

اقتصاد را از کوچه شروع کنیم

سجاد رحیمی مدیسه نویسنده و مشاور حوزه مدیریت و کسب و کار

در شرایطی که فشار اقتصادی و تورم جهشی به یکی از مهم‌ترین واقعیت‌های زندگی بسیاری از خانواده‌ها تبدیل شده است، یافتن راه‌های تازه برای ایجاد درآمد جدید یا کاهش هزینه‌ها دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت به شمار می‌آید. خانواده‌ها به‌شدت نیازمند ایده‌هایی هستند که بتوانند از امکانات موجود در نزدیک‌ترین محیط زندگی خود بهره ببرند و بدون نیاز به سرمایه‌های کلان، جریان مالی تازه‌ای برای خود ایجاد کنند. در این میان محله به‌عنوان کوچک‌ترین واحد اجتماعی و اقتصادی می‌تواند نقشی بسیار مهم ایفا کند. محله فقط مجموعه‌ای از خانه‌ها و کوچه‌ها نیست؛ بلکه یک بازار بالقوه، یک شبکه اعتماد، یک منبع مهارت و یک بستر همکاری است که اگر درست شناخته و فعال شود، می‌تواند به بسیاری از نیازهای روزمره پاسخ دهد. ایده‌های اقتصادی ملمح‌محور بر این اصل استوارند که بسیاری از کالاها و خدمات مورد نیاز ساکنان یک محله را می‌توان در همان محله و به‌جای آنکه پول از محله خارج شود، آن را در درون محله به گردش درآورد. این رویکرد در روزگار تورم و بی‌ثباتی اقتصادی اهمیت دوچندان پیدا می‌کند، زیرا هم هزینه‌ها را کاهش می‌دهد و هم منابع درآمدی پایداری برای خانواده‌ها ایجاد می‌کند.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



رانت فاصله دلارها

اقتصاد را از کوچه شروع کنیم

عین حال بر تقاضاترین مسیرهای درآمدزایی در محله به شمار می‌رود، باید توجه داشت که محله خودش یک بازار است و می‌تواند بدون نیاز به بازارهای بزرگ، خدمات مستقلی را تأمین کند. هر محله جمعیتی از کودکان، سالمندان، خانوادها، شاغلان و دانش‌آموزان دارد که هر کدام نیازهای خاص خود را دارند. یکی از ساده‌ترین و در عین حال بر تقاضاترین خدمات، نگهداری و مراقبت از کودکان و سالمندان است. بسیاری از والدین شاغل به فردی مطمئن برای نگهداری چند ساعته فرزند خود نیاز دارند و بسیاری از خانواده‌ها نیز برای مراقبت از سالمند خود به کمک نیازمندند. اگر در محله افرادی با تجربه و قابل اعتماد این خدمات را ارائه دهند، هم درآمد خوبی به دست می‌آورند و هم نیازی واقعی را پاسخ می‌دهند. نظافت منزل و راه‌پله نیز از جمله خدماتی است که در هر محله مشتریان فراوانی دارد. بسیاری از افراد به دلیل مشغله کاری یا شرایط جسمی نمی‌توانند نظافت منزل خود را به‌طور کامل انجام دهند و ترجیح می‌دهند به فردی آشنا در همان محله سفارش دهند. خشکشویی و اتوشویی محلی نیز یکی دیگر از خدمات پرکاربرد است. راهاندازی یک واحد کوچک خشکشویی در محله با سرمایه نسبتاً کم می‌تواند درآمد پایداری ایجاد کند، به‌ویژه اگر خدمات پذیرش و تحویل درب منزل نیز ارائه شود. پیک محلی با موتور یا دوچرخه نیز در بسیاری از محله‌ها بسیار کارآمد است. این خدمت می‌تواند جابه‌جایی اسناد، خریدهای کوچک، دارو و حتی غذا را پوشش دهد و برای جوانان و دانش‌آموزان دبیرستانی یک منبع درآمد منطف فراهم کند. نگهداری از حیوانات خانگی نیز در سال‌های اخیر تقاضای زیادی پیدا کرده است. برخی از خانواده‌ها هنگام سفر یا در روزهای کاری به فردی نیاز دارند که از حیوان خانگی آن‌ها مراقبت کند، به آن غذا بدهد و برای گردش بیرون برود. ارائه این خدمت در محله با اعتمادسازی قبلی می‌تواند بسیار موفق باشد. باغبانی و نگهداری از گل و گیاه نیز برای افرادی که به فضای سبز و گیاهان علاقه دارند می‌تواند هم لذت‌بخش و هم درآمدزا باشد. بسیاری از خانه‌ها و آپارتمان‌ها گیاهان آپارتمانی دارند که نیاز به رسیدگی دارند و برخی از باغچه‌های کوچک محله نیز به هرس، کاشت و نگهداری نیازمندند. نصب دوربین، آیفون تصویری و قفل هوشمند نیز از جمله خدمات فنی است که تقاضای آن در حال افزایش است. اگر فردی در محله با این تجهیزات آشنایی داشته باشد، می‌تواند با ارائه نصب و پشتیبانی، مشتریان ثابتی پیدا کند. رنگ‌آمیزی خانه و تعمیرات جزئی نیز همیشه مورد نیاز است. بسیاری از خانواده‌ها برای رنگ کردن یک اتاق، تعمیر شیر آب، تعویض چراغ یا نصب پرده به یک فرد قابل اعتماد نیاز دارند و ترجیح می‌دهند این کار را به کسی بسپارند که در همان نزدیکی است و به او دسترسی سریع دارند. نکته مشترک همه این خدمات آن است که نیازی به سرمایه اولیه زیاد ندارند و با تکیه بر مهارت‌های موجود در محله می‌توان آن‌ها را راهاندازی کرد. اعتماد و آشنایی محله‌ای بزرگ‌ترین سرمایه این نوع کسب‌وکارهاست و بازاربایی دهان‌به‌دهان می‌تواند به‌سرعت مشتری جذب کند.

گردشگری محلی و تجربه‌محور نیز یکی از فرصت‌های اقتصادی است که در برخی از شهرها و روستاها حتی با هزینه کم می‌توان آن درآمد ایجاد کرد. این ایده به‌ویژه برای روستاها، شهرهای تاریخی، مناطق کوهستانی، کویری یا مناطقی که غذا و فرهنگ خاص دارند بسیار مناسب است. گردشگری امروز دیگر فقط بازدید از بناهای تاریخی نیست؛ بسیاری از گردشگران به دنبال تجربه‌های واقعی از زندگی محلی، غذاهای اصیل، هنرهای بومی و طبیعت ناب هستند. یکی از شکل‌های این ایده، راهاندازی اقامتگاه بوم‌گردی کوچک است. یک خانه روستایی یا شهری با معماری سنتی می‌تواند با اندکی بازسازی و

تجهیز به مکانی برای اقامت گردشگران تبدیل شود. اقامتگاه بوم‌گردی برخلاف هتل‌های بزرگ، تجربه‌ای صمیمی و نزدیک به زندگی محلی ارائه می‌دهد و گردشگران بسیاری حاضرند برای آن هزینه کنند. تور پرکوره محلی نیز ایده ساده‌تری است. یک فرد آشنا به منطقه می‌تواند گردشگران را به نقاط دیدنی کمتر شناخته‌شده برود، داستان‌ها و تاریخ شفاهی محله یا روستا را روایت کند و آن‌ها را با سبک زندگی مردم منطقه آشنا کند. تجربه پخت غذای محلی برای گردشگر نیز از ایده‌های جذاب و کم‌هزینه است. یک خانواده می‌تواند گردشگران را به خانه خود دعوت کند و در کنار هم یک غذای اصیل محلی بپزد. این تجربه برای گردشگر خارجی یا حتی داخلی بسیار به‌یادماندنی است و درآمد خوبی برای خانواده ایجاد می‌کند. فروش سوغات و صنایع‌دستی نیز از قدیمی‌ترین راه‌های درآمدزایی از گردشگری است. اگر در محله افرادی هنرمند وجود دارند که می‌توانند گلیم، جاجیم، سفال، زیورآلات یا خوراکی‌های محلی تولید کنند، می‌توان با ایجاد یک نمایشگاه کوچک یا فروشگاه خانگی، این محصولات را به گردشگران عرضه کرد. راهنمای محلی برای طبیعت‌گردی یا تاریخ شهر نیز برای مناطقی که جاذبه طبیعی یا تاریخی دارند بسیار سودآور است. یک راهنمای محلی می‌تواند مسیرهای کوهستانی، کویری یا جنگلی را نشان دهد، از گیاهان دارویی منطقه بگوید و گردشگران را با آداب و رسوم آشنا کند. عکاسی محلی با لباس سنتی نیز ایده‌ای نو و پرطرفدار است. بسیاری از گردشگران علاقه دارند با لباس‌های محلی عکس یادگاری بگیرند. فراهم کردن لباس سنتی و گرفتن عکس از پسر/مینه‌های دینی می‌تواند به یک کسب‌وکار کوچک تبدیل شود. آموزش غذا، موسیقی یا هنر بومی نیز از دیگر فرصت‌های گردشگری تجربه‌محور است. یک بانوی محلی می‌تواند به گردشگران طرز تهیه یک غذای خاص را آموزش دهد، یک نوازنده محلی می‌تواند چند ساعت کارگاه موسیقی برگزار کند و یک هنرمند صنایع‌دستی می‌تواند تجربه ساخت یک اثر را به گردشگران بدهد. این فعالیت‌ها هم درآمدزایی می‌کنند و هم فرهنگ محله را زنده نگه می‌دارند. نکته مهم این است که گردشگری محلی نیازمند سرمایه‌گذاری سنگین نیست؛ بلکه بیش از هر چیز به خلاقیت، مهمان‌نوازی و شناخت درست از ظرفیت‌های محله وابسته است. با تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی و همکاری با دفاتر گردشگری می‌توان به‌تدریج مسافران را جذب کرد.

ایجاد باشگاه مهارت محله نیز یکی دیگر از ایده‌های اقتصادی محله‌محور است که می‌تواند در بلندمدت توانمندی ساکنان را افزایش دهد. باشگاه مهارت در واقع جایی برای آموزش مهارت‌های کوتاه‌مدت به ساکنان محله است. در شرایط اقتصادی دشوار، یادگیری یک مهارت جدید می‌تواند مسیر درآمدزایی را برای افراد هموار کند یا به آن‌ها کمک کند تا هزینه‌های زندگی خود را کاهش دهند. مهارت‌هایی مانند خیاطی، تعمیرات ساده، فروش آنلاین، آشپزی اقتصادی، حسابداری ساده، بسته‌بندی و بازاریابی از جمله آموزش‌هایی است که می‌توان در این باشگاه ارائه کرد. فرض کنید یک خیاط ماهر در محله زندگی می‌کند و حاضر است هفته‌ای یک جلسه به چند نفر از همسایه‌ها خیاطی یاد بدهد. این آموزش می‌تواند برای برخی از آن‌ها به یک شغل خانگی تبدیل شود یا یک فرد آشنا با فروش اینترنتی می‌تواند به دیگران یاد بدهد که چگونه محصولات خود را در شبکه‌های اجتماعی و فروشگاه‌های آنلاین عرضه کنند. در بسیاری از خانواده‌ها، زنان و جوانان مهارت‌هایی دارند که فقط نیاز به جهته‌دی و آموزش تکمیلی دارند تا به درآمد تبدیل شوند. باشگاه مهارت محله می‌تواند در یک خانه، مسجد، حسینیه، فرهنگسرا یا حتی فضای باز برگزار شود و هزینه آموزش نیز می‌تواند بسیار پایین یا حتی بر اساس تئاتر باشد. برای

نمونه فردی که خیاطی یاد می‌گیرد می‌تواند در ازای آموزش، بخشی از محصولات تولیدی خود را به مدرس بدهد یا در کارهای او کمک کند. این باشگاه علاوه بر آموزش، باعث ایجاد شبکه‌های اجتماعی و اقتصادی جدید در محله می‌شود. افرادی که در یک دوره آموزشی شرکت می‌کنند، بعداً می‌توانند با یکدیگر تعاونی تشکیل دهند یا به هم سفارش معرفی کنند. همچنین آموزش آشپزی اقتصادی به خانواده‌ها کمک می‌کند تا با بودجه کمتر غذاهای سالم‌تر و متنوع‌تری تهیه کنند و در نتیجه هزینه خوراک خود را کاهش دهند. آموزش حسابداری ساده نیز به صاحبان کسب‌وکارهای کوچک محلی کمک می‌کند تا درآمد و هزینه خود را بهتر مدیریت کنند و از ضررهای ناشی از بی‌نظمی مالی جلوگیری کنند. بنابراین باشگاه مهارت محله هم یک اقدام اقتصادی است و هم یک سرمایه‌گذاری اجتماعی که در بلندمدت توانمندی ساکنان را افزایش می‌دهد.

بازارچه هفتگی محلی نیز ایده‌ای است که می‌تواند به‌صورت منظم هر هفته محصولات خانگی و محلی را به معرض فروش بگذارد. در این بازارچه، غذاهای خانگی، صنایع‌دستی، پوشاک، کالاهای دست‌دوم و آنتیک، محصولات کشاورزی، خدمات تعمیر و آموزش به نمایش گذاشته می‌شود. این بازارچه چند کارکرد مهم دارد. نخست آنکه به تولیدکنندگان دیگر نیز با هزینه کمتر نیاز خود را برطرف کنند. این چرخه نیاز به مغازه و اجارمهای سنگین بفروشد. دوم آنکه به ساکنان محله اسکان می‌دهد تا کالاهای مورد نیاز خود را با قیمت مناسب‌تر و از افراد آشنا تهیه کنند. سوم آنکه فروش کالاهای دست‌دوم به خانواده‌ها کمک می‌کند تا وسایلی را که دیگر نیاز ندارند به پول تبدیل کنند و خانواده‌های دیگر نیز با هزینه کمتر نیاز خود را برطرف کنند. این چرخه خرید و فروش دست‌دوم در شرایط تورمی بسیار ارزشمند است، زیرا هم به کاهش هزینه‌ها کمک می‌کند و هم از هدر رفتن منابع جلوگیری می‌نماید. بازارچه هفتگی می‌تواند در یک پارک، میدان، خیابان کم‌تردد، حیاط مدرسه یا هر فضای عمومی مناسب برگزار شود. برای برپایی آن باید از شهرداری یا نهادهای محلی مجوز گرفت و یک کمیته برگزار می‌تواند از میان خود ساکنان تشکیل داد تا نظم، بهداشت و کیفیت عرضه را کنترل کند. فروش غذاهای خانگی در این بازارچه برای تعدادی بسیاری از زنان و خانواده‌ها درآمد هفتگی ایجاد کند. صنایع‌دستی و پوشاک نیز از جمله اقلامی هستند که همیشه مشتری دارند. حتی خدمات تعمیر و آموزش نیز می‌تواند در گوشه‌ای از بازارچه ارائه شود؛ برای مثال یک تعمیرکار لوازم کوچک خانگی می‌تواند میزی در بازارچه داشته باشد و تعمیرات سبک را در همان روز انجام دهد یا یک مربی می‌تواند کارگاه کوتاه‌مدت آموزش بافتنی یا آشپزی برگزار کند. بازارچه هفتگی علاوه بر جنبه اقتصادی، یک رویداد اجتماعی است که همبستگی محله را تقویت می‌کند و باعث می‌شود ساکنان با توانمندی‌های یکدیگر بیشتر آشنا شوند. با تکرار منظم این بازارچه، اعتماد میان خریداران و فروشندگان افزایش می‌یابد و مشتریان ثابت پیدا می‌شوند. به‌مرور می‌توان بازارچه را به یک برند محلی تبدیل کرد که حتی از محله‌های دیگر نیز بازدیدکننده جذب کند.

صندوق خرد محلی نیز یکی دیگر از سازوکارهای مهم اقتصادی محله‌محور است. صندوق خرد محلی به این معناست که افراد محله مبالغ کوچکی را به‌صورت منظم جمع می‌کنند و از محل آن به کسب‌وکارهای کوچک وام‌های کوتاه‌مدت می‌دهند. این ایده به‌ویژه برای محله‌هایی که دسترسی آسانی به تسهیلات بانکی ندارند یا افرادی که به دلیل نداشتن ضامن و وثیقه نمی‌توانند وام بگیرند بسیار راهگشاست. صندوق خرد می‌تواند به شکل یک صندوق قرض‌الحسنه

توصیه رئیس اتحادیه طلا به مردم: در خرید و فروش طلا عجله نکنید

قیمت طلا و سکه طی روزهای اخیر رکوردهای جدیدی را ثبت کرده و رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با هشدار نسبت به معاملات هیجانی، به مردم توصیه کرد: برای خرید و فروش طلا عجله نکنند؛ چراکه هنوز ثباتی در بازار شکل نگرفته و احتمال اصلاح قیمت‌ها وجود دارد

نادرذرافشان در گفت‌وگو با ایسنا، درباره وضعیت بازار طلا و سکه از ابتدای هفته جاری تا

آیا مدل تعیین مزد باید تغییر کند؟

حقوق یک‌ساله در اقتصاد تورمی!

