌بینی بازار سهام در خرداد

یک کارشناس ارشد بازار سرمایه معتقد است بازار سهام خردادماه شاهد انتشار گزارش‌های ۱۲ ماهه شرکت‌های بزرگ و هلدینگ‌ها است. همچنین مجامع تعداد زیادی از شرکت‌ها در این ماه برگزار خواهد شد و شاهد بهبود بازار در نیمه دوم این ماه خواهیم بود.

«سیدفرهنگ حسینی» به روند فعلی معاملات بورس اشاره کرد و به «ایرنا» گفت: بازار سهام در فروردین سقف تاریخی خود را پس از حدود ۳۰ ماه شکست و به بیش از مردادماه ۱۳۹۹ افزایش یافت. این روند صعودی تا اواسط اردیبهشت ادامه پیدا کرد و شاخص به محدوده ۲٫۵ میلیون واحد رسید که این اتفاق به معنای رشد دو برابری شاخص بورس نسبت به کف آبان ماه ۱۴۰۱ بود. او به جبران جاماندگی بازار سهام نسبت به دیگر بازارهای سرمایه‌گذاری اشاره کرد و افزود: این موضوع سبب تشدید عرضه‌ها در بازار شد؛ در نتیجه در نیمه دوم اردیبهشت شاهد وضعیت متفاوت در بازار و اصلاح شدید بورس بودیم. با این حال، حجم معاملات همچنان معقول و در سطح مناسب قرار داد که براساس پیش‌بینی‌ها به نظر می‌رسد روند اصلاحی بازار کوتاه‌مدت باشد.

«حسینی» با بیان اینکه برای مقایسه و ارزیابی سطح ارزانی یا گرانی بازار می‌توان از نسبت p/e استفاده کرد، توضیح داد: در سال ۱۳۹۹ و در اوج صعود بازار نسبت p/e بازار به بیش از ۳۰ رسید، این عدد پنج برابر متوسط تاریخی و سه برابر سقف‌های قبلی بود که در نتیجه بازار وارد اصلاح شدید و فرسایشی شد. اکنون نسبت p/e بازار به محدوده ۱۰ رسیده است، هرچند بازار ارزان نیست، اما دیگر وضعیت حباب‌گونه مشابه سال ۱۳۹۹ وجود ندارد و با لحاظ تقسیم سود مجامع و گزارش‌های سود ۱۴۰۱ شرکت‌ها، انتظار اصلاح p/e را داریم که با توجه به چنین مسئله‌ای بازار اکنون اصلا شبیه بازار ۱۳۹۹ نیست.

وی سپس به ریسک‌های تهدیدکننده معاملات بورس در خردادماه اشاره کرد و افزود: قیمت‌های جهانی یکی از ریسک‌های مهم بازار تلقی می‌شود که در این میان عدم کاهش قیمت‌های جهانی، شرط رونق بازار است. از سوی دیگر عملکرد برخی صنایع مانند صنایع غذایی به دلیل افزایش قیمت‌ها ایجاد شده و گروه بانکی به دلیل بهبود تراز عملیاتی و کارمزدها بهبود یافته است. به گفته «حسینی»، مهمترین توصیه به سهامداران خرد و تازه وارد، سرمایه‌گذاری غیرمستقیم از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری است تا از این طریق ضمن کاهش ریسک، نقدشوندگی پرتفوی سهامداران حفظ شود. اگر سهامداران به دنبال ورود مستقیم به بازار هستند بهتر است تا سهام از چند صنعت با نسبت p/e کمتر از متوسط بازار خریداری و براساس تحلیل خود اقدام به خرید و فروش در بازار کنند. سهامداران همچنین باید از استفاده از سیگنال‌های ارائه شده در شبکه‌های مجازی فاقد مجوز از سازمان بورس برای خرید و فروش خودداری کنند.

«مهدی حاجی غلام سریزدی»، عضو هیأت مدیره کانون کارگزاران بورس بر این باور است که با توجه به نزدیک شدن به فصل مجامع و کاهش مدت پرداخت سود سهامداران از هشت ماه به چهار ماه، احتمالا تمایل سهامداران به شرکت‌های با توزیع سود مناسب افزایش یافته و همین امر موجب می‌شود تا در خردادماه حضور خریداران در بازار پررنگ‌تر شود.

او به علت نوسانات اردیبهشت ماه اشاره کرد و افزود: بازار سرمایه پس از مردادماه ۱۳۹۹ دچار اصلاح قیمتی و زمانی شد و تقریبا پس از یک سال در آبان ماه ۱۴۰۱ و زمانی که شاخص به محدوده یک میلیون و ۳۰۰ واحد هزار واحد رسیده بود، موج صعودی جدیدی را آغاز کرد. این موج صعودی با کمی افت و خیز به محدوده ۲ میلیون و ۵۵۰ هزار واحد رسید و سقف سال ۱۳۹۹ را پس گرفت که در نهایت بر فراز آن ایستاد. به طور معمول سهامداران پس از رشدهای پرشتابی که بر بازار حاکم می‌شود، در سود مناسب خواهند بود که همین امر به همراه ترس و تجربه سال ۱۳۹۹ باعث شد تا بسیاری از سهامداران ریسک‌گریز به فکر شناسایی سود و خروج از بازار باشند که افزایش خروج پول حقیقی در ۱۰ روز گذشته نیز تاییدکننده این نکته است.

این کارشناس بازار سرمایه درباره روند فعلی شاخص بورس در مقایسه با وضعیت سال ۱۳۹۹ اضافه کرد: از دید تکنیکالی شاخص در رشد سال ۹۹ از محدوده ۱۰۰ هزار واحد به محدوده ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار واحد رسید و رشد ۲۱ برابری را طی دو سال ثبت کرد. رشد اخیر شاخص بورس به عنوان دماسنج و نماگر بازار سرمایه هرگز چنین رشدی را تجربه نکرد، نوع فروش‌ها نیز در این روزها با سال ۹۹ متفاوت است و به اصطلاح خریدار در بازار وجود دارد و شاهد قفل شدن سرمایه‌ها در صفوف فروش نبودیم.

«حاجی غلام» در ادامه به مقایسه بازار از لحاظ بنیادی پرداخت و گفت: از لحاظ بنیادی در سال ۹۹ ارزش دلاری بازار سرمایه به بیش از ۴۰۰ میلیارد دلار رسید؛ در حالی که این عدد در اردیبهشت ۱۴۰۲ در محدوده ۲۰۰ میلیارد دلار قرار گرفته است. p/e ttm (نسبت قیمت به درآمد در ۱۲ماهه گذشته) بازار در سال ۹۹ به ۳۵ واحد رسیده بود و امروز این پارامتر مهم بنیادی اعدادی کمتر از ۱۰ واحد را تجربه کرده است و حتی در صورتی که گزارشات سالانه شرکت‌ها با رشد سود همراه باشد، این نسبت باز هم تعدیل خواهد شد.

وی روند معاملات بورس در خردادماه را مورد پیش‌بینی قرار داد و افزود: به طور معمول پس از یک موج صعودی و شناسایی سود سهامداران کوتاه‌مدت و ریسک‌گریز، بازار نیاز دارد تا با کمی اصلاح قیمتی یا زمانی، انرژی مجدد کسب کرده و با جذاب شدن قیمت‌ها بازار دوباره مورد اقبال سرمایه‌گذاران ریسک‌گریز قرار خواهد گرفت. افزایش ارزش معاملات، گزارشات سالانه شرکت‌ها و ثبات در بازار دلار می‌توانند پارامترهای مناسبی برای تشخیص روند بعدی بازار باشند، نکته دیگر اینکه با توجه به نزدیک شدن به فصل مجامع و کاهش مدت پرداخت سود سهامداران از هشت ماه به چهار ماه، احتمالا تمایل سهامداران به شرکت‌های با توزیع سود مناسب (DPS محور) افزایش یافته و همین امر موجب می‌شود تا در خردادماه حضور خریداران در بازار پررنگ‌تر شود. بنابراین با توجه به تحولات منطقه‌ای و کاهش تنش‌ها در سطح بین‌المللی، رکود شدید در بازارهای موازی بخصوص در خودرو و ... روزهای خوبی برای بازار سرمایه پیش‌بینی می‌شود. به سهامداران پیشنهاد می‌کنم از رفتارهای هیجانی پرهیز کرده و با رعایت اصول سرمایه‌گذاری و حد ضرر، پرتفوی خود را مدیریت کنند.

بازاریابی دیجیتال با ریلز اینستاگرام

نویسنده: علی آل‌علی

تولید محتوای دیجیتال دنیای پهناوری است که هر بازاریابی دوست دارد در آن موفق شـود. با این حال کمتر کسـی روش‌های مناسبی برای چنین موفقیت‌هایی در سر دارد. اغلب مردم فکر می‌کنند همین که چند تا پست سـاده در شـبکه‌های اجتماعی قرار داده و کمی هم از گزینه‌های تبلیغاتی گوگل استفاده کنند، دیگر مو لای درز کارشان نمی‌رود. اگر شما هم چنین ذهنیتی نسبت به بازاریابی دیجیتال دارید، احتمالا خیلی زود ذوق‌تان کور خواهد شـد؛ چراکه در بازار کسی برای شما فرش قرمز پهن نکرده تا بدون هیچ دردسری موفق شوید.

این روزها اینستاگرام محبوبیت زیادی در بین مردم سراسر دنیا پیدا کرده است. به طوری که اغلب مردم روز و شب‌شان در این پلتفرم می‌گذرد. خب وقتی مردم به یک پلتفرم علاقه نشـان دهند، طبیعی اسـت که سر و کله بازاریاب‌ها هم در آن پیدا شود. البته در این یک مورد اوضاع برای بازاریاب‌ها چندان سـاده پیش نمی‌رود؛ چراکه گزینه‌های زیادی برای تولید محتوا در اختیارشـان قرار دارد. احتمالا برای شما هم پیش آمده بین انتخاب از بین تولید یک پست ساده یا آپلود استوری مردد مانده باشید، مگر نه؟

یکی از سـرویس‌های نسبتا جدید اینسـتاگرام که تا حالا زیر سایه بقیه بخش‌ها قرار داشـته، ریلز (Reels) است. داستان این سرویس از اوج‌گیری ناگهانی تیک تاک شروع شد. به زبان خودمانی، ریلز رقیبی برای تیک تاک و ویدئوهای موزیکالش محسوب می‌شود. البته این وسط اینستاگرام به پشتوانه محبوبیت جهانی‌اش به خوبی از پس رقابت با تیک تاک برآمده. آنچه برای بازاریاب‌ها مهم است، استفاده از سرویس ریلز برای طراحی کمپین و توسعه کسـب و کارشان خواهد بود. درسـت همان کاری که ما در این مقاله قصد توضیح بیشـترش را داریم. اگر شما هم دوست دارید به شیوه‌ای تازه دست به تولید محتوای دیجیتال بزنید، این مقاله کاملا مخصوص شماست. پس با ما همراه باشـید تا نگاهی به وضعیت تولید محتوا در بخش ریلز اینستاگرام داشته باشیم.

چرا تولید محتوا با ریلز به درد می‌خورد؟

بازاریاب‌ها همیشه کلی سوال در سرشان دارند که باید جواب‌های درستی به آنها داد. این ماجرا وقتی پای یک اسـتراتژی تازه وسـط باشـد، شدیدتر هم می‌شـود. به طوری که بدون یافتن جواب سـوالات کلیدی درباره یک اسـتراتژی کمتر بازاریابی سراغ اسـتفاده از آن خواهد رفت. ما برای اینکه سـوالات ذهنی شما خیلی زیاد نشـود، در این بخش سراغ برخی از مزایای کلیدی سـرویس ریلز در زمینه تولید محتوا و بازاریابی رفته‌ایم. خب اجازه دهید بدون هیچ مقدمه‌چینی کلیشه‌ای برویم سراغ اصل مطلب.

افزایش نرخ تعامل

چنـد بار تا حالا با کلی امیـد و آرزو یک محتوا را طراحی کرده‌اید، اما در بازار حتی یک نفر هم به آن توجه نشان نداده است؟ در چنین موقعیت‌هایی آدم حس می‌کند کل مسیر بازاریابی را اشتباه آمده. بی‌شک کمتر کسی در دنیا دوست دارد چنین تجربه ترسناکی را پشت سر بگذارد. به همین خاطر اغلب مردم سـراغ ایده‌هایی هرچه مطمئن‌تر برای کارشان می‌روند. در این میان اسـتفاده از ریلز همان قطعه گمشـده پازل بازاریابی شما خواهد بود؛ چراکه کاربران اینستاگرام میانه بی‌نهایت خوبی با این بخش دارند. به طوری که نرخ تعامل کاربران با محتوای ریلز حتی از بخش استوری نیز بیشتر است.

الگوریتـم اینسـتاگرام برای رقابت بهتر با تیک تاک هم که شـده، توجه بیشتری به بخش ریلز دارد. بنابراین شما با سرمایه‌گذاری بر روی این بخش عملا حمایت اینسـتاگرام را نیز پشت سرتان خواهید داشت. خب مگر یک بازاریـاب برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطـب دیگر به چه چیزی احتیاج دارد؟

تولید محتوای ساده

هیچ‌کس در دنیا دوسـت ندارد هفته‌ها بر روی تولید یک محتوای سـاده وقت بگذارد. هرچه باشـد ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که سرعت تغییرات به اندازه نور است. پس چه بهتر که بازاریاب‌ها دائما محتوایی تازه دم دست داشته باشند. اگر شما هم از آن دست مارکترهایی هستید که در زمینه تولید محتوا حسابی کند عمل می‌کنند، بهتر است زیاد خودتان را خسته نکنید؛ چراکه اسـتفاده از بخـش ریلز به طور خودکار سـرعت عمل‌تان را افزایش می‌دهد. حتما می‌پرسـید چطور؟ خب جواب ما کاملا روشن است: فرآیند تولید محتوا در بخش ریلز بی‌نهایت ساده است!

شما لازم نیسـت یک پا گرافیست یا کارشناس محتوای آنلاین باشید تا کارتان در سـرویس ریلز بی‌دردسر جلو برود. در عوض با کمترین مهارت یا دانش در این حوزه نیز به سادگی فرصت تولید محتوا خواهید داشت. درست به همین خاطر افرادی که مهارت زیادی در زمینه تولید محتوا ندارند، معمولا کارشـان در سـرویس ریلز خیلی راحت جلو می‌رود. به طوری که در عرض چند دقیقه طرفدار پر و پاقرص سرویس ریلز می‌شوند.