فرصت امروز: هنوز چند ماه بیشتر از تعیین حداقل دستمزد سال ۱۴۰۵ نگذشته که بحث بازنگری آن دوباره به شورای عالی کار رسیده است. در نشست اخیر شورا مقرر شده کمیته مزد تشکیل شود و موضوع دستمزد امسال بار دیگر مورد بررسی قرار گیرد. این اتفاق در شرایط عادی شاید عجیب به نظر برسد؛ حداقل دستمزد معمولاً برای یک سال تعیین می‌شود و نیروی کار نیز براساس همان عدد برنامه‌ریزی می‌کنند. اما وقتی سرعت افزایش قیمت‌ها بالا باشد، یک سؤال اساسی مطرح می‌شود: آیا تعیین دستمزد برای یک سال کامل هنوز با واقعیت اقتصاد تورمی سازگار است؟ این پرسش را نباید فقط به اختلاف همیشگی کارگر و کارفرما تقلیل داد. مسئله بنیادی‌تر، فاصله میان «دستمزد اسمی» و «دستمزد واقعی» است. دستمزد اسمی همان عددی است که در فیش حقوقی نوشته می‌شود؛

چرا مقاومت دلار شکست؟

مدیریت و کسبوکار

مدیریت انضباط در محل کار

در دنیای مدیریت یک پارادوکس خطرناک وجود دارد: مدیرانی که بیش از حد خوب هستند، اغلب به بدترین رهبران تبدیل می‌شوند. این مدیران از هر گونه رویارویی و گفت‌وگوی سخت اجتناب می‌کنند. آنها اشتباهات کوچک را نادیده می‌گیرند، به امید اینکه خود به خود حل شوند، اما این اشتباهات مانند ترک های ریز روی شیشه جلوی اتومبیل به تدریج بزرگ و بزرگ تر می شوند تا جایی که یک روز کل شیشه فرو می ریزد. در آن زمان، دیگر کار از کار گذشته است و کل تیم، یعنی مسافران آن اتومبیل، آسیب می بینند. رویکرد درست به انضباط و عملکرد ضعیف کارکنان، نه به معنای سختگیری بی رحمانه است و نه چشم پوشی بی مسئولیت. یک مدیر کارآمد، مانند یک سیستم مسیریاب هوشمند و پیشرفته عمل می کند. وظیفه این سیستم رساندن راننده به مقصد است، نه تنبیه او برای هر گردش اشتباه. این سیستم با آرامش راهنمایی

محلی یا یک تعاونی اعتبار کوچک فعالیت کنند. اعضا هر ماه مبلغ مشخصی را به صندوق می‌پردازند و منابع جمع‌شده به افرادی که طرح کسب‌وکار کوچک دارند یا برای خرید مواد اولیه، ابزار کار یا تجهیزات نیاز مالی فوری دارند، به‌صورت وام کوتاه‌مدت پرداخت می‌شود. البته این کار باید با شفافیت کامل، قواعد روشن و اعتمادسازی انجام شود. در غیر این صورت ممکن است اختلاف و بی‌اعتمادی ایجاد شود و صندوق از هم بپاشد. برای موفقیت صندوق خرد محلی، بهتر است چند نفر از افراد معتمد محله هیئت مدیره را تشکیل دهند و تصمیم‌ها به‌صورت جمعی گرفته شود. مبالغ وام در ابتدا باید کوچک باشد تا ریسک نکل کاهش یابد و به‌تدریج با موفقیت صندوق، مبالغ افزایش یابد. همچنین لازم است بازپرداخت‌ها به‌صورت منظم پیگیری شود و گزارش مالی به همه اعضا ارائه گردد. یکی از مزیت‌های صندوق خرد محلی آن است که اهالی محله یکدیگر را می‌شناسند و همین شناخت می‌تواند جایگزین ضمانت‌های رسمی شود. اما همین شناخت اگر با شفافیت همراه نباشد، ممکن است به رابطه‌های شخصی آسیب بزند. بنابراین تنظیم یک آیین‌نامه ساده، ثبت دقیق پرداخت‌ها و دریافت‌ها و برگزاری جلسه‌های منظم ضروری است. صندوق خرد محلی می‌تواند به راهاندازی کسب‌وکارهایی مانند خیاطی، پخت غذا، تعمیرات، پرورش گل و گیاه یا خرید مواد اولیه کمک کند و به این ترتیب چرخ اقتصادی محله را به حرکت درآورد. همچنین می‌توان بخشی از سود یا کارمزد اندک صندوق را صرف امور خیریه محله یا حمایت از خانواده‌های نیازمند کرد تا سرمایه اجتماعی نیز تقویت شود.

شبکه فروش محلی نیز یکی از مدرن‌ترین و در عین حال ساده‌ترین ابزارهای فعال‌سازی اقتصاد محله است. امروزه تقریباً همه افراد به گوشی همراه و پیام‌رسان‌ها دسترسی دارند. از همین ابزار ساده می‌توان برای ایجاد یک شبکه فروش محلی استفاده کرد. یک گروه پیام‌رسان یا صفحه اجتماعی می‌تواند به عنوان ویرترین مجرای محله عمل کند و خدمات و محصولات ساکنان را معرفی نماید. در این شبکه، مشخص می‌شود چه کسی غذا می‌پزد، چه کسی تعمیرات انجام می‌دهد، چه کسی آموزش می‌دهد و چه کسی محصول خانگی دارد. این شبکه می‌تواند به‌صورت یک فهرست زنده از توانمندی‌های محله باشد که دالما به‌روزرسانی می‌شود. برای مثال اگر خانواده‌ای برای مهمانی به غذای خانگی نیاز دارد، می‌تواند در همین گروه سفارش خود را ثبت کند و از میان آشپزهای محلی انتخاب کند. اگر فردی قصد تعمیر پرز برق یا نصب قفسه دارد، می‌تواند از بین تعمیرکاران معرفی‌شده در گروه یکی را انتخاب کند. این شبکه همچنین می‌تواند محلی برای تبادل کالاهای دست‌دوم، اعلام نیازهای محله و حتی اشتراک‌گذاری آموزش‌های کوتاه باشد. برای موفقیت شبکه فروش محلی، لازم است یک یا چند مدیر گروه، نظم و صحت اطلاعات را کنترل کنند و از ورود تبلیغات نامربوط و کلاهبرداری جلوگیری نمایند. بهتر است اعضای شبکه همگی از ساکنان همان محله یا محله‌های مجاور باشند تا اعتماد و دسترسی سریع حفظ شود. معرفی خدمات همراه با عکس، قیمت و شماره تماس می‌تواند به تصمیم‌گیری خریداران کمک کند. همچنین اسکان ثبت نظر و امتیاز برای هر فروشنده یا خدمت‌دهنده می‌تواند کیفیت را بالا ببرد. شبکه فروش محلی در واقع دیجیتال کردن همان اقتصاد محله‌ای است و می‌تواند مکمل بازارچه هفتگی و تعاونی‌ها باشد. با گسترش این شبکه، خانواده‌ها می‌توانند بسیاری از نیازهای خود را بدون خروج از محله و با قیمت‌های رقابتی تأمین کنند و در عین حال به همسایه‌های خود کمک کنند تا درآمد کسب کنند.

ادامه در صفحه ۴

میدان گازی جدید فارس چقدر می تواند ناترازی گاز را جبران کند؟

مدیر اکتشاف شرکت ملی نفت ایران با اشاره به کشف میدان گازی جدید در جنوب فارس گفت: این میدان حدود ۵۵۰۰ میلیارد فوت مکعب گاز قابل استحصال دارد و در صورت توسعه و ورود به مدار تولید، می‌تواند به تامین گاز کشور و کاهش ناترازی کمک کند.

به گزارش ایسنا، روز گذشته وزیر نفت از کشف میدان گازی جدید با ظرفیت برداشت ۵۷۰۰ میلیارد فوت مکعب گاز در جنوب استان فارس خبر داد که حجم گاز قابل برداشت از این میدان معادل ظرفیتی است که می‌تواند گاز مورد نیاز یک فاز پارس جنوبی را برای حدود ۱۵ سال تامین کند.

به تاکید پانزاد این گاز بهاصطلاح شیرین است و همین ویژگی سبب می‌شود هزینه‌های عملیات توسعه و همچنین هزینه‌های بهره‌برداری از میدان کاهش یابد.

در همین راستا، سیدمحی‌الدین جعفری- مدیر اکتشاف شرکت ملی نفت ایران- در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به کشف میدان گازی جدید در جنوب استان فارس، اظهار کرد: این میدان در شهر خنج استان فارس قرار گرفته و طول آن حدود ۵۰ کیلومتر و عرض آن حدود چهار کیلومتر است.

وی افزود: در این میدان تا عمق حدود ۴۹۰۰ متر حفاری انجام شده و مخزن آن حدود ۴۵۰ متر ضخامت دارد. این گاز در بخش زمین‌شناسی موسوم به «دهرم بالایی» کشف شده است.

مدیر اکتشاف شرکت ملی نفت ایران با بیان اینکه حدود ۷۷۰۰ میلیارد فوت مکعب حجم گاز درجای این میدان برآورد شده است، گفت: حجم گاز قابل استحصال این میدان حدود ۵۵۰۰ میلیارد فوت مکعب است.

جعفری ادامه داد: این میدان واقعاً یکی از پیچیده‌ترین میدان‌های کشف‌شده در دو دهه اخیر بود و از لحاظ زمین‌شناسی، تکرارشدگی و گسل‌خوردگی پیچیدگی زیادی داشت که با زحمت و تلاش همکاران در مدیریت اکتشاف، این کشف به نتیجه رسید و خبر آن توسط مقام عالی وزارت نفت اعلام عمومی شد.

مدیر اکتشاف شرکت ملی نفت ایران با اشاره به اهمیت این کشف برای کشور گفت: ما به گاز نیاز داریم و متأسفانه در اسفند سال گذشته، دشمن به تولید گاز ما آسیب زد و ناترازی گاز بیشتر شد. به هر حال، اگر این گاز به مرحله تولید برسد، اثر مستقیم آن در خانه‌های مردم خواهد بود.

جعفری ادامه داد: میعانات این میدان نیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. این میعانات می‌تواند برای خوراک پتروشیمی‌ها و همچنین پالایشگاه‌های تولید بنزین مورد استفاده قرار گیرد و در قالب خوراک تولید بنزین نیز می‌تواند صادر شود.

وی با بیان اینکه این میدان ارزش اقتصادی قابل توجهی دارد، گفت: ارزش ذاتی گاز این میدان با احتساب میعانات، حدود ۴۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود.

مدیر اکتشاف شرکت ملی نفت ایران در ادامه با اشاره به برنامه‌های اکتشافی این شرکت در سراسر کشور، اظهار کرد: فعالیت‌های اکتشافی متعددی را در سراسر جغرافیای خاکی و خلیج فارس انجام می‌دهیم و تمرکز ما اکنون بر مناطق مرزی است؛ چه در غرب کشور با کشور عراق و چه در شمال‌غرب و شمال‌شرق کشور و حتی شرق کشور. جعفری افزود: در حال حاضر فعالیت‌های ژئوفیزیکی متعددی در حال انجام است تا ساختار زیرزمین نواحی مختلف برای عملیات حفاری اکتشافی مشخص شود. عملیات کشف نفت و گاز نیز در نواحی مرزی به عنوان اولویت و همچنین در نواحی داخلی کشور در حال انجام است و همکاران ما در جغرافیای مختلف آبی و خاکی کشور این فعالیت‌ها را دنبال می‌کنند.

قیمت گواهی اسقاط خودرو افزایش یافت

معاون ایدرو از افزایش قیمت گواهی اسقاط خودروهای فرسوده با توجه به اصلاحیه جدید ماده ۱۰ قانون ساماندهی صنعت خودرو خبر داد.

به گزارش خبرگزاری مهر، سهیل معمارباشی معاون بهره برداری و صنایع حمل و نقل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران در نشست فراسویان محیط زیست و منابع طبیعی با اشاره به مصوبات ماده ۱۰ قانون ساماندهی صنعت خودرو در سال ۱۴۰۲ گفت: این آیین‌نامه با همکاری ۲۲ نهاد مرتبط با موضوع اسقاط خودروهای فرسوده تدوین شد، اما اجرای آن به‌صورت کم‌رنگ دنبال می‌شد.

وی افزود: در قانون مصوب گذشته مقرر شده بود به ازای تولید هر چهار دستگاه خودرو، یک خودروی فرسوده از رده خارج شود، اما در آیین‌نامه قبلی این نسبت به یک خودروی فرسوده به ازای تولید ۱۲ دستگاه خودرو تغییر کرده بود.

معاون بهره‌برداری و صنایع حمل‌ونقل ایدرو ادامه داد: با همکاری فراکسیون محیط زیست و منابع طبیعی، سازمان حفاظت محیط زیست و پلیس راهور، اصلاح آیین‌نامه ماده ۱۰ در دستور کار قرار گرفت.

وی با بیان اینکه بر اساس نخستین اصلاحیه، به ازای تولید هر چهار دستگاه خودرو، یک خودروی فرسوده باید اسقاط شود گفت: همچنین در زمینه معادل‌سازی سنی خودروهای فرسوده نیز اصلاحاتی انجام شد و مقرر شد هر خودروی فرسوده، سه گواهی اسقاط تولید کند. معمارباشی بازنگری قیمت گواهی‌های اسقاط را یکی دیگر از اصلاحات این آیین‌نامه عنوان کرد و افزود: این تغییر با هدف ترغیب صاحبان خودروهای فرسوده به تحویل خودرو و افزایش روند اسقاط انجام شده است.

وی با اشاره به هدف‌گذاری برنامه هفتم پیشرفت برای اسقاط سالانه ۵۰۰ هزار دستگاه خودروی فرسوده گفت: با توجه به افزایش هزینه‌ها، قیمت مواد اولیه و هزینه‌های جاری، قیمت گواهی‌های اسقاط نیز در اصلاحیه جدید بازنگری شده است.

معاون بهره‌برداری و صنایع حمل‌ونقل ایدرو افزود: قیمت گواهی اسقاط خودروهای سوارگی که در آیین‌نامه قبلی ۳۵ میلیون تومان تعیین شده بود، در اصلاحیه جدید به ۶۰ میلیون تومان افزایش یافته است.

معمارباشی گفت: قیمت گواهی اسقاط خودروهای تجاری نیز ۱۲۰ میلیون تومان تعیین شده و برای موتورسیکلت‌های فرسوده، گواهی اسقاط به‌صورت مجزا ۲۵ میلیون تومان قیمت‌گذاری شده است.

وی ابراز امیدواری کرد اصلاحات انجام‌شده، انگیزه صاحبان خودروها و موتورسیکلت‌های فرسوده برای اسقاط را افزایش دهد و به تحقق هدف‌گذاری اسقاط سالانه ۵۰۰ هزار دستگاه کمک کند.

آیا مدل تعیین مزد باید تغییر کند؟

حقوق یک‌ساله در اقتصاد تورمی!



می‌تواند در فرمول لحاظ شود.

راه دیگر، جداکردن «دستمزد پایه» از «کمک هزینه جبرانی تورم» است. در این مدل، ساختار اصلی مزد برای سال ثابت می‌ماند اما در شرایط تورمی شدید، پرداختی موقت یا متغیری برای جبران بخشی از افت قدرت خرید در نظر گرفته می‌شود. این روش نیز بدون اشکال نیست، اما انعطاف بیشتری نسبت به تغییر چندباره کل ساختار دستمزد ایجاد می‌کند.

موضوع دیگری که معمولاً در بحث مزد فراموش می‌شود، تفاوت بنگاه‌هاست. توان پرداخت یک شرکت بزرگ پتروشیمی با یک کارگاه پنج‌نفره یکسان نیست. افزایش یکسان حداقل مزد ممکن است برای شرکت اول سهم کوچکی از هزینه باشد اما برای کسب‌وکار کوچک بخش بزرگی از حاشیه سود را از بین ببرد. بنابراین هر سیاست مزدی باید اثر خود بر بنگاه‌های کوچک و متوسط را جداگانه بسنجد؛ همان بنگاه‌هایی که بخش قابل توجهی از اشتغال را ایجاد می‌کنند.

این موضوع درباره مناطق مختلف کشور نیز صادق است. هزینه مسکن، حمل‌ونقل و زندگی در تهران با بسیاری از شهرهای کوچک یکسان نیست، در حالی که حداقل مزد ملی تقریباً یک معیار واحد ایجاد می‌کند. بحث دستمزد منطقه‌ای سال‌هاست مطرح است، اما اجرای آن نیز پیچیدگی‌های جدی دارد و اگر طراحی نامناسبی داشته باشد می‌تواند به مهاجرت نیروی کار یا حتی سوءاستفاده بنگاه‌ها منجر شود.

با این حال همه این گزینه‌ها نشان می‌دهند مسئله اصلی دیگر صرفاً «عدد مزد» نیست؛ مدل تعیین مزد است.

اگر اقتصاد برای سال‌های متوالی با تورم بالا روبه‌رو باشد، قراردادی که قیمت نیروی کار را در یک روز مشخص برای ۱۲ ماه آینده ثابت می‌کند، به تدریج از واقعیت اقتصادی فاصله می‌گیرد. همان‌طور که بسیاری از بنگاه‌ها دیگر نمی‌توانند قیمت مواد اولیه یا قراردادهای خود را برای یک سال ثابت کنند دارند، منطقی است درباره طول دوره اعتبار تصمیم مزدی نیز دوباره فکر شود.

البته هیچ فرمول مزدی نمی‌تواند جای ثبات اقتصاد کلان را بگیرد. اگر تورم مهار نشود، افزایش‌های مکرر حقوق فقط تلاش برای دوییدن پشت سر قیمت‌ها خواهد بود. ممکن است قدرت خرید برای مدتی جبران شود، اما موج بعدی تورم دوباره همان فاصله را ایجاد می‌کند. راه‌حل بنیادی، کاهش پایدار تورم است؛ سیاست مزد فقط می‌تواند نحوه تقسیم هزینه تورم میان نیروی کار و بنگاه را مدیریت کند.

از همین رو بحث امروز شورای عالی کار می‌تواند فرصتی برای پرسیدن سؤالی بزرگ‌تر باشد. به جای اینکه هر بار فقط درباره چند درصد افزایش حقوق مذاکره کنیم، شاید وقت آن رسیده باشد که درباره سازوکاری صحبت کنیم که در آن تورم، بهره‌وری، توان بنگاه و قدرت خرید خانوار در یک فرمول قابل پیش‌بینی کنار هم قرار گیرند.

در اقتصاد با تورم پایین، تعیین مزد سسالانه کاملاً قابل دفاع است. اما وقتی قیمت‌ها در طول یک سال تغییرات بسیار بزرگی تجربه می‌کنند، حقوقی که در فروردین مناسب به نظر می‌رسد ممکن است چند ماه بعد معنای اقتصادی متفاوتی داشته باشد. مسئله این نیست که هر سه ماه حقوق را افزایش دهیم. مسئله این است که دیگر نمی‌توان فرض کرد ارزش واقعی یک حقوق ثابت، از فروردین تا اسفند ثابت می‌ماند.

بهره‌وری و توان مالی بنگاه به سرعت افزایش یابد، هزینه تولید بالا می‌رود و می‌تواند به کاهش اشتغال یا افزایش قیمت منجر شود. راه‌حل بنابراین نمی‌تواند صرفاً انتخاب میزان «افزایش مزد» و «عدم افزایش مزد» باشد. سؤال مهم‌تر این است که چگونه می‌توان سازوکاری ساخت که قدرت خرید نیروی کار را تا حد ممکن حفظ کند، بدون آنکه هزینه‌ای ایجاد کند که خود به تورم یا کاهش اشتغال منجر شود؟

این همان جایی است که مفهوم بهره‌وری وارد بحث می‌شود. در یک اقتصاد سالم، افزایش پایدار دستمزد واقعی در بلندمدت باید با افزایش بهره‌وری نیروی کار همراه باشد. اگر یک کارگر در هر ساعت محصول یا ارزش بیشتری تولید کند، بنگاه می‌تواند دستمزد بیشتری پرداخت کند بدون آنکه الزاماً قیمت محصول را افزایش دهد. اما اگر دستمزد سریع‌تر از بهره‌وری رشد کند، تفاوت باید از جایی تأمین شود؛ یا سود بنگاه کاهش می‌یابد، یا قیمت محصول افزایش پیدا می‌کند یا تعداد نیروی کار کم می‌شود.

اقتصاد ایران البته با مسئله دشوارتری مواجه است، زیرا بخش مهمی از افزایش هزینه زندگی نه از افزایش دستمزد، بلکه از تورم پولی، ارزی و سایر شوک‌های هزینه‌ای ناشی می‌شود. در چنین شرایطی انتظار اینکه کارگر تمام هزینه بی‌ثباتی اقتصاد کلان را با کاهش قدرت خرید خود تحمل کند، منطقی نیست. از طرف دیگر نمی‌توان از بنگاه نیز انتظار داشت هر چند ماه یک بار افزایش هزینه‌ای را بپذیرد که خودش در ایجاد آن نقشی نداشته است.

آیا زمان خداحافظی با مزد کاملاً سالانه رسیده است؟

یکی از گزینه‌هایی که در اقتصادهای تورمی قابل بررسی است، شاخص‌بندی دستمزد یا Wage Indexation است؛ یعنی دستمزد در فواصل مشخص براساس یک شاخص از پیش تعیین‌شده تعدیل شود. برای مثال می‌توان مقرر کرد اگر تورم تجمعی از سطح مشخصی بالاتر رفت، بخشی از اختلاف قدرت خرید به صورت خودکار جبران شود.

مزیت چنین مدلی پیش‌بینی‌پذیری است. کارگر می‌داند اگر تورم از آستانه تعیین‌شده عبور کند، سازوکار مشخصی برای تعدیل وجود دارد و لازم نیست هر بار مذاکرات پرتنش تازه‌ای آغاز شود. کارفرما نیز از قبل فرمول را می‌داند و می‌تواند سناریوی هزینه نیروی انسانی را در بودجه خود لحاظ کند.

اما شاخص‌بندی کامل خطر دارد. اگر هر افزایش قیمت بلافاصله و به طور کامل وارد دستمزد شود، ممکن است اقتصاد در گیر چیزی شود که اقتصاددانان آن را مارپیج دستمزد – قیمت می‌نامند. قیمت‌ها افزایش پیدا می‌کنند، دستمزدها متناسب با آن بالا می‌روند، هزینه بنگاه افزایش می‌یابد، بنگاه قیمت را بیشتر بالا می‌برد و دوباره مطالبه افزایش دستمزد ایجاد می‌شود. البته وجود چنین چرخه‌ای در هر شرایطی قطعی نیست و منشأ اولیه تورم اهمیت دارد، اما طراحی سازوکار تعدیل باید این ریسک را در نظر بگیرد.

به همین دلیل گزینه معقول‌تر می‌تواند تعدیل جزئی و مشروط باشد. مثلاً مزد همچنان سسالانه تعیین شود، اما اگر تورم تجمعی در میانه سال از یک آستانه مشخص عبور کرد، شورای عالی کار موظف به بازبینی شود. حتی در آن صورت نیز لازم نیست صددرصد تورم به مزد منتقل شود؛ وضعیت اشتغال، بهره‌وری، سودآوری بنگاه‌ها و شرایط اقتصاد کلان

چرا مقاومت دلار شکست؟

این عوامل همچنان می‌توانند بر بازار ارز اثرگذار باشند.

بیات منش ادامه داد: در کنار ریسک‌های سیاسی، وضعیت مخارج دولت نیز اهمیت دارد و ممکن است دولت با کسری نقدینگی و بودجه مواجه شده باشد. این شرایط می‌تواند برای فعالان بازارها این سیگنال را ایجاد کند که خود را برای افزایش نرخ ارز آماده کنند. این تحلیلگر اقتصادی گفت: تنها اثر مثبت افزایش نرخ ارز برای دولت می‌تواند در کوتاه مدت، تامین بخشی از هزینه‌های جاری باشد، اما این موضوع در ادامه می‌تواند تبعات منفی بیشتری برای دولت داشته باشد؛ چرا که بخش قابل توجهی از هزینه‌های دولت، شرکت‌های دولتی و اقتصاد کشور تحت تأثیر افزایش نرخ ارز قرار می‌گیرد.

دولت هنوز امکان مدیریت بازار ارز را دارد

بیات منش با بیان اینکه افزایش نرخ ارز لزوماً اتفاق مطلوبی از منظر مدیریت اقتصادی نیست، اظهار کرد: دولت نباید انتظار داشته باشد که افزایش نرخ ارز اتفاق خوبی برای مدیریت اقتصادی باشد. با این حال، نرخ ارز هنوز فاصله زیادی از سطوح فعلی نگرفته و دولت می‌تواند با

فرصت امروز: هنوز چند ماه بیشتر از تعیین حداقل دستمزد سال ۱۴۰۵ نگذشته که بحث بازنگری آن دوباره به شورای عالی کار رسیده است. در نشست اخیر شورا مقرر شده کمیته مزد تشکیل شود و موضوع دستمزد امسال بار دیگر مورد بررسی قرار گیرد. این اتفاق در شرایط عادی شاید عجیب به نظر برسد؛ حداقل دستمزد معمولاً برای یک سال تعیین می‌شود و بنگاه و نیروی کار نیز براساس همان عدد برنامه‌ریزی می‌کنند. اما وقتی سرعت افزایش قیمت‌ها بالا باشد، یک سؤال اساسی مطرح می‌شود: آیا تعیین دستمزد برای یک سال کامل هنوز با واقعیت اقتصاد تورمی سازگار است؟

این پرسش را نباید فقط به اختلاف همیشگی کارگر و کارفرما تقلیل داد. مسئله بنیادی‌تر، فاصله میان «دستمزد اسمی» و «دستمزد واقعی» است. دستمزد اسمی همان عددی است که در فیش حقوقی نوشته می‌شود؛ دستمزد واقعی نشان می‌دهد با آن پول چه مقدار کالا و خدمات می‌توان خرید. ممکن است حقوق یک کارگر از فروردین تا اسفند حتی یک تومان کاهش پیدا نکند، اما اگر در همین مدت قیمت کالاها مرتباً افزایش یابد، قدرت خرید او ماه به ماه کمتر می‌شود.

آخرین گزارش رسمی مرکز آمار از تورم تیرماه، تورم سالانه کشور را حدود ۶۶ درصد نشان می‌دهد. در چنین محیطی، فاصله میان زمانی که دستمزد تعیین می‌شود و زمانی که کارگر آن را دریافت و خرج می‌کند اهمیت بسیار بیشتری پیدا می‌کند. فرض کنیم فردی در ابتدای سال ماهانه ۳۰ میلیون تومان درآمد داشته باشد و سبد کالا و خدمات مورد نیاز خانوارش نیز تقریباً همین مقدار هزینه داشته باشد. اگر هزینه همان سبد طی ماه‌های بعد ۲۰ درصد افزایش پیدا کند اما حقوق ثابت بماند، فرد همچنان ۳۰ میلیون تومان دریافت می‌کند ولی برای خرید سبد قبلی به ۳۶ میلیون تومان نیاز دارد. هیچ رقمی از حقوق او کم نشده، اما قدرت خریدش تقریباً یک‌ششم کاهش یافته است. این همان چیزی است که می‌توان آن را «مالیات پنهان تورم» نامید. تورم بدون آنکه عدد قرارداد کار را تغییر دهد، بخشی از ارزش واقعی درآمد را می‌گیرد. هرچه تورم بالاتر باشد، این فرسایش سریع‌تر اتفاق می‌افتد و در نتیجه تعیین دستمزد برای دوره‌های طولانی دشوارتر می‌شود.

اگر حقوق را بالا ببریم، مسئله حل می‌شود؟

در نگاه اول راه‌حل ساده به نظر می‌رسد: اگر قیمت‌ها بالا رفته‌اند، دستمزد را نیز دوباره افزایش دهیم. اما از اینجا طرف دیگر معادله ظاهر می‌شود؛ بنگاه.

دستمزد برای خانوار «درآمد» است، اما برای بنگاه «هزینه تولید». کارخانه یا فروشگاه‌ای که ابتدای سال براساس سطح مشخصی از هزینه نیروی انسانی بودجه نوشته، قرارداد بسته و قیمت محصول تعیین کرده است، با افزایش دوباره دستمزد باید منابع تازه‌ای پیدا کند. اگر بتواند قیمت محصول را افزایش دهد، بخشی از هزینه به مشتری منتقل می‌شود. اگر امکان افزایش قیمت وجود نداشته باشد، حاشیه سود کاهش پیدا می‌کند و اگر بنگاه از قبل حاشیه سود محدودی داشته باشد، ممکن است استخدام را کاهش دهد یا حتی تعدیل نیرو کند.

به همین دلیل اقتصاد دستمزد با یک تعارض واقعی روبه‌روست. اگر دستمزد از تورم بسیار عقب بماند، قدرت خرید نیروی کار کاهش می‌یابد و تقاضای مصرفی اقتصاد ضعیف می‌شود. اگر دستمزد بدون توجه به

یک تحلیلگر اقتصادی با اشاره به افزایش نرخ ارز در بازار آزاد گفت: شکسته شدن مقاومت ۱۹۰ هزار تومانی از نظر تکنیکال می‌تواند نشانه‌ای از احتمال تداوم روند افزایشی باشد، اما بانک مرکزی کماکان ابزارهایی را برای مدیریت بازار ارز در اختیار دارد. مهدی بیات‌منش در گفت‌وگو با ایسنا، درباره روند افزایشی نرخ ارز در روزهای اخیر و عوامل موثر بر آن اظهار کرد: اگر از منظر تکنیکال به بازار ارز نگاه کنیم، شکسته شدن مقاومت ۱۹۰ هزار تومان و عبور نرخ از مرز ۲۰۰ هزار تومان می‌تواند معنادار باشد و احتمال تداوم روند افزایشی را مطرح کند.

وی افزود: برای چند ماه مقاومت ۱۹۰ هزار تومان شکسته نشده بود

و نرخ ارز زیر محدوده ۲۰۰ هزار تومان قرار داشت، بنابراین عبور از این

سطح از نظر تکنیکال قابل توجه است.

این تحلیلگر اقتصادی با اشاره به عوامل بنیادی موثر بر نرخ ارز گفت: از این منظر باید به عواملی مانند تهدیدهای سیاسی و امنیتی آمریکا و متحدانش و همچنین مواضع کشورمان در برابر این تهدیدها توجه کرد.

اخبار

افزایش ۲۲ درصدی آماده‌به‌کاری لکوموتیوها

قائم‌مقام شرکت راه‌آهن ضمن اشاره به مدیریت بحران و بازسازی سریع زیرساخت‌ها پس از حملات از افزایش ۲۲ درصدی آماده‌به‌کاری لکوموتیوها در دولت چهاردهم خبر داد.

میرحسن موسوی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه در جابه‌جایی کالاهای اساسی و سایر موارد تعاملی سازنده با صاحبان کالا و شرکت‌های حمل‌ونقل ریلی داشتیم، اظهار کرد: یکی از اقدامات کلیدی رفع کمبود لکوموتیو (به عنوان یکی از گلوگاه بزرگ راه‌آهن که در سال‌های گذشته چالش اصلی در شبکه ریلی) بود که خوشبختانه در دولت چهاردهم با حمایت وزیر راه و شهرسازی، سازمان برنامه و بودجه و پیگیری‌های مستمر مدیرعامل راه آهن محقق شد.

قائم مقام شرکت راه آهن گفت: با تامین منابع مالی و همکاری بخش خصوصی از نیمه دوم سال ۱۴۰۳ روند نزولی آماده به کاری لکوموتیوها متوقف شد و با راه اندازی لکوموتیوهای متوقف منتظر تعمیر اساسی خوشبختانه روند صعودی آماده به‌کاری لکوموتیوها آغاز شد و در پایان سال ۱۴۰۴، میزان آماده به‌کاری لکوموتیوها به نسبت مرداد ماه ۱۴۰۳ حدود ۲۲ درصد رشد یافت.

وی افزود: این افزایش ظرفیت در کنار تعامل با صاحبان کالا، منجر به رشد ۱۰ درصدی در بخش تناژ و حدود پنج درصدی در بخش تن‌کیلومتر نسبت به سال گذشته شد. این در حالی است که ما در سال ۱۴۰۳ نیز رکورد حمل‌ونقل بین‌المللی را نسبت به تمام سال‌های گذشته جابه‌جا کرده بودیم و در سال ۱۴۰۴ نیز با وجود تحریم‌های ظالمانه، این روند رشد را ادامه دادیم.

مدیریت بحران و بازسازی سریع زیرساخت‌ها پس از حملات قائم‌مقام شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران با اشاره به چالش‌های امنیتی گفت: در جریان جنگ سوم تحمیلی(جنگ رمضان)، برخلاف تمامی قوانین بین‌المللی، رژیم صهیونیستی و آمریکا به نقاطی از شبکه ریلی که در حال حمل کالاهای اساسی مردم بود، حمله کردند، با این حال بلافاصله با تشکیل ستاد بحران و بر اساس برنامه‌ریزی‌های پیش‌بینی‌شده، اقدامات لازم را آغاز کردیم.

موسوی در تشریح روند بازسازی گفت: با اعزام سریع تجهیزات، ماشین‌آلات و هماهنگی میان پیمانکاران، مشاوران، فرمانداری‌ها و شهرداری‌ها توانستیم آسیب‌های وارده را در کمترین زمان ممکن جبران کنیم. در برخی مسیرها که آسیب جدی دیده بود زیر ۱۵ ساعت و در برخی نقاط دیگر زیر ۴۰ ساعت (کمتر از دو روز) تعمیرات انجام شد. در محور تهران- تبریز نیز که دو نقطه از آن آسیب اساسی دیده بود، ظرف کمتر از پنج روز توانستیم شبکه را پایدار کنیم.

تداوم جابه‌جایی کالاهای اساسی و خدمات‌رسانی بدون وقفه قائم‌مقام شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران با اشاره به اینکه جابه‌جایی کالاهای اساسی مردم همواره در دستور کار اصلی راه‌آهن بوده است، خاطرنشان کرد: در تمام این ایام، چه در بخش کالاهای داخلی، چه واردات و صادرات و چه در بخش ترانزیت، حتی برای یک روز هم هیچ نقطه‌ای از کشور را تعطیل نکردیم و با حضور فعال همکاران، خدمت‌رسانی در هر دو بخش بار و مسافر را به‌طور دقیق و عملیاتی انجام دادیم.

آغاز ساخت راه‌آهن رشت – آستارا در انتظار تعیین تکلیف یک مصوبه

مدیرعامل شرکت ساخت و توسعه زیربنایهای حمل‌ونقل کشور گفت: ۱۶۲ کیلومتر از اراضی پروژه راه‌آهن رشت – آستارا تملک شده و ۳۸ کیلومتر آن به تثبیت رسیده و آماده آغاز عملیات اجرایی است. با تعیین تکلیف مصوبه مورد نیاز در شورای عالی امنیت ملی، قرارداد اجرایی پروژه با روسیه وارد مرحله اجرا خواهد شد.

هوشنگ بازوند – معاون وزیر راه و شهرسازی – در گفت‌وگو با ایسنا، در تشریح آخرین وضعیت راه‌آهن رشت – آستارا اظهار کرد: ۱۶۲ کیلومتر از اراضی مسیر این پروژه تملک شده و حدود ۳۸ کیلومتر از مسیر نیز تثبیت شده است و در این بخش امکان آغاز عملیات اجرایی و اجرای شمع‌ها وجود دارد.

وی افزود: توافق قرارداد اجرایی با دولت روسیه نهایی شده و طرف روس نیز مراحل تصویب مربوط به خود را طی کرده است، اما برای امضای قرارداد اجرایی، تعیین تکلیف یک مصوبه در طرف ایرانی باقی مانده است.

بازوند ادامه داد: با دستور رئیس‌جمهور موضوع برای تعیین تکلیف به مراجع مربوط ارجاع شده و اکنون قرار است از این هفته پیگیری‌های لازم برای تصویب آن در شورای عالی امنیت ملی انجام شود.

به گفته وی، پس از نهایی شدن این مصوبه، قرارداد اجرایی راه‌آهن رشت-آستارا وارد مرحله اجرا خواهد شد.

گفتنی است؛ در روزهای گذشته نیز کاظم جلالی، سفیر جمهوری اسلامی ایران در روسیه در گفت‌وگویی با یک روزنامه روسی اعلام کرده که مهمترین پروژه مشترک تهران و مسکو در چارچوب کردپرو بین‌المللی شمال – جنوب، طرح ساخت راه‌آهن رشت – آستارا است که طرفین درباره قرارداد اجرایی آن به توافق رسیده‌اند و امضای آن با حضور مقامات دو کشور در حال برنامه‌ریزی است.

دستمزد ۱۴۰۵ بازنگری می‌شود

عضو شورای عالی کار از تشکیل این شورا در روز گذشته خبر داد و گفت: در این جلسه مقرر شد تا برای بازنگری مزد ۱۴۰۵ کارگران، کمیته مزد تشکیل و عدد سبد معیشت با توجه به نرخ تورم محاسبه شود.

اسد صالحی، عضو شورای عالی کار در گفتگو با خبرنگار مهر از تشکیل شورای عالی خبر داد و گفت: روز گذشته شورای عالی کار با دستور جلسه «بازنگری دستمزد ۱۴۰۵» برگزار شد.

وی افزود: بر اساس مصوبه اسفند ۱۴۰۴ در حوزه بن کارگری و تغییرات نرخ تورم روی معیشت جامعه کارگران، قرار است عدد سبد معیشت از سوی کمیته مزد احصا و به شورای عالی کار اعلام شود.

این عضو شورای عالی کار اظهار کرد: بنا است در این ماه کمیته مزد، جلسه داشته باشد و با کار کارشناسی و نرخ تورم چند ماه گذشته، عدد سبد معیشتی محاسبه شود.

گفتنی است، در سیدد و چهل و یکمین جلسه شورای عالی کار «بن کارگری» بدون افزایش، ۲.۲ میلیون تومان باقی ماند. در این جلسه مقرر شد بر اساس نرخ تورم کارشناسی و مواد غذایی در ماه‌های ابتدای سال رقم در شهریور ماه تغییر کند.

رانت فاصله دلارها



متمرکز کرده و موفق شده هزینه تولید را پنج درصد کاهش دهد. کارخانه

دوم همان میزان انرژی مدیریتی را صرف دسترسی به ارز ارزان‌تر کرده و از این مسیر ۲۰ درصد مزیت هزینه‌ای به دست آورده است.

پیام چنین سیستمی برای بنگاه‌ها چیست؟

ممکن است «دسترسی» از «بهره‌وری» سودآورتر شود.

این وضعیت در بلندمدت برای اقتصاد خطرناک است، زیرا نوع رقابت را تغییر می‌دهد. در بازار سالم، شرکت‌ها برای محصول بهتر، قیمت پایین‌تر، فناوری جدید و مدیریت کارآمدتر رقابت می‌کنند. در بازار چندنرخ‌ی ممکن است بخشی از رقابت به دسترسی بهتر به مجوز، سهمیه و نرخ ترجیحی منتقل شود.

اما این فقط یک سوی داستان است.

حذف فوری تمام نرخ‌های ترجیحی نیز می‌تواند هزینه بزرگی داشته باشد.

فرض کنیم کارخانه دارویی مواد اولیه را با دلار ۱۲۰ هزار تومانی تأمین می‌کند و قیمت داروی آن نیز بر همین مبنا تعیین شده است. اگر فردا اعلام شود شرکت باید همان ارز را ۲۰۰ هزار تومان بخرد، هزینه ارزی مواد اولیه بیش از ۶۰ درصد افزایش پیدا می‌کند.