پروموت محتوا بدون هزینه اضافه

برخی از بازاریاب‌ها عادت دارند برای پروموت محتوا کلی هزینه روی دست شرکت‌ها قرار داده و بخش قابل ملاحظه‌ای از وقت‌شان را نیز صرف چنین کاری کنند. اگر شـما از دسـت چنین کارهایی کلافه شده‌اید، تولید محتوا در بخش ریلز حسابی به دردتان خواهد خورد. به طوری که می‌توانید بدون هیچ نگرانی از بابت رسیدن محتوا به دست مخاطب هدف شروع به طراحی محتوا در این بخش کنید.

بازاریاب‌ها معمولا به محض اینکه کار طراحی محتوا تمام می‌شود، سراغ پروموت کردن آن می‌روند. از آنجایی که الگوریتم اینستاگرام حسابی هوای ریلز را دارد، بد نیست که کمی هم از این بخش برای توسعه کارتان استفاده کنید. اینطوری بدون نیاز به صرف حتی یک سنت در زمینه پروموت محتوا از حمایت اینستاگرام بهره‌مند خواهید شد. خب مگر یک بازاریاب به غیر از پروموت خودکار محتوا دیگر چه چیزی لازم دارد؟

بازاریابی دیجیتال با ریلز: یک راهنمای عملیاتی

بررسی مزایای اسـتفاده از سرویس ریلز در زمینه بازاریابی فقط نیمی از مسیر را به شما نشان می‌دهد. هنوز بخش اصلی کار دست‌نخورده باقی مانده است. اصلا بر فرض که استفاده از ریلز مهمتری وظیفه هر تیم بازاریابی است، اصلا چطور باید این کار را انجام داد؟

ما در این بخش قصد داریم یک راهنمای دقیق درباره نحوه تولید محتوا در سرویس ریلز به شما آموزش دهیم. پس با ما همراه باشید تا در زمینه تولید محتوا تبدیل به یک پا کارشناس تمام عیار شوید.

معرفی برند: قدم اول در تولید محتوا

آیا شما هم در کار با بخش ریلز تازه کار هستید؟ خب در این صورت اصلا لازم نیست دنبال ایده‌های پرزرق و برق بروید. همین که کارتان را با معرفی اجمالی برندتان شـروع کنید، به اندازه کافی تاثیرگـذار خواهد بود. یادتان باشد، این روزها کمتر کسی دنبال خرید از یک برند کاملا ناشناس است. پس چه بهتر که کارتان را با معرفی کسب و کارتان شروع کنید.

گاهی اوقات آدم در بازار با برندی رو به رو می‌شود که تا حالا حتی اسمش را هم نشنیده است. اینطور وقت‌ها همیشه آدم کلی استرس دارد که نکند با خرید از چنین برندی پولش را دور بریزد. استفاده از بخش ریلز برای معرفی کسب و کار تا حدی این استرس را از بین خواهد برد.

یادتان باشد، شما لازم نیست در بخش ریلز کار عجیبی انجام دهید. همین که برندتان را به طور اجمالی معرفی کنید، به اندازه کافی تاثیرگذار خواهد بود. گاهی اوقات بازاریاب‌ها طوری از برندشان تعریف می‌کنند که دیگر هیچ شباهتی با واقعیت ندارد. اگر نظر ما را بخواهید، چنین کاری فقط شما را در موقعیت دشواری قرار خواهد داد؛ چراکه باید از پس انتظارات فزاینده کاربران در شـبکه‌های اجتماعی بربیایید. به علاوه، وقتی مشتریان با واقعیت کسب و کارتان رو به رو شـوند، احتمالا حسابی از دست شما شاکی خواهند شد؛ چراکه از همان اول اصل کلیدی «صداقت» را رعایت نکرده‌اید.

یک معرفی درسـت از کسب و کار باید شـامل بیان حوزه اصلی فعالیت، سابقه در بازار و همچنین مزیت نسبی محصولات برند باشد. اینطوری شما یک رزومه نسـبتا کامل جلوی مخاطب‌تان قـرار خواهید داد. به طوری که دیگر لازم نیست خیلی به خودتان فشار بیاورید.

معرفی اعضای شرکت: توجه به نکات مورد علاقه مشتریان

هیچ کسـب و کاری بـدون مجموعه‌ای از کارمنـدان حرفه‌ای و متعهد شانسـی برای موفقیت در بـازار ندارد. گاهی اوقات برخـی از مدیران فکر می‌کنند بدون کمک کارمندان توانایی رسیدن به قله‌های موفقیت را دارند. راسـتش را بخواهید، چنیـن مدیرانی معمولا خیلی زود تمـام کارمندان حرفه‌ای را از کنار خودشـان دور می‌کنند. دسـت آخر هم با یک شکست بزرگ به سرعت از بازار کنار خواهند رفت. به طوری که دیگر حتی یک نفر هم سراغ‌شان را نگیرد.

ایده ما در این بخش توجه به اعضای شرکت در هنگام کار با سرویس ریلز است. اینطوری شما فرصتی عالی برای معرفی تیم‌تان به مشتریان خواهید داشت. شما را نمی‌دانم، ولی من که همیشه دوست دارم از برندی خرید کنم که یک تیم همه فن حریف کنار دسـتش دارد. شاید این ایده عجیب باشد اما در چنین شرایطی دست‌کم خیال آدم راحت است که با یک کسب و کار تقریبا حرفه‌ای رو به رو خواهد بود. این وسط هم هیچ‌کس به غیر از خودتان توانایی اثبات میزان حرفه‌ای‌بودن برندتان را ندارد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دسـت به کار شده و دستی به سر و گوش اکانت اینستاگرام‌تان بکشید.

نمایش پشت صحنه کسب و کار: جایی که همه اتفاقات جادویی رخ می‌دهد!

پشـت صحنه برند شـما چه خبر اسـت؟ این سوالی اسـت که خیلی از مشـتریان یا حتی افراد علاقه‌مند به برند شما در سـر دارند. شاید کاربران اینستاگرام چنین سوالی را به طور واضح مطرح نکنند، اما همیشه آن را در سـر خواهند داشت. به طوری که اگر شما در اکانت‌تان جواب مناسب برای آن نداشته باشید، خیلی زود از فهرست برندهای مورد علاقه کاربران خارج خواهید شد. آن وقت هر چقدر هم که تلاش کنید، دیگر راهی برای بازگشت به این فهرست جادویی نخواهید یافت.

این روزها هر کسب و کاری در پشت صحنه فعالیت‌های جالبی دارد. مثلا برند جنرال موتورز را در نظر بگیرید؛ این برند سـالانه کلی خودروی جذاب تولید می‌کند که هر آدمی را متعجب خواهد کرد. حالا اگر مسئولان بازاریابی این برند سراغ نمایش پشت صحنه کسب و کارشان بروند، چه اتفاقی خواهد افتـاد؟ اجازه دهید کمی کمک‌تان کنیم. احتمالا کلی از مردم دنیا از سـر کنجکاوی هم که شده سراغ تماشای محتوای این برند خواهند رفت.

از آنجایـی کـه مردم این روزهـا حوصله زیادی برای تماشـای محتوای بازاریابی ندارند، بهتر اسـت دور محتوای طولانی را خط بکشـید؛ چراکه با چنیـن کاری فقط خودتان را اذیت خواهید کرد. به علاوه، جذابیت برندتان برای مشـتریان نیز پله پله سقوط می‌کند. همه این نکات استفاده از بخش ریلـز را منطقی‌تر از هر زمان دیگری می‌سـازد. پس چه بهتر که کارتان را بدون هیچ دردسـری در سـرویس ریلز شروع کنید. با این دست فرمان هم بخش هیجان‌انگیز برندتـان را جلوی روی کاربران قرار می‌دهید، هم اینکه دیگر لازم نیست دائما نگران میزان بازدید مخاطب از محتوای‌تان باشید؛ به همین سادگی.

انتشار محتوا در زمان درست: بخش کلیدی ماجرا

حتی بهترین محتوای دنیا هم اگر در زمان درسـت بارگذاری نشود، هیچ موفقیتی برای برندها به همراه نخواهد داشت. این نکته‌ای است که معمولا کمتر بازاریابی بدان توجه جدی نشـان می‌دهد. انگار که تولید محتوا کاری اسـت که باید همین طور بدون مقدمه انجام شود. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، احتمالا مسـیر را کاملا اشـتباه آمده‌اید؛ چراکـه کاربران حوصله تماشای محتوای بازاریابی شما در زمان‌های عجیب را ندارند.

سوال کلیدی که ما در این بخش قصد پاسخگویی بدان را داریم، بهترین زمان برای آپلود ویدئوی ریلز است. خب اگر شما زمان‌بندی درستی نداشته باشـید، کلاه‌تان پس معرکـه خواهد بود. اجازه دهید با یک مثال درسـت اهمیت زمان‌بندی را بیشـتر نشـان‌تان دهیم. کارآفرینی را در نظر بگیرید که علاوه بر سـابقه کاری درخشـان دارای انواع مهارت‌های مورد نیاز برای موفقیت در بازار هم هسـت. حالا اگر کارآفریـن قصه‌مان در یک مصاحبه کاری بی‌نهایت مهم با چند دقیقه تاخیر حاضر شود، چه اتفاقی خواهد افتاد؟ جواب روشن است: حتی یکی از مدیران حاضر در جلسه هم حاضر به تایید صلاحیـت او نخواهد بود. اصلا هم اهمیتی ندارد چقدر کارمند موردنظر به درد ساختار شرکت می‌خورد. هرچه باشد او مهمترین اصل در دنیای کسب و کار را از همان اول ماجرا زیر پا گذاشته است!

همانطور که در مثال بالا مشـخص اسـت، وقت‌شناسی نکته‌ای بی‌نهایت مهم برای اهالی کسب و کار است. این ماجرا درباره مشتریان نیز کاربرد دارد. پس شما باید محتوای ریلزتان را در زمانی درست دم دست آنها قرار دهید. وگرنه اوضاع‌تان روز به روز بدتر خواهد شد.

ما در روزنامـه فرصت امروز معتقدیم بهترین زمان برای بارگذاری محتوا در بخش ریلز بین ساعت ۴ بعدازظهر تا ۲ صبح است. در چنین ساعت‌هایی معمولا آدم‌های بیشـتری به اینستاگرام سر زده و پست‌های مختلف را زیر و رو می‌کنند. بعد از سـاعت ۲ صبح معمولا افراد زیادی بیدار نیسـتند. به عـلاوه، در زمان‌های دیگر به خاطر دغدغه‌های کاری وقتی برای سـر زدن به اینستاگرام باقی نخواهد ماند. پس چه بهتر که کارتان را از همان اول در زمان‌های درست دنبال کنید.

نمایش محصولات برند: به وقت تلاش برای فروش

هیچ بازاریابی در دنیا فقط دنبال جلب توجه مشـتریان به برندش نیست. در عوض هدف اصلی فروش بیشتر و کسب سود خواهد بود. هرچه باشد آخر سـال این ترازنامه مالی است که کیفیت کاری تیم‌های بازاریابی و فروش را مشخص می‌کند، مگر نه؟

اگر یادتان باشد، قبلا بارها گفتیم که سرویس ریلز برای مقابله با تیک تاک معرفی شده است. این یعنی شما ویدئوهای ۶۰ ثانیه‌ای همراه با تم موزیکال دم دست دارید. یکی از ایده‌های جذاب در این میان استفاده از چنین ترکیب رویایی برای معرفی محصولات خواهد بود. این دقیقا همان کاری اسـت که برندهای حوزه مد و پوشاک به خوبی انجام می‌دهند. مثلا برند لوئی ویتون را در نظر بگیرید؛ اکانت اینستاگرامی این برند به طور دائم ویدئوهایی درباره محصولات تازه برند بارگذاری می‌کند. از آنجایی که مردم عاشـق تماشـای محصولات مختلف حتی بدون نیت قبلی برای خرید، هستند کار لوئی ویتون حسـابی گرفته است. به طوریکه بازدید ویدئوهای این برند معمولا کمتر از ۱۰ میلیون نیست!

یادتان باشد، شما قرار نیست همینطوری محصولات برند را جلوی دوربین برده و انتظار موفقیت‌های تکرارنشدنی داشته باشید. در عوض باید کارتان را با وسواس خاصی دنبال کنید. مثلا نمایش نحوه کار با محصولات ایده خوبی خواهد بود. درباره محصولات تخصصی معمولا مردم سـوالات زیادی درباره نحوه کار با آنها دارند. به طوری که خیلی وقت‌ها ترس از سختی‌های کار با یک محصول مانع از خریدشـان می‌شود. با این حساب ماموریت اصلی شما در این بخش مثل روز روشـن است: شما باید قبل از اینکه اوضاع خیلی به هم بریزد، سراغ معرفی محصولات‌تان به مشتریان بروید. اینطوری شانس‌تان برای فروش محصولات به آنها همچنان بالا خواهد ماند.

این روزها تا یک برند خودش شروع به معرفی محصولات به دیگران نکند، شانسـی برای موفقیت در بازار نخواهد داشت. این امر یکی از نکات کلیدی برای تاثیرگذاری بهینه در بازار محسوب می‌شود. پس به جای اینکه وقت‌تان را با طراحی ریلزهای کلیشـه‌ای تلف کنید، بهتر اسـت از همان ابتدا سراغ معرفی نحوه کار با محصولات بروید.

استفاده از موزیک‌های ترند شده: معجزه صدا در بازاریابی

بخـش ریلز کپـی دقیقی از تیک تاک محسـوب می‌شـود. دلیل اصلی محبوبیـت تیک تاک در دورانی که اغلب شـبکه‌های اجتماعی در بالاترین میـزان محبوبیـت ممکن به سـر می‌برند، فقط و فقط یک چیز اسـت: تم موزیکال!

باور کنید یا نـه، موزیک نقش مهمی در موفقیت محتوای بازاریابی دارد. مردم در سراسر دنیا دوست دارند دائما محتوایی همراه با موزیک‌های جذاب دم دست داشته باشند. اصلا هم فرقی ندارد محتوای موردنظر با تم بازاریابی عرضه می‌شود یا وضعیتی کاملا عادی دارد، در هر صورت ترکیب موزیک و ویدئو همیشه طرفدارهای خاص خودش را خواهد داشت.