اگر قیمت دارو ثابت بماند، ممکن است تولید دیگر اقتصادی نباشد. اگر قیمت متناسب افزایش یابد، هزینه به بیمار منتقل می‌شود. پس نسخه «فردا همه نرخ‌ها را یکی کنید» به همان اندازه ساده‌انگارانه است که تصور کنیم چندنرخ‌ی‌بودن ارز هیچ هزینه‌ای ندارد.

مسئله اصلی مسیر گذار است.

کارخانه واقعاً دلار را چند می‌خرد؟

یکی از اشتباهات رایج در تحلیل اثر ارز بر تولید این است که فقط یک نرخ را به کل بنگاه نسبت دهیم.

در واقع کارخانه ممکن است «نرخ مؤثر ارز» متفاوتی داشته باشد.

فرض کنیم یک شرکت ۴۰ درصد نهاده‌های ارزی خود را با نرخ ۱۲۰ هزار تومان، ۳۰ درصد را با نرخ ۱۵۰ هزار تومان و ۳۰ درصد باقی‌مانده را مستقیم یا غیرمستقیم با نرخ‌ی نزدیک به ۲۰۰ هزار تومان تهیه کند. میانگین موزون هزینه ارزی شرکت تقریباً ۱۵۳ هزار تومان خواهد بود. پس وقتی دلار آزاد ۲۰۰ هزار تومان است، نمی‌توان گفت تمام هزینه‌های کارخانه براساس دلار ۲۰۰ هزار تومانی محاسبه می‌شود. در مقابل، این ادعا که چون کارخانه ارز ترجیحی دریافت می‌کند افزایش دلار آزاد هیچ اثری بر آن ندارد نیز اشتباه است.

بنگاه مجموعه‌ای از نرخ‌ها را تجربه می‌کند.

حتی نهاده‌ای که شرکت از داخل کشور می‌خرد ممکن است وابستگی ارزی داشته باشد. تولیدکننده داخلی بسته‌بندی، قطعه یا ماده شیمیایی شلاید خودش مواد اولیه وارد کند و افزایش هزینه را به مشتری بعدی منتقل کند.

به همین دلیل برای فهم تأثیر ارز بر یک صنعت باید به جای پرسیدن «دلار چند است؟» پرسیم:

نرخ مؤثر ارز این صنعت چند است؟

این مفهوم می‌تواند بسیاری از اختلاف‌ها درباره قیمت‌گذاری را نیز روشن‌تر کند. تولیدکننده ممکن است بگوید هزینه‌اش با دلار بالا رفته و نهاد قیمت‌گذار پاسخ دهد که ارز ارزان دریافت کرده است. هر دو ممکن است بخشی از حقیقت را بگویند، زیرا ساختار هزینه شرکت ترکیبی از نرخ‌های مختلف است.

چندنرخ‌ی بودن ارز هزینه دیگری نیز ایجاد می‌کند: پیچیدگی و عدم شفافیت. هرچه تعداد نرخ‌ها، مقررات و استثناءها بیشتر باشد، محاسبه اینکه چه کسی واقعاً چه مقدار یارانه دریافت کرده دشوارتر می‌شود.

همین مسئله ارزیابی سیاست را سخت می‌کند.

اگر دولت برای پایین نگه داشتن قیمت یک کالای ضروری ۱۰۰ هزار

توصیه رئیس اتحادیه طلا به مردم: در خرید و فروش طلا عجله نکنید

بزرافشان درباره حباب سکه نیز اظهار کرد: حباب سکه از روز گذشته تا امروز با افزایش ۴۵۰ هزار تومانی به سه میلیون و ۹۰۰ هزار تومان رسیده است.

وی در توضیح افزایش قیمت نقره در بازار گفت: اونس نقره نیز در حال حاضر ۶۸ دلار و ۷۹ سنت در بازارهای بین المللی معامله می‌شود و در بازار داخل نیز امروز هر گرم نقره با نرخ ۴۷۱ هزار و ۵۰۰ تومان، خرید و فروش می‌شود.

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران درباره روند افزایش قیمت‌ها و توصیه‌های مربوط به معاملات در بازار طلا گفت: از حدود دو هفته گذشته شاهد افزایش تدریجی قیمت‌ها در بازار جهانی هستیم و قیمت جهانی طلا طی هفته گذشته با حدود ۳۴۰ تا ۳۴۵ دلار افزایش روبرو بوده است. بزرافشان افزود: افزایش قیمت در بازار داخلی نیز بیشتر از رشد بازار جهانی بود که دلیل اصلی آن افزایش نرخ ارز است به طوری‌که طی یک هفته گذشته حدود ۱۵ هزار تومان افزایش نرخ ارز را شاهد هستیم که این موضوع نیز بر بازار داخلی اثر گذاشته و در کنار افزایش قیمت جهانی، موجب رشد بیشتر قیمت‌ها در بازار داخل شد.

دلیل اصلی افزایش نرخ ارز است به طوری‌که طی یک هفته گذشته حدود ۱۵ هزار تومان افزایش نرخ ارز را شاهد هستیم که این موضوع نیز بر بازار داخلی اثر گذاشته و در کنار افزایش قیمت جهانی، موجب رشد بیشتر قیمت‌ها در بازار داخل شد.

وی تصریح کرد: توصیه ما این است که با توجه به افزایش دور از انتظار قیمت‌ها در بازارهای جهانی و داخلی و همچنین تجربه نوسانات سال‌های گذشته، مردم در انجام معاملات خود دقت و احتیاط بیشتری

فرصت امروز: دیروز دلار آزاد برای نخستین بار وارد محدوده ۲۰۰ هزار تومان شد و همین اتفاق طبیعی بود که بخش بزرگی از توجه رسانه‌ها و افکار عمومی را به خود اختصاص دهد. اما پشت این عدد، مسئله دیگری قرار دارد که شاید برای ساختار اقتصاد ایران مهم‌تر باشد: چیزی به نام «قیمت دلار» در ایران عملاً یک عدد واحد نیست. واردکننده، صادرکننده، کارخانه، مسافر و معامله‌گر بازار آزاد الزاماً دلار را با یک نرخ نمی‌بینند و همین فاصله میان نرخ‌ها، یکی از پیچیده‌ترین سازوکارهای توزیع منافع و هزینه‌ها در اقتصاد را ایجاد می‌کند.

رئیس کل بانک مرکزی امروز نیز درباره افزایش فاصله نرخ‌ها سخن گفته و این شکاف را موقتی توصیف کرده است. همزمان بانک مرکزی بر ادامه تأمین ارز برای کالاهای اساسی، دارو و بخش صنعت تأکید دارد. بنابراین در کنار پرسش‌ش روز گذشته که «دلار ۲۰۰ هزار تومانی چه اثری بر اقتصاد دارد؟»، امروز سؤال دیگری مطرح است: وقتی یک دلار در اقتصاد چند قیمت متفاوت دارد، ارزش این تفاوت تصیب چه کسی می‌شود؟

برای فهم موضوع یک مثال فرضی کافی است. تصور کنیم قیمت دلار در بازار آزاد ۲۰۰ هزار تومان باشد و واردکننده‌ای بتواند برای کالایی مشخص ارز را با نرخ ۱۲۰ هزار تومان تهیه کند. اختلاف هر دلار ۷۰ هزار تومان است. اگر این شرکت یک میلیون دلار ارز دریافت کند، ارزش اقتصادی تفاوت دو نرخ به ۷۰ میلیارد تومان می‌رسد.

این ۷۰ میلیارد تومان لزوماً «سود» واردکننده نیست. اگر کالا مشمول قیمت‌گذاری باشد و شرکت موظف باشد محصول را براساس هزینه ارز ۱۲۰ هزار تومانی بفروشد، بخشی از این تفاوت در نهایت می‌تواند به مصرف‌کننده منتقل شود. در این حالت ارز ارزان‌تر در واقع نوعی یارانه برای پایین نگه داشتن قیمت کالای نهایی است.

اما اگر امکان فروش محصول براساس قیمت‌هایی نزدیک به هزینه فرصت بازار وجود داشته باشد، داستان تغییر می‌کند. در آن صورت دسترسی به ارز ارزان‌تر خودش دارای ارزش اقتصادی بزرگی می‌شود و ممکن است بخشی از این ارزش در اختیار دریافت‌کننده ارز باقی بماند. اینجاست که تفاوت میان یارانه و رانت اهمیت پیدا می‌کند.

یارانه زمانی به هدف خود نزدیک می‌شود که منفعت نرخ ارزان‌تر به گروهی برسد که سیاست‌گذار قصد حمایت از آن را داشته است. اگر دولت ارز ارزان برای دارو اختصاص می‌دهد و نتیجه آن واقعاً داروی ارزان‌تر برای بیمار باشد، سیاست به هدف نزدیک شده است. اما اگر فاصله نرخ در حلقه‌های میانی زنجیره جذب شود و محصول نهایی متناسب با آن ارزان‌تر نباشد، بخشی از یارانه تبدیل به رانت شده است.

چرا فاصله دو نرخ رفتار بنگاه را تغییر می‌دهد؟

در اقتصاد، افراد به انگیزه‌ها واکنش نشان می‌دهند. هرچه فاصله میان دو نرخ ارز بیشتر شود، ارزش اقتصادی دسترسی به نرخ ارزان‌تر نیز افزایش می‌یابد.

اگر اختلاف دو نرخ فقط هزار تومان باشد، مدیر شرکت انگیزه زیادی ندارد هفته‌ها برای دریافت یک نوسع ارز خاص زمان صرف کند. اما اگر اختلاف ۷ هزار تومان باشد، یک میلیون دلار سهمیه بالقوه ده‌ها میلیارد تومان ارزش پیدا می‌کند.

در این شرایط مجوز، سهمیه و دسترسی اداری می‌تواند به دارایی اقتصادی تبدیل شوند.

این همان محیطی است که مفهوم **Rent Seeking** یا رانت‌جویی در آن اهمیت پیدا می‌کند. رانت‌جویی زمانی اتفاق می‌افتد که فرد یا بنگاه به جای ایجاد ارزش اقتصادی جدید، منابع خود را صرف دسترسی به امتیازی کند که از تفاوت مقررات یا قیمت‌های اداری ایجاد شده است. فرض کنید دو کارخانه محصول مشابهی تولید می‌کنند. کارخانه اول مدیران خود را روی کاهش شایعات، بهبود فناوری و افزایش بهره‌وری

قیمت طلا و سکه طی روزهای اخیر رکوردهای جدیدی را ثبت کرده و رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با هشدار نسبت به معاملات هیجانی، به مردم توصیه کرد: برای خرید و فروش طلا عجله نکنند؛ چراکه هنوز ثباتی در بازار شکل نگرفته و احتمال اصلاح قیمت‌ها وجود دارد.

نادرپذرافشان در گفت‌وگو با ایسنا، درباره وضعیت بازار طلا و سکه از

ابتدای هفته جاری تا امروز و همزمان با گشایش بازارهای بین المللی اونس جهانی طلا گفت: امروز و در این لحظه (ساعت ۱۵ و ۳۰) اونس جهانی طلا با رشد ۶۲ دلاری آغاز به کار کرده و در حال حاضر به ۴۶۶۶ دلار رسیده است.

وی افزود: علاوه بر افزایش قیمت اونس جهانی طلا، بازار داخلی در هفته گذشته تا امروز و به ویژه از ابتدای هفته جاری به علت افزایش نرخ ارز روند صعودی و جهش قیمتی را تجربه می‌کند و هر گرم طلای ۱۸ عیار با رشد ۶۰۰ هزار تومانی نسبت به روز گذشته به ۲۲ میلیون و ۳۴۵ هزار تومان رسیده است.

هر گرم طلای ۱۸ عیار با رشد ۶۰۰ هزار تومانی نسبت به روز گذشته به ۲۲ میلیون و ۳۴۵ هزار تومان رسیده است.

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران ادامه داد: سکه تمام بهار آزادی طرح جدید نیز از روز گذشته تا امروز با رشد پنج میلیون تومانی به ۲۲۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، تمام سکه طرح قدیم با رشد شش میلیون تومانی به ۲۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، نیم سکه با رشد دو میلیون تومانی به ۱۱۳ میلیون تومان، ربع سکه با رشد یک میلیون تومانی به ۶۱ میلیون تومان و سکه یک گرمی بانک مرکزی با رشد یک میلیون و ۹۰۰ هزار تومانی به ۲۳ میلیون تومان رسیده است.

خبرنامه

صعود طلا به قله سه‌ماهه با افت ارزش دلار و انتظار برای داده‌های تورمی

قیمت هر اونس طلا در معاملات روز دوشنبه با تداوم تضعیف دلار و چشم‌انتظاری معامله‌گران برای نشست فدرال رزرو، به سقف سه ماه اخیر صعود کرد.

به گزارش خبرنگار مهر به نقل از رویترز، بهای جهانی طلا در معاملات نخستین روز هفته کاری با افزایش مواجه شد و به بالاترین سطح خود از ۱۵ می تاکنون (بیش از سه ماه گذشته) رسید. بر این اساس، هر اونس طلای نقدی با رشد ۰.۱۴ درصدی و افزایش ۹ دلاری به سطح ۴ هزار و ۶۸۹ دلار دست یافت. این روند صعودی پس از آن رخ می‌دهد که بهای این فلز گرانبها در هفته گذشته بیش از ۵ درصد رشد را به ثبت رسانده بود. همچنین در معاملات آتی بازار آمریکا، هر اونس طلا با افزایش ۰.۴ درصدی به ۴ هزار و ۶۹۷ دلار و ۷۰ سنت رسید.

بررسی‌ها نشان می‌دهد عقب‌نشینی شاخص دلار آمریکا و نوسان آن در نزدیکی کفهای چندماهه، کاتالیزور اصلی جهش قیمت طلا بوده است؛ امری که ناشی از وعده وزارت خزانه‌داری آمریکا مبنی بر بازخريد بیشتر اوراق قرضه بلندمدت ارزیابی می‌شود و خرید طلا را برای دارندگان سایر ارزها جذاب‌تر کرده است.

چشم‌انداز سیاست‌های پولی و پیامدهای بازدهی اوراق

تیم واترر (Tim Waterer)، تحلیلگر ارشد بازار در موسسه «کی‌سی‌ام ترید» (KCM Trade)، درباره چشم‌انداز بازار اظهار داشت: طلا هفته معاملاتی جدید را با شتابی صعودی آغاز کرده و بار دیگر در فاز خرید پرقدردت قرار گرفته است. این فلز گرانبها عمدتاً از ناحیه تضعیف ارزش دلار حمایت می‌شود و در عین حال سرمایه‌گذاران به دقت در حال ارزیابی این نکته هستند که افزایش بازدهی اوراق قرضه چه پیام‌هایی پیرامون فشارهای زیرساختی اقتصاد و عدم‌اطمینان نسبت به سیاست‌های پولی به همراه دارد.

فعالان بازارهای جهانی اکنون توجه خود را به انتشار داده‌های کلیدی شاخص قیمت مخارج مصرف شخصی (PCE) در ماه ژوئیه و همچنین سخنرانی کوین وارش (Kevin Warsh)، رئیس فدرال رزرو، در نشست سالانه جکسون هول معطوف کرده‌اند تا نشانه‌های شفاف‌تری از مسیر آتی نرخ بهره ایالات متحده دریافت کنند.

وضعیت مبادلات در بازار سایر فلزات گرانبها

همگام با روند افزایشی طلا، تحركات قیمتی در میان سایر فلزات گرانبها نیز پیگیری شد؛ به طوری که بهای هر اونس نقره پس از نوسانات اخیر، در رقم ۶۸ دلار و ۹۸ سنت به ثبات و تعادل رسید.

از سوی دیگر، در معاملات بازار فلزات صنعتی و استراتژیک، قیمت هر اونس پالاتین با افزایش محدود ۰.۱ درصدی به رقم یک هزار و ۸۷۸ دلار و ۸۸ سنت صعود کرد، در حالی که هر اونس پالادیوم بدون نوسان محسوس و تغییر قیمت، در سطح یک هزار و ۲۵۰ دلار معامله شد.

ثبت‌سفارش‌های صادراتی ۱۴۰۳ مشمول عدم کنترل سهمیه ارزی شدند

سالمانه جامع تجارت اعلام کرد ثبت‌سفارش‌های صادره در سال ۱۴۰۳ نیز مشمول قاعده عدم کنترل سهمیه و بهینه‌سازی ارزی برای کالاهای ضروری از محل صادرات خود می‌شوند. به گزارش خبرگزاری مهر، سالمانه جامع تجارت در اطلاعیه‌ای اعلام کرد: پیرو اطلاعیه قبلی در خصوص «عدم کنترل سهمیه و بهینه‌سازی ارزی برای ثبت‌سفارش‌های کالاهای ضروری از محل صادرات خود» به اطلاع می‌رساند طبق تصمیم وزارت صمت ثبت‌سفارش‌های صادره سال ۱۴۰۳ نیز مشمول قاعده مذکور خواهند بود. لازم به ذکر است رعایت شروط قیدشده در اطلاعیه قبلی همچنان الزامی م است.

اقتصاد را از کوچه شروع کنیم

آنچه در همه این ایده‌ها مشترک است، باور به ظرفیت درونی محله و اهمیت همکاری میان ساکنان است. در شرایط فشار اقتصادی، شاید توان سیاست‌های کلان را تغییر داد، اما می‌توان در مقیاس کوچک محله، شبکه‌های تازه‌ای از تولید، خدمات، آموزش و تأمین مالی ساخت. محله‌ها سرشار از فرصت‌های اختصاصی و انحصاری هستند؛ فرصت‌هایی که از جنس مکان، فرهنگ، اعتماد و مهارت‌های خاص همان محله بیرون می‌آیند و در هیچ بازار بزرگی یافت نمی‌شوند. برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها، لازم است ابتدا یک شناخت درست از دارایی‌های محله به دست آید. دارایی‌ها فقط پول و زمین نیستند؛ بلکه مهارت‌های افراد، فضاهای بلااستفاده، روابط همسایگی، تولیدات خانگی، ظرفیت‌های گردشگری و حتی خاطرات و داستان‌های محله نیز بخشی از سرمایه‌های اقتصادی به شمار می‌روند. سپس باید با افراد معتمد و علاقه‌مند گفت‌وگو کرد و هسته‌های اولیه همکاری را شکل داد. لازم نیست از همان ابتدا یک پروژه بزرگ راه‌اندازی شود؛ می‌توان با یک بازارچه کوچک، یک گروه پیام‌رسان یا یک تعاونی خرید عمده شروع کرد و به‌تدریج فعالیت‌ها را گسترش داد. شفافیت مالی، رعایت قوانین و مجوزهای لازم، احترام به حقوق مصرف‌کننده و حفظ کیفیت از اصولی است که هر فعالیت اقتصادی محله‌ای باید به آن پایبند باشد. بدون این اصول، اعتماد از بین می‌رود و فعالیت‌ها دوام نمی‌آورد. همچنین لازم است به نیازهای واقعی محله توجه شود. هر محله‌ای شرایط خاص خود را دارد و ایده‌ای که در یک محله موفق است ممکن است در محله دیگر جواب ندهد. برای نمونه در یک محله با جمعیت سالمند بالا، خدمات مراقبت و نگهداری از سالمندان تقاضای بیشتری دارد. در حالی که در یک محله جوان و دانشجویی، خدمات پیک، غذای آماده و آموزش مهارت‌های کوتاه‌مدت پررونق‌تر است. در یک منطقه گردشگرپذیر، تمرکز بر اقامتگاه و تجربه‌های فرهنگی سودآورتر است و در یک محله با بافت سنتی و خانوارهای پرجمعیت، تعاونی خرید عمده و بازارچه هفتگی موفق‌تر عمل می‌کند. بنابراین نخستین قدم برای هر خانواده یا گروه محلی، تحلیل ساده و واقعیت‌پایانه از ظرفیت‌ها و نیازهای همان محله است. پس از آن می‌توان یکی از ایده‌ها را انتخاب کرد و با یک طرح کوچک آزمایشی شروع نمود. برای نمونه اگر قرار است تعاونی خرید عمده مواد غذایی شکل بگیرد، بهتر است ابتدا با ده خانواده و چند قلم کالای پر مصرف آغاز شود و پس از ارزیابی نتیجه، به خانواده‌ها و کالاهای بیشتری تعمیم یابد. اگر قرار است بازارچه هفتگی برقرار شود، می‌توان نخستین بازارچه را با تعداد محدودی غرفه و در یک روز مشخص برگزار کرد و بازخورد ساکنان را استیجاً. این رویکرد پله‌پله و آزمون‌محور، ریسک شکست را کاهش می‌دهد و امکان اصلاح مسیر را فراهم می‌کند.

در پایان باید گفت که ایده‌های اقتصادی محله‌محور، فقط راهی برای درآمدزایی نیستند، بلکه روشی برای بازسازی پیوندهای اجتماعی و افزایش تاب‌آوری خانواده‌ها در برابر بحران‌های اقتصادی هستند. وقتی اهالی یک محله با یکدیگر همکاری می‌کنند، هزینه‌ها کاهش می‌یابد، درآمد‌ها توزیع می‌شود، مهارت‌ها منتقل می‌شود و احساس امنیت و تعلق افزایش پیدا می‌کند. در روزگاری که فشار تورم و بی‌ثباتی اقتصادی بسیاری از خانواده‌ها را نگران کرده است، بازگشت به اقتصاد محله‌ای می‌تواند یک راهبرد عملی و در دسترس باشد. لازم نیست همه به دنبال بازارهای بزرگ و سرمایه‌های کلان بروند؛ گاهی نزدیک‌ترین فرصت‌ها در همسایگی ما و در میان همان افرادی نهفته است که هر روز آن‌ها را می‌بینیم. کافی است با نگاهی تازه به محله خود بنگریم، توانمندی‌های خود و دیگران را جدی بگیریم و با گام‌های کوچک اما مستمر، اقتصادی محلی، آسانی و پایدار بسازیم. محله‌ها باید سرشار از فرصت‌های اختصاصی و انحصاری دانست؛ فرصت‌هایی که می‌توانند هم معیشت خانواده‌ها را بهبود بخشند و هم روح زندگی جمعی را به شهرها و روستاها بازگردانند.

دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران با انتقاد از طرح موضوع

آزادسازی واردات چهار قلم لوازم خانگی، گفت: صنعت لوازم خانگی در شرایط دشواری قرار دارد و در حال حاضر تولیدکنندگان با حدود ۳۰ درصد ظرفیت فعالیت می‌کنند؛ از این رو، آزادسازی واردات در شرایط فعلی می‌تواند فشار مضاعفی بر تولیدکنندگان وارد کرده و تولید و اشتغال این صنعت را تحت تاثیر قرار دهد. به گزارش ایسنا، در پی تداوم ممنوعیت واردات چهار قلم لوازم خانگی و انتقادها نسبت به افزایش قیمت این محصولات، موضوع میزان پایبندی تولیدکنندگان داخلی به تعهدات خود بار دیگر در مجلس مورد توجه قرار گرفته است. حاکم مسمکان - عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی - با اشاره به شرط تأمین یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار قطعات مورد نیاز تولیدکنندگان از مسیرهای مولایی و کولبری و همچنین تعدیل قیمت لوازم خانگی، از احتمال بازنگری در سیاست ممنوعیت واردات خبر داد. به گفته او، در صورت ادامه روند فعلی، احتمال لغو ممنوعیت و صدور مجوز واردات چهار قلم لوازم خانگی تا سقف ۵۰۰ تا ۶۰۰ میلیون دلار وجود دارد. در این رابطه نسرین اوجاقلی - دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران - در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به شرایط حاکم بر صنعت لوازم خانگی اظهار کرد: صنعت لوازم خانگی در شرایط دشواری قرار دارد و در حال حاضر تولیدکنندگان با حدود ۳۰ درصد ظرفیت فعالیت می‌کنند؛ از این رو، آزادسازی واردات در شرایط فعلی می‌تواند فشار مضاعفی بر تولیدکنندگان وارد کرده و تولید و اشتغال این صنعت را تحت تاثیر قرار دهد. دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران تصریح کرد: اگر کسی در شرایط فعلی توان خرید داشته باشد، چرا باید با آزادسازی واردات، منابع مالی مردم را به سمت خرید کالای خارجی هدایت کنیم. ابعاد این موضوع برای بسیاری از فعالان صنعتی قابل درک نیست و همین حالا نیز میزان فروش لوازم خانگی، حتی در چهار قلم مورد بحث، در وضعیت مناسبی قرار ندارد. اوجاقلی ادامه داد: ما تمام تلاش خود را به کار گرفته‌ایم و تمام نیروهایمان را فعال نگه داشته‌ایم تا در این شرایط کارگر ایرانی را اخراج نکنیم. از یک سو به علت تورم موجود و کاهش قدرت خرید مردم، رکود فروش در بالاترین سطح قرار دارد و مردم توان خرید ندارند و حتی در شرایط فعلی نیز انگیزه و تمایل زیادی برای خرید کالاهای بادوام وجود ندارد. با این حال، صحبت از آزادسازی واردات مطرح می‌شود. وی گفت: بدون شک واردات نیازمند ارز خواهد بود و در شرایطی که تولیدکنندگان داخلی نیز با صف‌های طولانی تخصیص ارز مواجه هستند، آزادسازی واردات می‌تواند چالش مضاعفی ایجاد کند و در طرفی با تلاش و پیگیری فراوان توانستیم برخی از اقلام مسورد نیاز صنعت را در گروه کالاهای ضروری قرار دهیم و با قرار گرفتن این اقلام در گروه کالاهای

پرسش‌ها

هشدار درباره آزادسازی واردات لوازم خانگی



وی افزود: در حال حاضر مجبوریم با حدود ۳۰ درصد ظرفیت فعالیت کنیم، اما برای جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی تلاش کرده‌ایم کارگران را اخراج نکنیم. با این حال، در چنین شرایطی به نظر می‌رسد نیرویی از بیرون به صنعت فشار وارد می‌کند تا نیروی انسانی خود را تعدیل کنیم و هم‌زمان موضوع آزادسازی واردات در یکی از بدترین زمان‌هایی که صنعت با آن روبرو است مطرح می‌شود.

دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران تصریح کرد: اگر کسی در شرایط فعلی توان خرید داشته باشد، چرا باید با آزادسازی واردات، منابع مالی مردم را به سمت خرید کالای خارجی هدایت کنیم. ابعاد این موضوع برای بسیاری از فعالان صنعتی قابل درک نیست و همین حالا نیز میزان فروش لوازم خانگی، حتی در چهار قلم مورد بحث، در وضعیت مناسبی قرار ندارد.

اوجاقلی ادامه داد: ما تمام تلاش خود را به کار گرفته‌ایم و تمام نیروهایمان را فعال نگه داشته‌ایم تا در این شرایط کارگر ایرانی را اخراج نکنیم. از یک سو به علت تورم موجود و کاهش قدرت خرید مردم، رکود فروش در بالاترین سطح قرار دارد و مردم توان خرید ندارند و حتی در شرایط فعلی نیز انگیزه و تمایل زیادی برای خرید کالاهای بادوام وجود ندارد. با این حال، صحبت از آزادسازی واردات مطرح می‌شود.

وی گفت: بدون شک واردات نیازمند ارز خواهد بود و در شرایطی که تولیدکنندگان داخلی نیز با صف‌های طولانی تخصیص ارز مواجه هستند، آزادسازی واردات می‌تواند چالش مضاعفی ایجاد کند و در طرفی با تلاش و پیگیری فراوان توانستیم برخی از اقلام مسورد نیاز صنعت را در گروه کالاهای ضروری قرار دهیم و با قرار گرفتن این اقلام در گروه کالاهای

موتورسیکلت چرا گران تمام می‌شود؟ از ارز تا هزینه‌های تولید

کاهش پیدا کند.

ایمن رئیس انجمن صنعت موتورسیکلت ایران درباره وضعیت ثبت سفارش و تخصیص ارز در سال جاری اظهار کرد: صنعت موتورسیکلت طی ۱۵ ماه گذشته هیچ‌گونه تخصیص ارزی نداشت و از ۹ خرداد ۱۴۰۴ تا اوایل مردادماه سال جاری، ثبت سفارش‌هایی که در این بازه انجام شده بود، هیچ ارزی دریافت نکردند و تنها از اوایل مردادماه بود که تخصیص ارز آغاز شد و تنها حدود ۱۰ درصد از مطالبات کارخانه تخصیص داده شده باشد.

وی با بیان اینکه بخش قابل‌توجهی از واردات در این مدت به‌صورت اعتباری انجام شده است، گفت: در این شرایط، شرکت‌های خارجی بر اساس اعتباری که برای شرکت‌های ایرانی در نظر گرفته بودند، کالا را در اختیار آنها قرار دادند، بدون اینکه پول آن را به‌صورت کامل دریافت کنند؛ اما کارخانه‌ها کالا را بر اساس نرخ دلار و برخی که دولت در زمان تأمین ارز تعیین می‌کرد، محاسبه و به فروش رساندند.

رئیس انجمن صنعت موتورسیکلت ایران تأکید کرد: تمام کارخانه‌های صنعت موتورسیکلت در سال ۱۴۰۴ زیان‌ده بوده‌اند، اما این زیان در دفاتر آنها نشان داده نمی‌شود؛ چراکه افزایش نرخ ارز در صورت‌های مالی و ارزش کالاها تاثیر گذاشته که به همین دلیل زیان واقعی خود را نشان ندادند و در سال ۱۴۰۵ این زیان به‌طور کامل خود را نشان خواهد داد. مجاهد درباره موتورسیکلت‌هایی که اکنون در بازار وارداتی محسوب می‌شوند، توضیح داد: این موتورسیکلت‌ها بر اساس دسته‌بندی‌های قانونی وزارت صنعت وارد می‌شوند، ما در سرفصل ۹۸ قرار داریم و در این بخش با دو تعرفه ۸۲ و ۸۳ مواجه هستیم که تعرفه ۸۲ شامل موتورسیکلت‌هایی می‌شود که بومی‌سازی بالتری دارند و تعرفه ۸۲ مربوط به موتورسیکلت‌هایی است که میزان بومی‌سازی آنها کمتر است و بر اساس این تعرفه‌ها حقوق و عوارض گمرکی دریافت می‌شود.

وی گفت: موتورسیکلت‌هایی که سهم بیشتری در بازار دارند، به دلیل بومی‌سازی بالاتر با عوارض کمتری مواجه هستند؛ در مقابل، موتورسیکلت‌هایی که بیشتر در تهران و مراکز استان‌ها خریداری می‌شوند، عمدتاً در گروه تعرفه ۸۲ قرار می‌گیرند و دولت از آنها حقوق و عوارض بیشتری دریافت می‌کند.

اشتغال ۲۵ هزار نفری صنعت موتورسیکلت

رئیس انجمن صنعت موتورسیکلت ایران درباره وضعیت تولید و اشتغال

ضروری، امکان ثبت سفارش و تأمین ارز از محل صادرات خود یا دیگران و همچنین سپرده خود یا دیگران فراهم می‌شود.

دبیر انجمن ملی صنایع لوازم خانگی ایران افزود: با این حال، همچنان برخی قطعات در گروه کالاهای ضروری قرار نگرفته‌اند و امکان واردات آن‌ها را نداریم؛ چراکه بانک مرکزی معتقد است این اقلام ضروری نیستند و واردات آن‌ها باعث می‌شود ارز بیشتری از بازار جمع شود و قیمت ارز افزایش پیدا کند.

اوجاقلی با اشاره به تجربه سال گذشته در زمینه اجرای رویه کولبری گفت: سال گذشته هم‌زمان با آغاز اجرای رویه کولبری، جهش قابل توجهی در قیمت ارز داشتیم و باید توجه داشت که افزایش تقاضای ارزی می‌تواند بر نرخ ارز تاثیر بگذارد؛ بنابراین اگر در این شرایط آزادسازی واردات اجرایی شود، باید دید چه اثری بر بازار ارز و به دنبال آن بر تولید داخلی و نیروی کار خواهد داشت.

وی ادامه داد: نمی‌دانیم در شرایط فعلی چه میزان توان برای تولیدکنندگان باقی مانده و تا چه اندازه می‌توانند کاهش فروش و زیان ناشی از آن را جبران کنند، اما می‌توان گفت این تصمیم می‌تواند بخش قابل توجهی از تولیدکنندگان را تحت تاثیر قرار دهد.

اوجاقلی در پایان تأکید کرد: صنعت لوازم خانگی حدود ۳۰۰ هزار نفر نیروی مستقیم شغلا و نزدیک به یک میلیون شغل غیرمستقیم ایجاد کرده است و حداقل نیمی از تولیدکنندگان این صنعت در چهار قلم کالایی که موضوع واردات آن‌ها مطرح شده، فعالیت می‌کنند؛ بنابراین هر تصمیمی در زمینه واردات این کالاهای می‌تواند پیامد مستقیمی برای تولید، اشتغال و فعالیت این بخش داشته باشد.

این صنعت نیز اظهار کرد: در سال ۱۴۰۳ حدود ۲۵ هزار نفر اشتغال زایی مستقیم در صنعت موتورسیکلت وجود دارد و با توجه به اینکه تولید در سال ۱۴۰۴ کاهش پیدا کرده و در چهار ماهه نخست سال ۱۴۰۵ حدود ۴۰ درصد نسبت به سال ۱۴۰۴ پایین‌تر آمده است، اما خوشبختانه با این حال هیچ‌گونه تعدیل نیرویی در صنعت موتورسیکلت اتفاق نیفتاده است. مجاهد درباره علت این موضوع گفت: افرادی که در صنعت موتورسیکلت مشغول به کار هستند، نیروهای هستند که شاید بین تا دو دهه با این مجموعه‌ها کار کرده‌اند و نیروهای فنی صنعت موتورسیکلت محسوب می‌شوند که حتی اگر یک تولیدکننده بخواهد نیروی خود را تعدیل کند، در آینده به همین نیروها نیاز خواهد داشت. به همین دلیل تا امروز صنعت موتورسیکلت تعدیل نیرویی نداشته است.

رئیس انجمن صنعت موتورسیکلت ایران درباره تاثیر قطعی برق و محدودیت‌های انرژی بر صنعت موتورسیکلت نیز گفت: مسئله برق قطعاً بر تولید تاثیر گذاشته و قیمت تمام‌شده را افزایش داده است، اما در تأمین موتورسیکلت تاثیر جدی نداشته است؛ چراکه میزان درخواست بازار کاهش پیدا کرده و در حال حاضر کارخانه‌هایی را سراغ داریم که سه روز در هفته تعطیل هستند و معمولاً روزهایی که برق ندارند، در همان سه روز تعطیلی قرار گرفته است. بنابراین با توجه به کاهش نیاز بازار، مشکل اصلی امروز صنعت موتورسیکلت برق نیست، بلکه مسائل دیگری است.

افزایش شدید هزینه حمل‌ونقل

مجاهد ادامه داد: یکی از مشکلات اصلی امروز صنعت موتورسیکلت، هزینه حمل‌ونقل است. هزینه حمل‌ونقل دریایی تا قبل از تحولات اخیر حدود دو هزار دلار بود، اما امروز حداقل هزینه حمل ریلی به ۱۲ هزار دلار رسیده و در برخی موارد حتی شایعاتی درباره ارقام بالاتر مطرح می‌شود. وی در پایان با اشاره به عوامل مؤثر بر قیمت نهایی موتورسیکلت گفت: در مجموع عوامل بسیاری از جمله هزینه حمل‌ونقل، هزینه ترخیص، حقوق و عوارض گمرکی، هزینه بیمه، هزینه ثبت سفارش، دستمزد سربار، هزینه پلاک، گارانتی، استاندارد، مالیات سبز، هزینه اسقاط، مالیات بر ارزش افزوده و مالیات هلال احمر هزینه‌هایی است که از تولیدکننده دریافت می‌شود که هرکدام در افزایش هزینه نهایی محصول نقش مهمی دارند؛ بنابراین وقتی نرخ دلار افزایش پیدا می‌کند، به تناسب افزایش قیمت ارز، هر یک عوامل فوق که مطرح شد نیز تحت تاثیر قرار می‌گیرد و همین عوامل موجب افزایش قیمت موتورسیکلت می‌شوند.

مدیریت اعتماد در سازمان: مهمترین دارایی یک کسب و کار



نویسنده: علی آلعلی

برای قرن ها مدل ذهنی ما از یادگیری یک مدل مکانیکی و سرد بوده است. ما یادگیری را فرآیند انتقال اطلاعات از یک ظرف پر (معلم یا مدیر) به یک ظرف خالی (دانش آموز یا کارمند) تصور کرده ایم. در این مدل محیط یادگیری شبیه به یک کارخانه است که در آن مغزهای خام وارد شده و با افزودن داده ها و فرآیندها، به یک محصول نهایی استاندارد تبدیل می شوند.

این مدل یک حقیقت بنیادین در علوم اعصاب و روانشناسی را نادیده می گیرد: مغز انسان، یک کامپیوتر بیولوژیکی نیست که بتوان اطلاعات را در آن آلود کرد. مغز، یک عضو اجتماعی است. یادگیری واقعی و پایدار، یک فرآیند منطقی صرف نیست؛ یک رویداد هیجانی است که در بستر اعتماد و ارتباط انسانی شکل می گیرد.