مسـئله‌ای که اینجا باید به دقیق‌ترین شکل ممکن جواب داد، مربوط به نحوه انتخاب موزیک‌های پرطرفدار است. شیوه کار ما در این بخش بی‌نهایت سـاده است. شـما باید به جای تکیه بر تجربه یا سلیقه شخصی یک راست سـراغ آمارهای معتبر بروید. به طوری که کارتان نه براسـاس شانس، بلکه شناخت دقیق از سلیقه کاربران جلو برود.

بی‌شـک شناخت سـلیقه موسـیقی مخاطب هدف کاری نیست که هر بازاریابی بدان علاقه داشته باشد. پس چه بهتر که به جای تلاش‌های عجیب و غریب از گزارش‌های دقیق استفاده کنیم. این روزها کلی گزارش مختلف در اینترنت پیرامون موزیک‌های پرطرفدار در سراسر دنیا به چشم می‌خورد. با این حسـاب شما کار خیلی سختی برای یافتن محبوب‌ترین موزیک‌های دنیـا نخواهید داشـت. نکته مهم اینکه شـما باید کارتان را با اسـتفاده از موزیک‌های ترجیحا بی‌کلام شـروع کنید؛ چراکه این مدل موزیک‌ها برای یک ویدئوی ۶۰ ثانیه‌ای بهتر خواهند بود.

آموزش مهارت‌های تازه به مخاطب: کلید محبوبیت در اینستاگرام

مردم همیشه عاشق یادگیری نکات تازه به صورت آنلاین هستند. اگر شما نکات کلیدی برای آموزش به مخاطب دارید، بهتر است از همین امروز کارتان را شـروع کنید؛ چراکه خیلی زود فرصت‌ها یکی پس از دیگری از چنگ‌تان درمی‌آید. ما در روزنامه فرصت امروز سرویس ریلز را به خاطر ماهیت جمع و جورش بهترین گزینه برای آموزش می‌دانیم. اینطوری شـما بدون اینکه دردسرهای زیادی جلوی روی‌تان قرار داشته باشد، می‌توانید کارتان را جلو ببرید. به علاوه، کاربران هم عاشـق یادگیری مهارت‌های تازه در سریع‌ترین زمان ممکن هسـتند. پس چه بهتر که شما تبدیل به همان قهرمانی شوید که آنها انتظارش را دارند!

یادتان باشـد، مهارت‌هایی که شـما به دیگران آموزش می‌دهید، باید در حوزه تخصصی‌تان باشـد. خب کسـی از یک برند تولید لاستیک اتومبیل انتظار ریلزهای آموزش پخت و پز ندارد. پس لطفا از همان اول کار حواس‌تان به این نکات باشـد تا دیگر جایی برای شکسـت ویدئوهای‌تان باقی نماند. آخرین نکته اینکه ویدئوهای آموزشـی شما هرچه کوتاه‌تر باشد، اثرگذاری بیشتری خواهد داشـت. پس بهتر است سراغ مهارت‌هایی بروید که خیلی پیچیده نباشند.

منابع:

https://www.socialpilot.co/blog/instagram-reels-for-business

/https://blog.hootsuite.com/instagram-reels

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای حبیب توسلی کرین شماره ۱۰۰۷۷۱۰ مورخه ۱۴۰۲/۰۲/۳۱ اعلام داشته که سند اولیه ششدانگ بشماره ۱۳۲ فرعی از ۵۴۶۵ اصلی قطعه ۱۳۲ واقع در بخش یک اردبیل منطقه یک اردبیل بنام آقای حبیب توسلی کرین ثبت و صادر گردیده و بعلت نامعلوم مفقود و پس از جستجوی کامل پیدا نشده و تقاضای سند المثنی را نموده است. لذا مراتب طبق بخشنامه شماره ۱۴۰۲۸۰۰۰۳۱۴۴۰۰۰۷۵ — ۱۴۰۲/۳/۴ به دفاتر اسناد رسمی سراسر کشور ابلاغ، سپس در اجرای تبصره یک ماده ۱۲۰ اصلاحی قانون ثبت موضوع یکبار در روزنامه آگهی گردیده که هر کس ادعائی بوجود اسناد مالکیت یا سند معامله بنام خود داشته باشد، ظرف مدت ۱۰ روز پس از تاریخ انتشار این آگهی دلایل قانونی و یا اصل سند مالکیت را با اخذ رسید تسلیم این اداره نماید. بدیهی است پس از انقضای مدت مقرره طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی بنام نامبرده فوق صادر و تسلیم خواهد شد و سند اولیه از درجه اعتبار ساقط خواهد شد.

رضا احمدیان —رئیس اداره ثبت منطقه یک اردبیل

۱۷۶

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 ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۲۴۰۸ مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۲۰ 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 آقای محمد حامی دوست فرزند حسین به شماره شناسنامه ۱۶۰ صادره از رشت در قریه آتشگاه در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۴۰۱/۸۲ متر مربع پلاک فرعی ۱۲۴۵ از اصلی ۴۶ مفروز مجزی از پلاک ۶۱ از اصلی ۴۶ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای عزیز ممتاز آتشگاهی 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: ۱۴۰۲/۰۳/۰۸

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۲۳

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

۱۷۴

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 ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۲۴۱۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۲۰ 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 آقای حمیدرضا فرهادی کوشکی فرزند یدالله به شماره شناسنامه ۴۷۶۸ صادره از تهران در قریه آتشگاه در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۴۰۱/۸۲ متر مربع پلاک فرعی ۱۲۴۵ از اصلی ۴۶ مفروز مجزی از پلاک ۶۱ از اصلی ۴۶ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای عزیز ممتاز آتشگاهی 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: ۱۴۰۲/۰۳/۰۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۲۳

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

۱۷۵

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۱۰۰۰۹۶۹ هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی تصرفات مالکانه بلامعارض کلاسه ۱۴۰۱۱۱۴۴۱۲۰۰۱۰۰۰۷۴۰ تقاضای آقای محمد علی روحانی مجرد به شماره شناسنامه ۳۶۳ و کد ملی ۲۱۲۰۹۹۹۱۱۲ صادره از گرگان فرزند یحیی در ششدانگ یک قطعه زمین که در آن احداث بنا شده است بمساحت ۲۳۹/۶۵ متر مربع از پلاک شماره ۱۲۰ فرعی از یک فرعی مجزی از ۱۲ - اصلی واقع در اراضی قادرآباد بخش چهار حوزه ثبت گرگان طبق رای صادره حکایت از انتقال از مالک رسمی بریمه داروئی به متقاضی دارد لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله پانزده روز آگهی می شود از این رو اشخاصی که نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را با ذکر شماره پرونده به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مرجع ثبتی دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضائی تقدیم نماید.

م الف: ۱۵۵۹۰

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۲/۲۳

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۳/۸

مهدی شاه مهری

سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک گرگان

از طرف غلامرضا قاسمی

مفقودی

سفته به شماره سریال ۲۷۲۹۷۹ به مبلغ ۴۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال چهارصدمیلیون ریال در وجه مهدی شیخ محمدی نام متعهد محمدعلی لطفی محل اقامت قم به تاریخ : ۱۴۰۱/۰۱/۰۷ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

قم

مفقودی

برگ سبز خودروسواری سیتروئن تیپ زانتیا SX مدل ۱۳۸۶ به رنگ نقره ای متالیک با شماره موتور ۶۲۷۵۹۱ و شماره شاسی s۱۵۱۲۲۸۵۱۵۲۴۹۱ با شماره پلاک ایران ۹۹ – ۱۸۷ه ۴۹ به نام حسین رضائی فرزند ابوالقاسم با کد ملی ۰۰۱۸۳۲۱۱۳۵ با شماره شناسنامه ۰ مفقود و از درجه اعتبار ساقط است.

گرگان

۱۰ راز افزایش تعامل با مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی

به قلم: سیدنی کلانتون

بدون شک شبکه‌های اجتماعی را باید بستری بسیار مهم برای اقدامات بازاریابی به حساب آورد. در این رابطه شما تنها زمانی می‌توانید فروش خوبی را داشته باشید که تعامل با مخاطب، مورد توجه قرار گیرد. تحت این شرایط آیا تاکنون از خود پرسیده‌اید که به صورت کلی چه رفتارهایی را باید در شبکه‌های اجتماعی داشته باشید؟ درواقع اشتباه رایج اکثر کسب و کارها این است که چند روش محدود را در دستور کار خود قرار می‌دهند که طبیعی است بالاترین سطح نتایج را به همراه نداشته باشد. حتی یک مشورت نادرست نیز می‌تواند نتایج فاجعه‌باری را در بازار به شدت رقابتی حال حاضر در پی داشته باشد. به همین خاطر پس از مشورت از بهترین‌های حوزه بازاریابی اینترنتی و متخصصان شبکه‌های اجتماعی، ۱۰ راهکار انتخاب شده است که در ادامه هر یک از آنها را بررسی خواهیم کرد.

۱-مخاطبان و میزان تعامل حال حاضر را بسنجید

نخستین نکته‌ای که باید نسبت به آن آگاهی پیدا کنید این است که در حال حاضر چه وضعیتی را دارید؟ درواقع ممکن است شما به فعالیت‌های بنیادین نیاز داشته باشید و یا کمی بهبود کافی باشد. برای این موضوع لازم است تا تعداد لایک‌ها، کامنت‌ها و ویو استوری‌های خود را با تعداد مخاطبانی که دارید، مقایسه نمایید. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که حتی در بهترین حالت هم بیش از نیمی از دنبال‌کنندگان شما حتی لایک هم نمی‌کنند و این موضوع بسیار طبیعی است. همچنین باید به این نکته توجه نمایید که چه طیف مخاطبی مدنظر شما است. درواقع ممکن است ۵۰ مخاطب هدف، بهتر از هزاران مخاطبی باشد که تبدیل به مشتری نمی‌شوند. در این مرحله توصیه می‌شود که از مخاطبان فعال خود تا حد امکان اطلاعات کسب نمایید. این امر باعث می‌شود که متوجه بسیاری نکات مشترک در بین آنها شوید که در برنامه‌ریزی‌های آتی، کمک‌رسان خواهند بود.

۲-اهداف مشخصی داشته باشید

اهداف غیرواقعی باعث خواهد شد تا تلاش‌های شما با نتایج مورد انتظار همراه نباشد که این امر بدون شک منجر به ناامیدی شما می‌شود. در این زمینه نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که هیچ‌گاه یک شبه نمی‌توان به وضعیت ایده‌آل دست پیدا کرد. به صورت میانگین شما به زمانی در حدود دو سال نیاز خواهید داشت تا صفحه‌ای مناسب را ایجاد نمایید. تحت این شرایط بسیار مهم است که اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدتی را انتخاب نمایید که در طول یکدیگر و مکمل هم هستند. در نهایت فراموش نکنید که شما باید پیگیری‌های لازم را نسبت به اهداف انجام دهید تا از روند رو به رشد، اطمینان داشته باشید.

۳-مخاطبان را به واکنش تشویق نمایید

اگرچه بسیار ساده به نظر می‌رسد، با این حال این امر که مستقیما از افراد بخواهید که اقداماتی نظیر لایک، کامنت و اشتراک‌گذاری محتواها را انجام دهند، خود باعث خواهد شد تا میزان این امر افزایش پیدا کند. با این حال برای این امر که از این بخش بالاترین حد نتایج را به دست آورید، لازم است تا مشوق‌های متنوعی را داشته باشید. برای مثال قرعه‌کشی و تعیین جایزه، همواره تاثیرگذار است. پس از مدتی فعالیت و کسب اطلاعات از ویژگی‌های مخاطبان خود می‌توانید موارد بهتری را ارائه نمایید تا واکنش نشان دادن نسبت به شما، به عادت افراد تبدیل شود. نکته‌ای که نباید فراموش کنید این است که اگر محتوای شما ارزشمند و جذاب باشد، خود باعث خواهد شد تا افراد بیشتری با شما تعاملات لازم را داشته باشند. به همین خاطر لازم است تا به کیفیت محتواهای خود نیز توجه داشته باشید.

۴-محتواهای موردنیاز مخاطبان خود را انتخاب کنید

این امر که براساس نیاز مخاطب گام بردارید، امری بسیار مهم محسوب می‌شود. در این زمینه برای شناسایی می‌توانید از نرم‌افزارهای مختلفی استفاده نمایید که سلیقه جامعه هدف شما را از طریق اقداماتی نظیر پیدا کردن بیشترین جست و جوها در بستر اینترنت، پیدا می‌کنند. با این حال اقدامات ساده‌تری هم وجود دارد. برای مثال پرسش مستقیم هم می‌تواند شما را به پاسخ موردنیاز برساند. در این راستا تنها کافی است تا نظرسنجی داشته باشید و از افراد بخواهید که موضوعات مورد علاقه خود را انتخاب نمایند. نکته‌ای که در این بخش باید مورد توجه خود قرار دهید این است که برای نیاز مخاطب، نقطه پایانی وجود نداشته و لازم است تا به صورت مداوم به دنبال موارد جدیدتر باشید. درواقع در شبکه‌های اجتماعی صرفا فعالیت مهم نبوده و لازم است تا فعالیتی حرفه‌ای و نتیجه‌بخش داشته باشید.

۵-از عکس و فیلم استفاده نمایید

با توجه به این امر که مشاهده به مراتب ساده‌تر از مطالعه است، توصیه می‌شود که تمامی محتواهای شما حاوی عکس و فیلم باشد. درواقع شما باید به دنبال ساده‌تر کردن همه چیز باشید. در این زمینه حتی استفاده از اینفوگرافی‌ها و پادکست‌ها نیز بسیار مهم خواهد بود. به صورت کلی اگر محتوای شما بیش از ۴۰۰ کلمه است، شانس مطالعه آن به شدت کاهش پیدا خواهد کرد. در نهایت این نکته را فراموش نکنید که عکس و فیلم حرفه‌ای، جذابیت اقدام شما را افزایش می‌دهد و از نظر سئو نیز دارای نتایج مثبت است. تحت این شرایط طبیعی است که شانس دیده‌شدن بالاتری را داشته باشید.

۶-اعتبار خود را افزایش دهید

اعتماد کردن در بستر اینترنت امری بسیار سخت است. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود که به دنبال افزایش اعتبار خود باشید. در این راستا کسب مجوزها اگرچه الزامی‌ترین اقدام است. با این حال نباید از همکاری با افراد معتبر و مشهور نیز غافل شوید. این امر اعتبار برند شما را افزایش می‌دهد. در این راستا شما با اقداماتی نظیر نقد و بررسی محصول، در نهایت می‌توانید فروش بالاتری را هم داشته باشید. همچنین برای این امر که ماندگار شوید، لازم است تا فعالیت مداومی را داشته باشید. به همین خاطر هم کمک گرفتن از فردی به عنوان ادمین صفحه شما در شبکه و یا شبکه‌های اجتماعی، امری کاملا مهم خواهد بود. به صورت میانگین پیام‌های کاربران باید در کمتر از یک ساعت، پاسخ داده شود.

۷-به ایونت‌ها و ترندها توجه داشته باشید

بسیاری از اتفاقات است که مورد توجه جدی افراد قرار دارد که با توجه به آنها می‌توانید موفقیت‌های فوق‌العاده‌ای را به دست آورید. در این زمینه انواع ایونت‌ها هر ماه برگزار می‌شود که می‌تواند راهی برای تعامل بیشتر با مخاطبان شما باشد. در این زمینه فراموش نکنید که شما همواره می‌توانید برگزارکننده ایونت‌ها هم باشید. در شبکه‌های اجتماعی، به صورت مداوم برخی از موضوعات به عنوان ترند مطرح می‌شوند که توجه به آنها بدون شک زمینه تعامل بهتر و بیشتر را به همراه دارد. درواقع بسیاری از صفحات، با توجه به این بخش مخاطبان بسیاری را جذب می‌کنند.

۸-زمان‌بندی مناسب را فراموش نکنید

اگرچه انتشار محتواهای ارزشمند و جذاب امری بسیار مهم است با این حال اگر آنها در زمانی مناسب و براساس ترتیب ارسال نشوند، شانس موفقیت کمی را خواهید داشت. در این راستا فراموش نکنید که زمان طلایی ارسال محتوا، برای هر پلتفرم و منطقه‌ای متفاوت است. درواقع نباید خود را محدود به آمارهای جهانی کنید. در این زمینه بهترین راهکار این است که به عملکرد برندهای رقیب توجه داشته باشید. در نهایت زمان‌بندی کمک خواهد کرد تا مخاطبان بتوانند محتواهای مورد علاقه خود را شناسایی کرده و پیگیر شما باشند که خود زمینه تعامل را به همراه دارد.

۹-پیشنهادهای جذاب ارائه دهید

پیشنهادی ارائه دهید که باعث شود تا افراد تمایل لازم برای اشتراک گذاشتن شما با اطرافیان را داشته باشند. در این راستا با کمی شناخت مخاطبان می‌توانید موارد بسیار جالبی را پیدا کنید. نکته دیگری که لازم است تا به آن توجه داشته باشید این است که شما باید در تلاش برای شروع ارتباط باشید. به همین خاطر بهانه‌هایی برای پیام دادن مستقیم به مخاطبان را پیدا کنید.

۱۰-شوخ‌طبعی را فراموش نکنید

در نهایت اگر افراد با شما احساس راحتی لازم را داشته باشند، طبیعی است که تمایل آنها برای پیام دادن به شما نیز افزایش پیدا کند. در این زمینه توصیه می‌شود که یک سیاست کلی را داشته باشید. پس از کسب اطلاعات لازم، اقدام به شخصی‌سازی شوخی‌های خود نمایید. این امر که اطلاعات را یادداشت کنید، کمک خواهد کرد که همواره بتوانید شیوه مورد علاقه افراد را تکرار کنید. در این رابطه توصیه می‌شود که نگاهی به عملکرد برندهای موفق داشته باشید. آمارها در این زمینه حاکی از آن است که استفاده از ایموجی‌ها، در این زمینه بسیار کاربردی است.

منبع: business۲community.com

اصول همکاری با دورکارها

به قلم: دنیل بیشاپ
نویسنده حوزه مدیریت
مترجم: امیر آل‌علی

شیوع جهانی ویروس کرونا باعث شده است تا اکثر برندها مجبور به استفاده از دورکاری باشند. این موضوع باعث تغییراتی در فضای کسب و کار شده و نتایج مثبت آن، مدیران را به سمت تداوم این شیوه متمایل ساخته است، با این حال آیا نسبت به اقداماتی که در رابطه با کارمندان دورکار باید در اولویت قرار گیرد، اطلاع دارید؟ بدون شک عدم توجه به این موارد می‌تواند تجربه‌ای تلخ را به همراه داشته باشد. در رابطه با مزیت‌های دورکاری توجه به برخی از آمارها مهم است. برای مثال به صورت معمول، افراد نزدیک به دو ساعت زمان برای رفت و آمد از محل کار به خانه اختصاص می‌دهد. این امر در حالی است که یک کارمند دورکار، از زمانی که بیدار می‌شود، آماده شروع فعالیت خواهد بود. همچنین مدیران نیز دیگر به اختصاص فضای کاری نیاز نداشته و این امر باعث می‌شود که در هزینه‌ها صرفه‌جویی شود. درواقع دورکاری باعث می‌شود که دیگر محدود به استخدام از منطقه فعالیت خود نباشید. در ادامه اصولی را بررسی خواهیم کرد که باعث می‌شود تا راندمان کاری دورکاها به حداکثر ممکن برسد.

۱-اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت ایجاد نمایید

برای این امر که فعالیت‌ها در راستای یک هدف و با نظم انجام شود، تعیین اهداف بسیار مهم خواهد بود. درواقع یکی از اشتباهات رایج مدیران این است که اهداف و انتظارات خود را به درستی تعیین نمی‌کنند و این امر باعث می‌شود که کارمند اقداماتی را انجام دهد که الزامی محسوب نمی‌شوند. به همین خاطر از ابتدای کار لازم است تا به خوبی کارمندان دورکار خود را نسبت به اهداف بلندمدت و کوتاه مدت آگاه نمایید و پس از آن نسبت به اقداماتی که باید انجام شود، همفکری داشته باشید. درواقع همفکری کمک خواهد کرد تا روند کارها به مراتب بهتر پیگیری شود. در آخر فراموش نکنید که میان اهداف بلندمدت و کوتاه مدت شما باید ارتباط لازم برقرار باشد و حتما این موارد را مکتوب نمایید تا در هر لحظه امکان مشاهده مجدد آنها وجود داشته باشد.

۲-شماره تلفن مجازی ایجاد نمایید

برای کنترل هزینه‌ها این امر که از شبکه‌های ارتباطی استفاده کنید، امری بسیار مهم خواهد بود. با این حال بهتر است که هر کارمند یک شماره مجازی و یا حداقل مخصوص کار داشته باشد. این امر باعث خواهد شد تا امنیت آنها تامین شود و همواره امکان پیگیری موارد وجود داشته باشد. در این زمینه ایجاد یک سیستم تلفنی گویا نیز به بهبود ارتباط با مشتری کمک خواهد کرد. درواقع یکی از مشکلات رایج کارمندان دورکار این است که درگیر مکالماتی می‌شود که به صورت مستقیم با آنها ارتباط ندارد. در نهایت این اقدام کمک خواهد کرد تا افراد دقیقا ندانند که فرد پاسخ‌دهنده، در کدام کشور و یا منطقه قرار دارد که این امر جلوه‌ای حرفه‌ای‌تر به کسب و کار شما می‌دهد.

۳-از اهمیت وبینارها غافل نشوید

دور بودن کارمندان از یکدیگر نباید باعث شود که از کار تیمی غافل شوید. در این زمینه ضروری است تا وبینارهای منظمی را داسته باشید تا درباره اقداماتی که انجام شده است، گفت و گو نمایید. در این زمینه فراموش نکنید که افراد باید در گروه‌های مختلف قرار گیرند. برای مثال ممکن است تیم فروش، به وبینارهای روزانه نیاز داشته باشد که حضور شما و یا سایر کارمندان، ضرورتی را نداشته باشد. درواقع شما باید بسترهای لازم برای حفظ ارتباط کارمندان را ایجاد نمایید. همچنین ایجاد گروه در یک شبکه ارتباطی و استفاده از فضای ذخیره‌سازی ابری، به بهبود هرچه بیشتر اقدامات شما کمک خواهد کرد.

۴-از آموزش غافل نشوید

امروزه با توجه به رشد تکنولوژی، یادگیری نیز به مراتب ساده‌تر شده است. درواقع تا چند سال گذشته افراد به حضور در آموزشگاه‌ها محدود بودند. با این حال اکنون می‌توان بدون خارج شدن از خانه و یا دفتر کار خود، در یک دوره آنلاین حضور پیدا کرد. در این رابطه برندهای ارائه‌دهنده چنین خدماتی، تخفیف‌های ویژه برای کسب و کارها در نظر گرفته‌اند که این امر باعث می‌شود تا فعالیت در این زمینه چندان هزینه‌بر نباشد. هنگامی که کارمندان شما در معرض آموزش درست و مداوم باشند، طبیعی است که راندمان کاری آنها نیز متحول شود.

۵-جوایزی را تعیین نمایید

از دیگر اقداماتی که لازم است تا مورد توجه قرار دهید، ایجاد تمایل برای بهبود و پیشرفت است. درواقع هنگامی که افراد تصور کنند تنها کافی است تا در حد انتظارات ظاهر شوند، طبیعی است که تمایلی به بهترشدن را نداشته باشند. در کنار این مسئله نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که نگاه شما به کارمندان باید کاملا عادلانه باشد. در موارد متعددی مشاهده شده است که مدیران به کارمندان کشورهای دیگر، نگاهی عادلانه در مقایسه با کارمندان هموطن خود ندارند. این نکته را همواره مورد توجه داشته باشید که در جهان امروز، چنین اقداماتی حتی می‌تواند منجر به اخراج شما شود. در کنار این موضوع با شناخت بهتر کارمندان خود می‌توانید مشوق‌های بهتر و شخصی‌سازی شده پیدا کنید. با این حال به صورت کلی اقداماتی نظیر اضافه حقوق، مرخصی، جایزه نقدی و کارت هدیه از رایج‌ترین موارد محسوب می‌شود.

۶-ساعت کاری شناور داشته باشید

با توجه به این امر که افراد در منازل خود هستند، طبیعی است که انتظارات دیگری از آنها وجود داشته باشد. درواقع هنگامی که در محل کار هستید، دیگر اعضای خانواده با شما کاری ندارند، با این حال این مسئله برای دورکارها صادق نخواهد بود. تحت این شرایط اگر انتظار داشته باشید که افراد در ساعت‌های خاصی حضور و فعالیت داشته باشند، بدون شک نتایج بدی را تجربه خواهید کرد. در این راستا توصیه می‌شود که تنها خروجی را مورد توجه قرار دهید و افراد را در زمان انجام آنها آزاد بگذارید. از دیگر نکاتی که لازم است تا به آن توجه نمایید این است که از افراد بخواهید زمان پیشنهادی خود برای اقداماتی نظیر برقراری تماس تصویری و ایجاد وبینار را مطرح نمایند. تمامی این موارد کمک خواهد کرد تا سختی‌های کار، کمتر شود.

۷-بررسی عملکرد داشته باشید

این امر که افراد را در پایان هر ماه نسبت به عملکردی که داشتند، مطلع نمایید کمک خواهد کرد تا ضعف‌ها به خوبی شناسایی شود و در تلاش برای رفع آنها باشید. در این زمینه فراموش نکنید که این اقدام شما نباید حالت متهم کردن را داشته باشد. درواقع شما باید همواره به حفظ روحیه تیم خود نیز توجه داشته باشید. در نهایت فراموش نکنید که هیچ دلیلی برای ادامه همکاری با کارمندی وجود ندارد که نمی‌تواند انتظارات را برآورده نماید. درواقع اگر تلاش‌ها برای تغییر با نتایج لازم همراه نبود، توصیه می‌شود که به دنبال فردی جدید باشید. در این زمینه بهتر است که قبل از مطرح کردن این امر، فرد موردنظر را پیدا کنید. علت این امر به این خاطر است که چنین خبری، می‌تواند باعث شود که راندمان کاری فرد، به پایین‌ترین حد ممکن برسد.

۸-از دیگران یاد بگیرید

در نهایت توصیه می‌شود که شیوه رفتاری مدیران دیگر را به عنوان الگوی خود قرار دهید و مقالات مرتبط با این موضوع را به صورت مدام مطالعه نمایید. این امر کمک خواهد کرد تا همواره بهترین رفتارها و اقدامات را داشته باشید.

منبع: business۲community.com

فراخوان تجدید مزایده

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۵۰۲۸۹۵

اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی خراسان رضوی

اداره کل میراث فرهنگی ، گردشگری و صنایع دستی خراسان رضوی در نظر دارد ، مرمت و بهره برداری از ۵ رباط تاریخی در سطح استان را بر اساس ماده ۲۷ قانون الحاق ۲ ، از طریق مزایده عمومی برای مدت ۲۰ سال واگذار نماید .
متقاضیان می توانند ضمن دریافت ومطالعه اسناد ، پس از بازدید محل ، قیمت پیشنهادی خود را اعلام نمایند .
- مهلت دریافت اسناد : از تاریخ درج اولین آگهی لغایت پایان وقت اداری (ساعت ۱۹) روز پنج شنبه مورخ ۱۴۰۲/۳/۱۸
- محل دریافت اسناد : از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir می باشد.
- مهلت تحویل پیشنهاد قیمت ها : تاپایان وقت اداری (ساعت ۱۳) روز دو شنبه مورخ ۱۴۰۲/۳/۲۹ از طریق سامانه ستاد می باشد.
- تاریخ بازگشایی پاکات : ساعت ۱۰:۰۰ صبح روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۴/۴ در محل سالن جلسات اداره کل می باشد .

شماره غرفه	نام رباط	نوع کاربری	مساحت (مترمربع)	مبلغ کارشناسی مرمت واحیاء (ارقام به ریال)	مبلغ اجاره ماهانه (ارقام به ریال)
۱	کامه تربت حیدریه	فرهنگی -اقامتی -پذیرایی	۲۰۰۰	۷۶/۶۸۴/۰۰۰/۰۰۰	۱۱/۰۰۰/۰۰۰
۲	آهنگ بجستان	فرهنگی-پذیرایی	۱۸۲	۳۰/۴۱۱/۰۰۰/۰۰۰	۴/۵۰۰/۰۰۰
۳	یونسی بجستان	فرهنگی -اقامتی -پذیرایی	۲۰۰۰	۹۰/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۲۰/۰۰۰/۰۰۰
۴	مزینان داورزن	فرهنگی -اقامتی -پذیرایی	۴۰۰۰	۶۵/۰۶۳/۰۰۰/۰۰۰	۳۲/۰۰۰/۰۰۰
۵	سنگ بست فریمان	فرهنگی -اقامتی -پذیرایی	۳۵۰۰	۸۰/۲۰۴/۰۰۰/۰۰۰	۸/۵۰۰/۰۰۰

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۳/۰۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۰۸

اداره کل میراث فرهنگی ، گردشگری و صنایع دستی خراسان رضوی

۲۰۹

آگهی مناقصه عمومی

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۵۰۳۹۸۷

یل آباد

دهیاری یل آباد در نظر دارد به استناد صورتجلسه شماره ۱۶۱۴ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۷ شورای اسلامی روستای یل آباد اجرای عملیات عمرانی مشروحه زیر را ازطریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط حقوقی دارای صلاحیت و گواهینامه پیمانکاری در رشته راه و باند و یا ابنیه واگذار نماید.