زمانی که ما احساس امنیت، دیده شدن و تعلق خاطر می کنیم، سیستم عصبی ما از حالت تدافعی بقا خارج شده و وارد حالت کنجکاوی اکتشاف می شود. در این وضعیت است که مسیرهای عصبی جدید برای یادگیری، به معنای واقعی کلمه، باز می شوند. این مقاله به این موضوع نمی پردازد که «چه» چیزی را باید آموزش دهیم، بلکه به این می پردازد که «چگونه» باید محیطی را مهندسی کنیم که در آن، مغز انسان مشتاق یادگیری باشد.

پیش از محتوا: ساختن پل امنیت روانی
تصور کنید وارد یک اتاق می شوید تا یک مهارت جدید را بیاموزید، اما از این می ترسید که اگر یک سوال احمقانه پرسید، مورد تمسخر قرار خواهید گرفت. در این لحظه، تمام انرژی شناختی شما صرف خود حفاظتی می شود، نه یادگیری.

مغز شما در حال اسکن پهنای باند ذهنی برای جذب اطلاعات اجتماعی است و دیگر هیچ پهنای باند ذهنی برای جذب اطلاعات جدید باقی نمانده است. اولین و مهمترین وظیفه هر رهبر یا مربی،

ساختن یک پل «ایمنی روانی» است. این یک مفهوم انتزاعی نیست، بلکه مجموعه ای از رفتارهای مشخص است.

این یعنی شروع کردن یک جلسه آموزشی، نه با ارائه اطلاعات، بلکه با به اشتراک گذاشتن یک آسیب پذیری یا یک داستان شخصی از یک اشتباه. این اقدام ساده، سلسله مراتب را کاهش داده و این پیام را ارسال می کند: «در این فضا، اشتباه کردن بخشی از فرآیند است.» این یعنی ایجادکردن ساختارهایی که در آنها، افراد تشویق می شوند تا سوالات خود را به صورت ناشناس مطرح کنند. شرکتی مانند پیکسار، با جلسات نقد بی رحمانه اما محترمانه خود به نام هیأت امنای مغزها، این هنر را به کمال رسانده است. در آن جلسات، همه می دانند که هدف، حمله به فرد نیست، بلکه بهبود جمعی پروژه است. بدون این پایه از اعتماد، هرگونه تلاش برای آموزش، مانند ساختن یک خانه بر روی یک زمین لرزان است.

رهبر به مثابه یک یادگیرنده: مدل سازی کنجکاوی، نه دانایی مطلق مدل قدیمی رهبری بر پایه تصویر رهبر به عنوان «دانای کل» بنا شده بود؛ فردی که تمام پاسخ ها را می داند. این مدل، یک محیط یادگیری سمی ایجاد می کند. وقتی رهبر، خود را به عنوان یک منبع تمام نشدنی از دانش معرفی می کند، به طور ناخودآگاه به تیم خود این پیام را می دهد که وظیفه شما جذب کردن است، نه پرسش کردن.

این فرهنگ کنجکاوی را در نطفه خفه می کند. در مقابل، تأثیرگذارترین رهبران، نقش «یادگیرنده ارشد» را بازی می کنند. آنها با فروتنی، چهل خود را در حوزه های مختلف می پذیرند و به طور فعال، از تیم خود سوالاتی می پرسند که پاسخ آنها را نمی دانند. این مدل سازی، یک تغییر فرهنگی قدرتمند ایجاد می کند.

این به تیم نشان می دهد که کنجکاوی، یک فضیلت است و ندانستن، نقطه شروع یادگیری است، نه پایان آن. یک مدیرعامل در

یک غول نرم افزاری مانند مایکروسافت، وقتی در یک جلسه به صورت علنی می گوید: «من این جنبه فنی را کاملاً درک نمی کنم، آیا می توانید برای من توضیح دهید؟»، در حال ساختن یک مجوز نانوشته برای تمام افراد حاضر در اتاق است تا آنها نیز سوال بپرسند، ایده های جدید را به چالش بکشند و در فرآیند یادگیری جمعی مشارکت کنند

اتصال به معنا: چرا این موضوع اهمیت دارد؟

مغز ما برای به خاطر سپردن اطلاعاتی که بی معنا و بی ربط به نظر می رسند، به شدت مقاومت می کند. ما می توانیم ساعت ها صرف حفظ کردن یک مجموعه از حقایق انتزاعی کنیم و روز بعد، تقریباً تمام آنها را فراموش نماییم. یادگیری عمیق زمانی اتفاق می افتد که اطلاعات جدید، به یک قلاب در دانش، تجربیات یا اهداف موجود ما متصل شوند. وظیفه یک مربی بزرگ، تنها ارائه اطلاعات نیست، بلکه ساختن این پل های معنایی است.

او باید قبل از توضیح «چه» و «چگونه»، به سوال بنیادین «چرا» پاسخ دهد. «چرا یادگیری این مهارت جدید، به تو کمک می کند تا در شغلت موثرتر باشی؟ چگونه این دانش، به حل کردن یک مشکل واقعی که با آن دست و پنجه نرم می کنی، کمک خواهد کرد؟». یک تیم فروش در شرکتی مانند گوگل، تنها در مورد ویژگی های یک محصول جدید آموزش نمی بیند. رهبران آنها زمان زیادی را صرف توضیح این می کنند که چگونه این محصول، زندگی مشتریان را به طور معناداری بهبود می بخشد. این اتصال به یک هدف بزرگ تر، فرآیند یادگیری را از یک وظیفه خسته کننده، به یک مأموریت الهام بخش تبدیل می کند.

یادگیری از طریق انجام و شکست خوردن: از کلاس درس به زمین بازی

مدل یادگیری منفعلانه (نشستن و گوش دادن) یکی از ناکارآمدترین روش های شناخته شده برای مغز انسان است. ما با انجام دادن،

آزمایش کردن و مهمتر از همه، شکست خوردن یاد می گیریم. بهترین محیط های یادگیری، بیشتر شبیه به یک «زمین بازی» هستند تا یک «کلاس درس». در این فضاها، به افراد این فرصت داده می شود تا دانش جدید را بلافاصله در یک محیط امن و کم خطر به کار بگیرند. این یعنی جایگزین کردن سخنرانی های طولانی با شبیه سازی ها، مطالعات موردی و پروژه های عملی. یک شرکت مشاوره مدیریتی پیشرو، به جای آنکه تنها به مشاوران جوان خود در مورد استراتژی آموزش دهد، آنها را در تیم های کوچک قرار می دهد تا بر روی یک مشکل تجاری شبیه سازی شده کار کنند و راه حل های خود را به یک هیأت مدیره فرضی ارائه دهند. بازخوردی که آنها پس از این ارائه دریافت می کنند، بسیار ماندگارتر از هر درسی است که از یک کتاب می آموختند. این رویکرد، شکست را از یک رویداد شرم آور، به یک داده ارزشمند برای یادگیری تبدیل می کند.

در نهایت، ساختن ارتباط، یک بخش نرم و اختیاری از فرآیند یادگیری نیست؛ این زیرساخت ضروری آن است. رهبرانی که بر روی ساختن اعتماد، تشویق کنجکاوی، ایجاد معنا و فراهم کردن فرصت هایی برای آزمایشگری سرمایه گذاری می کنند، در حال ساختن چیزی بسیار بزرگ تر از یک تیم آموزش دیده هستند.

آنها در حال پرورش یک سازمان یادگیرنده هستند؛ یک اکوسیستم که در آن، رشد و انطباق، نه یک رویداد دوره ای، بلکه یک ویژگی دائمی و درونی فرهنگ است. در اقتصادی که تنها مزیت رقابتی پایدار، توانایی یادگیری سریع تر از رقیب است، این مهارت مهندسی اعتماد، به مهمترین وظیفه هر رهبر تبدیل شده است.

منابع:

https://www.inc.com/dr-gina-anderson-ways-to-build-connection-that-impacts-learning-۹۱۲۵۲۲۶۹/۵-

مدیریت بحران در عصر هوش مصنوعی

این شرکت برای ساعت های حیاتی سکوت کرد و سپس یک بیانیه اولیه سرد، حقوقی و غاری از هرگونه همدلی صادر نمود که در آن، از قربانی عذرخواهی نشده بود. در طول این سکوت، روایت کاملاً شکل گرفته بود: یونایتد یک شرکت بی روح و بی تفاوت است که با مشتریانش مانند کالا رفتار می کند. این روایت با سرعتی غیرقابل کنترل در سراسر جهان پخش شد و میلیاردها دلار از ارزش بازار شرکت را از بین برد. در مقابل، یک پاسخ سریع در همان دقیقه اول که می توانست بگوید: «ما از دیدن این ویدئوی نگران کننده شوکه شده ایم. این اتفاق به هیچ وجه منعکس کننده ارزش های ما نیست و ما فوراً در حال تحقیق هستیم»، می توانست

اتاق جنگ حقیقت: جایگزینی کنترل با شفافیت رادیکال تلاش برای کنترل یا محدودکردن اطلاعات در عصر دیجیتال، مانند تلاش برای نگه داشتن آب در یک سبد حصیری است. هر تلاشی برای پنهانکاری، نه تنها بیهوده است، بلکه خود به بخشی از بحران تبدیل شده و اتهام پوشاندن حقیقت را نیز به لیست جرائم شما اضافه می کند. تنها استراتژی کارآمد در این محیط، جایگزین کردن کنترل با شفافیت رادیکال است. این به معنای آن است که شما باید سریع تر و صادقانه تر از منتقدان خود باشید. رهبران تجاری باید یک اتاق جنگ حقیقت تشکیل دهند: تیمی که وظیفه اش نه پنهان کردن اطلاعات، که جمع آوری سریع تمام حقایق (چه خوب و چه بد) و به اشتراک گذاشتن آنها به صورت مداوم و فعالانه با عموم است. شما باید به تنها منبع قابل اعتماد اطلاعات درباره بحران خودتان تبدیل شوید، حتی اگر این کار به معنای اعتراف به اشتباهات دردناک باشد.

پس از رسوایی بزرگ آلایندهی خودروهای دیزلی فولکس واگن، این شرکت در ابتدا تلاش کرد تا ابعاد فاجعه را کم اهمیت جلوه دهد. این رویکرد، تنها خشم عمومی و بی اعتمادی را تشدید کرد اما پس از تغییر در تیم رهبری، استراتژی جدیدی اتخاذ شد که بسیار موثرتر بود. هربرت دیس، مدیرعامل جدید گروه، یک استراتژی شفافیت رادیکال را در پیش گرفت. او نه تنها به طور کامل به تقلب سیستماتیک شرکت اعتراف کرد، بلکه یک برنامه جامع و شفاف برای اصلاح فرآیندها، جبران خسارت مشتریان و سرمایهگذاری هنگفت در خودروهای الکتریکی را

نویسنده: علی آلعلی

کتاب های استراتژی کسب و کار مملو از پروتکل های مدیریت بحران هستند؛ راهنماهای گام به گامی که بر پایه یک اصل منسوخ شده نوشته شده اند: کنترل. در آن دوران، یک شرکت می توانست با تشکیل یک اتاق جنگ، آماده سازی یک بیانیه مطبوعاتی بی نقص و کنترل جریان اطلاعات از طریق کانال های محدود رسانه ای، یک بحران را مدیریت و اغلب پنهان کند. آن دوران برای همیشه به پایان رسیده است. عصر دیجیتال، کتاب قوانین را نه بازنویسی، که به طور کامل به آتش کشیده است. بحران ها دیگر در جلسات هیأت مدیره مدیریت نمی شوند؛ آنها در کف شبکه های اجتماعی، توسط میلیون ها قاضی، هیأت منصفه و دادستان آموته، به صورت زنده و لحظه ای، مدیریت یا شعله ور می شوند. در این دادگاه بی رحم و همیشه بیدار افکار عمومی، سرعت بر کمال پیروز می شود، شفافیت تنها پادزهر در برابر سم شایعه است و سکوت، دیگر نشانه تدبیر نیست، بلکه معادل پذیرش گناه است.

مرگ ساعت طلایی: اصل پاسخ در دقیقه اول در مدیریت بحران سنتی مفهومی به نام ساعت طلایی وجود داشت؛ یک پنجره زمانی یک ساعته پس از وقوع یک حادثه که در آن یک شرکت فرصت داشت تا حقایق را جمع آوری کرده، یک استراتژی ارتباطی تدوین نماید و اولین بیانیه رسمی خود را صادر کند. در اکوسیستم دیجیتال، این ساعت طلایی به یک شوخی خطرناک تبدیل شده است. ما اکنون در عصر دقیقه طلایی زندگی می کنیم.

از لحظه ای که یک ویدئو از یک اتفاق منفی در شبکه های اجتماعی منتشر می شود، یک روایت در حال شکلگیری است؛ روایتی که توسط کاربران خشمگین، شاهدان عینی و رقبا ساخته می شود. اگر شما در آن دقایق اولیه با یک پاسخ اولیه، هرچند ناقص اما انسانی و همدلانه، حضور نداشته باشید، کنترل روایت را برای همیشه از دست خواهید داد. وظیفه شما در این مرحله، ارائه یک راه حل کامل نیست، بلکه نشان دادن این است که شما «شنیده اید، اهمیت می دهید و در حال بررسی هستید».

شاید هیچ مثالی به اندازه بحران شرکت هواپیمایی یونایتد ایرلاینز، این واقعیت جدید را به تصویر نکشد. زمانی که ویدئوی بیرون کشیدن خشتون آمیز یک مسافر از هواپیما در شبکه های اجتماعی منتشر شد،

اعلام نمود. او به جای انکار گذشته، از آن به عنوان سکوی پرتابی برای تعریف یک آینده جدید و پاک تر برای فولکس واگن استفاده کرد. این شفافیت دردناک، هرچند در کوتاه مدت پرهزینه بود، اما تنها راهی برای آغاز فرآیند طولانی و دشوار بازسازی اعتماد بود.

ارتش خاموش شما: توانمندسازی کارمندان

در طول یک بحران، شرکت ها اغلب یک اشتباه بزرگ را مرتکب می شوند: آنها کارمندان خود را در تاریکی نگه می دارند و به آنها دستور می دهند که هیچ صحبتی با رسانه ها یا در شبکه های اجتماعی نکنند. این رویکرد، نه تنها بزرگترین و معتبرترین دارایی ارتباطی شما را نادیده می گیرد، بلکه کارمندان را به قربانیان بی اطلاع و سردرگمی تبدیل می کند که خودشان به منبع شایعات داخلی تبدیل می شوند.

در مقابل، استراتژی هوشمندانه، توانمندسازی کارمندان به عنوان یک ارتش از سفیران معتبر برند است. شما باید با آنها حتی شفاف تر از عموم مردم ارتباط برقرار کنید، اطلاعات دقیق و بهروز را در اختیارشان بگذارید و به آنها دستورالعمل های روشنی دهید که چگونه می توانند به شیوه ای سازنده در این مکالمه مشارکت کنند. یک پیام حمایتی از طرف یک کارمند واقعی در شبکه های اجتماعی، اغلب بسیار معتبرتر از یک بیانیه مطبوعاتی رسمی از سوی شرکت تلقی می شود.

شرکت استارباکس در مواجهه با بحران ناشی از رفتار نژادپرستانه یکی از مدیران فروشگاه هایش، این استراتژی را به شکلی استادانه اجرا کرد. آنها به جای اینکه صرفاً یک عذرخواهی رسمی صادر کنند، یک اقدام بی سابقه انجام دادند: تمام فروشگاه های خود در آمریکا را برای یک بعدازظهر کامل تعطیل کردند تا تمام کارمندانشان در یک جلسه آموزشی اجباری درباره تعصبات ناخودآگاه شرکت کنند.

این اقدام، یک پیام قدرتمند به داخل و خارج از سازمان ارسال کرد. مهمتر از آن، این شرکت به طور فعالانه با کارمندان خود درباره این مشکل ارتباط برقرار کرد و آنها را به بخشی از راه حل تبدیل نمود. در نتیجه، بسیاری از کارمندان استارباکس به طور داوطلبانه در شبکه های اجتماعی از این اقدام دفاع کردند و داستان های شخصی خود از تعهد شرکت به ایجاد یک محیط فراگیر را به اشتراک گذاشتند. آنها به معتبرترین صداهای شرکت در میانه یک توفان سهمگین تبدیل شدند.

گوش دادن فعال: بحران به عنوان یک گروه تمرکز رایگان در هرج و مرج یک بحران دیجیتال، گزینه اولیه بسیاری از رهبران تجاری، تمرکز بر روی پاسخ دادن و دفاع از موضع شرکت است. اما اغلب، هوشمندانه ترین کاری که یک شرکت می تواند انجام دهد، گوش دادن فعالانه به مکالمات است. شبکه های اجتماعی در طول یک بحران، به بزرگترین و صادقانه ترین گروه تمرکز جهان تبدیل میشوند. مشتریان خشمگین، به صراحت به شما می گویند که چه چیزی را اشتباه انجام داده اید، چه چیزی آنها را ناامید کرده و از شما چه انتظاری دارند. نادیده گرفتن این بازخوردهای بی پرده، یک فرصت استراتژیک عظیم را از دست میدهد. رهبران تجاری بزرگ، از این هیاهو به عنوان یک منبع رایگان برای درک عمیق تر نقاط ضعف خود و شناسایی مسیر درست برای اصلاح استفاده می کنند. آنها درک می کنند که اولین قدم برای حل یک مشکل، پذیرش وجود آن و گوش دادن به کسانی است که از آن متأثر شده اند.

وقتی شرکت پپسی کمپین تبلیغاتی جنجالی خود با حضور کندال جنر را منتشر کرد، با موج سهمگینی از انتقادات روبهرو شد که این تبلیغ را به دلیل ساده انگاری جنبش های عدالت اجتماعی، مورد تمسخر قرار می داد. تیم پپسی می توانست با سرخستی از قصد و نیت خوب خود دفاع کند اما آنها در عوض، به سرعت به صدای بلند و یکپارچه مخاطبانشان گوش دادند.

آنها حجم عظیم بازخوردهای منفی را نه به عنوان یک حمله، که به عنوان یک داده ارزشمند پذیرفتند؛ داده ای که نشان می داد آنها درک عمیقی از گفتمان فرهنگی روز ندارند. در نتیجه، آنها به سرعت تبلیغ را از تمام پلتفرم ها حذف کرده و یک عذرخواهی شفاف و بدون قید و شرط صادر نمودند که در آن، به صراحت به «بی توجهی» خود اعتراف کردند. این اقدام، که محصول مستقیم گوش دادن فعالانه بود، هرچند نتوانست جلوی آسیب اولیه را بگیرد، اما از تبدیل شدن آن به یک زخم عمیق تر و پایدارتر بر روی برند جلوگیری کرد.

منابع:

https://www.europeanbusinessreview.com/managing-crisis-in-the-digital-age

کار آفرینان موفق دنیا چه نوآوری هایی داشته اند؟



نویسنده: علی آعلی

کارآفرینان زیادی در دنیا مشغول فعالیت هستند و راستش را بخواهید همه آنها آرزوهای دور و درازی برای کسب و کارشان دارند. در این میان تنها برخی از کارآفرینان به شهرت جهانی و از همه مهمتر موفقیت‌های بزرگ دست پیدا میکنند. شاید فکر کنید برخی از این موفقیت‌های تکرارنشدنی حاصل شانس افراد است، خب در این صورت کمی حق با شماست، اما در یک چشم‌انداز وسیعتر ماجرا کمی فرق دارد. خب کارآفرینان بزرگ ایده‌های تازه و حیرتانگیزی هم داشت‌هاند. به همین خاطر توانایی اثرگذاری بهتری بر روی مخاطب داشته و کارشان بهتر از رقبا پیش رفته است.

مشتریان و ناظران بیرون بازار معمولاً موفقیت برندها را بدون هیچ دقت نظری مشاهده میکنند. این امر موجب بروز سوءتفاهم‌های زیادی درباره شیوه موفقیت در بازار میشود. به همین خاطر سالانه خیلی از مردم سراسر دنیا به خیال اینکه در کوتاهترین زمان ممکن امکان موفقیت در بازار را دارند، وارد دنیای کسب و کار میشوند. این در حالی است که برای موفقیت نیاز به شرایط متفاوتی است. اگر شما دقیقاً مطابق دیگران عمل کنید، دیگر کارتان تفاوتی با بقیه نخواهد داشت. مزیت اصلی کارآفرینان موفق شجاعتشان برای عملکردی متفاوت در مقایسه با دیگران است. این امر به آنها فرصت خوبی برای تعامل بهتر با مخاطب هدف میدهد. درست همان کاری که شما هم در دنیای کسب و کار به بهترین شکل ممکن باید انجام دهید.

ما در این مقاله قصد نداریم یک کلاس انگیزشی برای شما برگزار کنیم. خب هر کارآفرینی انگیزه‌اش برای فعالیت بهتر در بازار را به طور متفاوتی به دست میآورد. نکته کلیدی در این میان تلاش برای فعالیت متفاوت در بازار با نیم نگاهی به تجربه افراد موفق است. خب همه ما اسم‌های مختلفی تحت عنوان «بهترین کارآفرینان دنیا» در سر داریم. این امری است که به شما برای الگوبرداری از آنها کمک میکند. البته اینجا قصد ما بیشتر کمک به شما برای آشنایی با دنیای متفاوت کارآفرینی است.

شما در این مقاله با تجربه برخی از موفقترین کارآفرینان دنیا در زمینه فعالیت در بازار و عملکرد متفاوت آشنا خواهید شد. خب اجازه دهید بدون هیچ انثاف وقتی برویم سراغ بخش اصلی ماجرا. یادتان باشد، شما قرار نیست دقیقاً مثل افراد مورد بحث در این مقاله عمل کنید. در عوض مزیت شما در استفاده از زاویه دید آنها برای تحلیل شرایط بازار است. این امر به شما موقعیت بهتری در مقایسه با رقبا خواهد داد. خب اجازه دهید کم کم برویم سراغ ماجراجویی‌مان.

کار آفرینان موفق و رمز موفقیتشان

اگر همین حالا از مردم سراسر دنیا درباره موفقترین کارآفرینان دنیا سوال کنیم، احتمالاً هر کسی جواب خاص خودش را خواهد داشت. با این حال برخی از اسامی به دلیل موفقیت‌های حیرتانگیزشان جای هیچ چون و چرایی ندارند. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف چاره‌ای به غیر از تأیید اثرگذاری آنها در دنیای کسب و کار نخواهید داشت. این مسئله‌های است که به شما برای فعالیت بهتر کمک خواهد کرد. ما در ادامه قصد داریم داستان نوآوری برخی از موفقترین کارآفرینان دنیا را به اتفاق شما مرور کنیم. متر و معیار ما برای تعیین موفقترین افراد دنیا بینهایت ساده است. خب کسانی مثل ایلان ماسک یا جف بزوس علاوه بر اینکه شهرت زیادی دارند، ثروشان نیز تکرارنشده‌نی به نظر میرسد. به همین خاطر ما از همین معیار برای انتخاب موفقترین کارآفرینان دنیا استفاده کرده‌ایم.

جف بزوس: کار آفرینی با ثروتی تمام‌نشدنی

جف بزوس هنوز هم یکی از ثروتمندترین آدم‌های روی کره زمین است. در حالی که پرونده طلاق او از همسرش هزینه زیادی روی دستش گذاشت، اما ایده آمازون آنقدر پولساز هست که باز هم جف بزوس را در میان افراد ثروتمند دنیا مشاهده کنیم.

نکته جالب درباره جف بزوس شروع به کارش به عنوان یک مشاور مدیریتی است. زمانی که او تازه در دنیای کسب و کار وارد شده بود، تمرکز اصلی‌اش بر روی طراحی سیستم‌های بانکداری نوین برای کمک به تجارت جهانی ساده‌تر بود. البته در آن حوزه موفقیت زیادی به دست نیاورد. به همین خاطر در دهه ۹۰ میلادی کتابخانه آنلاین کادابرا (Cadabra) را راهاندازی کرد. این ایده کمی جذابتر از کارهای قبلی‌اش در دنیای کسب و کار بود. اصلاً ایده اصلی آمازون از همینجا شروع شد. جف بزوس با خودش فکر کرد وقتی ایده یک کتابخانه آنلاین تا این اندازه مورد استقبال اهالی فرهنگ و هنر قرار میگیرد، چرا دامنه کارش را

توسعه ندهد؟ آمازون حاصل این ماجراجویی در دنیای کسب و کار بود. تا پیش از آن تصور اینکه صنعت خردهفروشی به طور کامل آنلاین شود برای کسی قابل درک نبود. با این حال جف بزوس به ساد‌ه‌ترین شکل ممکن وضعیتش در دنیای کسب و کار را تغییر داد. درست به همین خاطر امروزه آمازون یکی از پولسازترین ایده‌های دنیا محسوب میشود. فرقی ندارد شما در چه حوزه‌ای فعالیت دارید، امتحان ایده‌های تازه در قالب محدود و سپس توسعه آنها همیشه رایتان جذابیت خاصی خواهد داشت. این مسئله‌های است که میتواند شرایطتان را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد. درست به همین خاطر میتوانید از الگوی جف بزوس درس گرفته و کارتان را با کمی هیجان و نوآوری بیشتر همراه سازید. لازم نیست همیشه ایده‌هایی مرتبط با حوزه کاریتان را دنبال کنید. خب جف بزوس هم این کار را نکرد. در عوض بهتر است از ایده‌های اثرگذار برای بهبود وضعیتتان سود ببرید. اینطوری سرنوشت بهتری در انتظارتان خواهد بود.

استیو جابز: یک سیب گاز زده!

استیو جابز یکی از موسسان اصلی برند اپل محسوب میشود. اگرچه او زمانی از شرکتش بیرون انداخته شد، اما با پشتکار مثال‌زدنیاش دوباره به اپل بازگشت. این اتفاقی بود که بسیاری از کارشناسها را نیز حیرت‌زده کرد. خب وقتی آدم از شرکت خودش بیرون انداخته میشود، دیگر نباید خیلی دنبال بازگشت باشد، مگر نه؟

نکته‌ای که در سراسر اپل وجود دارد، تلاش این برند برای تبدیل ایده رایانه‌های بزرگ به رایانه‌هایی قابل استفاده و حتی قابل حمل بود. درواقع در کنار میکروسافت، اپل نیز نقش مهمی در تبدیل کامپیوتر به یک وسیله قابل دسترس و ارزان قیمت داشت؛ چراکه تا پیش از آن رایانه‌ها معمولاً بینهایت بزرگ و گران بودند. به طوری که کاربران خانگی حتی فکر خریدشان را نیز نمیکردند.

پس از اینکه استیو جابز دوباره به اپل بازگشت، ایده دست‌نگاه‌های هوشمند و قابل حمل را مطرح کرد. مثلاً آ‌پد یکی از نخستین ایده‌های او بود. به طوری که در قالبی سبک و کوچک امکان حمل و نقل ساده را داشته باشد. در ادامه ایده آیفون نیز مطرح گشت. درست جایی که بسیاری از کارآفرینان فکر میکردند اندرود به دلیل توسعه زودترش بازار را به دست میگیرد، اپل با یک نوآوری جذاب و سیستم عاملی یکدست رقبا را از میدان به در کرد.

بیشک در دنیای امروز فروش محصولات دارای سیستم عامل انحصاری اپل کمتر از نمونه‌هایی مثل ویندوز یا اندرود است، اما نکته مهم در این میان طرفدارهای بیشتر اپل در سراسر دنیاست. به طوری که ارزش فعلی این برند دنیا تکنولوژی به بیش از ۲.۵ تریلیون دلار میرسد؛ رقمی که به هیچ وجه شوخی‌بردار نیست.

نکته کلیدی درباره استیو جابز درک درست او از نیازهای مردم بود. در واقع او مشتری هدفش را خیلی خوب میشناخت. با این حال کارش را به همین سطح محدود نکرد. او علاوه بر شناخت درست از مخاطب به دنبال درک نیازهای آنها نیز بود. به همین خاطر همیشه ایده‌های تازه و هیجانانگیزی برای برندش داشت. کاری که در طول زمان از اپل یک برند بینهایت جذاب و نوآور ساخت. به طوری که در طول سال‌های متمادی بسیاری از کارآفرینان در تلاش برای الگوبرداری از استراتژی‌های اپل بودند. شاید هیچ توضیح دقیقی درباره نحوه موفقیت استیو جابز در زمینه درک نیازهای مشتریان وجود نداشته باشد. با این حال شکی نیست که او زمان زیادی را به مطالعه بازار اختصاص میداد. اگر شما هم فکر میکنید مطالعه بازار کاری غیرضروری است، احتمالاً تجربه استیو جابز حساسی حیرتزده‌تان خواهد کرد. خب منتظر چه هستید؟ همین حالا آماده شده و مطالعه بازار را به طور جدی شروع کنید. این امر به شما برای درک نیازهای مشتریان و بهبود وضعیت کمک شایانی خواهد کرد.

ایلان ماسک: ایده‌های چند میلیارد دلاری

اگر به شما بگویم یک کارآفرین موفق برایتان پیدا کرده‌ایم که در سن ۱۲ سالگی ویدئوی گیم مخصوص خودش را به فروش رساند، چه فکری خواهید کرد؟ بیشک کسی که توانایی طراحی بازی در سن پایین را دارد، یک نبغه تمام عیار محسوب میشود. این دقیقاً داستان ایلان ماسک است. کسی که در دنیای کسب و کار به خاطر فعالیت‌های حیرتانگیزش شناخته میشود. البته گاهی اوقات موضعگیری‌های او به ضررش نیز تمام شده است، اما همیشه وجهه عمومیش را کاملاً فعال و پویا نگه داشته است.

ایده‌های ایلان ماسک فقط مربوط به دنیای شبکه‌های اجتماعی یا حمل و نقل نیست. او در اولین اقدام مهمش پپسال را طراحی کرد. ایده

یک سیستم آنلاین برای پرداخت جهانی به اندازه کافی جذاب بود تا ایلان ماسک را وارد دنیای کارآفرینان پولدار کند. البته کارآفرین قصه ما به این ماجرا اکتفا نکرد. در عوض در طول زمان به خوبی کارش را توسعه داد.

ایده تسلا در نوع خودش حیرتانگیز بود. ماجرای تسلا از تلاش ایلان ماسک برای کم هزینه ساختن حمل و نقل و همچنین حفاظت از محیط زیست شروع شد. خب انرژی برق در مقایسه با سوخت‌های فسیلی آسیب کمتری به طبیعت میرساند. به همین خاطر استفاده از آن در سراسر دنیا مقرون به صرفه‌تر است. این دقیقاً همان کاری بود که ایلان ماسک در حوزه حرفه‌ای خودش به خوبی انجام داد. ایلان ماسک همیشه یک قدم جلوتر از رقبا فکر میکند. دلیل این امر توانایی او برای استفاده از نظرات افراد حرفه‌ای و کارشناس‌های معتبر است. در واقع برخلاف تصور عمومی از ایلان ماسک، او اهمیت زیادی به نظرات دیگران میدهد. درست به همین خاطر همیشه کسب و کارهایی بینهایت جذاب و ص‌دالیه‌ت پولساز را مدیریت کرده است. به طوری که در طول سال‌های اخیر دائماً حوزه فعالیت او در دنیای کسب و کار با تغییرات مثبت همراه بوده است.

شما لازم نیست به عنوان یک کارآفرین همیشه تمام نکات را بلد باشید. گاهی اوقات هنر اصلی شما در کمک گرفتن به موقع از دیگران نهفته است. این همان کاری است که شما میتوانید برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف انجام دهید. پس نگران چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و بابت کمک گرفتن از دیگران اصلاً احساس خجالت نکنید.

مارک زاکربگ: کار آفرینی از نسل جوان

درک نیازهای نسل جوان همیشه امر ساده‌ای نیست. بسیاری از کارآفرینان در سراسر دنیا نسبت به مشکلات فراوان برای ارتباط با مشتریان جوان شکایت‌های بزرگی دارند. خب در این رابطه شکاف بین نسلی و ص‌دالیه‌ت نیازهای دانما در حال تغییر بیتاثیر نیست.

مارک زاکربگ کارآفرینی است که به طور مشخص با درک درست نیاز هم نسل‌های خود به ثروت فراوان رسیده است. ماجرا از این قرار است که مارک زاکربگ با مشاهده نسل اول شبکه‌های اجتماعی متوجه رابط کاربری نه چندان جذاب آنها شد. سپس سعی کرد فیس‌بوک را براساس یک محیط امن و تعاملی بسازد. ایده‌ای که در طول نزدیک به دو دهه اخیر جذابیت‌های بسیار زیادی برای سراسر مردم داشته است.

امروزه ارزش مالی مارک زاکربگ در دنیای تجارت نزدیک به ۴۴۵ میلیارد دلار است. این رقم حیرتانگیز نه تنها حاصل شانس نیست، بلکه به خاطر تعهد او نسبت به ارائه خدمات آنلاین مناسب در هر زمان و مکانی صورت گرفته است. به طوری که پس از مدت زمانی کوتاه فیس‌بوک بدل به یکی از محبوبترین پلتفرم‌های دنیا شد.

زمانی که در اوایل دهه گذشته اینستاگرام و واتساپ به سرعت در حال جذب کاربران بودند، زاکربگ به خوبی متوجه تغییرات شد. به همین خاطر اقدام به خرید این دو پلتفرم از طراحانش کرد. ایده‌ای که حالا بعد از نزدیک به ۱۵ سال سودآوری خودش را به بهترین شکل ممکن نشان داده است.

شما لازم نیست همیشه ایده‌های قبلیتان را تا انتها دنبال کنید. گاهی اوقات استفاده از ایده‌های تازه یا حتی خرید آنها گزینه بدی نخواهد بود. این دقیقاً کاری است که زاکربگ به بهترین شکل انجام میدهد. او از ایده‌های تازه و هیجانانگیز دیگران به بهترین شکل ممکن استقبال میکند. البته این امر با هدف استفاده از آن ایده‌هاست. پس شما هم لازم نیست نسبت به ظهور رقبای تازه در بازار خیلی احساس بدی داشته باشید. در عوض میتوانید به ساد‌ه‌ترین شکل ممکن اوضاع را به سود خودتان کنترل نمایید.

لری پیج: داستان گوگل

گوگل یکی از بزرگترین برندهای دنیا و بیشک نوستالژیک‌ترینشان محسوب میشود. اغلب ما تجربه‌مان در دنیای آنلاین از دل لوگوی جذاب گوگل شروع شده است. امری که در طول سال‌های اخیر نیز بیتغییر مانده است. البته استراتژی گوگل برای توسعه خدماتش به حوزه‌های مختلف در این میان بیتاثیر نبوده است. زمانی نه چندان دور گوگل فقط یک موتور جست‌وجو بود. با این حال در طول دو دهه اخیر خدماتی مثل یوتیوب، جیمیل، نقشه راه‌نما و همچنین فضای اشتراک ابری به خدمات آن اضافه شده است. به علاوه، فعالیت در دنیای تبلیغات و بازاریابی نیز بدون استفاده از خدمات این برند تقریباً غیرممکن است. دامنه متنوع خدمات گوگل کنار گذاشتن آن از سوی کاربران عادی و همچنین کارآفرینان را غیرممکن کرده است. درست به همین خاطر در طول سال‌های متمادی

گوگل همچنان محبوبیتش را حفظ کرده است. شاید این مهمترین رمز موفقیت گوگل در دنیای کسب و کار محسوب شود.

نکته کلیدی درباره گوگل تلاش برای تلاش برای استفاده از تجربه‌های حیرتانگیزش است. لری پیج زمانی ایده گوگل را با همکاری برخی از دوستانش شروع کرد که تقریباً دنیای آنلاین تحت سیطره یاهو بود. بیشک هر کارآفرین دیگری به جای لری پیج بود، در‌دسر‌های این کار را به جان نمی‌خرد؛ چراکه احتمال شکست‌های بینهایت بزرگ اصلاً دور از ذهن نبود. البته در این میان لری پیج اصلاً اعتماد به نفسش را از دست نداد. در عوض سعی کرد خیلی ساده خودش را به عنوان یک کارآفرین حرفه‌ای معرفی کند. ایده‌ای که در طول زمان با کمک ایده‌های حیرتانگیز همکارانش توسعه زیادی پیدا کرد.

گوگل همیشه یک قدم جلوتر از رقبای خودش است. دلیل این امر تلاش مداوم مدیران آن برای توسعه دامنه کاریشان است. در واقع آنها هیچ وقت به یک حوزه خاص راضی نیستند. در عوض به دنبال بهبود وضعیت فعالیتشان به طور مداوم هستند. این دقیقاً همان مسئله‌های است که موجب شده امروزه گوگل یکی از پولسازترین ایده‌های دنیا محسوب شود.

بیشک همه کارآفرینان در دنیا امکان درس گرفتن از گوگل را دارند. نکته کلیدی در این میان تلاش برای بهبود وضعیت خدمات و همچنین ارائه سرویس‌های بیشتر در طول زمان است. از نظر لری پیج وقتی یک کسب و کار در تلاش برای حفظ وضعیت فعلی به جای بهبود آن باشد، درگیر سقوطی بیمانند خواهد شد. درست به همین خاطر گوگل هیچ وقت در فرآیند توسعه کسب و کارش توقف نمیکند.