عنوان پروژه	مبلغ برآورد اولیه پروژه(ریال)	مبلغ سپرده شرکت در مناقصه(ریال)
پروژه سنگفرش معابر	۷,۹۴۳,۲۸۱,۴۵۷ ریال	۳۹۷,۱۶۴,۰۷۳ ریال

۱-حداقل رتبه مورد نیاز: رتبه ۵ راهسازی یا ابنیه از مراجع ذیصلاح
۲-مدارک مورد نیاز جهت تحویل اسناد مناقصه:واریز مبلغ ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال به شماره حساب ۵۴۳۱۲۶۱۳۴۵۹۶۲۵۱۲ نزد پست بانک شعبه قزوین بابت دریافت اسناد مناقصه مدارک داخل اسناد مناقصه:۱- پاکت الف: تضمین شرکت در مناقصه ۲- پاکت ب: مدارک شرکت، اساسنامه، گواهی صلاحیت، اظهارنامه ظرفیت کاری، گواهی صلاحیت ایمنی اداره کار و تامین اجتماعی، کپی شناسنامه و کارت ملی مدیرعامل و هیئت مدیره، رزومه با پیوست نسخ پیمان مشابه در دو سال گذشته تا قبل از تاریخ درج این آگهی، تاییدیه و مورد قبول بودن فرم شروط مناقصه، مدارک بیمه و مالیاتی، حسن شهرت، توان مالی پیمانکار با ارائه پرینت ۳ ماهه گردش حساب شرکت و سایر مدارک الزامی و مالکیتی از جمله ماشین آلات
شرکت. ۳- پاکت ج: فرم آنالیز قیمت و پیشنهاد قیمت.
سایر مدارک الزامی: ۱- تایید و مهر و امضاء فرم درخواست شرکت در مناقصه و تصریح اینکه شرکت در مناقصه و دادن پیشنهاد به منزله قبول شروط و تکالیف دهیاری موضوع ماده ۱۲ و بند - ح - ماده ۹ آیین نامه مالی دهیاریها می باشد که به مدارک پیشنهاد پیوست گردد.
۲- تکمیل و تایید فرم تعهد مناقصه گر(پیمانکار) که به مدارک پیشنهاد پیوست گردد.
۳-محل و مهلت اخذ اسناد مناقصه و قبول پیشنهادات :متقاضیان میتوانند از تاریخ ۱۴۰۲/۰۳/۰۸ لغایت ۱۴۰۲/۰۳/۲۱ نسبت به اخذ اسناد اقدام نمایند و از تاریخ ۱۴۰۲,۰۳,۲۲ لغایت ۱۴۰۲,۰۴,۰۱ جهت بارگذاری اسناد اقدام نمایند بدیهی است به پیشنهاد هایی که پس از تاریخ مذکور تحویل گردند، و همچنین پیشنهادهای مبهم و مخدوش به هیچ عنوان ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۴-سپرده شرکت در مناقصه واریز مبلغ مندرج در جدول فوق به حساب دهیاری یل آباد به شماره ۵۴۳۱۲۶۱۳۴۵۹۶۲۵۱۲ نزد پست بانک شعبه قزوین به عنوان تضمین شرکت در مناقصه یا ضمانت نامه بانکی معتبر معادل مبلغ فوق با قابلیت تمدید ۳ ماهه اقدام و و ارسال نمایند.(شناسه ملی دهیاری یل آباد ۱۴۰۰۶۹۶۲۳۹۸۵)
۵- دهیاری در رد یا قبول پیشنهادات مختار بوده و شرکت در مناقصه به هیچ وجه حق و حقوقی را برای مناقصه گران ایجاد نمی نماید. برندگان اول ،دوم و سوم در صورتی که ظرف یک هفته کاری (به جز ایام تعطیل) حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده شرکت در مناقصه آنها ضبط و وصول خواهد شد.
۶-هزینه اگهی به عهده برنده می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۰۸ تاریخ انتشار نوبت دوم چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۱۷

دهیاری یل آباد

۱۸۰

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

شناسه آگهی : ۱۵۰۳۹۲۷

سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور
اداره کل آموزش فنی وحرفه ای استان مرکزی

اداره کل آموزش فنی وحرفه ای استان مرکزی در نظر دارد فراخوان تکمیل پروژه سالن چند منظوره مرکز آموزش فنی و حرفه ای شهرستان ساوه را به شماره ۲۰۰۲۰۰۴۱۰۱۰۰۰۰۰۱ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.
مواعد زمانی:
- تاریخ انتشار فراخوان: ۱۴۰۲/۰۳/۰۸
- مهلت دریافت اسناد فراخوان:۱۴۰۲/۰۳/۱۶
- مهلت ارسال پیشنهادات:۱۴۰۲/۰۳/۲۷
- زمان بازگشایی پاکت ها ۱۴۰۲/۰۳/۲۸
نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ضمانت نامه بانکی یا واریز وجه نقد به مبلغ ۴۳۳/۵۰۰/۰۰۰
اطلاعات تماس و آدرس دستگاه :اراک-خیابان قائم مقام فراهانی -نرسیده به میدان امام حسین(ع)-اداره کل آموزش فنی وحرفه ای استان مرکزی تلفن:۳۴۴۵۶۰۴۲-۰۸۶ همراه۰۹۱۸۳۶۱۹۹۴۳

اداره کل آموزش فنی وحرفه ای استان مرکزی

۱۷۸

برگزاری جلسه مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با دبیر هماهنگی شورای مبارزه با مواد مخدر

اهواز – شبنم قجاوند: دیدار صمیمانه مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان باد دبیر هماهنگی شورای مبارزه با مواد مخدر با موضوع تشکیل کمیته فضای مجازی ستاد برگزار گردید.

دیدار صمیمانه مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با دبیر هماهنگی شورای مبارزه با مواد مخدر در روز سه شنبه دو خرداد ماه با موضوع تشکیل کمیته فضای مجازی ستاد با محوریت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و برگزاری برنامه های روز جهانی و هفته مبارزه با مواد مخدر برگزار گردید. در این نشست جناب آقای نجاتی، دبیر هماهنگی شورای مبارزه با مواد مخدر ، حجت الاسلام کلاه کج، مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان و کارشناسان این حوزه حضور داشتند.

جناب آقای نجاتی با اشاره به در پیش بودن روز جهانی و هفته مبارزه با مواد مخدر با تاکید بر اهمیت فعالیت دستگاه های فرهنگی بویژه اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی در بخش های فرهنگی و هنری به تشریح برنامه ها و عناوین هفته مذکور پرداخت.

وی بر تشکیل کمیته فضای مجازی ستاد مبارزه با مواد مخدر در کنار دیگر کمیته های ستاد با محوریت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه تولید محتوا تاکید کرد.

در ادامه حجت الاسلام کلاه کج به آمادگی این اداره کل با بهره گیری از ظرفیت های حوزه فرهنگ و هنر در بخش آگاه سازی جامعه به منظور پیشگیری و کاهش معضلات اجتماعی بویژه مواد مخدر اشاره کرد و گفت: نقش هنر در تولید آثار هنری و سینمایی با رویکرد خاطره سازی فعالیت های فرهنگی و هنری به منظور ماندگاری آثار در اذهان عمومی بسیار تاثیرگذار است.

در پایان جناب آقای دکتر صالحی (دبیر کمیته توسعه مشارکت های مردمی شورای هماهنگی مبارزه با مواد مخدر) و آقای دکتر منصوری خواه (مسئول حوزه پیشگیری از آسیب های اجتماعی اداره کل ارشاد خوزستان) به رایزی و همکاری مشترک در خصوص هرچه با شکوه تر برگزار کردن برنامه های روز و هفته جهانی مبارزه با مواد مخدر که از سی خرداد ماه آغاز می شود و به مدت یک هفته ادامه دارد، پرداختند.

در کارگاه آموزشی ویژه مدیران دستگاه‌های اجرایی آذربایجان شرقی عنوان شد؛

مدیران در مسند امور اداری جانب عدالت را رعایت کنند

تبریز – فلاح: معاون سیاسی و اجتماعی استاندار آذربایجان شرقی با اشاره به اینکه بیشترین نارضایتی‌ها در مراجعات مردم به ادارات ایجاد می شود، گفت: مدیران باید پاسخ به مطالبات، رفع مشکلات و رعایت حقوق شهروندی را در اولویت کار خود قرار دهند و همواره پاسخگوباشند.

تراب محمدی در کارگاه آموزشی ویژه مدیران دستگاه‌های اجرایی آذربایجان شرقی، اظهار کرد: مدیران دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی استان برای تحقق منشور حقوق شهروندی، پیگیری مطالبات و رفع مشکلات مردم را در راس برنامه‌های خود قرار دهند و به‌عنوان قاضی در مسند امور اداری، جانب عدالت را رعایت کنند.

وی به عدم آشنایی بسیاری از مدیران با مسایل حقوقی اشاره کرد و گفت: مدیران باید با مباحث حقوقی آشنایی داشته باشند تا حقی از مردم ضایع نشود.

محمدی اظهار کرد: در برخی از قوانین، دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌ها نه تنها گرهی از مشکلات مردم حل نمی‌شود، بلکه گره‌های کوری هم ایجاد می‌شود که رفع آنها مستلزم آشنایی با الزامات حقوقی و قانونی از سوی مدیران است.

وی گفت: همه ما نیازمند رعایت قانون هستیم و نسبت به همدیگر حقوقی داریم که لازم است مراعات شود.

مدیرکل دفتربازرسی، مدیریت عملکرد و امور حقوقی استانداری آذربایجان شرقی نیز گفت: دوره‌های آموزشی امور حقوقی، برای ارتباط موثر و مستمر استانداری و دستگاه‌های اجرایی با معاونت حقوقی ریاست جمهوری برنامه‌ریزی شده و این معاونت نقش مهمی در تدوین لوایح، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها دارد.

محمدرضا سلطان‌زاده گفت: معاونان «تحقیقات و آموزش حقوق شهروندی»، «قانون اساسی» و «هماهنگی و برنامه‌ریزی امور حقوقی» و مدیرکل آموزش معاونت حقوقی ریاست جمهوری در کارگاه‌های آموزشی امروز مباحث مربوط را تدریس می کنند.

راستای اجرای فصل جدید برنامه‌های آموزش حقوقی دستگاه‌های اجرایی، پیش از ظهر امروز (پنج‌شنبه) چهار دوره کارگاه آموزشی ویژه مدیران کل و مدیران و کارشناسان حقوقی دستگاه‌های اجرایی آذربایجان شرقی برگزار شد.

در این کارگاه‌های آموزشی که با اهتمام دفتر بازرسی، مدیریت عملکرد و امور حقوقی استانداری آذربایجان شرقی برگزار شد، معاونان معاونت حقوقی ریاست جمهوری به تدریس مباحث مربوط پرداختند.

این کارگاه‌ها شامل «الزامات حقوقی مبارزه با فساد در دستگاه‌های اجرایی» و «بایسته‌ها و شایسته‌های اجرای قانون اساسی» برای مدیران کل و «سازوکارهای حقوقی رفع اختلاف بین دستگاه‌های اجرایی» و «اصول تنظیم قراردادهای اداری» برای مدیران و کارشناسان حقوقی دستگاه‌های اجرایی آذربایجان شرقی برگزار شد

مدیر عامل آبفای استان اصفهان به مناسبت روز روابط عمومی و ارتباطات در جمع فعالان این عرصه اعلام کرد:

روابط عمومی و آموزش همگانی ویترین شرکت است

اصفهان - معصومه قاسمی: مدیرعامل آبفای استان اصفهان به مناسبت روز روابط عمومی و ارتباطات در جمع کارشناسان و مسئولان روابط عمومی و آموزش همگانی این شرکت، روابط عمومی را ویترین شرکت خواند که با تولید محتوا، عملکرد بخش های مختلف را برای مخاطبان درون و برون سازمان به نمایش می گذارد.

حسین اکبریان با اشاره به بیانات مقام معظم رهبری پیرامون جهاد تبیین گفت: در سال ۱۴۰۲ روابط عمومی و آموزش همگانی باید با بهره مندی از علم روز، چگونگی خدمات رسانی خود به مردم را خلاقانه در اختیار مخاطبان در فضای مجازی و رسانه های مکتوب و ملی قرار دهند. که در نهایت این امر منجر به ارتقای سواد آبی مخاطبان درون و برون سازمان می شود.

مدیرعامل آبفای استان اصفهان بیان داشت: از فعالان عرصه روابط عمومی انتظار می رود که سختی و چالش هایی که صنعتگران آبفا در راستای خدمات رسانی به مردم به ویژه تامین و توزیع عادلانه آب و جمع آوری، انتقال و تصفیه فاضلاب با آن مواجه هستند را در قالب های گوناگون به مخاطبان انعکاس دهند.

اکبریان استفاده از ظرفیت خیرین برای خدمات رسانی به مردم را یکی دیگر از برنامه های آبفا اعلام کرد و خاطر نشان ساخت: آبفا درصدد است از ظرفیت خیرین برای خدمات رسانی گسترده به مردم در سطح استان بهره مند شود که در این زمینه فعالان عرصه روابط عمومی می توانند با اطلاع رسانی جامع و به موقع بسترهای حضور پررنگ خیرین فراهم کنند.

در ادامه این برنامه، مدیرکل روابط عمومی استانداری اصفهان گفت: در حال حاضر دفتر روابط عمومی یکی از بخش های راهبردی هر دستگاه و شرکتی محسوب می شود، چرا که فعالان روابط عمومی با نگاه فرهنگی و ترویجی سعی در نهادینه کردن اهداف و رویکرد سازمان خود در جامعه دارند.

مجید شمس اعلام کرد: درصدد تشکیل شورای هماهنگی روابط عمومی ها به صورت تخصصی هستیم که با این امر فعالیت این بخش در سازمان ها و شرکت ها مورد ساماندهی قرار می گیرد

وی روابط عمومی آبفا را یکی از پویاترین روابط عمومی های دستگاه های خدمت رسان برشمرد و اعلام کرد: ارزیابی های صورت گرفته بیانگر این است که روابط عمومی آبفای استان اصفهان در زمینه فرهنگی، ترویجی و اطلاع رسانی یکی از بهترین و تخصصی ترین روابط عمومی های دستگاه های خدمت رسان محسوب می شود که انتظار می رود این رویه همچنان ادامه یابد.

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی آذربایجان شرقی:

هشت هزار و ۶۰۰ پروژه نیمه‌تمام در کشور وجود دارد

تبریز – فلاح: رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی آذربایجان شرقی گفت: وضعیت شاخص‌های کلان اقتصادی استان در سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد تلاش عوامل اجرایی استان در بهبود این شاخص‌ها رو به جلو بوده است.

محمد فرشکاران در دیدار محمد حسین فرهنگی، نماینده تبریز، آذرشهر و اسکو در مجلس اظهار کرد: در مقطع فعلی تحرک بخشی به فعالیت‌های اقتصادی استان بسیار ضروری و مهم است.

وی با بیان اینکه وضعیت شاخص‌های کلان اقتصادی استان در سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد تلاش عوامل اجرایی استان در بهبود این شاخص‌ها رو به جلو بوده است، افزود: نرخ مشارکت اقتصادی آذربایجان شرقی به میزان ۱،۵ درصد از میانگین کشوری بالاتر رفته و بخش خصوصی کاملا همراه بوده و بخش عمومی هم گردش مدار توسعه را تسریع می‌کند.

وی با اشاره به وجود حدود هشت هزار و ۶۰۰ پروژه نیمه‌تمام در کشور، تصریح کرد: به اندازه ۴۰ سال آینده در کشور پروژه زخمی وجود دارد که سرعت توسعه را کند ساخته اند، بنابراین باید عاقلانه رفتار کرده و تا آنجا که امکان دارد از شروع پروژه های جدید خودداری کنیم.

این مسوول توضیح داد: در آذربایجان شرقی توجه به شاخص‌ها، آمایش، مدل و قرارگیری در مدار توسعه و توازن استان مهم بوده و لازم است پروژه ها با اولویت سنجی به اتمام رسند.

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی آذربایجان شرقی تاکید کرد: از پروژه‌هایی که در راستای توسعه استان و گره‌گشایی موضوعات کلان هستند تمام قد حمایت می‌کنیم اما معتقدیم در شرایط فعلی شروع پروژه جدید به علم، نگاه و آینده‌نگری ما لطمه خواهد زد.

وی در ادامه بر ضرورت تقویت اعتبارات راه‌های شریانی و پروژه‌های آب و فاضلاب استان تاکید و اضافه کرد: قصد ما به انجام رساندن پروژه ها است و باید انقلابی در پروژه‌های راه، آب و فاضلاب استان ایجاد کنیم.

در این دیدار نماینده تبریز، آذرشهر و اسکو، عملکرد تیم مدیریتی آذربایجان شرقی را در تصویب و تخصیص اعتبارات مصوب سفر اول ریاست جمهوری به استان بسیار مطلوب ارزیابی کرد و گفت: پروژه های آب و فاضلاب با سلامتی و زندگی مردم ارتباط مستقیمی دارند و باید در اولویت تخصیص اعتباری و اتمام قرار گیرند.

محمدحسین فرهنگی در عین حال خاطرنشان ساخت: هر پروژه نیمه تمامی که به اتمام می‌رسد، فشار اقتصادی بر جامعه کاهش یافته و سرعت توسعه افزایش می‌یابد.

مرکز تلفنی ۱۲۲ در خط مقدم ارائه خدمات آبفا به مردم قرار دارد

پاسخگویی به ۲۵۰ هزار تماس مردمی

قم- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم گفت: مرکز تلفنی ۱۲۲ در خط مقدم ارائه خدمات آبفا به مشترکین قرار دارد.

به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان قم، مهندس حسن بختیاری در مراسمی که به‌منظور تجلیل از تلاش‌های کارکنان دفتر ارتباط با مشتریان شرکت آب و فاضلاب به مناسبت روز ملی ارتباطات و روابط عمومی برگزار شد در سخنانی گفت: مرکز تلفنی ۱۲۲ در خط مقدم ارائه خدمات شرکت به مشترکین قرار دارد لذا فعالیت در این مرکز از اهمیت بسزایی برخوردار است.

وی با بیان اینکه این مرکز از درگاه‌های اصلی ارتباط شرکت آب و فاضلاب با مشترکان است، خاطرنشان کرد: کارکنان این مرکز به عنوان نماد شرکت آبفا به شمار می‌روند بنابراین نحوه تعامل آن‌ها با مردم در افزایش رضایت از خدمات بسیار مهم است.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم بر لزوم تجهیز مرکز تلفنی ۱۲۲ به تجهیزات به‌روز تأکید کرد و یادآور شد: با وجود اینکه مرکز ارتباط با مشتریان آبفای قم همواره جزو برترین‌های کشور بوده اما برای ماندن در این جایگاه باید خودمان را هم به لحاظ فردی و هم به لحاظ سازمانی به دانش و امکانات روز مجهز کنیم.

قائم‌مقام شرکت آب و فاضلاب استان نیز در این مراسم ضمن قدردانی از کارکنان پرتلاش مرکز تلفنی ۱۲۲ گفت: در حال حاضر تمام خدمات شرکت آب و فاضلاب از طریق این مرکز و تنها با یک تلفن قابل‌ارائه است.

عبدالحمید توکلی بینا با بیان اینکه تنها ۳۲ درصد خدمات ارائه‌شده در این مرکز فوریتی بوده است، اظهار داشت: مابقی خدمات ارائه‌شده غیر فوریتی بوده و این بدان معناست که این مرکز گستره وسیعی از خدمات را به مردم بدون مراجعه حضوری ارائه می‌دهد.

مدیر دفتر ارتباط با مشتریان شرکت آب و فاضلاب استان قم نیز در این مراسم گزارشی از فعالیت‌های این مرکز ارائه کرد و گفت: در سال گذشته کارشناسان این مرکز به ۲۵۵ هزار تماس مردمی به صورت شبانه‌روزی پاسخ دادند که ۹۳ درصد این تماس‌ها از شهر قم و مابقی از شهرهای تابعه استان بوده است.

قاسم معارف وند با بیان اینکه ۲۰ هزار تماس برای پرداخت قبض و ۷۰ هزار تماس برای اعلام رقم کنتور بوده است، خاطرنشان کرد: در سال گذشته حدود ۳۰ هزار حادثه آب و ۴ هزار و ۵۰۰ حادثه فاضلاب به مرکز تلفنی ۱۲۲ آبفای قم اعلام شد که توسط واحدها و اکیپ‌های عملیاتی مورد رسیدگی قرار گرفت.

در ادامه این مراسم مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب با یکی از مشترکان که از مرکز ۱۲۲ تلفنی قم خدمات دریافت کرده بود و تماس تلفنی گرفت و نحوه ارائه خدمات به این مشترک را موردبررسی قرار داد.

تجلیل از کارکنان مرکز ارتباط با مشتریان شرکت آب و فاضلاب آخرین برنامه این مراسم بود که توسط مدیرعامل و قائم‌مقام آبفای قم صورت گرفت.

درخشش نماینده قرآنی گاز گلستان در مرحله نهایی چهاردهمین دوره مسابقات سراسری شرکت ملی گاز ایران

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: در مرحله نهایی چهاردهمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم ونهج البلاغه ویژه کارکنان وهمسران کارکنان شرکت ملی گاز ایران که از دوم تا پنجم خردادماه سال جاری در مجتمع نفت محمود آباد استان مازندران برگزارشد نماینده قرآنی گازگلستان رتبه دوم را کسب کرد.در این مسابقات که باحضور علاقه مندان و نمایندگان قرآنی از شرکت های تابعه ملی گاز برگزار شد شرکت کنندگان در رشته های مختلف قرآنی و نهج البلاغه با هم رقابت کردندکه آقای عبدالحکیم کوچکی توانست با افتخار رتبه دوم رشته حفظ ۵ جزء قرآن کریم را از آن خود کند. در مراسم اختتامیه این مسابقات که با حضورمسئولین برگزاری مسابقات انجام شد ، برگزیدگان برتر هر رشته بویژه نماینده گاز گلستان با دریافت لوح تقدیر مورد تجلیل قرار گرفتند. در همین رابطه روابط عمومی و شورای فرهنگی گازگلستان ضمن تقدیر از متولیان برگزاری این مسابقات ، کسب این افتخار ارزشمند را به نماینده قرآنی ومجموعه کارکنان شرکت تبریک و تهنیت عرض نموده و آرزوی توفیقات روز افزون ایشان را در سایر عرصه های زندگی مسئلت‌نمود.

اخبار

برای نخستین بار در صنعت برق کشور؛

محصول دانش بنیان در شرکت توزیع نیروی برق تبریز تولید شد

تبریز – فلاح: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز گفت: برای نخستین بار در صنعت برق کشور، محصول دانش بنیان شبیه ساز احیای قلبی ریوی با استفاده از تکنولوژی های واقعیت مجازی متاورس و هوش مصنوعی در این شرکت تولید شد.

عباس حسامی با بیان اینکه این شبیه ساز توسط یکی از کارکنان شرکت توزیع نیروی برق تبریز طراحی شده است، گفت: این شبیه ساز در ۱۹۷ کشور دنیا ثبت اختراع شده و برای اولین بار در صنعت برق در شرکت توزیع برق تبریز اجرایی شده است.

حسامی ادامه داد: مهمترین آسیب وارده به یک نفر برق گرفته ایست قلبی هست و به دلیل آموزش های سنتی، همکاران مهارت لازم برای اجرا و کنترل استرس های محیطی را ندارند.

وی با بیان اینکه شبیه ساز احیای قلبی ریوی در هفت محیط مختلف، ۳۲ سناریو و بر روی ۶ نوع بیمار پیاده سازی شده است، اضافه کرد: این محصول دانش بنیان در سه محیط آموزش، تمرین و آزمون فرآیند احیا به صورت هوشمند آموزش داده می شود.

حسامی خاطرنشان کرد: با استفاده از این شبیه ساز، ضمن کاهش تلفات انسانی، افزایش بهره وری و بازده آموزشی و هوشمندسازی، قدم مهمی در راستای کاهش هزینه های آموزش پرسنلی در سطوح شرکت های تابعه وزارت نیرو برداشته خواهد شد. این محصول در حاشیه هفتمین کنفرانس GIS (سیستم اطلاعات مکانی) و هوشمند سازی در صنعت آب و برق رونمایی شد. این کنفرانس دوم و سوم خردادماه ۱۴۰۲ در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران برگزار شد

مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت وگاز مارون خبر داد:

آتش نشانان نفت و گاز مارون حریق ۱۲۰ هکتار از جنگل های شاخ کوپال را مهار کردند

اهواز – شبنم قجاوند: مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت وگاز مارون از اطفا و مهار کامل آتش سوزی حدود ۱۲۰ هکتار از جنگل های شاخ کوپال توسط آتش نشانان این شرکت خبر داد که باعث جلوگیری از یک فاجعه بزرگ در روستاهای بخش غیزانیه شد.

مهندس قباد ناصری اقدام به هنگام، شجاعانه و جهادی آتش نشانان و کارشناسان ایمنی این شرکت برای نجات مردم و محیط زیست پیرامونی را نشانه تعهد و التزام به همجواران و باور به مسئولیت اجتماعی دانست و اظهار داشت: مبارزه چندین ساعته این عزیزان باعث شد که از یک فاجعه جلوگیری شود؛ ممکن بود درصورت عدم اقدام آتش نشانان، آتش به خانه ها و طویله ها نفوذ و جان مردم یا احشام را به خطر بیاندازد. دکتر مهدی خزائی، سرپرست HSE شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون در تشریح این حادثه گفت: ظهر روز پنجشنبه چهارم خرداد، وقوع یک فقره آتش سوزی در جنگل های شاخ کوپال، حدفاصل مجتمع صنعتی کوپال و مارون-۱، به اطلاع واحدهای آتش نشانی شرکت رسید و ۴ تیم آتش نشانی افزون بر ۳ تانکر آب پشتیبان به سرعت در محل حاضر و با کمک نیروهای محلی ابتدا از نفوذ آتش به روستاها جلوگیری و سپس در بیش از ۸ ساعت پرالتهاب، حریقی با وسعت حدود ۱۲۰ هکتار را مهار و منطقه را ایمن کردند.

شایان ذکر است، در بخشی از این عملیات انبارهای کاه روستائیان در معرض آتش قرار گرفت که مجموعه ایستگاه های آتش نشانی شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون وارد عمل شده و از نفوذ آتش به این انبارها جلوگیری به عمل آوردند.

بخشدار غیزانیه نیز که به همراه مردم در این عملیات مشارکت داشتند، از تلاش های دلاورانه کارکنان شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون صمیمانه قدردانی کرد.

بازدید مدیرعامل فولاد هرمزگان از خط تولید همزمان با ریخته‌گری گرید جدید

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان در بازدید از خط تولید که همزمان با ریخته‌گری گرید جدید همراه بود، گفت: در فولاد هرمزگان به عنوان یک شرکت پیشرفته فولادی، به دنبال تولید محصولات جدید با ارزش افزوده بالاتر برای کسب جایگاه بهتر در بازار رقابتی هستیم.

به گزارش روابط عمومی شرکت فولاد هرمزگان، عطاالله معروفخانی به همراه جمعی از مدیران شرکت از خط تولید بازدید کرد که این بازدید با ریخته‌گری یک گرید جدید در فولاد هرمزگان همراه شد که یکی از سخت‌ترین و پیشرفته‌ترین گریدهای فولادی و دارای ارزش افزوده بالا است. در این بازدید مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان در گفت‌وگو با خبرنگار روابط عمومی با اشاره به رویکرد شرکت برای تولید محصولات جدید، بیان کرد: امروزه در بازارهای داخلی و جهانی رقابت میان فولادسازان بسیار دشوار شده و قطعا در سال جاری نیز این رقابت سخت‌تر خواهد بود. از این رو در فولاد هرمزگان رویکرد اصلی، تولید محصولات ویژه و دارای ارزش افزوده بالا برای کسب بازارهای جدید و رقابت‌پذیری بیشتر در مقابل سایر فولادسازان است؛ضمن اینکه گریدهای خاص فولادی دارای قیمت بالاتر و ارزش افزوده بیشتر هستند و تولید و فروش آن‌ها می‌تواند به درآمدزایی بیشتر شرکت کمک کند.