میشل دل: انقلابی در صنعت کامپیوتر و تراشه

میشل دل یکی از کارآفرینانی است که در سن بسیار پایین کارش را شروع کرد. او وقتی فقط ۱۹ سال داشت در ایالت تگزاس اولین استارت‌آپ خودش را با سرمایه‌ای نزدیک به هزار دلار راهاندازی کرد. ایده او تغییر در طراحی رایانه‌ها و تبدیلشان به دستگاه‌هایی برای کاربری روزمره بود. در واقع میشل دل فکر میکرد رایانه کمک بینهایت زیادی به ساد‌ه‌سازی کارهای روزمره میکند. بسیاری از نخستین رایانه‌های اداری از شرکت دل هستند. دلیل این امر سرمایه‌گذاری ویژه میشل دل بر روی این عرصه بود. بیشک هر کسی داستان دل را بشنود، نسبت به توانایی یک بچه کم سن و سال برای تغییر دنیای رایانه شگفت‌زده میشود. این در حالی است که معمولاً نوجوانان در این سن و سال خیلی جدی گرفته نمیشوند. درس مهمی که باید از دل گرفت، اهمیت پافشاری بر روی اهداف و برنامه‌های شخصی است. اگر در این میان همه مخالف شما باشند، اهمیت زیادی ندارد. نکته کلیدی در این میان باوری است که هر فرد به برنامه خاص خودش دارد. این امر میتواند اوضاع را به طور قابل ملاحظه‌ای برای کارآفرینان بهتر کند.

قبول دارم گاهی اوقات پافشاری بر روی ایده‌های عجیب پرهزینه خواهد بود، اما درباره مثال دل ماجرا کاملاً فرق دارد. در اینجا ما با کسب و کاری رو به رو هستیم که به طور فزاینده‌ای در بازار ارزشش بیشتر میشود. بنابراین اگر شما نسبت به آینده استارت‌آپتان مطمئن هستید، بد نیست برخلاف مخالفت‌های همه عمل کنید. خب اگر قرار بود شما هم مثل دیگران در بازار عمل کنید، هیچ وقت به موفقیت‌های بزرگ دست پیدا نمیکردید. این نکته‌ای است که اهمیت بسیار زیادی در بازار کسب و کار دارد.

سخن پایانی

کارآفرینان بزرگ دنیا از همان روز اول میلیونر‌هایی بیچون و چرا نبودند. خیلی از آنها در مسیر کاریشان با شکست‌های زیادی نیز رو به رو شده‌اند. مثلاً استیو جابز در دوران فعالیتش به خاطر همین تصمیم‌های موجب شکست از شرکتش بیرون انداخته شد. با این حال برآیند کلی کارآفرینان بزرگ نشاندهنده ثباتشان در زمینه موفقیت مالی است.

ما در این مقاله سعی کردیم برخی از درسه‌ای مهم از کارآفرینان موفق و مشهور دنیا را به اتفاق شما مرور کنیم. حالا شما آمادگی لازم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین حرفه‌ای را دارید. پس چرا منتظر هستید؟ همین حالا کارتان را شروع کنید. هر جایی هم نیاز به راهنمایی داشتید، کارشناس‌های ما در روزنامه فرصت امروز آماده تعامل با شما هستند.

منابع:

https://robertsmith.com/blog/famous-entrepreneurs
https://www.investopedia.com/articles/financial-theory/1۰-the-greatest-entrepreneurs.asp-۱۰

مدیریت انضباط در محل کار

نویسنده: **علی آلعلی**

در دنیای مدیریت یک پارادوکس خطرناک وجود دارد: مدیرانی که بیش از حد خوب هستند، اغلب به بدترین رهبران تبدیل می شوند. این مدیران از هرگونه روبراویی و گفتگوی سخت اجتناب می کنند. آنها اشتباهات کوچک را نادیده می گیرند، به امید اینکه خود به خود حل شوند، اما این اشتباهات مانند ترک های ریز روی شیشه جلوی اتومبیل به تدریج بزرگ و بزرگ تر می شوند تا جایی که یک روز کل شیشه فرو می ریزد. در آن زمان، دیگر کار از کار گذشته است و کل تیم، یعنی مسافران آن اتومبیل، آسیب می بینند.

رویکرد درست به انضباط و عملکرد ضعیف کارکنان، نه به معنای سستگیری بی رحمانه است و نه چشم پوشی بی مسئولیت. یک مدیر کارآمد، مانند یک سیستم مسیریاب هوشمند و پیشرفته عمل می کند. وظیفه این سیستم رساندن راننده به مقصد است، نه تنبیه او برای هر گردش اشتباه. این سیستم با آرامش راهنمایی می کند، مسیر را تصحیح می کند و هشدارهای لازم را به موقع می دهد، اما چگونه می توان چنین سیستم راهبری هوشمندی را در یک شرکت پیاده سازی کرد؟

سفر تصحیح مسیر یک کارمند، معمولا در چهار مرحله کلیدی و تدریجی اتفاق می افتد، بیایید به اتفاق یکدیگر این مسیر را بررسی کنیم.

مرحله اول: قدرت یک تذکر شفاهی

وقتی در رانندگی یک خروجی را جا می گذارید، سیستم مسیریاب شما فریاد نمی کشد. با لحنی آرام و خنثی می گوید: «در حال محاسبه مجدد مسیر...». این دقیقا همان نقش تذکر شفاهی در محیط کار است. این یک گفتگوی غیررسمی، خصوصی و محترمانه است که هدف آن تنبیه نیست، بلکه آگاه سازی است.

فرض کنید کارمندی به طور مداوم با پنج دقیقه تاخیر در جلسات مهم حاضر می شود. مدیر-راهبر او را به کناری فرا می خواند و می گوید: «متوجه شده ام که اخیرا برای رسیدن به جلسات تیم کمی با چالش روبرو هستی. همه چیز مرتب است؟ حضور به موقع تو برای شروع هماهنگ کارها واقعا برای ما مهم است.»

این گفتگو سه هدف کلیدی را دنبال می کند: اول از همه، مشکل را به صورت خصوصی مطرح می کند و از تحقیر فرد جلوی دیگران جلوگیری می کند. سپس به جای حمله به شخصیت (شما بی نظم هستی!) روی رفتار خاص (تاخیر در جلسات) تمرکز می کند. در نهایت فرصتی برای کارمند ایجاد می کند تا اگر مشکل بزرگ تری وجود دارد، آن را در میان بگذارد. در بسیاری از موارد، همین محاسبه مجدد آرام و انسانی، برای بازگرداندن کارمند به مسیر اصلی کافی است.

مر حله دوم: وضوح اخطار کتبی

اگر راننده به راهنمایی های صوتی اولیه توجه نکند و به مسیر اشتباه ادامه دهد، سیستم مسیریاب یک دستورالعمل واضح و جدی تر را روی صفحه نمایش می دهد: «لطفا در اولین فرصت دور بزنید». این، معادل

اخطار کتبی در فرآیند انضباطی است.

این مرحله دیگر یک گفتگوی غیررسمی نیست. یک جلسه رسمی است که در آن مشکل، انتظارات برای اصلاح رفتار و عواقب عدم تغییر به صورت شفاف و مکتوب ثبت می شود. این سند یک نقشه راه دقیق برای کارمند است.

به عنوان مثال در تذکر کتبی ذکر می شود: «براساس گفتگوی شفاهی ما در تاریخ فلان، رفتار تاخیر در جلسات متأسفانه ادامه یافته است. از شما انتظار می رود که از این پس در تمام جلسات رأس ساعت مقرر حاضر باشید. ادامه این روند می تواند منجر به اقدامات انضباطی جدی تر شود.» مکتوب کردن این اخطار دو دلیل حیاتی دارد، اول، هیچ سوءتفاهمی باقی نمی گذارد. کارمند دقیقا می داند که مشکل چیست و چه انتظاری از او می رود. دوم، این سند از شرکت در برابر اتهامات احتمالی در آینده محافظت می کند. در زبان مدیریت منابع انسانی یک قانون طلایی وجود دارد: «اگر مکتوب نشده باشد، انگار هرگز اتفاق نیفتاده است». شرکت هایی مانند مایکروسافت سیستم های پیچیده ای برای ثبت مستند این مراحل دارند تاطمینان حاصل کنند که فرآیند برای همه عادلانه و شفاف است.

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زرتشت غربی، روبروی بیمارستان مهر

پلاک۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۰۲۷۱۹۹۹۸۸

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

این برنامه، نقشه نهایی برای خروج از بحران است. این کار به کارمند یک فرصت آخر و کاملا شفاف برای جبران می دهد و همزمان، شرکت را برای تصمیم نهایی و دشوار بعدی آماده می کند. این مرحله نشان می دهد که سازمان تمام تلاش خود را برای کمک به کارمند انجام داده است

مرحله چهارم: گام نهایی و اجتنابناپذیر

یک سیستم مسیریاب نمی تواند به جای راننده رانندگی کند. اگر راننده با وجود تمام هشدارها و راهنمایی ها آگاهانه تصمیم بگیرد که به دره بپیچد، مسیریاب تنها کاری که می تواند انجام دهد، ثبت مسیر طی شده و اعلام عدم موفقیت ماموریت است. خاتمه همکاری یا اخراج، آخرین مرحله در این فرآیند است.

اگر سه مرحله قبلی به درستی اجرا شده باشند، این مرحله هرگز نباید برای کارمند غافلگیرکننده باشد. او از مشکل آگاه بوده، راهنمایی های شفافی دریافت کرده و فرصت کافی برای اصلاح داشته است. اخراج در این چارچوب، یک تصمیم هیجانی و ناگهانی نیست، بلکه نتیجه منطقی یک فرآیند مستند و منصفانه است. هدف این است که کارمند در نهایت درک کند که این شرکت تمام راه های ممکن را برای موفقیت او امتحان کرده است، اما در نهایت، این خود او بوده که مسیر را انتخاب کرده است

جمع بندی

مدیریت انسان ها یکی از پیچیده ترین وظایف در دنیای کسب و کار است. اجتناب از گفتگوهای سخت به بهانه «خوب بودن» در نهایت به همه آسیب می زند به کارمندی که می توانست با یک راهنمایی به موقع اصلاح شود، به تیمی که روحیه و بهره وری اش تحلیل می رود و به خود مدبری که اعتبارش را از دست می دهد.

یک رهبر تجاری بزرگ یک راهبر است. او می داند که وظیفه اش نه فقط تعیین مقصد، بلکه فراهم کردن یک سیستم مسیریابی قابل اعتماد برای تمام اعضای تیمش است. او با شجاعت و همدلی، مسیر را برای کسانی که گم شده اند، مجددا محاسبه می کند، هشدارهای لازم را به موقع و به صورت خصوصی می دهد و در نهایت، تصمیمات سخت را براساس داده ها و مستندات و نه براساس احساسات لحظه ای، اتخاذ می کند. اکنون از خود بپرسید: آیا سیستم مدیریت شما یک مسیریاب هوشمند است یا یک نقشه کاذبی قدیمی که در باد رها شده است؟

منابع:

https://wheniwork.com/blog/employee-discipline

https://www.indeed.com/career-advice/career-development/self-discipline

مدیرعامل شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره) سازند خبر داد:

هفت سگوی افتخار برای خانواده پالایشگاه امام خمینی (ره) سازند در مرحله وزارت نفت مسابقات قرآن

ایستاد. در بخش فرزندان کارکنان نیز، هائیه سادات خاتمی در رشته حفظ ۱۰ جزء قرآن کریم و فاطمه فراهانی در رشته نهجالبلاغه، عنوان نخست را به دست آوردند.

همچنین علی یزدیان در رشته حفظ پنج جزء قرآن کریم، مقام دوم را کسب کرد و امیرمهدی عرفانی‌راد در رشته مفاهیم قرآن کریم و امیرحسین بنیادی در رشته اذان، به مقام سوم این رویداد ملی دست یافتند.

چراغی افزود: این افتخارآفرینی، تصویری روشن از عمق باورهای دینی، نشاط فرهنگی و ظرفیت‌های ارزشمند خانواده پالایشگاه امام خمینی(ره) سازند است؛ خالواده‌ای که در کنار حضور مؤثر در جبهه تولید پایدار و تأمین انرژی کشور، انس با قرآن کریم و معارف بلند نهج‌البلاغه را به‌عنوان چراغ راه زندگی فردی و سازمانی خود پاس می‌دارد.

وی در پایان بیان داشت: درخشش مشترک کارکنان و فرزندان آنان در این رقابت‌ها، نشان می‌دهد فرهنگ قرآنی در پالایشگاه امام خمینی(ره) سازند، تنها یک برنامه مناسبتی نیست؛ بلکه جریانی زنده، ریشه‌دار و الهام‌بخش است که از محیط کار تا فضای خانواده امتداد یافته و سرمایه‌ای ماندگار برای امروز و آینده این مجموعه صنعتی به شمار می‌رود.



دوم و دو مقام سوم را از آن خود کردند.

مدیرعامل شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) سازند گفت: دربخش کارکنان، فاطمه الماسی از اداره روابط عمومی شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) سازند، در رشته قرأت ترتیل قرآن کریم مقام نخست و همچنین فریبرز احمدی از واحد HSE شرکت، در رشته مفاهیم قرآن کریم بر سکوی دوم

اراک – فرناز امیدی: مدیرعامل شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره) سازند گفت: کارکنان و فرزندان کارکنان این شرکت درنهمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم، اذان و نهج‌البلاغه وزارت نفت، با فتح سه سکوی نخست، دو عنوان دوم و دو رتبه سوم، پرچم افتخار این مجموعه راهبردی را در جوار حرم حضرت عبدالعظیم حسنی(ع) به اهتزاز درآوردند.

رضا چراغی افزود: کارکنان و فرزندان کارکنان شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) سازند درنهمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم، اذان و نهج‌البلاغه وزارت نفت، با کسب هفت مقام برتر کشوری، برگ زرین دیگری به کارنامه فرهنگی و معنوی خانواده بزرگ این شرکت افزودند.

وی در ادامه بیان داشت: این دوره از مسابقات از ۲۸ تا ۳۰ مردادماه، به میزبانی شرکت ملی نفت ایران و در فضای روحانی آستان مقدس حضرت عبدالعظیم حسنی(ع) برگزار شد و نمایندگان پالایشگاه امام خمینی(ره) سازند با حضوری توانمند، سه مقام نخست، دو مقام

آگهی دعوت مجمع انتخاب نمایندگان شرکت تعاونی عدالت شهرستان خلخال

به اطلاع می‌رساند مرحله اول مجمع عمومی عادی سالیانه (توبت اول) به منظور انتخاب نمایندگان در حوزه های انتخابی ذیل برگزار می‌گردد. از کلیه اعضای تعاونی دعوت به عمل می‌آید با به همراه داشتن برگ عضویت و سهامداری و کارت ملی در حوزه های انتخابی محل خود حضور به هم رسانند
۱- حوزه انتخابی بخش خورش رستم، زمان جلسه: ساعت ۱۰ صبح روز یکشنبه ۱۴۰۵/۰۶/۱۵ در محل مسجد جامع شهر هاشجین
۲- حوزه انتخابی بخش شاهورد زمان جلسه: ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه ۱۴۰۵/۰۶/۱۶ در محل مسجد جامع السادات شهر کلور
۳- حوزه انتخابی بخش مرکزی، زمان جلسه: ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه ۱۴۰۵/۰۶/۱۷ در محل مسجد علی ابن ابیطالب (ع) شهر خلخال.
ضمنا داوطلبان سمت نمایندگی اعضای حوزه های یاد شده موظفند بعد از انتشار آگهی دعوت، درخواست کتبی خود را در دفتر شرکت واقع در خلخال – جنب سیاه به هیئت مدیره تعاونی تحویل نموده و رسید دریافت نمایند.
همچنین اعضای متقاضی اعطای نمایندگی شرکت در مجمع می‌توانند تا ۴۸ ساعت قبل از برگزاری مجمع عمومی به همراه نماینده تام‌الاختیار خود در محل دفتر شرکت تعاونی به آدرس ذکر شده بالا، حاضر و و کالتنامه خود را به تأیید هیئت مدیره و بازرس تعاونی رسانده و برگ حضور در جلسه دریافت نمایند.

هیئت مدیره شرکت تعاونی عدالت شهرستان خلخال

شناسه آگهی ۲۲۵۸۱۹۴

توبت اول

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای همزمان با ارزیابی کیفی (یکپارچه)

- ۱- شمار فراخوان : ۰۱۶۱۰۴۰۵۰۱
- ۲- موضوع فراخوان : تهیه و تأمین اتوبوس های مورد نیاز با راننده
- ۳- محل و مدت انجام کار : شهرستان سرخس - منطقه عملیاتی خلگیران و مشهد به مدت ۱۲ ماه شمسی.
- ۴- ارائه گواهی نامه صلاحیت انجام کار و ظرفیت حالی در رسته حمل و نقل از اداره کار، رفاه و تأمین اجتماعی و ارائه مصدق برویه فعالیت مجاز از سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای
- ۵-۴- توانایی تهیه ضمانت نامه بانکی شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه) به مبلغ: ۶۶.۱۷۳۶۰۰۰۰۰ ریال (و یا ورز وجه نقد)
- ۵-۵- درصد باز مالی معامله (به شرح مندرج در پیش نویس اسناد مناقصه، به برنده مناقصه به‌عنوان شرایط مناقصه گز
- ۵-۱- دارا بودن شخصیت حقوقی، کد اقتصادی و شناسه ملی
- ۵-۲- داشتن توانایی مالی، تجربه و تخصص در زمینه موضوع فراژاد
- ۵-۳- ارائه گواهی نامه صلاحیت انجام کار و ظرفیت حالی در رسته حمل و نقل از اداره کار، رفاه و تأمین اجتماعی و ارائه مصدق برویه فعالیت مجاز از سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای
- ۵-۴- توانایی تهیه ضمانت نامه بانکی شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه) به مبلغ: ۶۶.۱۷۳۶۰۰۰۰۰ ریال (و یا ورز وجه نقد)
- ۵-۵- درصد باز مالی معامله (به شرح مندرج در پیش نویس اسناد مناقصه، به برنده مناقصه به‌عنوان شرایط مناقصه گز

تاریخ انتشار توبت اول: ۱۴۰۵/۰۶/۰۳ تاریخ انتشار توبت دوم: ۱۴۰۵/۰۶/۰۴

روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز شرق

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله ای شماره ۰۷-۱-۷۱۱۱-۱۴۰۵ صفایی و بارگیری ۴,۰۰۰,۰۰۰ کیسه ۵۰ کیلویی شکر سفید

شرکت کشت و صنعت نیشکر دهخدا به شماره ثبت ۲۵۹۹۱ و شناسه ملی ۰۸۶۰۹۰۸۶۰۴در نظر دارد صفایی وبارگیری ۴۰۰۰۰۰۰ کیسه ۵۰ کیلویی شکر سفید خود را از طریق برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله ای به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید.

- ۱-مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱۹۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ریال (نوزده میلیارد ریال)
- ۲- مهلت دریافت اسناد مناقصه: از تاریخ ۱۴۰۵/۰۶/۰۳ تا ۱۴۰۵/۰۶/۱۲
- ۳- آخرین مهلت ارسال تحویل پیشنهادات: تا ساعت ۱۵ روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۶/۱۴
- ۴- تاریخ بازدید: ۱۴۰۵/۰۶/۰۳ تا ۱۴۰۵/۰۶/۱۲
- ۵- زمان بازگشایی پیشنهادات: ساعت ۱۱ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۶/۱۵

شرکت کشت و صنعت نیشکر دهخدا