وی تصریح کرد: خوشبختانه کارکنان زحمتکش فولاد هرمزگان توانستند در تاریخ ۲۴ اردیبهشت ماه یکی از گریدهای فولادی گروه ۶ با عنوان ۶۲۳۸ را برای نخستین بار تولید کنند که این گرید و یک گرید دیگر که در روزهای گذشته در فولاد هرمزگان تولید شد، جزو دشوارترین گریدها به شمار می‌روند و مهم‌ترین ویژگی این گریدها را می‌توان استحکام بالا و مقاومت به سایش نام برد. از این رو گرید یاد شده در تولید شافت، میل‌لنگ، قالب‌های پرسی، کپسول‌های CNG به کار می‌رود.

معروفخانی ادامه داد: برای ریخته‌گری این گروه باید چند عملیات ویژه تحت شرایط خاص انجام داد و نمی‌توان آن را مانند فولادهای معمولی در هر زمانی تولید کرد. از این رو برای تولید فولادهای گروه ۶ دستورالعمل‌هایی را تهیه کردیم که باید از ابتدا تا انتها به طور کامل رعایت شود. همچنین محصولی که طبق این دستورالعمل تولید می‌شود باید فولاد تمیز باشد.

مدیرعامل فولاد هرمزگان در پایان با اشاره به رکوردشکنی‌های سال گذشته و فروردین ماه امسال فولاد هرمزگان، گفت: ثبت رکورد کمی تنها یک جنبه تولید فولاد است و فولاد هرمزگان به جنبه کیفی و تولید گریدهای ویژه و دارای ارزش افزوده توجه می‌کند. از این رو هر سال تولید گریدهای دارای ارزش افزوده در فولاد هرمزگان افزایش می‌یابد.

رالی خانوادگی ویژه ایثارگران استان قم برگزار می شود

قم- خبرنگار فرصت امروز: معاون فرهنگی بنیاد شهید و امور ایثارگران استان قم گفت: رالی خانوادگی ویژه طلاب شاهد و ایثارگر و جانبازان ۷۰ درصد استان قم همزمان با میلاد امام علی بن موسی الرضا (ع) در قم برگزار می شود.

به گزارش ایثار واحد استان قم، حجت الاسلام محمد ناروئی افزود: این مراسم با هدف گرامی داشت دهه کرامت و ایجاد نشاط روحی جانبازان و خانواده معظم شهدا روز چهارشنبه دهم خرداد ماه برگزار می شود.

وی ادامه داد: این مسابقه از مجتمع توانبخشی ایثار قم و طی فراخوانی با شرکت طلاب شاهد و ایثارگر و جانبازان ۷۰ درصد استان به همراه خانواده برگزار می گردد.

حجت الاسلام ناروئی عنوان کرد: در این مرحله حدود ۸۰ خودرو با ۱۲۰ نفر از ایثارگران و خانواده هایشان، ساعت ۹ صبح روز چهارشنبه از مجتمع توانبخشی ایثار قم حرکت و ۱۰۰ کیلومتر راههای مواصلاتی استان را طی می کنند. وی افزود: این برنامه به همت بنیاد شهید و امور ایثارگران استان قم و با مشارکت هیات اتومبیل رانی و اداره کل ورزش و جوانان برگزار می شود.

فولاد مبارکه به عنوان شرکت برتر بورسی در بخش تالار محصولات صنعتی ایران معرفی شد

اصفهان – لیلا قاسمی: فولاد مبارکه در دومین همایش تجلیل از برترین‌های بورس کالای ایران که با عنوان «همراهان شفافیت» و با حضور وزیر امور اقتصادی و سرپرست وزارت صمت برگزار شد، به‌عنوان شرکت برتر بورسی در بخش تالار محصولات صنعتی ایران معرفی و از این شرکت تجلیل شد.

دومین همایش تجلیل از برترین‌های بورس کالای ایران روز دوشنبه اول خردادماه با حضور وزیر امور اقتصادی و دارایی، سرپرست وزارت صمت، رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار و جمع کثیری از مقامات و تولیدکنندگان دولتی و خصوصی کشور برگزار شد.

در این همایش از ۴۰ شرکت تولیدی، هلدینگ، انجمن و بانک به دلیل رشد فروش و خرید مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای، توسعه بازار مالی و ارائه خدمات متنوع به مشتریان و به‌عنوان «همراهان شفافیت» در اقتصاد ایران با ارائه لوح و تندیس تقدیر به عمل آمد. برترین‌ها در این همایش در ۱۲ بخش تخصصی مرتبط با بازارهای فیزیکی و مالی بورس کالای ایران معرفی شدند که مبسوط آن به شرح زیر است: در بخش تالار محصول‌های صنعتی، فولاد مبارکه اصفهان، ملی صنایع مس ایران، فولاد خوزستان، ذوب‌آهن اصفهان، آلومینیوم ایران (ایرالکو)، جهان فولاد سیرجان، فولاد کاوه جنوب کیش و آهن و فولاد ارفع، ۸ شرکتی بودند که به‌عنوان برترین‌ها در این عرصه شناخته شدند.

برگزاری جشن دهه کرامت در شهرک امام رضا (ع)

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: هم‌زمان با دهه کرامت جشن گرامیداشت این ایام با همکاری سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری بندرعباس در شهرک امام رضا (ع) برگزار شد.

به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس به نقل از روابط عمومی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری بندرعباس، هم‌زمان با دهه کرامت جشن گرامیداشت این ایام با همکاری سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری بندرعباس و مسجد امام رضا(ع) در شهرک امام رضا (ع) برگزار شد.

این جشن با اجرای برنامه‌های هنری،اجرای سرود،سخنرانی، طنز، مولودی‌خوانی و با حضور خادمین حرم امام رضا (ع) و زیارت پرچم متبرکه حرم امام رضا(ع) با استقبال شهروندان این محله همراه بود

دستگیری سارقان خودرو با کشف ۴ خودروی سرقتی در گرگان

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: سرهنگ "علی تجری" در تشریح جزئیات این خبر اظهارکرد: در پی وقوع چند فقره سرقت خودرو در حوزه، موضوع در دستور کار ماموران انتظامی قرار گرفت.وی افزود: ماموران کلانتری ۱۳ در پی تحقیقات گسترده پلیسی و بررسی اطلاعات جمع آوری شده از صحنه‌های سرقت، موفق شدند سارقان را شناسایی کنند.فرمانده انتظامی شهرستان گرگان گفت: سارقان، خودروهایی همچون پراید و مزدا را سرقت می کردند که پس از هماهنگی قضائی، در یک عملیات غافلگیرانه هر ۲ سارق سابقه دار دستگیر ، جهت بررسی بیشتر به یگان انتظامی منتقل شدند.سرهنگ علی تجری با بیان اینکه پلیس برخورد با سارقان را به جدیت در دستور کار قرار داده افزود: خودروهای سرقتی کشف شده در اسرع وقت تحویل مالباختگان می گردد و متهمان نیز با پرونده متشکله، تحویل مراجع قضائی شدند.

هر آنچه مدیران در رابطه با آموزش نیروی کار باید بدانند!

راهکارهای مهارت‌افزایی نیروی کار

نویسنده: علی آل‌علی

در دنیا جا به اندازه کافی برای همه کارآفرینان نیست. به همین خاطر سالانه کلی از استارت‌آپ‌ها و کارآفرینان‌شان از کورس رقابت خارج می‌شوند. این اتفاق درباره نیروی کار هم به چشم می‌خورد. به طوری که کلی از کارمندان در سراسر دنیا آخر هر سال ترس از اخراج یا از دست دادن موقعیت شغلی‌شان به هر شکلی را دارند. البته اینجا مثل دوران مدرسه خبری از امتحانات آخر سال نیست. در عوض این مهارت‌ها و توانایی‌های هر فرد است که تکلیف نهایی را روشن می‌کند. با این حساب اصلا جای تعجب ندارد که کارآفرینان دائما در دوره‌های آموزشی شرکت کنند.

یکی از مباحثی که در طول سال‌های اخیر محبوبیت بی‌نهایت زیادی پیدا کرده، آموزش نیروی کار است. اجازه دهید با یک مثال خودمانی منظورمان را بهتر بیان کنیم. مدیر یک آژانس مسافرتی را در نظر بگیرید که برای جذب مسافران بیشتر قصد راه‌اندازی یک تیم بازاریابی را دارد. بی‌شک مدیر قصه ما می‌تواند از همان اول سراغ مارکترهای برتر بازار رفته و یک همکاری هیجان‌انگیز را با آنها شروع کند. البته اگر جیب کارآفرین قصه ما خالی باشد، آن وقت اوضاع حسابی فرق خواهد کرد؛ چراکه همکاری با آدم‌های کارکشته در بازار همیشه هزینه‌های زیادی روی دست آدم می‌گذارد. یک میانبر هوشمندانه در چنین شرایطی استفاده از کارمندان فعلی شرکت و تلاش برای آموزش نکات کلیدی بازاریابی به آنهاست. به طوری که بعد از چند ماه بازاریاب‌های همه فن حریف برای شرکت داشته باشیم.

این روزها آموزش و طراحی دوره‌های مهارت‌افزایی برای نیروی کار دست‌کمی از اردوهای تمرینی تیم‌های ورزشی ندارد. البته اینجا نه بر روی توانایی فیزیکی افراد، بلکه مهارت‌های کاری‌شان تمرکز می‌شود. اگر شما هم فکر می‌کنید آموزش کارمندان شرکت کمکی هرچند کوچک به توسعه کسب و کارتان می‌کند، این مقاله کاملا مخصوص شماست. ما در ادامه برخی از روش‌های کلیدی برای آموزش و تقویت مهارت‌های کارمندان شرکت را زیر ذره بین خواهیم برد. پس با ما همراه باشید تا تبدیل به یک کارشناس همه فن حریف در طراحی دوره‌های آموزشی شوید؛ آن‌هم با کمترین قیمت!

آموزش نیروی کار: چطور و چگونه

حرف زدن درباره خیلی از کارها در این دنیا بی‌نهایت ساده‌تر از انجام دادن‌شان است. احتمالا شما هم کسانی را دیده‌اید که صبح تا شب درباره موضوعی حرف می‌زنند، اما حتی یک لحظه هم به سوی انجامش نمی‌روند، مگر نه؟ راستش را بخواهید، آموزش نیروی کار هم تقریبا چنین اوضاعی دارد. کلی کارشناس در سراسر دنیا درباره این موضوع سخنرانی می‌کنند. با این حال وقتی نوبت به عمل می‌رسد، اوضاع کاملا عوض خواهد شد. انگار که هر کاری به غیر از حرف زدن درباره آموزش کارمندان مثل ورود به دنیای ناشناخته است. البته شما لازم نیست نگران چنین موضوعی باشید؛ چراکه ما در ادامه این دنیای ناشناخته را به اتفاق شما زیر و رو خواهیم کرد.

شما در ادامه یاد می‌گیرید که چطور بدون هزینه‌ای گزاف به کارمندان شرکت آموزش‌های تازه بدهید. اینطوری به مرور زمان کارتان توسعه بیشتری پیدا کرده و دیگر لازم نیست دائما نگران سطح پایین مهارت‌های نیروی کارتان باشید.

آموزش در حین کار: ایده‌ای همیشه جذاب

یک راننده خوب چطور مهارت‌های لازم برای قهرمانی در فرمول یک را به دست می‌آورد؟ شاید فکر کنید اسطوره‌هایی مثل شوماخر سر کلاس درست مهارت‌های رانندگی را یاد گرفته‌اند. خب در این صورت باید کمی تصورتان از موضوع را تغییر دهیم. شما هر چقدر هم که درباره گاز و دنده عوض کردن خودرو مطلب به گوش‌تان بخورد، تا وقتی پشت فرمان قرار نگیرید هیچ تجربه مفیدی کسب نخواهید کرد. اصلا مگر مهارت‌هایی مثل رانندگی را داخل کتاب‌های درسی آموزش می‌دهند؟

ایده ما در این بخش برای آموزش نیروی کار بی‌نهایت ساده و در عین حال کاربردی است. کافی است افراد موردنظرتان را در موقعیت‌های واقعی قرار دهید. مثلا اگر دوست دارید چند تا کارشناس روابط عمومی به تیم‌تان اضافه کنید، بد نیست اعضایی از شرکت که به این حوزه علاقه دارند را چند هفته در موقعیت مورد نظر قرار دهید. اینطوری فضای خوبی برای آزمایش اوضاع خواهید داشت. به طوری که هم عیار کارمندان موردنظرتان سنجیده می‌شود، هم اینکه به مرور زمان مهارت‌های لازم برای کار در بخش روابط عمومی دست آنها خواهد آمد؛ به همین سادگی.

تمام معنا و مفهوم آموزش در حین کار تلاش برای صرفه‌جویی در هزینه‌های جاری است. بی‌شک برگزاری یک مستر کلاس برای آموزش تخصصی نیروی کار وقت و هزینه زیادی از شرکت‌ها می‌گیرد. به همین خاطر در دنیای کسب و کار کمتر برندی سراغ این مدل بلندپروازی‌ها می‌رود. در عوض بهتر است کارتان را با ایده‌ای جمع و جورتر دنبال کنید. نکته جالب اینکه چنین راهکاری نه تنها برای مدیران مقرون به صرفه است، بلکه از نظر کارمندان هم جذابیت خاصی دارد. خب مگر آدم چند بار شانس همکاری واقعی با یک تیم حرفه‌ای را پیدا می‌کند؟

آموزش کلاس‌محور: رویکردی کلاسیک و همچنان محبوب

کلاس‌های مدرسه را به یاد دارید؟ همان کلاس‌هایی که کلی جمعیت در کنار هم درس‌های پایه‌ای را یاد می‌گرفتند و همه امیدشان به راهنمایی‌های کلیدی معلم بود. اگر با مرور خاطرات مدرسه لبخند رضایت روی چهره‌تان نقش می‌بندد، روش کارمان در این بخش مخصوص شما خواهد بود. تمام کاری که در این بخش باید انجام دهید، یافتن یک مربی خوب برای آموزش مهارت‌های موردنظرتان به نیروی کار است.

اجازه دهید قبل از اینکه بحث‌مان حسابی پیچیده شود، کار را با مثالی واضح جلو ببریم. مدیری را در نظر بگیرید که از همان روزهای اول شروع به کارش متوجه ضعف آشکار نیروی کار در زمینه مهارت‌های ارتباطی می‌شود. بی‌شک برگزاری یک کلاس جامع برای آموزش نیروی کار گزینه منطقی خواهد بود؛ چراکه در این سناریو دیگر خبری از آموزش به گروهی محدود از کارمندان نیست. در عوض همه اعضای شرکت باید مهارتی تازه را یاد بگیرند. در چنین شرایطی یکی از نکات کلیدی توجه به ساز و کار کلاس‌هاست. به طوری که تمام اعضای شرکت فرصت و امکان یادگیری نکات تازه را داشته باشند.

مزیت مهمی که کلاس‌های حضوری برای آموزش نیروی کار دارد، آشنایی همه با آن است. کمتر کسی در دنیا هست که شناختی هرچند سطحی از اوضاع کلاس‌های آموزشی نداشته باشد. به همین خاطر دیگر لازم نیست شیوه کار را برای تک تک شرکت‌کنندگان توضیح دهید. معمولا در پایان چنین دوره‌هایی یک آزمون استاندارد برای ارائه مدارک معتبر هم گرفته می‌شود. البته برای این کار باید با موسسه‌ای معتبر در زمینه آموزش همکاری داشته باشید. اگر چندان دنبال مدارک یا کاغذ بازی‌های مرسوم نیستید، بهتر است قید این گزینه را بزنید؛ چراکه الکی هزینه‌ای مضاعف روی دست‌تان می‌گذارد. توصیه ما تلاش برای یافتن یک مربی خوب در زمینه مهارت‌های موردنظرتان است؛ همین و بس.

آموزش آنلاین: گزینه‌ای برای صرفه‌جویی در زمان

کلاس‌های حضوری گزینه‌ای جذاب و نوستالژیک محسوب می‌شود، اما کمتر مدیری دوست دارد در طول روز چند ساعت از وقت با ارزش نیروی کارش را صرف چنین برنامه‌ای کند. هرچه باشد سرعت تحولات در بازار آنقدر زیاد هست که حتی یک دقیقه هم فرصت اتلاف وقت به کسی ندهد. حالا اگر یکهو روی دو ساعت از وقت کارمندان صرف شرکت در کلاس آموزشی شود، احتمالا آخر سال دیگر خبری از برند قصه‌مان در بازار نخواهد بود.

آموزش آنلاین مفهومی است که در طول دوران کرونا حسابی سر زبان‌ها افتاد. هرچه باشد آن زمان حضور سر کلاس درس یا دوره‌های آموزشی آنقدر ریسک داشت که کسی سراغش را نگیرد. البته ماجرا فقط به دوران اوج کرونا ختم نشد؛ چراکه کلاس‌های آنلاین اصولا شرایط انعطاف‌پذیری دارند. شما لازم نیست حتما سر یک ساعت مشخص کلاس را شروع کرده و همه را مجبور کنید در آن کلاس حضور پیدا کنند. در عوض می‌توانید ساعت‌های مرده در طول روز را هدف قرار دهید. مثلا هر روز بین ساعت ۸ تا ۹ شب یک کلاس جمع و جور آنلاین برپا کنید. چه بسا حتی نیم ساعت کلاس در روز هم بعد از چند ماه مهارت‌های افراد را از این رو به آن رو کند. آن وقت دیگر لازم نیست نگران اتلاف وقت در طول روز یا هر نکته دیگری باشید.

یکی از نکات کلیدی درباره آموزش آنلاین انتخاب زمانی مناسب برای همه است. بهترین روش برای این کار نظرسنجی از اعضای شرکت خواهد بود. به علاوه، شما باید زمان کمتری هم برای کلاس‌تان در نظر بگیرید. هرچه باشد کلاس‌های آنلاین به خودی خود در مقایسه با کلاس‌های حضوری کمی حوصله آدم را سر می‌برند.

خیلی وقت‌ها مدیران آموزش آنلاین را نوعی نتفلیکس برای کارمندان تلقی می‌کنند. انگار که در طول چنین دوره‌هایی به همه خوش می‌گذرد. راستش را بخواهید، ماجرا فقط کمی شبیه به چنین توصیفی است. پس سعی نکنید با زیاده‌روی در ساعت‌های کلاس حسابی روی مخ کارمندان راه بروید.

آموزش همراه با شبیه‌سازی: به وقت پرواز!

خلبان‌هایی که تازه در دوره‌های آموزشی قبول شده‌اند، هیچ وقت بدون مقدمه هدایت یک هواپیمای واقعی را برعهده نمی‌گیرند. بی‌شک آرزوی هر خلبانی شروع به خدمت و تجربه پرواز در آسمان است، اما آژانس‌های هوایی که جان مسافران را از سر راه نیاورده‌اند. به همین خاطر معمولا آموزش‌هایی با چاشنی شبیه‌سازی برای خلبان‌ها برگزار می‌شود. به طوری که بعد از مدت زمانی کوتاه همه افراد حاضر در دوره ترس‌شان از پرواز خواهد ریخت.

ما در روزنامه فرصت امروز آموزش به شیوه شبیه‌سازی را فقط مخصوص خلبان‌ها نمی‌دانیم. خیلی از کارها در این دنیا براساس شبیه‌سازی جلو آموزش داده می‌شود. مثلا کارشناس فروشی را در نظر بگیرید که باید در طول روز جواب صدها مشتری را بدهد. بی‌شک اگر کارشناس موردنظر همینطور بی‌مقدمه کارش را شروع کند، خیلی زود از تصمیمش پشیمان خواهد شد؛ چراکه تعامل ناگهانی با کلی مشتری هر کسی را به وحشت می‌اندازد. در نقطه مقابل کسانی قرار دارند که ابتدا کارشان را تمرین و تکرار شروع می‌کنند. مثلا مدیری را در نظر بگیرید که قبل از سپردن وظیفه تولید محتوای بازاریابی به یک تیم تازه کار از آنها درخواست طراحی چند نمونه کار کند. بی‌شک این دست‌فرمان خیلی موثرتر از ورود ناگهانی به بازار خواهد بود، مگر نه؟

ماموریت اصلی در شبیه‌سازی ایجاد موقعیتی نسبتا واقع‌گرایانه برای آموزش مهارت‌های گوناگون به نیروی کار است. شما در این شرایط امکان مداخله در فرآیند آموزش را خواهید داشت. به طوری که نه به کسی فشار زیادی بیاید، نه اینکه با اشتباهی ناگهانی اعتبار برندتان زیر سوال برود.

آموزش سرگرمی‌محور: تقویت روحیه رقابتی

بازی‌های ویدئویی در طول دهه‌های گذشته دائما رشد داشته‌اند. به طوری که این روزها همه مردم دنیا درگیر این بازی‌ها شده‌اند. فرقی ندارد شما گروهی از بچه‌های مدرسه‌ای را زیر ذره بین ببرید یا گروه هدف‌تان آدم بزرگ‌ها باشند، در هر صورت بازی و سرگرمی همیشه طرفدارهای خاص خودش را دارد. درست به همین خاطر آموزش همراه با سرگرمی همیشه جواب می‌دهد. ماجرا جالب شد، نه؟

ایجاد حس رقابت برای یادگیری نکات مختلف همیشه بین کارآفرینان جواب می‌دهد. به طوری که شما برای توسعه این احساس در بین نیروی کار باید همیشه ایده‌های تازه‌ای داشته باشید. یادتان باشد، منظور ما از رقابت فقط در جهت یادگیری مهارت‌های تازه است. اگر این کار با هدف ایجاد تنش در شرکت باشد، خیلی زود اوضاع‌تان را به هم خواهد ریخت. پس سعی نکنید نوعی کینه یا دشمنی در بین کارمندان ایجاد کنید.

این روزها موسسات بسیار زیادی در سراسر دنیا مشغول ارائه خدمات تخصصی در زمینه آموزش همراه با سرگرمی هستند. البته شما لازم نیست الزاما سراغ همکاری با این افراد بروید؛ چراکه خودتان هم می‌توانید دوره‌های سرگرم‌کننده برای نیروی کار طراحی کنید. مثلا تولید محتوای بازاریابی را در نظر بگیرید؛ این کار می‌تواند در فضایی دوستانه دنبال شود. به طوری که در خلال تلاش برای یادگیری مهارت‌های مربوط به تولید محتوا از انواع المان‌های نوستالژیک، خنده‌دار و سرگرم‌کننده استفاده کنید. نکته مهم اینکه چنین المان‌هایی باید در فرآیند کار بر روی پروژه هم کاربرد داشته باشد. پس موقع انتخاب فقط به وجه سرگرم‌کننده ماجرا توجه نکنید.

تغییر موقعیت کاری: آموزش اجباری!

یادگیری مهارت‌های تازه نوعی تغییر محسوب می‌شود. شاید فکر کنید تغییر همیشه اتفاق خوبی است، اما راستش را بخواهید ماجرا اصلا اینطوری نیست. خیلی از مردم دنیا طوری درگیر عادت‌های‌شان هستند که سایه هر تغییری را با تیر خواهند زد. قبول دارم این رویکرد کمی عجیب به نظر می‌رسد، اما درکش چندان هم سخت نخواهد بود. هرچه باشد رویارویی با تغییرات همیشه آدم را وحشت زده می‌کند. به همین خاطر گاهی اوقات مدیران آموزش نکات تازه را به شیوه‌ای اجباری دنبال می‌کنند.

آموزش اجباری مفهوم جذابی نیست. خیلی از کارشناس‌ها در برابر این مفهوم گارد محکمی می‌گیرند، اما راستش را بخواهید گاهی اوقات دیگر چاره‌ای برای کارآفرینان باقی نخواهد ماند؛ چراکه یادگیری برخی از مهارت‌ها اگر برعهده خود کارمندان باشد، هرگز رنگ واقعی به خودش نخواهد گرفت. آن وقت مدیران می‌مانند و نیاز برندشان به نیروی کار متخصص که قرار نیست هیچ وقت محقق شود.

محور اصلی در آموزش اجباری تغییر موقعیت کاری افراد است. مثلا اگر شما کارشناس فروشی دارید که همیشه کارش را تلفنی دنبال کرده، باید موقعیتش را طوری تغییر دهید که مجبور شود فروش حضوری را نیز امتحان کنید. قبول دارم این اقدام خیلی سخت خواهد بود اما به مرور زمان فرد موردنظر به همه چیز عادت می‌کند. به طوری که پس از مدت زمانی کوتاه دیگر نیازی به اجبار شما به منظور یادگیری یک مهارت تازه نخواهد بود. ماجرا جالب شد، نه؟

یادتان باشد، تغییر موقعیت کاری نباید خیلی ناگهانی صورت گیرد. به علاوه، شما باید مهارت و تخصص‌های قبلی افراد را نیز مدنظر داشته باشید. وگرنه اقدام‌تان هیچ نتیجه مثبتی به همراه نخواهد داشت. پس بهتر است که کارتان را با یک مشورت مختصر به برخی از همکاران شروع کنید.

خودآموزی: شیوه‌ای مخصوص کارمندان باهوش

یک تیم کاری را در نظر بگیرید که در آن هر کس مهارت‌هایی متنوع دارد. چه بسا مهارت‌های موردنیاز هر عضو نیز با دیگری فرق داشته باشد. در این وضعیت دیگر برگزاری یک دوره جامع جواب نیازهای تیم مورد نیز نخواهد بود؛ چراکه عملا هر کسی نیاز به دوره مخصوص خودش خواهد داشت. اینجاست که تمام مشکلات سر و کله‌شان پیدا خواهد شد. خب ما تا اینجا فقط درباره برگزاری کلاس‌های دسته‌جمعی حرف زدیم.

یکی از شیوه‌های جدید که اتفاقا طرفدارهای زیادی هم در دنیای کسب و کار پیدا کرده، خودآموزی است. در این شیوه شما فقط باید زمان موردنیاز برای یادگیری مهارت‌های تازه را در اختیار نیروی کار قرار دهید. بقیه ماجرا به طور کامل از سوی آنها مدیریت خواهد شد. چه بسا برخی از کارمندان به تنهایی راحت‌تر مهارت‌های موردنیازشان را یاد بگیرند. این کار دقیقا مثل آن است که یک معلم بازیگری به جای اینکه متد خاص خودش را به زور یاد هنرجوها دهد، فقط به رفع اشکالات آنها بپردازد. ماجرا کمی عجیب به نظر می‌رسد، نه؟

بی‌شک مدیران کسب و کار دغدغه‌های خاص خودشان را دارند. به طوری که آموزش نیروی کار همیشه در اولویت‌شان نخواهد بود. پس چه بهتر که این مسئولیت مهم را به خود کارمندان واگذار کنیم. هرچه باشد کارمندان درک بهتری از نقاط ضعف خودشان دارند و کار تقویت مهارت‌ها را به خوبی انجام خواهند داد.

تنها ماموریت اصلی شما در این بخش اطمینان از یادگیری درست مهارت‌ها از سوی کارمندان است. به زبان خودمانی، شما باید مثل یک مربی دلسوز حواس‌تان به شیوه مهارت‌افزایی هر کارمند باشد تا بعد از چند ماه دوباره سر خانه اول باز نگردد.

سخن پایانی

تقویت مهارت‌های کارمندان حالا دیگر برای شما کار سختی نیست. الان چند روش مختلف برای انجام چنین کاری دم دست دارید تا راحت‌تر از همیشه ماموریت‌تان را جلو ببرید. یادتان نرود، شما نمی‌توانید به زور کسی را وادار به تقویت مهارت‌هایش کنید. پس در صورتی که با مقاومت شدید نیروی کار مواجه شدید، نباید بی‌خودی سعی و تلاش اضافه به خرج دهید. در عوض همکاری با کسانی که انگیزه کافی برای تقویت مهارت‌ها دارند، ایده بهتری خواهد بود. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای یادگیری روش‌های مهارت‌افزایی کارمندان کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی در رابطه با نکات مورد بحث در این مقاله داشتید، ما را بی‌خبر نگذارید.

منابع:

https://www.wyzowl.com/employee-/training-methods

https://elmlearning.com/blog/training-/methods

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

دوشنبه | ۸ خرداد ۱۴۰۲ | شماره ۲۲۴۵ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: ریحان

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR