روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۱۵ بهمن
۱۳۹۸

Tue. 4 Feb 2020
۹ جمادی‌الثانی ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۴۸۷ - ۱۶ صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

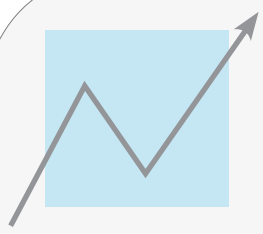
www.forsatnet.ir

روزی ۱۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه وارد بورس می‌شود

جهش خیره‌کننده بازار سهام

فرصت امروز: شاخص بورس تهران در سومین روز هفته، جهشی خیره‌کننده داشت و درحالی که در ساعات ابتدایی معاملات، روندی یکنواخت و رشدی ۴۳۲ واحدی...

۵



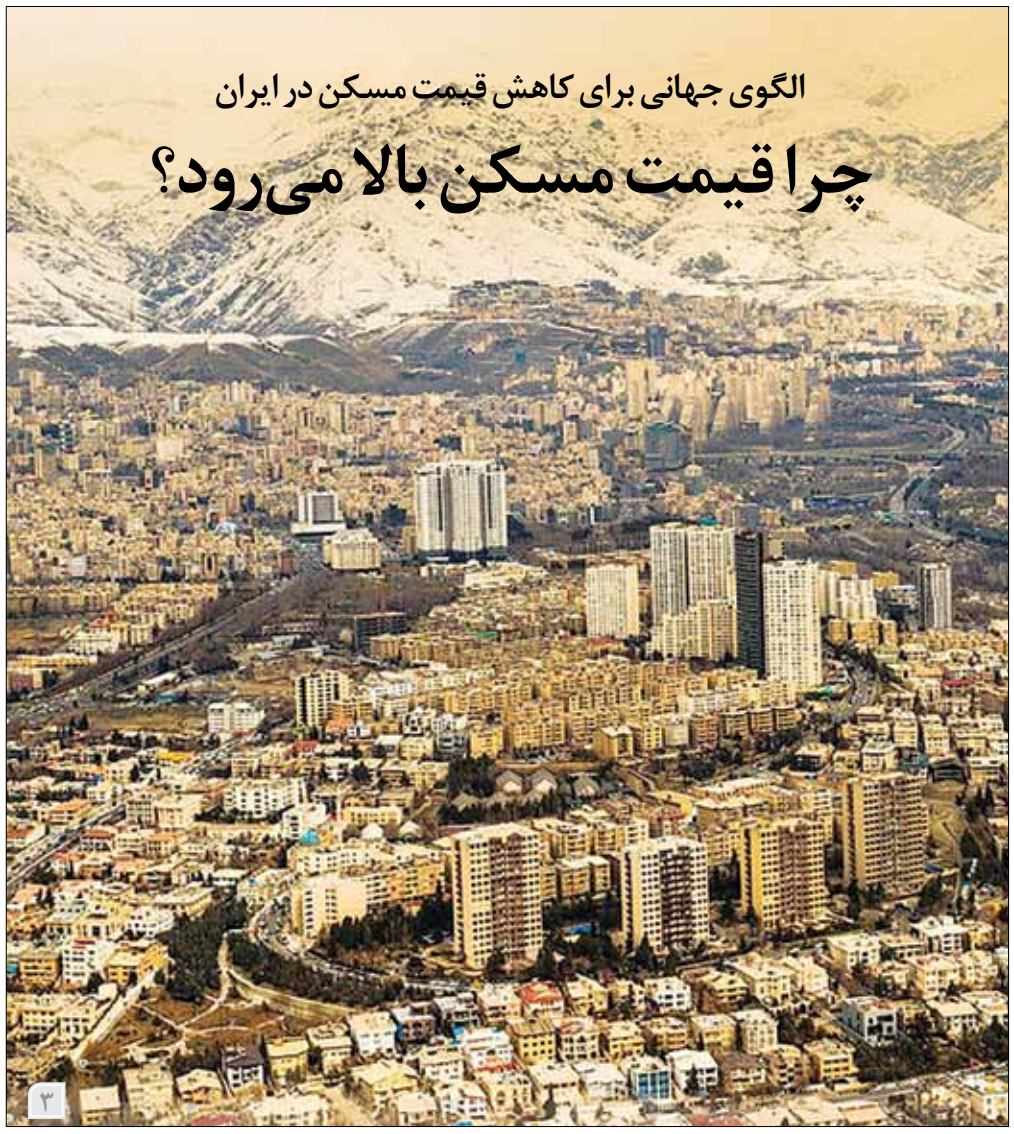
یادداشت

اثرسنجی بنزین بر معیشت

آلبرت بغزیان اقتصاددان

اواخر آبان‌ماه بود که قیمت بنزین در ایران افزایش یافت. درست است که قیمت تمام‌شده انرژی در جهان بالاتر از آن عددی است که مردم کشورمان از آن استفاده و پرداخت می‌کنند اما مسئله اساسی آن است که اصلاح قیمت حامل‌های انرژی باید سال‌ها قبل که نرخ تورم کمتر بود و جامعه قدرت پذیرش بیشتری داشت، اجرایی می‌شد، زیرا در آن دوره قدرت خرید مردم نیز بالاتر بود و بحران‌های اقتصادی بر کشور حاکم نبود. اینکه دولت یک‌شبه بدون اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی به مردم و زمینه‌سازی نرخ جدید بنزین را اعلام می‌کند، مشخص است که شوک عظیمی را به جامعه وارد می‌کند که حاصل آن انتقادات و اعتراضات مردمی است. از سوی دیگر باید ظرفیت معیشتی مردم برای ورود یک فشار دیگر سنجیده شود. در شرایط کنونی که به واسطه تحریم‌های خارجی و افزایش نرخ ارز، کشور در وضعیت نابسامان اقتصادی به سر...

۳



الگوی جهانی برای کاهش قیمت مسکن در ایران

چرا قیمت مسکن بالا می‌رود؟

۳

شوک‌های منفی و مثبت با نظام بانکی چه می‌کنند؟

تاثیر سیاست‌های پولی بر عملکرد بانک‌ها

بانک‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد کلان می‌توانند نقش مهمی در تعادل عمومی اقتصاد و انتقال شوک‌های اقتصادی در جامعه ایفا کنند. آنها علاوه بر اجرای سیاست‌های پولی دیکته‌شده از طرف بانک مرکزی، هدف افزایش سودآوری خود را به عنوان یک بنگاه اقتصادی با دقت دنبال می‌کنند. سیاست‌های پولی ازجمله سیاست‌های اقتصادی است و مطالعات مختلفی درباره تاثیر سیاست‌های پولی در اقتصاد ایران انجام شده است، اما در تازه‌ترین گزارش، ثریا رفیعی، کریم امامی و فرهاد غفاری، تحقیقی را انجام داده‌اند که حاصلش را در مقاله‌ای با عنوان «تاثیر سیاست‌های پولی بر عملکرد بانک‌ها با استفاده از مدل تعادل عمومی پویای تصادفی» (DSGE) در شماره ۷۲ فصلنامه «پژوهشنامه اقتصادی» منتشر کرده‌اند. آنان در این تحقیق با استفاده از...

۴

عملکرد ۸ساله «شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» از نگاه نهاد پژوهشی مجلس

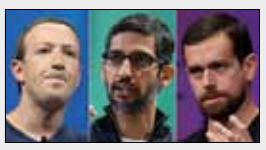
از تک‌گویی تا گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- برگزیت و تاثیر آن بر روی کسب و کارهای کوچک
- چگونه برند قدرتمندتری داشته باشیم؟
- برنامه کوکاکولا برای کاهش زباله‌های پلاستیکی
- شوک کوکاکولا به مشتریان
- مدیریت یک صفحه تجاری و ۱۵ اقدام ممنوعه
- ۸ اشتباه رایج در مدیریت ارسال محتوا

۸ تا ۱۶



فیس‌بوک، گوگل و توییتر، اخبار دروغین کشف درمان ویروس کرونا را حذف می‌کنند

وزیر اقتصاد در دومین همایش «اقتصاد دیجیتال، رونق تولید و سامانه هوشمند پاسخگو» تاکید کرد

حرکت در مسیر اقتصاد هوشمند برای عبور از چالش‌ها

فرصت امروز: وزیر اقتصاد در دومین همایش «اقتصاد دیجیتال، رونق تولید و سامانه هوشمند پاسخگو» بر لزوم هرچه سریع‌تر حرکت به سمت اقتصاد هوشمند تاکید کرد و گفت برای عبور از مشکلات و تنگناها باید از راه‌های میانبر استفاده کرد که مهم‌ترین آن، اتکا به اقتصاد هوشمند است.

فرهاد دژپسند در اولین روز از همایش دو روزه اقتصاد دیجیتال که دیروز در مرکز همایش‌های صداوسیما برگزار شد، شکلگیری اقتصاد دیجیتال و دانش‌بنیان را یکی از ملزومات اقتصاد هوشمند دانست و گفت: انقلابی که این روزها در عرصه اقتصاد هوشمند رخ داده باعث تحقق اهداف بنیادین اقتصادی شده است. این انقلاب ستون‌هایی را شکل داده که در قامت آن می‌توان به اقتصاد هوشمند رسید. او با بیان اینکه در اقتصاد هوشمند مفاهیمی فراتر از تحولات در عرصه فناوری وجود دارد، ادامه داد: شکل‌گیری اقتصاد دیجیتال و دانش‌بنیان به عنوان یکی از ملزومات اساسی اقتصاد هوشمند است. در همین باره چند روز گذشته برای سهم اقتصاد دیجیتال در افق چشم‌انداز ۲۰ ساله هدف‌گذاری‌هایی صورت گرفت، چون اقتصاد دیجیتال باید ستونی در مسیر تحقق اقتصاد هوشمند باشد. در اقتصاد هوشمند علاوه بر فناوری‌های نو مفاهیم دیگری وجود دارد که در آن نقش انسان را کاملا متمایز می‌کند. در این اقتصاد دیگر پرت منابع نداریم.

طرح سوال در میدان شفافیت شکل می‌گیرد

به گفته وزیر اقتصاد، سوال در میدان شفافیت شکل می‌گیرد هرچه موضوعات شفاف‌تر باشد سوالات نیز بیشتر می‌شود. وی در توضیح مدلی برای اقتصاد هوشمند گفت: گام اول آن است که چقدر توانسته‌ایم شرایط را خوب ببینیم. وقتی شناخت کافی وجود داشته باشد در گام دوم می‌توان عوامل را تحلیل کرد. در گام سوم باید به قدرت پیش‌بینی و نگاه به دوردست‌ها رسید و در گام چهارم سناریو و هدف‌گذاری و طراحی مشخص می‌شود.

دژپسند با تاکید بر اینکه تکنولوژی باید در اختیار انسان باشد، گفت: از فساد می‌نالیم چون نتوانسته‌ایم به تکنولوژی دست پیدا کنیم وقتی ارباب رجوع با فردی دارای قدرت مواجه می‌شود. می‌خواهند هر جور شده به هدفش برسد در این شرایط فرد قدرتمند از قدرتش برای رسیدن به منافع شخصی خود استفاده می‌کند که این همان فساد است. اگر در این باره فناوری تعریف شود دیگر روابط فیس تو فیس اینچنینی وجود ندارد مثلا طبق فناوری تعریف‌شده اگر کردار آن فرد فاقد شرایط باشد تقاضا رد می‌شود.

به گزارش ایسنا، وزیر اقتصاد با بیان اینکه بهره‌گیری از اقتصاد هوشمند و هوش مصنوعی باعث بیشتر شدن شفافیت به میزان ۱۱درصد می‌شود، به ارائه مثالی برای توضیح این موضوع پرداخت و گفت: ۱۵ تا ۲۰ میلیارد دلار از سرمایه بانک‌ها به دلیل کلاهبرداری‌های ناشی از مسائل هویتی از بین می‌رود. بلاک‌چین‌ها می‌توانند ۷ تا ۹ میلیارد دلار از این میزان را کاهش دهند، چون شفافیت ایجاد می‌شود. اگر در این راه از مدل‌های کسب و کار نوین استفاده شود، ۲ تا ۵درصد ضریب GDP افزایش پیدا می‌کند. این شامل بخش صنعت هم می‌شود. اگر صنعت هوشمند باشد و از اینترنت اشیا استفاده شود تا ۴۰درصد تعامل‌پذیری کسب و کار افزایش پیدا می‌کند.

به گفته دژپسند، طبق بررسی‌ها در صورت استفاده از اینترنت اشیا در شهرها، کارخانه‌ها و حتی در خرده‌فروشی‌ها تا سال ۲۰۲۵ میلادی، ۱۱ هزار میلیارد دلار ارزش افزوده به دنبال خواهد داشت. با استفاده از هوش مصنوعی تا سال ۲۰۲۹ شاهد افزایش بهره‌گیری از روبات‌ها می‌شویم و تا سال ۲۰۳۸ ظهور روبات‌های انسان‌نما باعث می‌شود جامعه ما وارد عصر دیگری شود. اینها نشان می‌دهد که اقتصاد هوشمند ثروت خلق می‌کند و لازم است برای عبور از مشکلات و تنگناها از دورنمای شناخته‌شده و راه‌های میانبر استفاده کرد.

وزیر اقتصاد ادامه داد: وقتی در اقتصاد از دورقمی بودن نرخ بیکاری و تورم، نوسان نرخ رشد، منفی بودن نرخ رشد سرمایه‌گذاری و پایین‌بودن درآمد سرانه می‌نالیم دلیلش آن است که نتوانسته‌ایم به راه‌های میانبر دسترسی پیدا کنیم، آن هم در شرایطی که روی گنج نشسته و دارای بهترین ذخایر به خصوص از حیث معادن، نفت و گاز و منابع انسانی هستیم.

رئیس شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی با بیان اینکه کشوری که در سال ۱۹۸۱ مردمانش روی درخت زندگی می‌کردند، امروز با بهره گیری از مشاوران به شرایطی رسیده که فرزندان ما در آنجا درس می‌خوانند و ما به این دلیل به خود می‌بالیم، گفت: ما باید از طریق راه‌های میانبر به موفقیت در علم و اقتصاد دست پیدا کنیم اگر می‌خواهیم با سرعت این راه را برویم باید مسیر اقتصاد هوشمند را در پیش بگیریم.

نیروی انسانی، مهم‌ترین عنصر انقلاب صنعتی چهارم

علی بختیار، رئیس فراکسیون پاسخگوی مجلس نیز در این همایش با بیان اینکه با اتحاد و روحیه ملی می‌توان از گردنه‌های سخت عبور کرد، گفت: در شرایط حساس فعلی با تعامل سازنده هوشمندانه و آگاهانه می‌توان به موفقیت‌های بسیاری رسید.

وی با بیان اینکه در برهه تاریخی فعلی در آستانه دگرزیستی بزرگی در عرصه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی هستیم، افزود: در برهه تاریخی زندگی می‌کنیم که نقطه عطف تحولات بزرگ در جامعه بشری و جهان به مدد فناوری‌های نوین و گنجینه عظیم دانشی هستیم. حوزه صنعت و اقتصاد با فراهم‌شدن زمینه‌ها و بسترها چهارمین انقلاب صنعتی را وارد می‌شود که ایران اسلامی به عنوان عضوی از جامعه جهانی از این تحول بزرگ تاثیرپذیر است.

بختیار ایفای نقش موثر و تعیین‌کننده را در این مسیر مهم خواند و ادامه داد: باید از ظرفیت‌های بزرگ کشور استفاده کرد و با تبدیل‌کردن تهدیدها به فرصت‌ها در آینده موفقیت‌هایی را برای کشور به وجود آوریم. با توجه به موقعیت ژئواستراتژیک کشور آگاهی و دانش فراگیر و نیروی انسانی مستعد و دسترسی به فناوری‌ها و فرصت‌های بزرگ می‌توان نقش تاثیرگذار داشت در این راه لازم است با تدابیر آگاهانه و بومی کردن و استفاده از نخبگان نقش تعیین‌کننده را ایفا کرد.

این نماینده مجلس شورای اسلامی خاطرنشان کرد: رسیدن به ثروت در اقتصاد تنها از طریق فناوری عوامل موثر دیگر میسر نمی‌شود بلکه ایمان، اعتقاد، اتحاد و روحیه ملی تاثیرگذار است که می‌تواند در مسیر رسیدن به موفقیت‌ها و گردنه‌های سخت کمک‌کننده باشد در این راه لازم است مسئولان هم پاسخگو باشند.

بختیار مهم‌ترین عناصر انقلاب صنعتی چهارم را نیروی انسانی متخصص و ماهر دانست و گفت: ما دارای چنین وسیله ارزشمندی در کشور هستیم به همین دلیل باید در شرایط حساس فعلی با تعامل سازنده، هوشمندانه و آگاهانه از این ظرفیت بهره گرفته و به موفقیت برسیم.

در ادامه این همایش که با همکاری سه فراکسیون پاسخگو، اقتصاد و دیجیتال و روابط عمومی مجلس برگزار شد، قاسم علی نوچمنی، دبیر کل جبهه حامیان ولایت با تاکید بر لزوم استفاده از فرصت‌ها برای حل نیازهای کشور گفت: باید از دانش جهانی و تکنولوژی و علم برای رفع نیازهای کشور استفاده کرد؛ البته نباید تنها نگاه ما به خارج از کشور باشد؛ بلکه باید نگاه به داخل بوده و از ظرفیت جوانان استفاده کنیم.

او انقلاب اسلامی را مبدأ تحول جامعه خواند و گفت: امروز دنیا بر سرانگشتان ایرانیان می‌چرخد بزرگ‌ترین متخصصان، مخترعان، مکتشفان و نام‌آوران دنیا ایرانی‌ها هستند که متاسفانه ما نتوانستم از آنها در داخل کشور استفاده کنیم. دیگران آنها را کشف کرده و از ما ربودند.

مدیران چقدر آماده ورود به انقلاب صنعتی چهارم هستند؟

همچنین مصطفی کواکبیان، عضو هیات رئیسه فراکسیون امید در این همایش با تاکید بر اینکه در کشور ما شفافیت و پاسخگویی مشکل دارد، گفت: همه نهادها اعم از دولت، مجلس و شورای نگهبان باید به مردم پاسخگو باشند.

کواکبیان با بیان اینکه در ۴۰ سال گذشته انقلاب اسلامی در داخل و سطح منطقه دستاوردهای زیادی داشته، افزود: اما این به آن مفهوم نیست که از بازنگری در برخی از بخش‌ها غفلت کنیم.

او با طرح این سوال که وارد انقلاب صنعتی چهارم می‌شویم و پرسش این است که چقدر مدیران خود را آماده ورود به انقلاب صنعتی چهارم کرده‌اند، ادامه داد: اکنون هر لحظه دنیا با پیشرفت‌های زیادی مواجه است که باید تلاش کنیم با آن پیشرفت‌ها همگام باشیم امیدواریم در چنین همایش‌هایی شاهد بازنگری و ورود به انقلاب صنعتی چهارم باشیم و اینکه بدانیم چطور قرار است در عرصه اقتصاد دیجیتال حرکت کنیم.

نماینده تهران با اشاره به اهمیت موضوع پاسخگویی گفت: وقتی از پاسخگویی صحبت می‌شود دوست داریم که دیگران پاسخگو بوده و خودمان را از پاسخگویی مبرا می‌داریم، حال اینکه پاسخگویی با شفافیت همراه است. اگر کسی مدعی پاسخگویی شد باید اقداماتش را به صورت شفاف در معرض افکار عمومی قرار دهد. در روایات هم آمده که ضعیف‌ترین فرد جامعه می‌تواند قوی‌ترین فرد را ملزم به پاسخگویی کند این همان امر به معروف و نهی از منکر است.

رئیس کل بانک مرکزی در واکنش به گفته سفیر سوئیس:

واردات داروی ما ۲ هزار برابر واردات از کانال مالی سوئیس است

رئیس کل بانک مرکزی در واکنش به نمایش داروی وارداتی از طریق شرکت‌های سوئیسی توسط سفارت سوئیس تأکید کرد که میزان دارو و ملزومات پزشکی که توسط بانک مرکزی در ۱۰ ماهه امسال تامین ارز و وارد کشور شده، بیش از ۴میلیارد دلار (۲۰۰۰ برابر واردات انجام‌شده از کانال مالی سوئیس) بوده است.

به گزارش ایسنا، عبدالناصر همتی ادامه داد: برای این بخش از امور ضروری کشور وابسته به تصمیمات و اقدامات دیگران نیستیم و در یک سال و نیم گذشته نیز آمریکا حداکثر تلاش خود برای جلوگیری و اختلال در واردات دارو برای بیماران کشورمان انجام داده است. ضمن اینکه نفس اعلام صدور مجوز توسط آمریکا برای واردات دارو و تجهیزات پزشکی نشان می‌دهد علی‌رغم ادعای آمریکا مبنی بر تحریم نبودن دارو و اقلام بشردوستانه، این اقلام عملا توسط آمریکا تحریم شده است، وگرنه نیازی به مجوز نداشت.

وی تصریح کرد: با این حال، با تلاش‌های انجام‌شده توسط بانک مرکزی و سایر دستگاه‌ها، با این تحریم‌ها مقابله شده است و داروهای موردنیاز مردم تاکنون تامین شده و این روند در آینده نیز ادامه خواهد یافت.

گفتنی است چندی پیش سفارت سوئیس در تهران از اجرایی‌شدن سازوکار مالی برای ارسال اقلام انسان‌دوستانه به ایران خبر داده و اعلام کرده بود که یک پرداخت اولیه از طریق این سازوکار مالی به صورت آزمایشی انجام شده و مورد تأیید قرار گرفته است که رئیس کل بانک مرکزی کشورمان در واکنش به این اعلام سفارت سوئیس، گفته بود «داروی مبادله‌شده از محل منابع بانک مرکزی در بانک سوئیسی بوده و اگر آمریکا در این زمینه مدعی است باید مکانیزم بانکی برای انتقال و تأمین منابع خرید کالاهای اساسی را فراهم کند. همچنین داروی مبادله‌شده با پیگیری و درخواست سفارت دولت سوئیس و در حد ۵/۲ میلیون دلار آن‌هم از طریق منابع موجود بانک مرکزی نزد یک بانک سوئیسی و از طریق شرکت‌های سوئیسی بوده است.»

همتی همچنین گفته بود که «کارشکنی مداوم آمریکایی‌ها در نقل و انتقال منابع برای مبادلات کالاهای اساسی و دارو صورت گرفته است؛ لذا اگر آمریکایی‌ها واقعا مدعی همراهی برای تأمین دارو و کالاهای کشاورزی هستند، باید مکانیزم بانکی برای انتقال و تأمین منابع خرید کالاهای اساسی را فراهم کنند. صرف انجام مکانیزم فنی مبادله بدون امکان انتقال منابع کافی نیست.»

سازمان آگهی‌ها ۸۶۰۷۳۳۸۱

نگاه

نقش «شورای گفت‌وگو» از نگاه فعالان اقتصادی

ماموریت مقررات‌زدایی از اقتصاد ایران

«شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» در عمر هشت ساله خود، فراز و نشیب‌های بسیاری را پشت سر گذاشته است. با توجه به حضور سـنگین و همه‌جانبه دولت در اقتصـاد و نقش کمرنگ بخش خصوصـی در معادلات اقتصـاد ایران، «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصـی» می‌تواند معبری برای حضور هرچه بیشـتر بخش خصوصی در اقتصاد و رفع موانع محیط کسب و کار باشد، اما این شورا چقدر توانسته در این مسیر موفق باشد و به گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی یاری برسـاند؟ نگاه فعالان اقتصادی به این شـورا چیست؟ اصلا «شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» چقدر در ساختار سیاست‌گذاری کشور، قابلیت کنشگری دارد؟ آیا عملکرد هشت ساله این شورا توانسته آن را به نهادی فعال و کنشگر در حل و فصل مسائل اقتصاد ایران تبدیل کند؟

در این زمینه، کیوان کاشـفی عضو هیات‌رئیسـه اتاق ایران معتقد اسـت که «شـورای گفت‌وگـوی دولت و بخش خصوصـی» در نیمه دوم عمر هشـت سـاله خود، از کارآمدی بیشـتری برخوردار بوده و به رغم تحولات پرشـتاب اقتصاد و سیاسـت خارجـی، نقش موثری در همسوسازی نسـبی دسـتگاه‌های اجرایی با ثبات موردنیاز بخش خصوصی بر جای گذاشته است.

به اعتقاد کاشـفی، دبیرخانه شورای گفت‌وگو در چهار سال اخیر با برگزاری ۳۷ نشست اصلی، فضای مساعدی را برای گفت‌وگو و تبادل نظـر دولت و بخش خصوصـی فراهم کرده و امکان مطالبه شـرایط موردنظر صاحبان کسـب‌وکار از بالاترین مسـئولان اجرایی کشور را فراهم کرده اسـت. البته در کنار نشسـت‌های اصلی، شـاهد جلسات فرعی شـورا نیـز بوده‌ایم که به منظور تعامل سیسـتمی و انسـجام هرچه بیشـتر در دیدگاه‌های ارائه‌شده از سوی بخش خصوصی برگزار می‌شـود و کمک می‌کند تا در نشسـت‌های اصلی، شاهد بیان صدای واحد بخش خصوصی باشیم.

این عضو هیات رئیسـه اتاق ایران با بررسـی نشسـت‌های شورای گفت‌وگو اعتقاد دارد که به دلیل فراگیری و حساسـیت بیشتر بخش خصوصی، این شورا در چهار سال گذشته به ترتیب بر تجارت خارجی، بازار پول و سرمایه، بهبود محیط کسب و کار، تامین اجتماعی و امور مالیاتی تاکید بیشتری داشته است.

کاشـفی درباره دسـتاوردهای «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» هـم می‌گوید: فعالیت شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی در چهار سال گذشته، دستاوردهای متعددی برای کنشگران اقتصادی به همراه داشته و ده‌ها مساله کوچک و بزرگ را حل و فصل کرده است. از جمله مهم‌ترین دستاوردهای شورای گفت‌وگو، می‌توان به قانونی شـدن مدل مشـارکت عمومی و خصوصی اشـاره کرد که می‌تواند بخشی از مشکل بزرگ طرح‌های نیمه‌تمام دولتی را حل کند. همچنین اصلاح شـرایط عمومی پیمان از سوی سازمان برنامه، بهبود شـیوه حسابرسی اسناد مالی کارفرمایان تامین اجتماعی، امکان تهاتر مطالبات بخش خصوصی از دولت با بدهی بانکی آنها، تعلیق مالیات بر افزایش بهای ناشی از تجدید ارزیابی دارایی‌ها، رفع ایرادهای مقررات بازگشـت ارز صادراتی به چرخه اقتصادی کشور، نحوه تامین ارز برای تسویه اعتبارات یوزانس، رفع مشکلات ثبت سفارش، تسهیل استفاده از اسناد خزانه اسلامی و تمدید مهلت ماده ۲۰ قانون رفع موانع تولید از دیگر دستاوردهای این شوراست.

بـه گفته وی، بی‌شـک در غیاب نهاد شـورای گفت‌وگو ممکن بود بخش خصوصی نتواند همه این موارد را با موفقیت به نتیجه برسـاند. این امر نشـان می‌دهد همان‌طور که دانشمندان علوم سیاسی تاکید می‌کننـد، گفت‌وگو، قوی‌ترین ابزار قدرت در جهان اسـت. بررسـی فضای کسـب وکار و رتبه ایران در مقایسـه با دیگر کشورهای جهان نیز نشـان می‌دهد همچنان راهی طولانی برای بهبود فضای کسب و کار در پیش داریم و این وضعیت، مسئولیت و جایگاه شورای گفت‌وگو را بالاتر می‌برد.

محسن احتشـام، رئیس اتاق بازرگانی خراسان‌جنوبی نیز درباره نقـش این شـورا می‌گوید: یکـی از مهم‌تریـن ماموریت‌هایی که «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصـی» مصرانه آن را در دسـتور کار دارد، پایش اجرای کامل قوانین و مقررات و همچنین بررسی پیشنهادها در زمینه اصلاح و تکمیل طرح‌ها و لوایح قانونی با هدف بهبود محیط کسـب و کار در استان و کشور است بنابراین این شـورا در راسـتای نظام‌های برنامه‌ریزی و کنترل به درستی و بجا ایجاد شده است.

به اعتقاد احتشـام، متاسـفانه ناکارآمدی قوانیـن و مقررات به این دلیل اسـت که این قوانین از بطن فضای کسـب وکار برنیامده است و در نتیجه به‌هنگام اجرا با چالش مواجه می‌شـود. بنابراین «شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» در جهت اصلاح بسـیاری از این قوانین ناکارآمـد، یک ظرفیت قانونی مهم و یـک فرصت انکارناپذیر است.

او در بیـان چرایی این مسـئله که این شـورا هنـوز توقعات بخش خصوصـی را نتوانسـته آنطـور که شایسـته بهبود و مسـتمر فضای کسـب‌وکار اسـت، برآورده کند، می‌گوید: به نظر می‌رسـد «شورای گفت‌وگو» نیز دچار بوروکراسـی از سـوی مجریان قوانین شـده و به همین دلیل نتوانسـته بـا تصمیمات کارا و موثر در شـرایط تغییر و تحولات سـریع فضای کسـب و کار داخلی و به‌خصوص بین‌المللی با اسـتقرار فرآیند مدیریتـی برمبنای مفاهیم مدیریت اسـتراتژیک، اسـتراتژی‌هایی بـرای رفع موانع و مشـکلات قانونـی فراروی فعالان اقتصـادی تبیین کند تـا فعالان اقتصـادی را از چالش‌های پیش رو نجـات داده و به سـوی تحقق اهـداف کلان اقتصـادی هدایت کند بنابراین این شـورا یک ضرورت برای گفت‌وگو و تغییر قوانین مزاحم به‌خصوص در شرایط اقتصادی سخت حاضر است.

بـه گفته رئیس اتـاق بازرگانی خراسـان‌جنوبی، هرچند تنگناهای موجود داخلی و خارجی در بسـترهای اقتصادی موجب شـده اسـت آنچه مورد درخواسـت و انتظار فعالان اقتصادی اسـت نتواند فراهم و محقق شـود، اما فهم موضوع و توجه به شناسایی موانع کسب وکار و ارائه راهکارهای اجرایی در سـطوح مدیران استانی و کارشناسان موثر در حـوزه فعالیت‌هـای اقتصادی، اقدام قابل قبولی بـود که ادامه آن می‌توانـد تقویت تعامل و همکاری میان دولـت و بخش خصوصی را در پی داشته باشد. هم‌اکنون روزنه‌های جدیدی از تعامل با مسئولان دولتی برای حل مشـکلات بخش خصوصی باز شده است و امیدواریم با تعامل در شـورا و گسترش مناسبات، موضوعات حل و فصل شده و راهکارهای جدید و کارآمد برای آنها اندیشیده شود.

عملکرد ۸ساله «شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» از نگاه نهاد پژوهشی مجلس

از تک‌گویی تا گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی

فرصت امروز: از ابتدای دهه ۹۰ بود که «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» با پیشـنهاد محمد نهاوندیان رئیس سابق اتاق ایران، شـکل قانونی به خود گرفت و در کارنامه هشـت ساله خود از آن برهه زمانی تاکنـون تلاش کرده تا معبری بـرای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی باشد، اما اینکه این شورا چقدر توانسته محلی برای دیالوگ و حلقه واسـطی میان دولت و بخش خصوصی باشد، سوالی است که نیاز به بررسـی دارد، چراکه نقش این شـورا در دل ساختار سیاست‌گذاری کشـور هنوز آنچنان که باید و شـاید نهادینه نشده و عملکرد «شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» در چند سـال گذشـته بسـته به روحیه مشـورت‌گریز یا مشورت‌پذیر بودن دولتمردان متغیر بوده است. در واقـع، این شـورا برخلاف نام و عنوان آن گاه بـه جای گفت‌وگو به محلـی برای تک‌گویی دولت با بخش خصوصی تبدیل شـده و به گفته مرکز پژوهش‌ها، «شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» در این سال‌ها به «شورای تشکیل کارگروه‌ها» منحصر شده است.

شورای گفت‌وگو یا شورای تشکیل کارگروه‌ها؟

در حالی ۹ سـال از تصویب مـاده ۷۵ قانون برنامه پنجم توسـعه و هشت سـال از تصویب قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار می‌گذرد و طبق این مصوبات، «شـورای گفت‌وگو دولت و بخش خصوصی» باید به محوری برای حل موانع کسـب‌وکار کشـور و مشکلات و چالش‌های فعالان بخش خصوصی تبدیل می‌شد که بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد بیشـترین دستاورد «شورای گفت‌وگوی دولت و بخـش خصوصی در همه این سـال‌ها «تشـکیل کارگروههای متعدد» بوده است.

طبـق ماده ۷۵ «قانون برنامه پنجم توسـعه» مصوب ۱۵ دی‌ماه ۱۳۸۹ بود که شورایی با عنوان «شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» به منظور تبادل‌نظر دولت و بخش‌های خصوصی و تعاونی و تسهیل فعالیت‌های اقتصادی این دو بخش و همچنین بررسـی و رفع موانع کسب‌وکار و ارائه پیشـنهادها و راهکارهای اجرایی مناسب به مراجع ذی‌ربط، تشکیل شد. بر این اسـاس، این حکم قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه در ماده (۱۱) «قانون بهبود مستمر محیط کسـب‌وکار» (شانزدهم بهمن‌ماه ۱۳۹۰)، با انجام اصلاحاتی به قانونی دائمی تبدیل شد.

سـوال اما این است که مهم‌ترین دسـتاوردهای «شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» از ابتدای دهه ۹۰ تا هم‌اکنون چه بوده است؟ نهاد پژوهشـی مجلس در پاسخ به این سوال، در تازه‌ترین گزارش خود به بررسـی عملکرد این شورا پرداخته و با مروری بر ۱۳۳ مورد دستور جلسه یا موضوع بررسی‌شده خارج از دستور که از ۹۰ نشست «شورای گفت‌وگو» استخراج شده، نوشـته است: «در اغلب اوقات، راهکاری که توسـط «شـورای گفت‌وگو» ارائه شـده، تشـکیل کارگروه بوده است؛ به‌طوری‌که از ۱۳۳ مورد دسـتور جلسه و موضوعات بررسی‌شده خارج از دستور در «شورای گفت‌وگو»، ۴۶ مورد به مصوبه یا تصمیم مبنی بر تشکیل کارگروه با حضور مسئولان مربوط و اعضایی از بخش خصوصی و تعاونی انجامیده اسـت. این در حالی است که مهم‌ترین هدف تشکیل «شـورای گفت‌وگوی دولـت و بخش خصوصی» عبارت بوده اسـت از تأسـیس نهادی به عنوان حلقه واسطِ میان دولت و فعالان اقتصادی و ایفای نقش شـورای گفت‌وگو به عنوانِ صحنه‌ای برای انتقال خواسته‌ها و مطالبات فعالان اقتصادی به دولتمردانی که قطعاً دسترسـی به آنها با موانع بسیاری مواجه است.»

بـه اعتقاد بازوی کارشناسـی مجلس، «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخـش خصوصی» طبق قانون، باید خواسـته‌های فعالان اقتصادی را از دولتمردان پیگیری کند و پاسـخ آنها را دریافت و برای اطلاع عموم در رسـانه‌ها منعکس کند. نکته حائز اهمیت این اسـت کـه اتخاذ راهکار کارگروه برای حل‌وفصل مسـائل و معضلات مطرح‌شـده در «شـورای گفت‌وگو»، برخی ضعف‌هـای بنیادین نظـام بوروکراتیک ایران، یعنی عدم هماهنگی، انسـجام و هم‌افزایی را تا حدی جبران کرده اسـت، اما این امر، انحراف از اراده قانون‌گذار در فلسفه تشکیل «شورای گفت‌وگو» ارزیابی می‌شود.»

مرکز پژوهش‌ها همچنین با اشـاره به حضـور نامنظم برخی اعضای دولتـی «شـورای گفت‌وگو» در جلسـات آنکـه بـه «ناکارآمدی این شـورا» منجر شده است، معتقد اسـت: «این امر باعث شده است صرفاً مباحثی در «شـورای گفت‌وگو» طرح شوند که بیشتر مرتبط با وظایف و عملکردهـای وزیر امور اقتصادی و دارایی اسـت؛ در واقع، «شـورای گفت‌وگـوی دولت و بخش خصوصی» به‌نوعی به «شـورای گفت‌وگوی وزارت امور اقتصادی و دارایی با بخش خصوصی تقلیل یافته است.»

۱۰ وظیفه از وظایف چهارده‌گانه شورا، اجرا نشده است

نهاد پژوهشـی مجلـس در ادامه این گزارش بـه وظایف چهارده‌گانه «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» پرداخته و نوشته است: «طبق ماده ۱۱ قانون بهبود مسـتمر محیط کسب‌وکار ۱۴ وظیفه برای شـورای گفت‌وگو تشریح شده است که ارزیابی‌ها نشان می‌دهد تاکنون چهار حکم اجرا شـده، پنج حکم به‌طور ناقص اجرا شـده و پنج حکم همچنان اجرا نشده است.»

مرکز پژوهش‌ها سـپس «احکامی که اجرا نشده یا به طور ناقص اجرا شـده‌اند را احکامی بسـیار مهم برای بهبود محیط کسب‌وکار خوانده و آنها را اینچنین برشمرده است:

- تبصره ۴ ماده ۱۱ درخصوص قرار گرفتن مصوبات شورای گفت‌وگو در دستور کار هیأت‌وزیران ظرف مدت ۳۰ روز اجرا نشده است.

- بند الف ماده ۱۱ درخصوص پیشنهاد اصلاح، حذف یا وضع مقررات یا رویه اجرایی در جهت بهبود محیط کسـب‌وکار در ایران به مسئولان مربوطه براسـاس گزارش تهیه‌شده از سوی دبیرخانه شورای گفت‌وگو، ناقص اجرا شده اسـت. این حکم محور اصلی کارکرد شورای گفت‌وگو درخصوص مشارکت در مقررات‌گذاری محسوب می‌شود.

- بند پ ماده ۱۱ درخصوص ارائه خواسته‌ها، پیشنهادها و تذکرهای متقابل مسئولان دستگاه‌های اجرایی و نمایندگان تشکل‌های بخش‌های خصوصی و تعاونی، ناقص اجرا شده است.

- بنـد ج ماده ۱۱ درخصوص پیگیری گزارش اتاق‌ها درباره امتیازات موجود در قوانین و مقـررات و رویه‌ها برای بنگاه‌های با مالکیت غیر از بخش‌های خصوصی و تعاونی و زمینه‌سـازی برای حذف یا تعمیم این امتیازات، اجرا نشده است.

- بنـد چ مـاده ۱۱ راجع بـه ارائه پیشـنهاد در مـورد قراردادهای دستگاه‌های اجرایی با فعالان اقتصادی بخش‌های خصوصی و تعاونی به منظـور ایجاد ترازی و منع تحمیل شـرایط ناعادلانه به طرف مقابل در این قراردادها، اجرا نشده است.

- بند ح ماده ۱۱ درخصوص زمینه‌سـازی برای شناسـایی واحدهای تولیدی مشـمول پرداخت مالیات با همکاری تشـکل‌های اقتصادی به منظور گسترش پایه مالیاتی، اجرا نشده است.

- بنـد خ ماده ۱۱ راجع به تعیین و انتشـار اطلاعات آماری موردنیاز برای فعالان اقتصادی، ناقص اجرا شده است.

- بنـد د ماده ۱۱ راجع به تعیین مصادیق امتیازات تخصیص‌یافته به بخش‌های تعاونی و خصوصی، اجرا نشده است.

- تبصـره یک مـاده ۱۱ درخصوص شـرکت وزیر یـا بالاترین مقام دسـتگاه‌های اجرایی در جلسـه و حسـب مـورد، معرفـی نمایندگان تام‌الاختیـار آنهـا بـه کمیسـیون‌های زیرمجموعه دبیرخانه شـورای گفت‌وگو، ناقص اجرا شده است.

- تبصـره ۲ مـاده ۱۱ درخصوص قرار دادن دسـتور جلسـه آتی و مصوبات در جلسـه در اختیار رسـانه‌ها توسـط دبیر شورای گفت‌وگو، ناقص اجرا شده است.

اعضای «شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» را بشناسید

«شورای گفت‌وگو» در یک نگاه

شاید بسـیاری از مخاطبان، نام «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» را شنیده باشـند. این شورا همانطور که از نام آن برمی‌آید، مجالی برای تعامل هرچه بیشـتر ارکان حاکمیت به‌ویژه دولت با بخش خصوصی اسـت، تا از یک سـو بتواند نسـبت به رفع موانع کسب و کار و تسـهیل فعالیت اقتصادی تشریک مسـاعی نماید و از سوی دیگر، به منطقی کردن اندازه دولت و توسـعه سـهم بخش خصوصی در اقتصاد ایران بینجامد .

«شـورای گفت‌وگـوی دولـت و بخش خصوصـی» در بسـیاری از کشـورهای توسعه‌یافته و متناسب با سـاختار حقوقی و سیاست‌گذاری این کشـورها شـکل گرفته اسـت و منشـأ تحولات عمده‌ای در بهبود محیط کسـب و کار بوده اسـت .این شـورا در ایران نیز از ابتدای سال ۹۰ و با پیشـنهاد اتاق بازرگانی ایران پدید آمد. همانطور که اشاره شد، «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» موضوع تبصره ماده ۱۳ قانون بهبود مستمر محیط کسب وکار مصوبه ۱۶ بهمن‌ماه سال ۱۳۹۰ اسـت و در راستای بهبود مستمر فضای کسب و کار با تجزیه و تحلیل مقررات با ارائه نقطه‌نظرات کارشناسـی و تخصصی بخش خصوصی در راستای اصلاح قوانین تاسیس شده است. این شورا به منظور روان‌سازی و بهبود فضای کسـب و کار فعالیت خود را از اوایل دهه ۹۰ آغاز کرد. در همین راسـتا، از مهم‌ترین وظایف این شـورا، بررسی پیشنهادهای مربوط به اصلاح، حذف یا وضع مقررات اعم از آیین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها، دستورالعمل‌ها، شیوه‌نامه‌ها یا رویه‌های اجرایی به منظور بهبود محیط کسب‌وکار استان و کشور است.

در واقع، «شـورای گفت‌وگـوی دولت و بخش خصوصـی» در ادامه منطقی سیاسـت‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسـی اسـت و طبق ماده ۷۵ قانون برنامه پنجم توسـعه شـکل گرفته اسـت. براساس ماده ۷۵ این برنامه، «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخـش خصوصی» به منظور تبادل‌نظر دولـت و بخش‌های خصوصی و تعاونـی و رفع موانع محیط کسـب و کار و همینطور ارائه پیشـنهادها و راهکارهای اجرایی مناسب تشکیل شده است.

«شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» از ۲۰ شخص حقوقی از قوای سـه‌گانه، بانک مرکزی، شـهرداری، شـورای عالی اسـتان‌ها و هشـت کارآفرین منتخب بخش‌های خصوصی و تعاونی تشـکیل شده و هـدف اصلـی آن، انتقال و پیگیـری درخواسـت‌های متقابل فعالان اقتصادی و مسـئولان کشور بوده است. ریاست این شورا با وزیر اقتصاد اسـت رئیس‌کل بانک مرکـزی معاون برنامه‌ریزی و نظـارت راهبردی رئیس‌جمهـور، وزیر صنایع و معادن، وزیر تعـاون، وزیر بازرگانی، وزیر جهاد کشاورزی، وزیر کار و امور اجتماعی، وزیر نفت، وزیر نیرو، دو نفر از معاونان قوه قضائیه به انتخاب رئیس قوه، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی، رئیس کمیسیون برنامه و بودجه مجلس، رئیس کمیسـیون صنایع و معادن مجلس، رئیس کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس، رئیس اتـاق بازرگانی ایران، دبیرکل اتاق تعاون، شهردار تهران و هشت نفر از مدیران عامل شرکت‌های برتر خصوصی و تعاونی، دیگر اعضای ان را تشکیل می‌دهند.

همچنیـن محل دبیرخانه این شـورا در اتاق بازرگانی ایران اسـت و جلسـات «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصـی» حداقل هر ۱۵ روز یکبار برگزار می‌شـود. مطابق با آنچه در وب‌سـایت «شـورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی» آمده اسـت، اعضای این شـورا از این قرار هسـتند: فرهاد دژپسـند وزیر امور اقتصادی و دارایی و رئیس شـورا، رضا اردکانیان وزیر نیرو، عباس کشـاورز سرپرست وزارت جهاد کشـاورزی، محمد شـریعتمداری وزیر تعـاون، کار و رفـاه اجتماعی، عبدالناصر همتی رئیس‌کل بانک مرکزی، بیژن نامدار زنگنه وزیر نفت، رضا رحمانـی وزیر صنعت، معدن و تجـارت، محمدباقر نوبخت معاون رئیس‌جمهور و رئیس سـازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، عبدالرضا رحمانی فضلی وزیر کشـور، حجت‌الاسلام والمسـلمین محمد مصدق معاون حقوقی قوه قضائیه، محمدباقر الفت معاون اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه، عزیز اکبریان رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شـورای اسـلامی، الیاس حضرتی رئیس کمیسـیون اقتصادی مجلس شـورای اسـلامی، غلامرضا تاجگردون رئیس کمیسیون برنامه و بودجه و محاسـبات مجلس شورای اسـلامی، احمدعلی کیخا رئیس کمیسـیون کشـاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شـورای اسلامی، غلامحسـین شـافعی رئیس اتاق بازرگانـی ایران و دبیر شـورا، بهمن عبداللهـی رئیس اتاق تعاون ایران، سـعید ممبینی رئیس اتاق اصناف ایران، مرتضی الویری رئیس شـورای عالی اسـتان‌ها، قدرت‌الله نوروزی شـهردار اصفهان (شهردار یکی از کلانشـهرها)، قباد چوبدار مدیرعامل گروه بین‌المللـی آبادراهان، اسـماعیل خلیـل‌زاده مدیرعامل اتحادیه مرکزی تعاونی‌های مرزنشـینان کشور، مرتضی سـلطانی رئیس هیات مدیره گروه توسعه صنعتی و پژوهشی زر، غلامعلی سلیمانی مدیرعامل گـروه تولیدی سـولیکو، بهمـن عبداللهی مدیرعامل شـرکت اتحادیه تعاونی‌های مصرف کارکنان دولت (اسـکاد)، ژوبین علاقبند مدیرعامل اسـنپ و محمدرضا قمـی مدیرعامل یزد گل به عنـوان مدیران عامل شرکت‌های برتر خصوصی و تعاونی.

براسـاس آنچه مرکـز پژوهش‌هـای مجلس در گزارش خود اشـاره کرده، دسـته‌بندی موضوعی مصوبات و تصمیمات «شورای گفت‌وگو» نشـان می‌دهد در طول بیش از هشت سال از آغاز فعالیت این شورا در قالب ۹۰ جلسـه، ۱۳۳ دستورجلسه بررسی شـده است. همچنین این گزارش نشان می‌دهد ۱۸درصد موضوعات مورد بررسی، به تأمین مالی و مسـائل مربوط با آن ازجمله معوقات بانکی اختصاص داشـته اسـت. همچنیـن ۱۳درصد موضوعات طرح‌شـده در «شـورای گفت‌وگو» به مالیات تعلق داشته است. بدین ترتیب، درمجموع ۳۱ درصد موضوعات مورد بحث در «شـورای گفت‌وگو» و مصوبات و تصمیمات اتخاذشـده در آن شورا، به موضوعات تأمین مالی و مالیات اختصاص داشته است.

الگوی جهانی برای کاهش قیمت مسکن در ایران

چرا قیمت مسکن بالا می‌رود؟

فرصت امروز: آخرین وضعیت بازار مسکن پایتخت در دی‌ماه امسال نشان می‌دهد متوسط قیمت مسکن در شهر تهران ۱۳ میلیون و ۸۱۰ هزار تومان در هر متر مربع بود که بیانگر رشدی ۲٫۱درصدی نسبت به آذرماه و افزایشی ۴۰٫۹درصدی نسبت به دی‌ماه سال گذشته است. به گفته بانک مرکزی، در اولین ماه زمستان همچنین تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی پایتخت به ۱۰ هزار و ۷۰۰ واحد مسکونی رسید که نسبت به آذرماه و دی‌ماه پارسال به ترتیب ۱۲درصد و ۵۹درصد افزایش داشته است.

در همین حال، با توجه به کسری بودجه سال آینده و کاهش امکان فروش نفت، دولت دوازدهم، افزایش پایه‌های مالیاتی را در دستور کار خود قرار داده و در این بین، زمزمه‌ها درباره مالیات بر عایدی سرمایه یا مالیات بر خانه‌های خالی شنیده می‌شود. در همین زمینه، مهدی غلامی کارشناس اقتصاد مسکن معتقد است که دریافت مالیات از عایدی املاک در کنار افزایش ساخت و ساز منجر به کنترل قیمت مسکن می‌شود و تجربه جهانی نشان داده است مادامی که بازار از تقاضای سرمایه‌ای تخلیه نشود در وضعیت تعادل قرار نمی‌گیرد.

غلامی با بیان اینکه در دو ماه اخیر با افزایش تعداد معاملات مسکن مواجه بودیم و این در حالی است که در ۱۰ ماهه امسال، افت چشمگیر در تعداد معاملات را شاهد بوده‌ایم، گفت: این افزایش معاملات و افزایش قیمت که در دو ماه گذشته اتفاق افتاده ناشی از رشد قیمت در مناطق شمالی تهران است، اما به اعتقاد من، اگر اتفاق خاصی در سطح کلان اقتصاد نیفتد، افزایش شدید قیمت مسکن در ماه‌های آینده بعید است.

به گفته وی، جهش قیمت ملک در دو سال گذشته آنقدر جدی بوده است که باعث شکاف بین توان خریداران واقعی و بازار مسکن شده است. تقاضایی که هم‌اکنون در بازار مسکن وجود دارد، مصرفی نیست، یا از نوع سرمایه‌گذاری یا از نوع تبدیل به احسن است.

با رشد قیمت‌ها، وام مسکن بی‌تاثیر شده است

این کارشناس بازار مسکن در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه شش دهک درآمدی جامعه توان خرید مسکن را ندارند، ادامه داد: با توجه به رشد سنگین قیمت‌ها، تسهیلات مسکن بی‌تاثیر است. از طرف دیگر، تعداد قابل توجهی مسکن خالی وجود دارد. در تهران ۵۰۰ هزار و در کشور ۲٫۶ میلیون خانه خالی داریم. این تعداد اگر هم به بازار عرضه شود مردم قدرت خرید ندارند بنابراین بازار مسکن دچار شکست شده است. بدین معنا که عرضه و تقاضا به شکل معمول نمی‌تواند خود را تنظیم کند بنابراین نیاز به درمان‌هایی است و دولت‌ها باید از روش‌های کارآمد برای تعادل‌بخشی به بازار مسکن استفاده کنند.

به اعتقاد غلامی، تجربه‌های جهانی موفقی در زمینه کنترل بازار مسکن وجود دارد. بحث مالیات بر عایدی سرمایه یا مالیات بر خانه‌های خالی اگر به شکل صحیح اجرا شود می‌تواند بازار را از تقاضای سرمایه‌ای تخلیه کند.

او افزایش تولید را از دیگر ملزومات بازار مسکن دانست و گفت: به دلیل پرش قیمت‌ها بازار راکد شده و سازندگان نیز طبیعتا انگیزه ساخت و ساز ندارند. از طرف دیگر، پیش‌فروش به عنوان یک منبع تامین مالی، معطل مانده است. سال‌های قبل، متقاضیان از مدل پیش‌خرید استفاده می‌کردند که به تدریج به دلیل مسائلی از جمله فروش به غیر، این نوع خریدها کاهش یافت. بعد از اصلاح قانون نیز این روش تامین مالی کارایی چندانی ندارد.

به گفته این کارشناس بازار مسکن، دولت با استفاده از شیوه‌هایی باید از بعضی دهک‌ها حمایت کند. تجربه نشان داده در چرخه‌های رونق و رکود، دهک‌های بیشتری از جامعه از تامین مسکن مناسب محروم می‌شوند.

غلامی درباره پیش‌بینی قیمت مسکن در سال ۱۳۹۹ هم گفت: بین سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ رکودی در بخش مسکن حاکم بود که باعث شد قیمت ملک از تورم عمومی کمتر شود. تصورم این است که هم‌اکنون وارد چنین فضایی شده‌ایم مگر اینکه شاخص‌های اقتصاد کلان تغییرات جدی کند؛ زیرا با توجه به ماهیت سرمایه‌ای بازار مسکن در ایران، متاسفانه این بازار با شاخص‌های کلان، بالا و پایین می‌شود، با این حال نظرم این است که نهایت افزایش قیمت مسکن در سال ۱۳۹۹ به اندازه نرخ تورم عمومی خواهد بود.

اسفندماه، زمان ثبت‌نام دور جدید «مسکن ملی»

در همین حال، زمان ثبت‌نام دور جدید مسکن ملی اعلام شد و به گفته وزیر راه و شهرسازی، مرحله دوم ثبت‌نام «طرح ملی مسکن» در اسفندماه امسال انجام می‌شود. به گزارش خبرآنلاین، در حالی دور جدید ثبت‌نام مسکن ملی در دستور کار قرار دارد که بررسی‌ها نشان می‌دهد نزدیک به ۴۲درصد از ثبت‌نام‌کنندگان در مرحله پیشین واجد شرایط دریافت مسکن ملی نبودند.

بررسی آمارهای حوزه مسکن در سال ۱۳۹۷ نشان می‌دهد، ۲۶درصد خانوارهای شهری و ۵درصد از خانوارهای روستایی اجاره‌نشین بودند و این در حالی است که در سال ۱۳۹۶، این درصدها به ترتیب ۲۵درصد و ۴.۷درصد بوده است. این امر نشانگر افزایش نرخ اجاره‌نشینی در سال گذشته است. مسکن گران‌ترین کالا در سبد خانوار ایرانی است و بخش عمده‌ای از هزینه‌های خانوار را به خود اختصاص می‌دهد به طوری که در سال ۱۳۹۶ حدود ۳۳درصد از هزینه‌های خانوار ایرانی مربوط به بخش مسکن بود و این رقم در سال گذشته به ۳۴درصد افزایش یافت.

همه این مسائل باعث استقبال مردم از «طرح ملی مسکن» شده و قرار است از حدود ۴۰۰ هزار واحد مسکونی قابل احداث در قالب مسکن ملی ۲۰۰ هزار واحد در شهرهای جدید، ۱۳۸ هزار واحد توسط بنیاد مسکن و ۱۰۰ هزار واحد در بافت‌های فرسوده و ناکارآمد عرضه شود. مبلغ وام در این طرح، ۷۵ میلیون تومان است و نرخ سود بازپرداخت این وام نیز ۱۸درصد است. دوره ساخت خانه‌ها نیز حداکثر دو سال است و بعد از آن پرداخت اقساط شروع می‌شود. دوره بازپرداخت اقساط وام در طرح «اقدام ملی مسکن» حدود ۱۰ سال است و اقساط ماهانه آن رقمی حدود یک و نیم میلیون تومان خواهد بود.

تفاوت «مسکن ملی» و «مسکن مهر» در چیست؟

از ابتدای دولت تدبیر و امید، این دولت با نقدهایی که به مسکن مهر دولت قبل از خود وارد کرد به دنبال جایگزینی طرحی برای خانه‌دار کردن مردم بود و هم‌اکنون گفته می‌شود، طرح مسکن ملی جایگزینی برای طرح مسکن مهر است. مسئولان دولتی مهم‌ترین تفاوت طرح اقدام ملی با طرح مسکن مهر را تمرکز بر تقاضای واقعی و ایجاد خدمات زیربنایی و روبنایی، عنوان می‌کنند. قراردادهای طرح اقدام ملی بین دولت و سازندگان منعقد می‌شود و بعد از پایان پروژه هر یک از طرفین سهم خود را برمی‌دارند. طبیعی است، در این فرآیند، انبوه‌سازان پیش از کلنگ‌زنی، نیاز بازار را در نظر می‌گیرند. حال آنکه در مسکن مهر، سازندگان براساس دستور دولت صرفا واحدها را احداث می‌کردند و فرآیند فروش برعهده دولت بود.

در مسکن مهر، برای ساخت مسکن از اراضی و خارج از شهرها استفاده شد که امکانات و تأسیسات زیرساختی نداشت و گفته می‌شود در طرح اقدام ملی مکان‌یابی درون شهرهاست. تفاوت ظاهری مسکن مهر و مسکن ملی در این است که در طرح مسکن ملی، دیگر ساختمان‌ها بلندمرتبه و ۱۰ یا ۱۵ طبقه نخواهند بود و تعداد طبقات این طرح در نهایت هفت طبقه خواهد بود.

احتمال آزادسازی خریدوفروش «مسکن ملی» چقدر است؟

با وجود اینکه پیش از این، معاون وزیر مسکن از ممنوعیت خرید و فروش امتیاز مسکن ملی خبر داده و آن را تخلف نامیده بود اما اخیرا اعلام کرد: علت این ممنوعیت این است که هنوز چیزی واگذار نشده که متقاضیان بخواهند آن را خرید و فروش کنند. ممکن است با تجربه‌ای که در ممنوعیت فروش امتیاز مسکن مهر وجود داشت و سبب شد بازار سیاه برای آن ایجاد شود، پس از آنکه ساخت واحدهای مسکن ملی به یک مرحله‌ای برسد که متقاضی امکان انتخاب واحد داشته باشد، خرید و فروش آن را آزاد کنیم، اما این موضوع بیش از یک سال و نیم زمان می‌برد. در حال حاضر، با اعلام فهرست مجاز متقاضیان بار دیگر فضا برای خرید و فروش امتیاز مسکن ملی آغاز شده است. هرچند وزیر راه و شهرسازی و دیگر مقامات شهرداری جدی را نسبت به این موضوع داده و تاکید کرده‌اند انتقال امتیاز غیرقانونی است و زمینه را برای سلب امتیاز فراهم خواهد کرد، اما همچنان آگهی‌هایی با بهای ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان برای فروش امتیاز مسکن ملی به چشم می‌خورد.

اوپک باز هم مجبور به کاهش بیشتر تولید نفت می‌شود؟

واکنش وزیر نفت به شیوع ویروس کرونا

فرصت امروز: وزیر نفت با بیان اینکه بازار نفت به دلیل شیوع ویروس کرونا تحت فشار قرار گرفته و به همین دلیل قیمت نفت به زیر ۶۰ دلار برای هر بشکه رسیده است، گفت: باید تلاش شود بازار نفت به تعادل برسد.

بیژن زنگنه دیروز در حاشیه نشست با اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفتی، گاز و پتروشیمی ایران در جمع خبرنگاران درباره برگزاری نشست فوق‌العاده وزارتی اوپک به دلیل شیوع ویروس کرونا گفت: در پی شیوع این ویروس در چین و در پی آن توقف فعالیت بعضی از کارخانه‌ها، صنعت حمل ونقل و ...، مقدار مصرف نفت در این کشور تحت تاثیر قرار گرفته و سبب کاهش تقاضا برای نفت خام شده است.

او با اشاره به اینکه با کاهش تقاضا و ثبات عرضه، قیمت نفت با افت همراه شده است، تصریح کرد: در صحبتی که با رئیس دوره‌ای اوپک داشتم عنوان کردم اگر قرار باشد پیش از نشست از پیش تعیین شده در ماه مارس نشستی برگزار شود، باید درباره کاهش تولید توسط همه اعضا آمادگی و اطمینان وجود داشته باشد، اما اگر قرار باشد در نشستی فوق‌العاده مذاکره کنیم و بعد تصمیم بگیریم، ضرورتی برای برگزاری نشست پیش از موعد مقرر وجود ندارد و نشست ۱۷۸ در همان تاریخ چهارم و پنجم مارس ۲۰۲۰ (۱۵ و ۱۶ اسفندماه) برگزار شود.

بنا بر اعلام وزارت نفت، محمد عرقاب، وزیر انرژی و معادن الجزایر هم‌اکنون ریاست دوره‌ای نشست‌های اوپک را به عهده دارد. پیش از این الکساندر نواک، وزیر انرژی روسیه و محمد عرقاب، وزیر انرژی و معادن الجزایر و رئیس دوره‌ای نشست‌های اوپک از احتمال زیاد برگزاری نشست ۱۷۸ فوق‌العاده وزیران نفت و انرژی اوپک و نشست مشترک اوپک و غیراوپک در ماه فوریه خبر دادند. پیش از این، وزیران نفت و انرژی اوپک در یکصدوهفتادوهفتمین نشست عادی این سازمان در وین به همراه تولیدکنندگان غیرعضو این سازمان، بر سر افزایش ۵۰۳ هزار بشکه و در مجموع یک میلیون و ۷۰۳ هزار بشکه کاهش عرضه توافق کردند. سهم اعضای اوپک در توافق برای تعمیق کاهش تولید نفت روزانه ۳۷۲ هزار بشکه و سهم کشورهای غیرعضو اوپک ۱۳۱ هزار بشکه بوده است، بر این اساس ۱۰ عضو اوپک باید روزانه یک میلیون و ۱۷۰ هزار بشکه از تولید خود بکاهند، ایران، لیبی و ونزوئلا از توافق کاهش عرضه مستثنا شده‌اند.

در این بین، سوال این است که آیا اوپکی‌ها بازهم مجبور به کاهش بیشتر تولید نفت می‌شوند؟ به گزارش بلومبرگ، ویروس کرونا کل بخش‌های اقتصادی چین را مبتلا کرده و از آنجایی‌که ویروس کرونا اقتصاد چین را تحت‌فشار قرار داده، تقاضای نفت چین حدود ۳میلیون بشکه یا ۲۰درصد از کل مصرف کاهش یافته است. این کاهش احتمالاً بزرگ‌ترین شوک تقاضا برای بازار نفت از زمان بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ و حملات ۱۱ سپتامبر است.

این ماجرا می‌تواند اوپک و متحدانش را وادار کند تا جلسه اضطراری برای کاهش تولید و برطرف کردن این کاهش قیمت تشکیل دهند. قیمت نفت نزدیک به پایین‌ترین قیمت چهار ماهه قرار دارد.

به گفته کارشناسان، این وضعیت یک اتفاق ناگوار برای بازار نفت است. قبل از شیوع کرونا، امیدی به چشم‌انداز تقاضا برای سال جاری وجود داشت، اما حالا وضعیت تغییر کرده است. اگر هیچ اتفاقی در کاهش تولید رخ ندهد، ضرر و زیان کاهش قیمت نفت بیشتر خواهد بود.

چین بعد از اینکه در سال ۲۰۱۶ از آمریکا پیشی گرفت به بزرگ‌ترین واردکننده نفت جهان تبدیل شد بنابراین هرگونه تغییر در مصرف نفت این کشور، تأثیری بزرگ بر بازار انرژی جهان خواهد گذاشت. این کشور روزانه حدود ۱۴ میلیون بشکه نفت مصرف می‌کند که معادل نیاز فرانسه، آلمان، ایتالیا، اسپانیا، انگلیس، ژاپن و کره جنوبی است.

قیمت نفت برنت، معیار جهانی قیمت نفت، از ۲۰ ژانویه، روزی که بازارهای مالی برای اولین بار متوجه بزرگی بحران سلامت در چین شدند، بیش از ۱۰درصد کاهش یافته است. پکن میلیون‌ها انسان را در قرنطینه قرار داده و تعطیلات سال نو تمدید شده است. پروازها لغو شده‌اند و مقامات سراسر جهان در حال تلاش برای مهار انتشار ویروس هستند. بانک مرکزی چین، روز دوشنبه بعد از بازگشایی بازارها برای جلوگیری از فروش یکجا اقداماتی برای تقویت نقدینگی انجام داد.

به گفته مسئولان چینی، پالایشگاه‌های چینی، فرآورده‌های نفتی فروخته نشده مانند بنزین و سوخت جت را ذخیره می‌کنند. این وضعیت همین‌طور ادامه دارد اما انبارها هم به‌زودی به حداکثر ذخیره‌شان می‌رسند. اگر چنین اتفاقی رخ دهد، آنها باید میزان نفت خام پالایش‌شده را کاهش دهند. به‌این‌ترتیب احتمالاً روند اجرایی پالایشگاه‌ها ۲۰-۱۵ درصد کاهش می‌یابد.

گروه سینوپک، بزرگ‌ترین پالایشگاه این کشور، در مرحله کاهش پالایش در کارخانه‌هایش به طور متوسط حدود ۱۳ تا ۱۵درصد است. این پالایشگاه همچنین در حال بررسی کاهش بیشتر است. به‌طور سنتی در طول تعطیلات سال نو، تقاضا برای بنزین و سوخت جت افزایش می‌یابد چراکه صدها میلیون نفر به خانه‌ها و نزد خانواده‌های‌شان می‌روند، در همین حال به دلیل تعطیلات و کند شدن فعالیت صنعتی، مصرف گازوئیل کاهش می‌یابد.

یادداشت

اثرسنجی بنزین بر معیشت

آلبرت بغزیان اقتصاددان

اواخر آبان‌ماه بود که قیمت بنزین در ایران افزایش یافت. درست است که قیمت تمام‌شده انرژی در جهان بالاتر از آن عددی است که مردم کشورمان از آن استفاده و پرداخت می‌کنند اما مسئله اساسی آن است که اصلاح قیمت حامل‌های انرژی باید سال‌ها قبل که نرخ تورم کمتر بود و جامعه قدرت پذیرش بیشتری داشت، اجرایی می‌شد، زیرا در آن دوره قدرت خرید مردم نیز بالاتر بود و بحران‌های اقتصادی بر کشور حاکم نبود.

اینکه دولت یک‌شبه بدون اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی به مردم و زمینه‌سازی نرخ جدید بنزین را اعلام می‌کند، مشخص است که شوک عظیمی را به جامعه وارد می‌کند که حاصل آن انتقادات و اعتراضات مردمی است. از سوی دیگر باید ظرفیت معیشتی مردم برای ورود یک فشار دیگر سنجیده شود. در شرایط کنونی که به واسطه تحریم‌های خارجی و افزایش نرخ ارز، کشور در وضعیت نابسامان اقتصادی به سر می‌برد و همین موضوع اثر جدی بر معیشت مردم داشته اینکه مجموعه قوا تصمیم می‌گیرند و دولت نیز ناگهانی نرخ بنزین را دستکاری می‌کند یعنی توجه یا آگاهی نسبت به شرایط اجتماعی و اقتصادی مردم کشور وجود ندارد. از سوی دیگر وقتی صحبت از اصلاح قیمت حامل‌های انرژی می‌شود باید توجه جدی به دستمزدها و قدرت خرید مردم نیز صورت بگیرد.

مهم‌ترین مسئله بعد از افزایش نرخ، اثر آن بر وضعیت معیشتی مردم است. بنابر تجربه دوره‌های گذشته در این خصوص، در نتیجه سهمیه‌بندی و افزایش نرخ بنزین، طبقات متوسط و پایین جامعه اثر منفی جدی از این سیاست‌ها خواهند دید، حال آنکه طبقات بالا چنین احساسی را نخواهند داشت. از آنجا که نمی‌توان موضوع را بدون توجه به ابعاد ریز مسئله مورد خوانش قرار داد، ضروری است که اهداف این طرح مورد تحلیل قرار بگیرد. مواردی همچون کاهش قاچاق سوخت، افزایش درآمد دولت، کاهش مصرف سوخت، بهینه‌سازی و کاهش واردات بنزین هرچند جزو مجموعه اهداف عنوان‌شده از سوی دولت است، اما باید این امر مورد سنجش قرار بگیرد که کدام‌یک از این اهداف بعد از اجرای این طرح، امکان محقق‌شدن دارند. در صورتی که دولت با نگاه درآمدی به تغییر نرخ بنزین پرداخته باشد، این پرسش مطرح می‌شود که این افزایش درآمد قرار است به چه صورت هزینه و به چه اموری اختصاص داده شود؟

اگر اثر این افزایش بر کاهش مصرف سوخت مدنظر بوده باشد نیز تجربه نشان داده که این موضوع اثری بر نگاه مصرفی مردم در این مقوله ندارد. تحقق این هدف تنها از طریق مدیریت و اصلاح الگوی مصرف انرژی ممکن است و عامل سوم یعنی اثر افزایش بر کاهش قاچاق سوخت؛ در این بخش نیز دولت نمی‌تواند اثر مدنظر خود را دنبال کند. دلیل این موضوع نیز بسیار ساده است، زیرا به دلیل تفاوت نرخ ارز، قیمت‌ها آنقدر زیاد است که با افزایش سه‌برابری نرخ آزاد بنزین نمی‌تواند مؤثر واقع شود. در این زمینه، ضروری است به‌جای افزایش نرخ، مقابله با قاچاق به عنوان ابزار مورد توجه قرار گیرد.

هرچند اهداف مسئولان تصمیم‌گیر از این افزایش نرخ، محقق نخواهد شد، اما در مقایسه با آن، اثر این موضوع بر زندگی مردم بسیار مشهود خواهد بود. تورم و افزایش قیمت کالاهای اساسی در پی افزایش نرخ بنزین، از نتایجی است که صورت خواهد گرفت. هرچند این موضوع در هفته‌های اول خود را کمتر نشان می‌دهد، اما در ادامه شاهد افزایش قیمت‌ها به ضرر طبقات متوسط و پایین خواهیم بود، اما اینکه اندازه این اثرگذاری چه میزان خواهد بود، بستگی مستقیم به نظارت دولت دارد، چراکه یکی از مسائل اصلی در این میان، سوءاستفاده غیرمنطقی از این تغییرات نرخی است. در این بین، اصناف، نقش مهمی در مقابله با افزایش قیمت‌ها دارند. بر این اساس، مسئولان برای ممانعت از افزایش قیمت‌ها بایستی به رایزنی با مدیران اصناف بپردازند تا از بروز سودجویی‌ها جلوگیری کنند و ما شاهد افزایش نامتعارف قیمت‌ها به بهانه افزایش نرخ بنزین نباشیم. در اینجا نقش نهادهای نظارتی پررنگ می‌شود. علاوه بر اینکه در حال حاضر، نظارت و مدیریت آشفتگی‌های در بازار اهمیت دارد، موضوع مهم‌تر، ادامه‌دار بودن نظارت است. در این میان، شهروندان نیز باید بر روی افزایش قیمت‌ها نظارت کنند و هرگونه افزایشی را به دستگاه‌های نظارتی اطلاع دهند. حساسیت اجتماعی در این خصوص می‌تواند منجر به کاهش سوءاستفاده‌ها شود. در همین حال، مسئولان نظارتی نیز باید در اسرع وقت نسبت به گزارش‌های دریافتی واکنش نشان دهند و با افزایش قیمت‌ها برخورد کنند.

از سوی دیگر، زمانی مابه‌التفاوت حاصل از افزایش درآمد ناشی از فروش بنزین می‌تواند در زندگی مردم اثرگذار باشد و تأثیر معنادار داشته باشد که ما تبعات ناشی از افزایش قیمت بنزین را کنترل کنیم. اگر قرار باشد در آینده نزدیک، اجاره‌بهای خانه و قیمت محصولات مختلف افزایش پیدا کند، عملاً مجدداً پول یارانه واریزشده و حتی بیشتر از آن از مردم گرفته می‌شود بنابراین این سیاست باید یک‌سری سیاست‌های همراه را در کنار خود داشته باشد، زیرا تغییر در قیمت‌ها تنها یک بسته تک‌سیاستی نیست. رئیس‌جمهوری نیز در صحبت‌هایش به برخی از این سیاست‌های پیشنهادی اشاره کرده است، اما مسئله آنجاست که در زمان اعلام افزایش نرخ به سیاست‌های همراه توجهی صورت نگرفت. تجربه نشان داده است زمانی که نرخ سوخت افزایش پیدا می‌کند، باید به سیاست‌های افزایش کارایی بخش حمل و نقل و بهره‌وری بیشتر در مصرف سوخت نیز پرداخت، باید تولید خودروهای کم‌مصرف را در دستور کار قرار داد تا بتوان میزان مصرف سوخت را کنترل کرد. همچنین شرایط فعلی ترافیک باعث افزایش مصرف سوخت خواهد شد و باید برای آن تدبیری اندیشیده شود. در غیر این صورت، ممکن است منافع پیش‌بینی‌شده برای این طرح به حد کافی محقق نشود.

مابه‌التفاوت درآمد دولت از فروش بنزین به‌جای صرف شدن در مسیر اهدای یارانه نقدی به مردم، باید در راستای تجهیز ناوگان حمل‌ونقل قرار گیرد. بازپرداخت وجه اضافی به مردم، امری طبیعی و منطقی به نظر می‌رسد، اما نباید این روند به شکل پرداخت نقدی باشد.

منبع: آینده‌نگر

بانک نامه

آمارها تا پایان دی‌ماه نشان می‌دهد

رشد ۲.۲ برابری پرداخت‌های الکترونیکی

بانکداری دیجیتال و غیرحضوری در کشـور، روندی رو به شتاب گرفته، به طوری که مجموع تعداد ابزارهای پذیرش در شـبکه پرداخت الکترونیک (شامل کارتخوان، اینترنتی و تلفن همراه) در دی‌ماه با رشد ۲.۲درصدی به ۱۰ میلیون و ۵۷۴ هزار و ۸۹۸ پایانه افزایش یافت.

بـه گزارش ایرنا، میزان اسـتفاده از پول نقـد و پرداخت‌های فیزیکی به تدریـج در حال کاهش اسـت و در مقابل پرداخت‌هـای الکترونیکی، روند رو به رشـدی را تجربه می‌کنند. نگاهی به آمـار تراکنش‌ها و پرداخت‌های الکترونیکـی در کشـور ما نیز نشـان می‌دهـد که جذابیـت پرداخت‌های غیرفیزیکی به دلیل رشـد فناوری و ابزارهای جدید پرداخت رو به گسترش است. شـبکه الکترونیکی پرداخت کارتی کشور شـامل سه نوع ابزار «ابزار پذیرش اینترنتی»، «ابـزار پذیرش تلفن همراه» و «ابزار پذیرش کارتخوان فروشـگاهی» اسـت که فعالیت‌های مربـوط به «خریـد کالا و خدمات»، «پرداخت قبض و خرید شارژ» و «مانده‌گیری» از طریق آنها انجام می‌شود.

براساس تازه‌ترین آمار شبکه الکترونیکی پرداخت کارتی کشور (شاپرک) مجمـوع تعداد ابزارهـای پذیرش در شـبکه پرداخت الکترونیک (شـامل کارتخـوان، اینترنتی و تلفن همراه) تا پایـان دی‌ماه به ۱۰ میلیون و ۵۷۴ هزار و ۸۹۸ رسـیده است. بر این اساس، تعداد دستگاه‌های کارتخوان فعال سیستمی در کشور تا پایان دی‌ماه به بیش از ۸ میلیون و ۱۶۵ هزار دستگاه رسیده که نسبت به آذرماه رشد ۲.۵۵درصدی داشته است.

ضریب نفوذ کارتخوان فروشگاهی به ازای هر ۱۰ هزار نفر بالای ۱۸ سال با توجه به جمعیت ۵۹ میلیون و ۶۵۴ هزار و ۷۴۲ نفری و تعداد ۸ میلیون و ۱۶۵ هزار دسـتگاه پایانه فروش فعال سیسـتمی تا پایان دی ماه بالغ بر یک هزار و ۳۶۸ کارتخوان به ازای ۱۰ هزار نفر است. همچنین ضریب نفوذ ابـزار پذیرش اینترنتی و موبایلی به ازای هر ۱۰ هزار نفر در دی امسـال با توجه به تعداد یک میلیون و ۱۱۶ هزار پایانه اینترنتی و یک میلیون و ۲۹۲ هـزار پایانه موبایلی به ترتیب ۱۸۷ و ۲۱۶ ابزار پذیرش به ازای ۱۰هزار نفر اعلام شده است.

علاوه بر کارتخـوان، بخش عمده ابزارهای پرداخـت الکترونیکی مربوط بـه ابزارهای اینترنتی و موبایلی می‌شـود که بررسـی آنها نیز نشـاندهنده رشـد آنهاسـت. بر این اسـاس، تعداد ابزارهای پذیرش اینترنتی با رشـد ۲.۰۳درصـدی به یک میلیون و ۱۱۶ هزار و شـمار ابـزار پذیرش موبایلی با افزایش ۱.۲۶درصدی به یک میلیون و ۲۹۲ هزار پایانه رسیده است.

سکه دوباره به کانال ۵ میلیون تومان برگشت

دلار پشت مرز روانی ایستاد

قیمـت دلار در سـومین روز هفته بـا عقب‌نشـینی قطره‌چکانی از مرز مقاومتی عقب‌تر رفت و بر عدد ۱۳ هزار و ۳۸۰ تومان ایستاد.

بـه گزارش خبرآنلاین، هر دلار آمریکا هرچند کاهش اندک قیمت را در محدوده ۸۰ تومان تجربه کرد اما با این حال به دلیل ایسـتادن پشـت سد مقاومتی این تغییر قیمت برای فعالان بازار مهم تلقی می‌شود. قیمت خرید هـر دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی نیز دیـروز به ۱۳ هزار و ۲۰۰ تومان رسـید. قیمت دلار از پایان آبان تاکنون افزایشـی محسوس را تجربه کرده است. دلار در آبان ماه در کانال ۱۱هزار تومان حضور داشت، اما در شرایط کنونـی به کانال ۱۳هزار تومان ورود کرده اسـت. پیـش از این نیز رفت و برگشـت به سقف کانال ۱۲هزار تومان اتفاق افتاده است. قیمت هر یورو در بازار نیز ۱۴ هزار و ۸۸۰ تومان اعلام شـد. صرافان بانکی روز دوشـنبه هر یورو را به قیمت ۱۴ هزار و ۷۰۰ تومان خریداری کرده‌اند.

همچنین بازار طلا و سـکه دیروز تحت تاثیر دو اتفاق قرار داشت؛ کاهش قیمت طلا در بازارهای جهانی و کاهش قیمت دلار در بازار داخلی، وضعیت بـازار طلا و سـکه را تحت تاثیر خود قرار داد. به رغـم انکه انتظار می‌رفت قیمت‌ها در بازار سـکه طی روز دوشـنبه کاهشی باشـد اما سکه تمام بهار آزادی لرزان به کانال ۵ میلیون تومان ورود کرد و هر سکه در میانه روز به قیمت ۵ میلیون و یک هزار تومان فروخته شـد. هر قطعه سـکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز به قیمت ۴ میلیون و ۹۷۷ هزار تومان و هر قطعه نیم سـکه به قیمت ۲ میلیون و ۵۴۳ هزار تومان عرضه شد. بهای هر ربع سکه نیـز به یک میلیون و ۵۴۳ هزار تومان و سـکه گرمـی به قیمت ۹۳۰ هزار تومان عرضه شـد. همچنین هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار به قیمت ۵۰۹ هزار تومان فروخته شد.

سقوط آزاد بازارهای مالی چین

با افزایش شـمار قربانیان ویروس کرونا، بازارهای بورس و ارز چین دچار ریزش شدیدی شدند.

به گزارش بلومبرگ، شاخص «سی اس آی ۳۰۰» بورس شانگهای که از آن به عنوان اصلی‌ترین شـاخص بورسی چین نام برده می‌شود در معاملات روز دوشـنبه سـقوط سـنگین ۷.۹۷درصدی را تجربه کرد و در سـطح ۳۶۸۴.۸۰ واحد بسـته شـد. این سقوط شدید که از سـال ۲۰۱۴ تاکنون بی‌سابقه بود پس از آن صورت گرفت که تلفات ناشی از شیوع ویروس کرونا به ۳۶۱ نفر رسید که ۳۶۰ نفر در چین و یک نفر نیز در فیلیپین بوده است.

در بین نمادهای مختلف، بخش‌های مالی، بانکی و شرکت‌های هواپیمایی شاهد بیشـترین ریزش بودند. تخمین زده می‌شود تاکنون حدود ۱۷ هزار نفر به ویروس کرونا مبتلا شـده باشـند. شـمار زیادی از شـهرهای چین تعطیلات سـال نو چینی را با هدف کاهش شـتاب شـیوع بیماری تا نهم فوریـه (۵ روز دیگر) تمدید کرده‌اند. همچنین بخش زیادی از شـرکت‌ها از کارکنان خود خواسـته‌اند در منزل باقـی بمانند و از آنجا کارهای اداری را انجام دهند.

لی شـو وی، کارشـناس بازار در موسسـه «وان د فو» گفت: حدس زدن رفتار معامله‌گران خیلی سخت شده است. تقریبا غیرممکن است که بدانیم بیمـاری تا کجا پیش خواهد رفت و این باعث شـده اسـت تا معامله‌گران باتجربه‌تر رویکرد صبر و انتظار را در پیش گیرند.

از سـوی دیگر بـازار ارز چین نیز دچار زلزله شـدیدی شـد و محدوده مقاومتی مهم هفت یوانی در برابر دلار پس از ماه‌ها شکسـت. در معاملات ارزی شـانگهای، روز دوشنبه هر دلار به ازای ۷.۰۱۱ یوان، هر یورو به ازای ۷.۷۶۳ یـوان، هـر پوند به ازای ۹.۲۱۵ یوان و هر فرانک سـوئیس به ازای ۷.۲۶۳ یوان مبادله شد.

علاوه بر لغو پروازهای بسیاری از شرکت‌های هواپیمایی به چین، برخی از کشورها نظیر آمریکا و استرالیا اعلام کرده‌اند مسافران برگشته از چین را به مدت ۱۴ روز قرنطینه خواهند کرد. انتظار می‌رود تعطیلی طولانی کسب و کارها و رکود بخش گردشگری باعث کاهش محسوس رشد اقتصادی چین و کشورهای جنوب شرق آسیا شود.

شوک‌های منفی و مثبت با نظام بانکی چه می‌کنند؟

تاثیر سیاست‌های پولی بر عملکرد بانک‌ها

بانک‌هـا به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌هـای اقتصاد کلان می‌توانند نقش مهمـی در تعادل عمومی اقتصاد و انتقال شـوک‌های اقتصادی در جامعه ایفا کنند. آنها علاوه بر اجرای سیاست‌های پولی دیکته‌شده از طرف بانک مرکزی، هدف افزایش سودآوری خود را به عنوان یک بنگاه اقتصادی با دقت دنبال می‌کنند.

سیاسـت‌های پولی ازجمله سیاسـت‌های اقتصادی اسـت و مطالعات مختلفی درباره تاثیر سیاسـت‌های پولی در اقتصاد ایران انجام شده است، اما در تازه‌ترین گزارش، ثریا رفیعی، کریم امامی و فرهاد غفاری، تحقیقی را انجـام داده‌اند که حاصلش را در مقاله‌ای با عنوان «تاثیر سیاسـت‌های پولی بر عملکرد بانک‌ها با استفاده از مدل تعادل عمومی پویای تصادفی» (DSGE) در شماره ۷۲ فصلنامه «پژوهشنامه اقتصادی» منتشر کرده‌اند. آنان در این تحقیق با استفاده از مدل تعادل عمومی پویای تصادفی و در نظر گرفتن پنج بخش اقتصادی خانوار، کارآفرین، بانک واسط، توزیع‌کننده و دولت، ضمـن بهره‌گیری از پارامترهای بلندمدت اقتصاد کلان، واکنش بانک‌ها را در صورت بروز شوک‌های پولی، مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج حاصل از مدل علمی این تحقیق نشـانگر آن اسـت که با بروز یک شوک مثبت روی نرخ سـود به علـت کاهش تقاضا بـرای وام و میزان پول وام داده‌شـده، نرخ وام‌دهی و در نتیجه سـود بانک‌ها کاهش می‌یابد و بر اثر شوک مثبت نفتی، حجم نقدینگی افزایش می‌یابد که در این صورت، نرخ وام‌دهی کاهش و میزان سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد و در نهایت، تمایل خانوار به پس‌انداز کاهش می‌یابد که برآیند کاهش نرخ وام‌دهی و کاهش سپرده‌گذاری، موجب کاهش سوددهی بانک‌ها می‌شود.

کنترل متغیرهای اقتصاد کلان با سیاست پولی

سیاست‌های پولی به عنوان یکی از انواع سیاست‌های اقتصادی، عبارت است از فرآیندی که بانک مرکزی یا مقام پولی کشور به کنترل عرضه پول یا سـایر متغیرهای پولی می‌پردازد. سیاسـت‌های پولی بر دو نوع تقسیم می‌شوند؛ اول، سیاست پولی انبساطی به معنای سیاست‌هایی که موجب افزایش عرضه پول در اقتصاد می‌شـوند و دوم، سیاست پولی انقباضی به معنای سیاسـت‌هایی که موجب کاهش عرضه پول در اقتصاد می‌شـوند. سیاست پولی قادر است از راه‌های مختلف، روی ترازنامه بانک‌ها اثر بگذارد. سیاسـت پولی انقباضی سبب کاهش مقدار قیمت سهام می‌شود و به‌تبع آن، مقدار ثروت خالص بنگاه‌ها و نیز مقدار مخارج سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد.

در اقتصاد ایران، بیشتر سیاسـت‌های پولی از طریق ابزارهای مستقیم کنترل سـود بانکی و تعیین سـقف اعتباری و نیز ابزارهای غیرمستقیم (نسبت سپرده قانونی، اوراق مشارکت بانک مرکزی و سپرده ویژه بانک‌ها نزد بانک مرکزی) اعمال می‌شـود. سیاست‌های پولی از طریق کانال‌های مختلفی، اقتصاد کشور را تحت تاثیر قرار می‌دهد که مهم‌ترین این کانال‌ها عبارتنـد از کانال نرخ بهره، کانال نرخ ارز و کانال اعتباری. نظام بانکی در اقتصاد ایران با وجود پیشـرفت‌هایی که در بازارهای مالی رخ داده اسـت، همچنان یکی از ارکان اصلی تامین مالی در سـطح کل کشور است. نکته قابل تامل آن اسـت که سـپرده‌گذاران نیز به طور کلی به سپرده‌گذاری بانکـی و ابزارهای موجود در بـازار پول نظیر اوراق مشـارکت و... متکی هسـتند. همچنین وضعیت تولیدی بنگاه‌ها وابسته به چگونگی پرداخت بانکی است.

یکی از نقش‌های نظام بانکی و به اعتقاد برخی، مهم‌ترین نقش آن، کنترل و هدایت متغیرهای اساسـی اقتصاد کلان از طریق اجرای سیاسـت‌های پولی اسـت. در اقتصاد ایران به دلیل قوانین مبتنی بر بانکداری بدون ربا از ابزارهای رایج سیاسـت پولی نظیر نرخ بهره (نرخ سود) و عملیات بازار باز به‌طور گسترده استفاده نمی‌شود. با این حال، از آنجا که بانک مرکزی دارای همان وظایف سنتی بانک‌های مبتنی بر بهره است باید برای انجام وظایف خود از ابزارهای پولی دیگری استفاده کند که با ساختار اقتصادی آن مطابقت داشته باشد.

هدایت سیاسـت پولی در ایران و اکثر کشـورهای در حال توسـعه به جای نرخ بهره بیشـتر بر عرضه و تقاضای پول و پایه پولی متمرکز است. همچنین مروری بر سیاسـت‌های پولی و ارزی ایران در دهه‌های گذشته مبین آن اسـت که بانک مرکزی در موارد متعددی برای هدایت سیاست پولی از ابزار نرخ ارز اسـتفاده کرده است. از آنجایی که سیستم بانکی در اقتصاد ایران مهم‌ترین مجرای ارتباطی میان عرضه و تقاضای منابع پولی اسـت، هرگونه نقصان و ناکارآمدی عملکرد آن، زمینه‌های بروز اخلال در سایر بخش‌ها و ایجاد شوک‌های گوناگون را فراهم می‌آورد. بنابراین، یکی از مهم‌ترین چالش‌های صنعت بانکی در هر اقتصاد، واکنشی است که این صنعت در برابر شـوک‌های اقتصادی خواهد داشـت، زیرا در زمان ایجاد شوک‌های گوناگون، سودآوری بانک‌ها با چالش مواجه می‌شود و در نتیجه تبعاتی را برای سایر بخش‌ها پدید آورد.

تاثیر سیاست‌های پولی در اقتصاد ایران

مطالعـات مختلفی در مورد تاثیر سیاسـت‌های پولـی در اقتصاد ایران انجام شـده اسـت، اما تفاوت مطالعـات قبلی با پژوهـش حاضر در این اسـت که از نقش بانک‌های واسـط در مکانیسـم انتقال پول در نوسانات اقتصادی چشم‌پوشـی شده اسـت. در این مطالعه سعی می‌شود با لحاظ کردن بانک‌های واسط در مدل، علاوه بر بررسی نقش بانک‌های واسط در مکانیسم انتقال پول بر نوسانات اقتصادی سوال اصلی مطالعه، یعنی تاثیر سیاست‌های پولی بر عملکرد بانک‌ها پاسخ داده شود.

بـا تغییر نرخ ارز حقیقی بر اثر شـوک مثبت قیمـت نفت، توان رقابت اقتصاد کشور کاهش می‌یابد. در چنین وضعیتی از حاشیه سود تولیدکننده داخلی در بازار صادراتی کاسـته می‌شـود و انگیزه برای صادرات کالاهای غیرنفتی کم می‌شود. در وضعیت شوک نفتی، قیمت نفت با محدودشدن صادرات نفت نیز سیاسـت پولی به دلیل سلطه سیاست مالی بر آن بی‌اثر می‌شود. به این معنا که در این وضعیت بودجه دولت دچار کسری درخور توجه می‌شود. دولت برای جبران کسری بودجه خود معمولاً دو راه پیش رو دارد؛ اول، مراجعه به بازارهای مالی داخلی یا بین‌المللی برای استقراض و دوم، تامین از طریق بانک مرکزی (سیاست پولی) در وضعیتی که موازنه بازرگانی کشور به دلیل کاهش درآمدهای نفتی منفی می‌شود، یک راه‌حل این خواهد بود که نرخ ارز اسمی به تناسب عرضه و تقاضا برای آن تغییر کند و در جایی به تعادل برسـد که مجدد موازنه بازرگانی را برقرار سازد. در یک اقتصاد نفتی که بخش مهمی از عایدات ارزی کشـور و درآمدهای بودجه عمومی دولت به عملکرد این بخش وابسته است، شوک‌های مثبت و منفـی نفتی از طریق تاثیر بـر ترازنامه بانک مرکزی حجم پایه پولی را به‌شـدت تحت تاثیر قرار می‌دهد و این خود عامل مهم تاثیرگذار بر نرخ تورم اسـت. در اقتصاد ایران، سیاسـت پولی مغلوب سیاست مالی است و چارچوب مشخصی برای تبیین رژیم‌های پولی و ارزی سازگار وجود ندارد. در مطالعات مختلف توسعه بازارهای مالی به عنوان یکی از عوامل موثر بر تسریع رشد اقتصادی معرفی شده است. در این مطالعات به محدودیت‌های توسـعه بازارهای مالی نیز اشاره می‌شـود که رفع آنها در قالب بسته‌های سیاسـتی مختلفی توصیه شـده اسـت. دولت و مجلس معمولا در برابر سیاست‌های پولی انبساطی تسلیم می‌شوند تا بتوانند نیازهای مالی خود را برآورده سازند، بنابراین، ریسک‌ها و مضرات تورم را نادیده می‌گیرند. تورم یک مالیات غیرقانونی است که به تصویب مجلس نرسیده است. از این رو، برای جلوگیری از برداشـت پول توسط دولت جهت جبران کسری بودجه باید بانک مرکزی مستقل باشد.

اشکال مختلف مداخله‌های دولت در بازارهای مالی مانند تعیین سقف نرخ سود سپرده‌های بانکی، نرخ‌های بالای ذخایر قانونی، دخالت در نحوه توزیع اعتبارات بانکی، وضع قوانین و مقررات محدودکننده حساب جاری و حساب سرمایه که از یک‌سو موجب محدودیت در بازارهای مالی می‌شود و از سوی دیگر، نرخ سود (بهره) حقیقی بانکی را می‌تواند منفی کند، در ادبیات مالی تحت عنوان سـرکوب مالی شـناخته می‌شود. سرکوب مالی می‌توانـد از طریق تاثیر بر کاهش واسـطه‌گری بخش مالی، باعث کاهش رشد اقتصاد شود. سرکوب مالی منجر به کوچک‌شدن بخش مالی نسبت به بخش واقعی اقتصاد و کاهش رشد اقتصادی می‌شود.

در مجموع، بررسی روند تحولات نسـبت سپرده قانونی انواع سپرده‌ها گویای آن اسـت که بانک مرکزی سیاسـت یکسان‌سازی نسبت سپرده قانونی انواع سپرده‌ها و کاهش آنها را در دستور کار دارد. بانک‌های مرکزی برای کنترل تورم از ابزار نرخ بهره سیاسـتی اسـتفاده می‌کردند. این نرخ بهره تحت تاثیر عملیات بازار باز، یعنی از طریق خرید و فروش اوراق بدهی خزانه، تعیین می‌شـد. نکته درخور توجه آن اسـت که در ایران، نه بازار اوراق بدهی دولت شکل گرفته است و نه بانک مرکزی در چارچوب قانون عملیات بانکی بدون ربا قادر به اسـتفاده از عملیات بازار باز است بنابراین بانک مرکزی فاقد ابزار نرخ بهره سیاستی برای کنترل نرخ تورم است.

نتایج شوک‌های مثبت و منفی در شبکه بانکی

صنعت بانکداری در اقتصاد کشورها به‌خصوص در اقتصاد ایران به‌لحاظ نقایص بازار سـرمایه، نقش کلیدی ایفا می‌کنـد، به‌طوری‌که تدوین یک استراتژی پولی متناسب با فضای اقتصادی در کشورهایی نظیر ایران که در معرض شـوک‌های مختلفی قرار دارند از اهمیت بالایی برخوردار است. بر اثر بروز شوک مثبت نرخ بهره، ابتدا تولید افت می‌کند، اما به مرور با کاهش اثر این شوک، تولید اندکی افزایش می‌یابد و سپس به حالت تعادلی خود برمی‌گردد. با توجه به بالارفتن نرخ بهره، درآمد خانوار از محل سود سپرده بانکی افزایش می‌یابد و با توجه به کاهش تولید، مقدار تقاضای نیروی کار توسط بنگاه کاهش خواهد یافت. همچنین بر اثر افزایش درآمد خانوار از کانال پس‌انداز، مقدار عرضه نیروی کار توسط خانوار نیز کاهش می‌یابد که نتیجه عدم تغییر/تغییر کم دستمزد در همان ابتدای کار است. همچنین مقدار سـرمایه‌گذاری در لحظه اول کاهـش و در مورد مصرف، وجود اثر مثبت درآمدی از کانال نرخ سـود پس‌انداز و اثر مثبت جانشینی به‌خاطر کاهش سـرمایه‌گذاری بر کاهش اثر درآمـدی از کانال درآمد کار کردن، غلبه می‌کند و به‌صورت خیلی کم در همان ابتدا مصرف مثبت می‌شود. از سـوی دیگر، در اثر یک شوک مثبت روی نرخ بهره به علت کاهش تقاضا برای وام، میزان پول وام‌داده‌شـده کاهش می‌یابد. از این رو، در عمل نرخ وام‌دهی کاهش خواهد یافت و این منجر به کاهش سود بانک‌ها می‌شود.

اما بر اثر بروز شوک مثبت نفتی ابتدا حجم نقدینگی افزایش می‌یابد که بـا افزایش مقدار حجم پول، نرخ وام‌دهی کاهش و میزان سـرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد که این موضوع منجر به افزایش نرخ اجاره سرمایه توسط خانوار می‌شـود. همچنین با افزایش نرخ اجاره سـرمایه، تمایل خانوار به نگهداری پس‌انداز کاهش می‌یابد و به سـمت سرمایه‌گذاری در بازار مالی حرکـت می‌کند. از سـوی دیگـر، برآیند کاهش نـرخ وام‌دهی و کاهش سپرده‌گذاری، موجب کاهش سوددهی بانک‌ها می‌شود.

ائتلاف بانک‌های مرکزی معتبر جهان برای ایجاد رمزارز انحصاری

گروهـی از پرنفوذترین بانک‌های مرکـزی جهان به منظور همفکری درخصـوص راه‌اندازی ارز مجـازی انحصاری کشـورهای خود اقدام به همفکری و اشتراک تخصص‌ها و تجربیات ائتلاف تشکیل دادند.

به گزارش پایگاه اجـلاس جهانی حکمرانی، بانک‌های مرکزی کانادا، انگلیس، ژاپن، سـوئد و سـوئیس به همراه بانک مرکزی اروپا (ECB) و همچنیـن بانک تسـویه حسـاب‌های بین‌المللـی (BIS) قصد دارند تـا به منظور ارزیابی احتمال اسـتفاده از رمزارز ملـی یا بانک مرکزی (CBDC) در کشـورهای متبوع‌شـان، تجربیات خود را به اشـتراک گذاشته و همفکری کنند.

این گروه جدید موضوعاتی همچون موارد اسـتفاده از رمزارز شـامل حوزه‌هـای اقتصـادی، کابـردی و گزینه‌هـای طراحی فنـی همچون تعامل‌پذیـری فرامرزی و همچنین به اشـتراک‌گذاری دانش مرتبط با فناوری‌های نوظهور را مورد بررسی قرار خواهند داد.

ریاست این گروه را «جاناتان کانلیف» قائم مقام بانک مرکزی انگلیس و «بنوآ کوره» یکی از اعضای اجرایی اسـبق بانک مرکزی اروپا و رئیس تازه منصوب‌شده بنیاد نوآوری BIS برعهده دارند.

بنیاد نـوآوری BIS در سـال ۲۰۱۹ و به منظور تشـویق بانک‌های مرکزی جهت همکاری در زمینه فناوری‌های نوین مالی تاسـیس شد و در سه منطقه سوئیس، هنگ‌کنگ و سنگاپور فعالیت می‌کند.

کوره که ریاست پنج ساله خود را در این بنیاد از ۱۵ ژانویه آغاز کرد، به طور همزمان ریاسـت کارگروه هفت را که در زمینه رمزارزهای مانع نوسان بازار فعالیت می‌کند، برعهده دارد.

براسـاس تحقیقات انجام‌شده توسط تارنمای The Block (تارنمای پوشش‌دهنده اخبار مرتبط با بلاک‌چین یا زنجیره بلوکی و رمزارز) ۱۸ بانـک مرکزی جهان به طور علنی اعلام کرده‌اند که در حال توسـعه یا راه‌اندازی رمزارزهای مختص خود هستند.

پیشـگامی در حوزه استفاده از ارز مجازی توسط شرکت‌های فناوری غول‌پیکـر آمریکایی در حال خودنمایی اسـت کـه از معتبرترین آنها می‌توان به رمزارز جنجالی شرکت فیس‌بوک به نام لیبرا نام برد.

رمزارز پیشنهادی مورد استفاده فیس‌بوک از سوی مقامات بانک‌های مرکزی با ابهامات و شـبهات سیاسـی و نظارتی مواجه شـده است. از جملـه این نگرانی‌ها می‌توان به پتانسـیل این رمـزارز برای مداخله در سیاسـت پولی حاکم در کشـورها اشـاره کرد. مجمـع جهانی اقتصاد (WEF) هفته گذشـته اوراق سـفیدی (نوعی گزارش معتبر یا راهنما برای کمک به خوانندگان است که به منظور درک یک مسئله، حل یک مشـکل یا اتخاذ یک تصمیم تدوین می‌شود) را درخصوص رمزارزهای بانک مرکزی منتشـر کرد. نویسـنده این گـزارش ۲۸ صفحه‌ای، که با عنوان «جعبه ابزار» ارائه شـده است، می‌گوید که هدف آنها «رسیدگی بـه نیازها بـرای شناسـایی چارچوبی مختصـر، مفید و سـطح بالا از تصمیمات مرتبط با رمزارزهای بانک مرکزی است که اطلاعات جامع و هشداردهنده‌ای را برای سیاست‌گذاران فراهم می‌آورد.»

شـیلا وارن، رئیس بخش بلاک‌چین و فناوری دفتر کل توزیع‌شـده مجمع جهانی اقتصـاد گفت: با توجه به نقش حیاتی بانک‌های مرکزی در اقتصاد جهان، اجرا و پیاده‌سازی هر رمزارز توسط بانک‌های مرکزی کـه به طور بالقوه از فناوری بلاک‌چین بهره می‌برد، چه در داخل و چه خـارج تاثیر عمیقی برجای خواهد گذاشـت. لازم اسـت که بانک‌های مرکزی با بررسی و تحلیل موشکافانه فرصت‌ها و چالش‌های این اقدام، با احتیاط پیش بروند.

روزی ۱۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه وارد بورس می‌شود

جهش خیره‌کننده بازار سهام

فرصت امروز: شاخص بورس تهران در سومین روز هفته، جهشی خیره‌کننده داشت و درحالی که در ساعات ابتدایی معاملات، روندی یکنواخت و رشدی ۴۳۲ واحدی داشت، اما به ناگهان در حرکتی شتابنده و در دو ساعت بیش از ۱۰ هزار واحد رشد کرد و به رقم ۴۳۸ هزار واحد رسید. در این روز از صدر تا ذیل بازار سرمایه سبزپوش بود و شاخص کل با این رشد ۱۰ هزار و ۶۶۴ واحدی در ارتفاع ۴۳۸ هزار و ۸۸۱ واحد ایستاد.

همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۳هزار و ۶۸۰ واحد افزایش به ۱۴۵ هزار و ۵۴۲ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۲هزار و ۴۵۴ واحد رشد به ۹۷ هزار و ۷۹ واحد رسید و شاخص آزاد شناور نیز با ۱۳ هزار و ۵۷۱ واحد افزایش به رقم ۵۳۰ هزار و ۵۹۷ واحد رسید، شاخص بازار اول ۸هزار و ۳۳۰ واحد و شاخص بازار دوم ۱۹ هزار و ۹۴ واحد افزایش داشتند.

در معاملات این روز بیش از ۷میلیارد و ۳۰۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۲ هزار و ۵۶۳ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۷۵۲ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۵۷۹ واحد، مخابرات ایران (اخابر) با ۵۲۵ واحد، گروه مپنا (رمپنا) با ۴۵۹ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۴۰۹ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۳۷۹ واحد و شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با ۳۶۶ واحد بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند. در نقطه مقابل نیز نمادهای لابراتوارسازی دکتر عبیدی (دعبید) با ۳۷ واحد، سیمرغ (سیمرغ) با ۱۱ واحد، افست (چافست) با ۱۰ واحد، داروسازی جابرابن‌حیان (دجابر) با ۱۰ واحد و سرمایه‌گذاری آتیه دماوند (واتی) با هشت واحد بیشترین تاثیر منفی را در معاملات بورس گذاشتند.

نمادهای بانک تجارت، بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان، سایپا، ملی مس صنایع ایران، بانک صادرات ایران و توسعه معادن و فلزات ازجمله نمادهای پربیننده دیروز بودند. گروه فلزات اساسی نیز در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و ۵۳۱ میلیون و ۲۲ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۴هزار و ۷۳۳ میلیارد ریال در این گروه داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۱۲۱ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۵هزار و ۵۳۷ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲میلیارد و ۷۴ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۱۸ هزار و ۷۱۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، سرمایه‌گذاری مس سرچشمه (سرچشمه)، توسعه مولد نیروگاهی جهرم (بجهرم)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس) و مدیریت انرژی تابان هور (وهور) بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. همچنین نمادهای پتروشیمی مارون (مارون)، سرمایه‌گذاری آوانوین (وآوا)، گروه صنایع کاغذ پارس (چکاپا)، قاسم ایران (قاسم) مانع از رشد بیشتر شاخص فرابورس شدند.

چرا بورس دو ساعته ۱۰ هزار واحد صعود کرد؟

بازار سرمایه درحالی در روز دوشنبه با رشد بیش از ۱۰ هزار واحدی شاخص کل به رقم ۴۳۸ هزار و ۸۸۱ واحد رسید که در روز یکشنبه روندی پرنوسان داشت، به طوری که شاخص کل در ساعات ابتدایی ۴۲۶ هزار و ۱۸۴ واحد بود، اما در میانه معاملات به ۴۲۲ هزار و ۵۸۷ واحد کاهش یافت و در نهایت با روندی رو به رشد به رقم ۴۲۸ هزار و ۲۱۶ واحد رسید، اما اینکه چرا بازار سرمایه در سومین روز هفته شاهد چنین رشد پرشتابی بوده است، سوالی است که ایسنا آن را با یوسف هاشمی، کارگزار بازار سهام در میان گذاشته است.

هاشمی در مورد دلیل رشد ۱۰ هزار واحدی شاخص کل بازار سرمایه در روز دوشنبه گفت: مهم‌ترین دلیل این رشد این است که در این روز اقبال بازار هم روی سهم‌های بزرگ و بنیادی زیاد بود و هم در زمینه سایر سهم‌ها. معمولا در روزهای گذشته اگر سهم‌های کوچک رشد می‌کردند رشد سهم‌های بزرگ عادی یا پرنوسان بود و اگر سهم‌های بزرگ رشد می‌کردند رشد سهم‌های کوچک عادی بود، اما در روز دوشنبه هم سهم‌های بزرگ یکجا روی بازار تاثیر زیادی گذاشتند و هم در کنار آن سهم‌های کوچک به صورت هم‌زمان رشد کردند.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه امسال سهم‌های بزرگ نسبت به سهم‌های کوچک رشد آنچنانی نداشتند، ادامه داد: امسال رشد سهم‌های کوچک بسیار بیشتر از سهم‌های بزرگ بود. اصطلاحا در بازار سرمایه به آن سهم‌های جامانده می‌گویند. با توجه به اینکه کلی قابلیت‌های پیشتازی بیشتری داشتند، سهم‌های جامانده بازار بودند. این جاماندگی در این روزها نسبت به سایر سهم‌ها در حال جبران است. از آنجاکه سهم‌های بزرگ هر کدام به تنهایی در شاخص تاثیر زیادی دارند رشد همزمان آنها باعث رشد اینچنینی شاخص کل می‌شود.

به گفته وی، در روز دوشنبه هر کدام از سهم‌های بزرگ مانند فولاد مبارکه، ملی مس، مپنا و همراه اول که به تنهایی در شاخص تاثیر زیادی دارند، با رشد زیادی مواجه بودند. به عبارت دیگر، هر کدام از آنها سهم‌های بزرگی هستند که معمولا همزمان با یکدیگر رشد نمی‌کردند.

ورود روزانه ۱۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه به بورس

در همین حال، دبیرکل کانون نهادهای سرمایه‌گذاری از ورود روزانه ۱۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه به بورس خبر داد و گفت: ضروری است تا قوانین و مقررات جدید به سرمایه‌گذاران تازه‌وارد ابلاغ شود، زیرا بسیاری از کشورها محدودیت‌هایی برای این سهامداران ایجاد و از ورود نقدینگی به بازار جلوگیری می‌کنند.

سعید اسلامی در گفت‌وگو با ایرنا، در ارتباط با رشد روزهای اخیر بازار سرمایه افزود: سرعت رشد بازار سرمایه تا روز یکشنبه مقداری کاهش یافت، اما همچنان نقدینگی در حال ورود به بازار است حال این امر زمینه رشد شاخص بورس در بازار سهام در روز دوشنبه را فراهم کرده است.

به گفته وی، برخی تصور می‌کنند که رشد بازار ادامه‌دار است و اکنون بورس به عنوان بهترین بازار برای سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود. به همین دلیل اقدام به ورود نقدینگی‌های جدید به بازار می‌کنند.

اسلامی ضمن تاکید بر اینکه روزانه نزدیک به یک هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان نقدینگی جدید وارد بورس می‌شود، ادامه داد: اکنون باید بازار را از نظر ارزش معاملات مورد بررسی جدی قرار داد، اما تا زمانی که بازارهای جایگزین در رکود به سر می‌برند و فقط یک بازار در مسیر افزایش ارزش قرار می‌گیرد می‌تواند باعث ایجاد یک حباب جدی در بازار شود.

این کارشناس بازار سرمایه افزود: ورود حجم گسترده‌ای از نقدینگی به بازار سرمایه ضمن افزایش ارزش پایه، زمینه ورود چند شرکت جدید به بورس، افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها را فراهم می‌کند، بنابراین با این شرایط است که ارزش بازار به صورت نگران‌کننده افزایش نمی‌یابد. براساس شرایط اقتصاد کنونی در کشور، هرگونه پیش‌بینی برای ادامه روند بازار با چالش روبه‌رو می‌شود و ممکن است با هر تغییر نرخی، مسیر کل بازار تغییر کند.

به گفته اسلامی، چنانچه هیچ‌یک از بازارهای دیگر با تغییر معاملاتی روبه‌رو نشوند و دولت هم عملیات بازار باز را اجرایی کند، روند صعودی بازار ادامه‌دار و شاخص بورس رشد خواهد کرد.

او با بیان اینکه نقدینگی که اکنون وارد بورس می‌شود در هر بازار دیگری سرازیر شود رشد سرسام‌آوری را به دنبال خواهد داشت، گفت: زمانی که هر یک از بازارهای جایگزین شروع به رشد و حرکت کند، ممکن است زمینه ریزش بازار سرمایه فراهم شود. وضعیت کنونی بازار امکان پیش‌بینی روند آن را غیرممکن ساخته و نمی‌توان مسیر دقیق بازار سرمایه را مشخص کرد که این امر باعث نگرانی سهامداران آن شده است.

به گفته این کارشناس بازار سرمایه، در این روزها بسیاری از سهام موجود در بازار، بیشتر از ارزش ذاتی خود در حال معامله هستند.

سهام عدالت

قابل توجه کسانی که هنوز سود سهام عدالت نگرفته‌اند

شماره شبا ثبت کنید تا سود بگیرید

درحالی که کمتر از یک ماه تا زمانی که مسئولان برای واریز سود سهام عدالت اعلام کرده‌اند، باقی مانده است، هنوز برخی از مشمولان سهام عدالت شماره شبای خود را برای دریافت سود ثبت نکرده‌اند و تا زمانی که این فرآیند را انجام ندهند، سود برای آنها واریز نخواهد شد.

به گزارش ایسنا، طبق آخرین وعده مسئولان سود سهام عدالت امسال از سوم اسفند ماه، یعنی کمتر از یک ماه دیگر به حساب مشمولان با اولویت مشمولین کمیته امداد و بهزیستی واریز خواهد شد. میزان سود هنوز مشخص نیست اما با توجه به اینکه میزان سود در سال ۱۳۹۵ به ازای هر یک میلیون سهم ۱۵۰ و در سال ۱۳۹۶، ۱۷۵ هزار تومان بود، این میزان در سال جاری بیش از ۲۰۰ هزار تومان خواهد بود، با این حال میزان دقیق سود تا ۲۲ بهمن‌ماه مشخص خواهد شد.

به طور کلی جمع کل مشمولان سهام عدالت بیش از ۴۹ میلیون نفر است که از این میزان بیش از ۴۶ میلیون نفر در قید حیات هستند. در این راستا چندی پیش قبل از اینکه سازمان خصوصی‌سازی نسبت به واریز سود سهام عدالت اقدام کند، از مشمولان این سهام درخواست کرد که شماره شبای بانکی خود را در سامانه سهام عدالت وارد کنند تا سود سهام عدالت به حساب‌شان واریز شود.

طبق اعلام سازمان خصوصی‌سازی، توزیع سود سهام عدالت سال مالی شرکت‌های سرمایه‌پذیر در حالی از سال ۹۵ تاکنون در حال اجراست که مشمولان برای دریافت سود این سهام باید شماره شبای حساب بانکی خود و اعضای مشمول خانوار خود را در سامانه سهام عدالت ثبت کنند.

براساس این گزارش، ورود و ثبت شماره شبای بانکی مستقل برای هر یک از اعضای خانوار که مشمول سهام عدالت باشند به تفکیک ضروری بوده و صرف ثبت شماره شبای سرپرست خانوار برای برخورداری از اصل سهام و سود سهام عدالت کفایت نمی‌کند و باعث محروم‌شدن سایر اعضای خانوار از سهام عدالت و سود متعلق به آن خواهد شد. برخلاف توزیع یارانه‌ها، در توزیع سود سهام عدالت سود فقط به حساب هر مشمول به طور مجزا واریز خواهد شد، در نتیجه باید شماره شبای بانکی هر مشمولی ولو زیر ۱۸ سال مستقلا و جداگانه وارد سامانه سهام فوق‌الذکر شود.

با وجود ضرورت ثبت شماره شبای بانکی برای دریافت سود سهام عدالت، ۵میلیون مشمول هنوز شماره شبای خود را ثبت نکرده‌اند و چنانچه تا زمان واریز سود سهام عدالت سال ۱۳۹۷ این اقدام را انجام ندهند از دریافت سود سال ۱۳۹۷ هم جا خواهند ماند. با این حال سود سهام برای‌شان محفوظ می‌ماند و به محض ثبت شماره شبا سود سهام را چه برای سال ۱۳۹۶ و چه برای سال ۱۳۹۷ به صورت یکجا دریافت خواهند کرد. در این راستا هنوز هم سامانه سهام عدالت به نشانی www.samanese.ir به صورت ۲۴ ساعته آماده ثبت شماره شبای مشمولان سهام عدالت است.

مناقصه عمومی / دو مرحله ای ۹۸/۸۳-۹۸/۸۰

نوبت اول

TÜV-NORD ISO 9001

مناقصه گذار: شرکت توزیع نیروی برق خوزستان

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	سپرده شرکت در مناقصه (ریال)
۹۸/۸۰	خرید لباس کار سیمبانان بهره برداری	اسناد پیوست
۹۸/۸۳	خرید ،نصب و راه اندازی تابلوهای دیماند با قابلیت قطع از راه دور	اسناد پیوست

مهلت دریافت اسناد مناقصه: ۹۸/۱۱/۱۵ لغایت ۹۸/۱۱/۲۱

محل دریافت اسناد مناقصه:الف: اهواز امانیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه دوم اتاق ۲۰۲ امور بازرگانی و قراردادها تلفن: ۳۳۳۳۴۰۳۹

ضمنا آگهی مناقصه در سایت اینترنتی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان(www.kepdc.co.ir)و سایت شرکت توانیر (www.tavanir.org.ir) و یا پایگاه ملی اطلاع رسانی http://iets.mporg.ir قابل رویت می باشد.

تاریخ تحویل پاکات مناقصه : تا پایان وقت اداری روز سه شنبه مورخ ۹۸/۱۲/۰۶

محل تحویل پاکات مناقصه:اهواز امانیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه اول دفتر حراست و امور محرمانه

تاریخ گشایش پاکات مناقصه:روز چهارشنبه مورخ ۹۸/۱۲/۱۴ ساعت ۱۴

مبلغ خرید اسناد مناقصه: ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال واریز به حساب سپهر شماره ۰۱۰۴۹۷۸۲۰۰۰۰۷ نزد بانک صادرات اهواز شعبه دز

پیشنهاد دهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده ، تضمینهای معتبر تسلیم یا مبلغ مذکور را به حساب بانکی شرکت واریز و یا چک بانکی تضمینی در وجه شرکت تهیه و حسب مورد ضمانتنامه یا رسید واریز وجه یا چک بانکی را ضمیمه پیشنهاد به شرکت تسلیم نماید.

به پیشنهاد های فاقد سپرده ، سپرده های مخدوش ، سپرده های کمتر از میزان مقرر یا چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.

به پیشنهاد های فاقد امضاء ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است

امور بازرگانی و قراردادهای شرکت توزیع نیروی برق خوزستان

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۸/۱۱/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۸/۱۱/۱۶
۳۳۸

آگهی مناقصه و شناسایی و ارزیابی کیفی پیمانکاران

نوبت اول

آگهی شماره : ۸۷۳۸۰۰۵۶ شماره مجوز : ۱۳۹۸,۶۹۹۴

شرکت ملی گاز ایران - منطقه و عملیات ملی گاز

منطقه دو عملیات انتقال گاز درنظر دارد خدمات تامین خودروهای سبک(سواری،وانت،استیشن و...) خود را پس از ارزیابی کیفی به پیمانکاران دارای صلاحیت واگذار نماید. لذا متقاضیانی که واجد شرایط اعلام شده باشند، می توانند درخواست کتبی خود را به همراه مدارک مورد نیاز جهت اعلام آمادگی حداکثر ظرف مدت ۷ روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم به دفتر امور پیمانهای منطقه دو عملیات انتقال گاز ارایه نمایند.

اطلاعات مناقصه:

۱- دستگاه مناقصه گزار: شرکت انتقال گاز ایران - منطقه دو عملیات انتقال گاز
۲- مدت اجرای پیمان: یکسال شمسی
۳- مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۵,۹۲۸,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۴- پیمانکار بایستی توانایی ارایه ضمانتنامه های انجام تعهدات و شرکت در فرآیند ارجاع کار (مطابق آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۹۴/۹/۲۲ هیات محترم وزیران) را دارا باشد.
۵- محل دریافت فرمهای استعلام ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه: کیلومتر ۱۷ جاده اصفهان-نجف آباد منطقه دو عملیات انتقال گاز-امور پیمانها- تلفکس: ۳۶۲۸۱۴۱۳-۰۳۱
۶- مهلت جهت دریافت اسناد مناقصه:از تاریخ ۹۸/۱۱/۲۶ به مدت ۲ روز
۷- زمان عودت فرمهای استعلام ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه: ساعت ۱۲ روز دوشنبه مورخ ۹۸/۱۲/۱۲
۸- زمان گشایش پیشنهادها:۹۸/۱۲/۲۰
۹- محل گشایش پیشنهاد قیمت: کیلومتر ۱۷ جاده اصفهان-نجف آباد منطقه دو عملیات انتقال گاز
۱۰- فرایند مناقصه:عمومی- یک مرحله ای-ارزیابی کیفی
۱۱- مدت اعتبار پیشنهادات: حداقل ۳ ماه شمسی
۱۲- قیمتها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارایه گردد.
(اسناد ارزیابی کیفی و پیشنهاد مالی همزمان توزیع و جمع آوری می گردد)
ضمناً هزینه اسناد مناقصه به عهده برنده خواهد بود.

شرایط و مدارک مورد نیاز متقاضیان

- ارایه گواهینامه معتبر اصل/ برابراصل شامل: تایید صلاحیت از وزارت تعاون،کار و رفاه اجتماعی در رشته حمل و نقل و یا پروانه معتبر از مراجع صلاحیتدار در زمینه خدمات موضوع پیمان
- گواهی صلاحیت ایمنی پیمانکاران
- کد اقتصادی
- شناسهٔ ملی
- گواهینامه ثبت نام اشخاص حقوقی در نظام مالیات بر ارزش افزوده
- گواهی امضای مجاز و تعهد آور صاحبان امضاء براساس آگهی آخرین تغییرات معتبر
- صورت های مالی حسابرسی شده منتهی به سال ۱۳۹۷

ضمناً آگهی فوق در سایتهای ذیل نیز قابل مشاهده می باشد.

WWW. SHANA.IR
WWW. NIGC-NIGTC. IR
WWW. NIGC-DIST2. IR
http://iets.mporg.ir

روابط عمومی منطقه دو عملیات انتقال گاز

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۱۱/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۱۱/۱۶
۳۳۶

قیمت‌ها در بازار لوازم خانگی عادی است

رئیس اتحادیه لوازم خانگی گفت بازار، روند عادی دارد و خوشبختانه مشکلی در زمینه خرید و فروش لوازم خانگی وجود ندارد.

سید مرتضی میری، رئیس اتحادیه لوازم خانگی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره وضعیت لوازم خانگی در بازار اظهار کرد: هم‌اکنون افزایش تعداد کارخانه‌ها و بالا بودن قیمت تمام‌شده از عوامل مهم کاهش حضور در بازارهای جهانی است. کاهش تعداد کارخانه‌ها و تجمیع آنها موجب می‌شود که کارخانه‌ها تقویت شوند، در چنین شرایطی سایر تولیدکنندگان می‌توانند به جای فعالیت در کارخانه‌های خود به قطعه‌سازی روی آورند؛ متأسفانه همین مشکل را در خودروسازی هم داریم.

او در ادامه ابراز امیدواری کرد و گفت: برای بهترشدن حضور در بازارهای جهانی می‌توان از دانشجویان و شرکت‌های دانش‌بنیان کمک گرفت. رئیس اتحادیه لوازم خانگی درخصوص وضعیت فعلی لوازم خانگی در بازار تصریح کرد: بازار، روند عادی دارد و خوشبختانه مشکلی در زمینه خرید و فروش وجود ندارد.

میری با اشاره به این موضوع که ورود سه برند جدید در کشور بسیاری از مشکلات موجود در بازار را مرتفع می‌کند، گفت: این امر موجب می‌شود که بسیاری از کمبودها در بازار به حداقل برسد.

او در پایان تأکید کرد: کیفیت برخی از لوازم خانگی تولیدشده در کشور با محصولات کشورهای دیگر قابل قیاس و رقابت است و این نشان‌دهنده بهترشدن کیفیت اجناس است. خوشبختانه با عمق‌بخشی برخی از شرکت‌های قطعه‌سازی، وابستگی کشور به قطعات خارجی کمتر از گذشته شده است و همچنین تحریم‌ها نیز تأثیر چندانی در وضعیت تولید لوازم خانگی داخلی نخواهد گذاشت.

آلمان رکورددار مازاد تراز حساب‌های جاری در جهان شد

مازاد تراز حساب‌های جاری آلمان در سال ۲۰۱۹ به ۲۹۳ میلیارد دلار رسید که بالاترین رقم در میان کشورهای جهان بوده است .

به گزارش تسنیم، موسسه اقتصادی ایفوی آلمان اعلام کرد این کشور علی‌رغم تنش‌های تجاری در سال گذشته بیشترین مازاد تراز حساب‌های جاری را در جهان در اختیار داشته است. این گزارش باعث انتقاد دوباره از سیاست‌های مالی آنگلا مرکل، صدر اعظم آلمان می‌شود.

موسسه ایفو مازاد تراز حساب‌های جاری آلمان را که جریان کالاها، خدمات و سرمایه‌گذاری‌ها را اندازه‌گیری می‌کند، ۲۹۳ میلیارد دلار در ۲۰۱۹ تخمین می‌زند.

چهارمین سال پیاپی است که آلمان بیشترین مازاد تراز حساب‌های جاری را در جهان دارد. طبق محاسبات ایفو، ژاپن با ۱۹۴ میلیارد دلار در رتبه دوم قرار دارد. صندوق بین‌المللی پول و کمیسیون اروپا سال‌هاست از آلمان، بزرگ‌ترین اقتصاد اروپا، می‌خواهند تقاضای داخلی و واردات خود را افزایش دهد تا بی‌ثباتی اقتصاد جهان کاهش یافته و رشد در مناطق دیگر تقویت شود.

دونالد ترامپ هم همواره از قدرت صادرات آلمان انتقاد کرده است.

مازاد تراز حساب‌های جاری فعلی آلمان اساسا مربوط می‌شود به این حقیقت که صادرات محصولات و خدمات آلمانی به خارج از این کشور بسیار بیشتر از واردات به بزرگ‌ترین اقتصاد اروپاست.

مرکل سال گذشته گفت: «ما به اتومبیل‌های خود افتخار می‌کنیم» ولی اضافه کرد بسیاری از این خودروها در آمریکا ساخته شده و به چین صادر می‌شوند. کریستین گریم، اقتصاددان موسسه ایفو گفت مازاد تراز حساب‌های جاری آلمان در سال گذشته تقریباً ۱۶ میلیارد یورو افزایش یافته و به ۷٫۶درصد تولید ناخالص داخلی رسیده است.

وی گفت: «صادرات قوی‌تر به آمریکا به خاطر کاهش ارزش یورو و افزایش صادرات به انگلیس به خاطر تقویت تقاضا در این کشور باعث افزایش شدید صادرات آلمان در نیمه دوم ۲۰۱۹ شده است.» «ولی توسعه واردات در تابستان ۲۰۱۹ به خاطر ادامه رکود صنعتی در آلمان که واردات کالاهای متوسط آن را به شدت کاهش داد، بسیار ضعیف بوده است.»

کمیسیون اروپا با توجه به اندازه اقتصاد آلمان، مازاد تراز حساب‌های جاری ۶درصدی را در طولانی‌مدت برای این کشور در نظر گرفته است.

مرغ ارزان شد

عضو اتحادیه مرغداران گوشتی از کاهش ۲۰۰ تومانی قیمت مرغ خبر داد و گفت امروز قیمت هر کیلو مرغ گرم ۱۳ هزار تومان است.

عظیم حجت عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از کاهش ۲۰۰ تومانی قیمت مرغ در بازار خبر داد و گفت: امروز متوسط قیمت هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۸ هزار و ۸۰۰ تا ۸ هزار و ۹۰۰ تومان و مرغ آماده به طبخ در خرده‌فروشی‌ها ۱۳ هزار تومان است.

وی نبود کشش بازار در برابر عرضه را دلیل اصلی افت قیمت مرغ اعلام کرد و افزود: طی دو الی سه روز گذشته ازدیاد سرانه مصرف به دلیل تعطیلات پایان هفته منجر به رشد قیمت شد که طبق معمول در اواسط هفته قیمت در بازار کاهش می‌یابد. حجت درباره آینده بازار مرغ گفت: با توجه به ازدیاد تقاضا در ایام پایانی هفته پیش‌بینی می‌شود که قیمت با نوسان ۲ تا ۳درصدی در بازار روبه‌رو شود.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه کمبودی در تولید مرغ وجود ندارد، اظهار کرد: با توجه به شرایط مساعد تولید و ازدیاد عرضه در برابر تقاضا کمبودی در عرضه وجود ندارد که بر التهاب مرغ در بازار دامن بزند.

وی متوسط قیمت جوجه یک روزه را ۴ هزار و ۸۰۰ تومان اعلام کرد و افزود: طبق نرخ مصوب ستاد تنظیم بازار قیمت هر قطعه جوجه یک روزه ۲ هزار تومان بالاتر است که این امر حداقل هزار و ۵۰۰ تومان به هزینه تولید می‌افزاید که بدین ترتیب از مسئولان ستاد تنظیم بازار انتظار می‌رود که تجدیدنظری در قیمت مصوب مرغ داشته باشند.

این مقام مسئول قیمت واقعی هر یک کیلو مرغ زنده را ۹ هزار و ۵۰۰ تا ۱۰ هزار تومان و مرغ آماده به طبخ را ۱۳ هزار و ۵۰۰ تا ۱۴ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرد و گفت: در حال حاضر به سبب افزایش هزینه‌های تولید عرضه مرغ کمتر از قیمت‌های فعلی به زیان تولیدکنندگان است.

وی درباره آخرین وضعیت جوجه‌ریزی برای بازار شب عید بیان کرد: براساس برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته در ماه‌های پایانی سال ۱۳۰ تا ۱۴۰ میلیون قطعه جوجه‌ریزی در واحدهای مرغداری صورت می‌گیرد که در مقایسه با ماه‌های آتی سال رقم قابل توجهی است.

ضرورت افزایش ۵۰درصدی توزیع نهاده‌های دائمی از سوی پشتیبانی امور دام

حجت درباره آخرین وضعیت بازار نهاده‌های دامی اظهار کرد: در حال حاضر قیمت مکمل‌ها، واکسن‌ها و دارو به سبب عدم اختصاص ارز یارانه‌ای به واردات آن نسبت به ماه‌های ابتدایی سال چندین برابر رشد داشته است و درخصوص ذرت و کنجاله سویا که نهاده اصلی مرغداران را تشکیل می‌دهد بازار به نسبت متعادل‌تر بوده است. عضو هیأت مدیره اتحادیه مرغداران گوشتی ادامه داد: بنابر هشدارهای صورت‌گرفته در مواقعی که میزان جوجه‌ریزی افزایش می‌یابد به همان نسبت میزان عرضه نهاده‌های دامی باید در بازار رشد یابد تا مرغدار بتواند نهاده موردنیاز را تأمین کند در غیر این صورت به سبب التهاب قیمت تولیدکنندگان با چالش‌های متعددی مواجه می‌شوند.

به گفته وی اگر پشتیبانی امور دام میزان نهاده‌های مصرفی برای ماه‌های بهمن و اسفند را نسبت به مابقی ماه‌های سال افزایش دهد، این موضوع می‌تواند بر مدیریت بازار و آرامش مرغداران تأثیر بسزایی داشته باشد.

اخبار

پرونده قاچاق تلفن همراه بسته شد

مدیرکل دفتر برق و الکترونیک وزارت صنعت، تجارت و کشاورزی گفت ماه گذشته یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه تلفن همراه به صورت قانونی وارد کشور شد که بیشترین مقدار واردات قانونی است.

کیوان گردان در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از حل مشکل قاچاق تلفن همراه خبر داد و گفت: بنابر اعلام ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، با توجه به اقدامات صورت‌گرفته برای کنترل قاچاق تلفن همراه از جمله طرح رجیستری، ماه گذشته شاهد ثبت رکورد جدیدی در واردات قانونی تلفن همراه بودیم.

مدیرکل دفتر برق و الکترونیک وزارت صنعت ادامه داد: ماه گذشته شاهد بودیم یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه تلفن همراه به صورت قانونی وارد کشور شد که بیشترین مقدار واردات قانونی است در حالی که این رقم پیش از اجرای طرح رجیستری چیزی حدود ۲ هزار دستگاه در ماه بود.

او تاکید کرد: اعداد و ارقام فوق این نوید را می‌دهد که ساماندهی واردات تلفن همراه در کشور کامل شده و می‌توانیم ادعا کنیم که قاچاق تلفن همراه به طور کامل از بین رفته است چراکه هیچ شرایطی برای قاچاق این محصول وجود ندارد.

گردان با تاکید بر اینکه تمام تلفن‌های همراه موجود در بازار از طریق مجاری رسمی وارد کشور شده است، گفت: تنها راه ورود تلفن همراه به کشور ثبت قانونی و رجیستر کردن آن است و در غیر این صورت تلفن همراه وارد شده تحت هیچ شرایطی قابل استفاده نخواهد بود.

مدیرکل دفتر برق و الکترونیک وزارت صنعت با تاکید بر حل مشکل قاچاق از طریق واردات مسافری، گفت: در ابتدای اجرای این طرح مسافرهای می‌توانستند با استفاده از شماره ملی تعداد زیادی محصول را در سامانه رجیستری ثبت کنند بعد از مدتی این ساختار به استفاده از کد گذرنامه تغییر پیدا کرد که کماکان می‌توانست برای واردات تعداد بالای تلفن‌های همراه مورد استفاده قرار بگیرد.

او گفت: امروزه هر مسافر می‌تواند تنها یک تلفن همراه را ثبت و رجیستر کند بنابراین استفاده از این شیوه برای قاچاق تلفن همراه مقرون به صرفه نخواهد بود و همین امر باعث شده تا قاچاق محصول از طریق مسافری محدود شده و واردات تلفن همراه تنها از طریق مجاری قانونی صورت بگیرد.

مثلث طلایی صنعت، پژوهش و تعاونی عامل مهم حرکت اقتصاد در ایران اسلامی

معاون پشتیبانی، برنامه‌ریزی و تحقیقات اتاق تعاون گفت تعاونی را می‌توان اجتماعی‌ترین فعالیت اقتصادی توصیف کرد که مفاهیم و فضیلت‌های اقتصادی و اجتماعی را دربر می‌گیرد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از اتاق تعاون، علی مطیع جهانی اظهار کرد: تعاونی و تعاونگری برآیند بهینه علم اقتصاد؛ مدیریت، توسعه، علوم روانشناسی و اجتماعی و برنامه‌ریزی انسان‌محور برای بهینه‌سازی فرآیند تولید ثروت است.

به گفته معاون پشتیبانی، برنامه‌ریزی و تحقیقات اتاق تعاون، تعاونی را می‌توان اجتماعی‌ترین فعالیت اقتصادی توصیف کرد که مفاهیم و فضیلت‌های اقتصادی و اجتماعی مانند عدالت، آمایش سرزمین و جمعیت، توسعه و پیشرفت عدالت‌محور و انسان‌محور را دربر می‌گیرد.

مطیع جهانی ویژگی‌های اقتصاد تعاونی را این‌گونه برشمرده است: ۱) بیشترین همگرایی را با اقتصاد اسلامی دارد، ۲) تاب‌آوری اقتصادی و اجتماعی را بیشتر و حتی تضمین می‌کند، ۳) توسعه تعاونی‌ها همان اقتصاد مقاومتی است، ۴) اقتصاد ایران بی‌نهایت ظرفیت و مزیت برای نقش‌آفرینی تعاونی‌ها دارد، ۵) توسعه تعاونی همچنین تحریم‌ها را کم اثر و گاهی تبدیل به فرصت خواهد کرد، ۶) طبق قوانین بالادستی باید سهم بخش تعاون از اقتصاد ملی در کوتاه‌مدت پنج ساله به حداقل چهار برابر فعلی افزایش یابد، ۷) در میان‌مدت ۱۰ساله باید به سهم بیشتری برسد، ۸) در بلندمدت هم رقابت آشکار و شفاف و سالم با دیگری بخش‌های دولتی و خصوصی داشته باشد، ۹) برای کاهش نرخ بیکاری و شکاف اقتصادی طبقاتی نیاز است که تعاونی‌ها را جدی بگیریم، ۱۰) حضور بخش تعاونی در حوزه نسل برتر اقتصادی مانند اقتصاد دانش‌بنیان یک ضرورت است، ۱۱) حضور بخش تعاون در عرصه‌های توسعه صنعتی و تولید ثروت از دانش و علم؛ موثر خواهد بود و ۱۲) پیوند صنعت، پژوهش و تعاونی یک مثلث طلایی برای تحریک اقتصاد خرد، میانی و کلان در ایران اسلامی است، اما داشتن مزیت و ظرفیت یک بحث است و استفاده از امکانات هم هنری برتر و مزیتی پایان‌ناپذیر.

رمز تحقق اقتصاد تعاونی با تمام مختصات در ایران اسلامی

به اعتقاد معاون پشتیبانی، برنامه‌ریزی و تحقیقات اتاق تعاون، توسعه اقتصاد تعاونی را نباید فقط محدود به بخش‌های سنتی و حاشیه‌ای بکنیم بلکه تعاونی می‌تواند و شایسته است وارد عرصه‌های صنعتی هم بشود. ایجاد نسل‌های برتر توسعه صنعتی با رویکرد کاهش هزینه تمام‌شده و بیشینه‌کردن تولید ثروت با تعاونی‌های صنعتی امکان‌پذیر است و بخش تعاون باید وارد همه محدوده‌های تولید ثروت شود مانند صنعت پتروشیمی، خودروسازی، سدسازی، راهسازی و پالایشگاه و ... صنعت گردشگری و بی‌نهایت فرصت تولید ثروت.

مطیع جهانی تأکید کرده است: اقتصاد تعاونی را باید در ایران اسلامی توسعه دهیم. این نه یک انتخاب بلکه یک اجبار است، چون نیاز داریم ۱) اقتصاد شایسته ایران اسلامی استقرار یابد، ۲) نرخ بیکاری باید تک‌رقمی شود، چون کلید همه آسیب‌های اقتصادی و اجتماعی است، ۳) دشمن از استقرار اقتصاد اسلامی و مقاومتی در ایران هراس دارد و اقتصاد تعاونی می‌تواند تحریم را شکست دهد، ۴) و اقتصاد تعاونی، نفت‌زده نخواهد بود. برای تحقق این اهداف باید علوم اقتصاد تعاونی و دانش توسعه تعاونی‌ها در همه حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی هم توسعه یابد اینکه اقتصاد تعاونی چیست، اقتصاد خرد تعاونی و اقتصاد میانی تعاون و اقتصاد کلان تعاونی در ایران اسلامی باید به خوبی تبیین شود.

راهکارهای جلوگیری از تداوم زیان خودروسازان

عضو هیات‌علمی گروه مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت گفت خودروسازان با حجم بدهی بالا و زیان انباشته‌ای که دارند، پیش‌بینی می‌شود این صنعت بیش از پیش از درون تهی شده و خُرد شود.

«امیرحسن کاکایی» روز گذشته در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: وزارت صنعت اصرار بر تداوم قیمت‌گذاری دستوری دارد و برخی شنیده‌ها حاکی است برای سال آینده نیز افزایش قیمت نخواهیم داشت.

به گفته وی، خودروسازان بزرگ کشور در چند ماه گذشته توانستند نزدیک به ۲۰۰ هزار دستگاه خودروی ناقص خود را تا حدود زیادی کاهش دهند و در تولید روزانه به رکوردهای خوبی دست یابند.

کاکایی اضافه کرد: تکمیل خودروهای ناقص با همکاری قطعه‌سازان انجام شد، اما موقت است، زیرا این مهم با یک رویه منطقی و اقتصادی انجام نشده و مشکلات قیمت‌گذاری و اختلاف قیمت کارخانه و بازار همچنان پابرجاست.

وی اضافه کرد: شرایط تورم دورقمی بالای ۴۰درصدی کشور و افزایش قیمت دلار سبب شده تا با وجود همه تلاش‌ها، اما زیان خودروسازان روز به روز بیشتر شود.

کاکایی گفت: صنعت خودرو و قطعه‌سازی کشور به هر میزان توانمند باشند، اما برخی قطعات از خارج تامین می‌شود و برخی دیگر نیز در مسیر داخلی‌سازی به زمان و سرمایه نیاز دارد.

این کارشناس صنعت خودرو یادآور شد: تزریق تسهیلات ۵هزار میلیارد تومانی به قطعه‌سازان وعده داده شده، اما چالش کمبود نقدینگی و اقتصادی نبودن کار همچنان وجود دارد و با توجه به سخت‌تر شدن تحریم‌ها، این وضعیت نگران‌کننده است.

وی افزود: چنانچه FATF امضا نشود، جابه‌جایی پول سخت‌تر می‌شود که به معنای بالاتر رفتن هزینه‌هاست و اقتصادی‌بودن این صنعت زیر سوال می‌رود.

به گفته کاکایی، جدی‌تر شدن خطرات شیوع ویروس کرونا به محدودیت‌های بیشتر در صنعت خودروسازی منجر می‌شود و این در حالی است که حداقل مواد اولیه موردنیاز وارداتی است.

وی گفت: راهکار اصلی در این زمینه، آزادسازی قیمت خودرو است، در غیر این صورت دولت باید مطالبات قطعه‌سازان را پرداخت کند.

عضو هیات علمی دانشگاه، کنترل‌کردن قیمت مواد اولیه مانند محصولات پتروشیمی، فولاد، آلومینیوم و ... را یک راهکار دانست و افزود: چنانچه قیمت همه مواد اولیه مصرفی خودرو کاهش یابد، آنگاه کاهش متوسط ۱۰ میلیون تومانی قیمت خودروها امکانپذیر خواهد شد.

وی همچنین از پرداخت «کمک زیان» به خودروسازان به عنوان یک راه حل یاد کرد و گفت: مطابق قانون، چنانچه دولت تصمیمی اتخاذ کند که پیامد آن به صنعتی آسیب وارد سازد، باید زیان آن را بپردازد؛ موضوعی که در صنعت خودروسازی با توجه به تعیین قیمت دستوری برای خودروها اتفاق افتاده و تاکنون زیانی به خودروسازان پرداخت نشده است.

کاکایی یادآور شد: نظیر چنین موضوعی را در زمان طرح سی. ان. جی و دوگانه‌سوز کردن خودروها مشاهده شد، به طوری که دولت خودروسازان را مجبور کرد تا روی این طرح تمرکز و سرمایه‌گذاری کنند، اما در نهایت کمترین پول ممکن را به آنها داد.

وی تاکید کرد: وقتی شاهدیم زیان خودروسازان ادامه دارد، یعنی صحبت‌ها و برنامه‌های پیشین که مطرح شده اشتباه بوده و در این زمینه دولت باید به اعطای یارانه بپردازد یا قیمت خودروها را آزادسازی کند.

عضو هیات‌علمی گروه مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت گفت: حداقل، چنانچه قیمت‌ها آزادسازی شود خودروساز زیان نمی‌کند، بلکه با سود فعالیت خود به افزایش تیراژ، توسعه تولید، دور زدن تحریم‌ها و ... می‌پردازد.

وی اضافه کرد: امروز خودروسازان داخلی به حداکثر توان خود در شرایط تحریم رسیده‌اند و انواع شیوه‌های فروش را به کار می‌برند، اما بیش از این امکانپذیر نیست.

کاکایی، پیش‌فروش‌های خودروسازان در هفته‌های گذشته را یادآور شد و افزود: خودروسازان مجازند ۲۰درصد تعهدات خود را پیش‌فروش کنند که راهکاری برای تامین بخشی از حدود ۱۵۰ تا ۲۰۰ میلیارد تومان نقدینگی روزانه موردنیازشان است و در عین حال بخشی از مشکل بازار را حل می‌کند.

وی تصریح کرد: قیمت‌گذاری دستوری، وجود حاشیه سود مناسب و از طرفی بسته‌نشدن قراردادهای روز متناسب با حاشیه بازار، موجب می‌شود که افراد بدانند در صورت ورود به برنامه‌های پیش‌فروش از سود تضمین‌شده برخوردار می‌شوند.

تلاش نتیجه‌بخش خودروسازان در امر تولید در شرایط تحریم

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت ایران اعلام کرد با وجود تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی با تلاش خودروسازان، تولید خودرو در ماه‌های گذشته افزایش یافت چراکه وقتی مدیریت مثبتی در خودروسازی‌ها وجود داشته باشد شاهد اثرات آن خواهیم بود؛ تغییرات مدیریتی در خودروسازان بزرگ کشور و همت و تلاش مضاعف این مدیران موجب افزایش تولید شد.

ابوالفضل خلخالی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو اظهار داشت: تقاضای موجود در بازار خودرو کاذب است که واسطه‌ها به آن دامن می‌زنند. خودروسازان متناسب با تولید خود به عرضه پرداخته‌اند و آنچه را که تولید نموده عرضه کرده‌اند، اما تولید در ۱,۵ سال گذشته به اندازه تقاضای کاذب و نیاز بازار نبوده و موجب التهاباتی شده است.

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت ایران گفت: در شش ماه گذشته در هر دو خودروساز بزرگ کشور تلاش‌های خوبی به منظور افزایش تولید صورت گرفته، اما همچنان تولید با تقاضای کاذب موجود در بازار فاصله دارد.

خلخالی گفت: برای رفع این معضل باید در حوزه تامین قطعات خودرو راهکارهایی ممکن و قابل اجرا بیندیشیم. واقعیت این است که امکان داخلی‌سازی بسیاری از قطعات و بلکه تمام قطعات خودرو وجود دارد و باید در جهت سرمایه‌گذاری در این راستا و کاهش ریسک سرمایه‌گذاری برنامه‌ریزی و اقدام شود؛ از طرف دیگر تولید تمام قطعات خودرو در کشور صرفه اقتصادی دارد.

وی افزود: از نظر دانش فنی، شرایط خوبی در کشور وجود دارد، باید در این راستا مزایای اقتصادی ایجاد کنیم و ریسک‌ها را برای سرمایه‌گذاران کاهش داده و آینده را برای آنان تضمین کنیم. در کشور انجمن‌های خوبی در زمینه تامین قطعات خودرو داریم که به دنبال داخلی‌سازی هستند.

عضو هیات‌علمی دانشگاه علم و صنعت ایران گفت: در یک شرایط ناخواسته که به دلیل تحریم‌های ظالمانه به وجود آمده، روی آوردن به سمت تولید موجب افزایش جذابیت امر تولید شده است.

خلخالی افزود: با وجود تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی با تلاش خودروسازان، تولید خودرو در ماه‌های گذشته افزایش یافت چراکه وقتی مدیریت مثبتی در خودروسازی‌ها وجود داشته باشد شاهد اثرات آن خواهیم بود؛ تغییرات مدیریتی در خودروسازان بزرگ کشور و همت و تلاش مضاعف این مدیران درخصوص تولید موجب افزایش تولید شده است.

عضو هیات‌علمی دانشگاه علم و صنعت ایران گفت: علی‌رغم وجود تحریم‌ها، همت و تلاش از سوی خودروسازی‌ها و مدیران آنها نتیجه‌بخش بود، البته نباید به این قانع باشیم و باید آینده‌پژوهی انجام داده و استراتژی‌های امروز را متناسب با آینده اتخاذ کنیم تا بتوانیم خودروهای به‌روز را با توانمندی‌های داخلی بسازیم؛ اصلا دور از ذهن نیست که تمام خودروهای موردنیاز کشور را داخلی‌سازی کنیم و باید به این نقطه برسیم.

شرکت گاز استان مرکزی

آگهی فراخوان شناسایی پیمانکار نوبت اول (۴۶-۹۸)

کد پایگاه ملی مناقصات: ۳۲۲۷۸۷۵ شماره: ۶۹۲۴-۱۳۹۸

۱- موضوع مناقصه: ارزیابی کیفی پیمانکاران مانیتورینگ ایستگاههای گاز
۲- مناقصه گزار: شرکت گاز استان مرکزی
۳- ارزیابی کیفی: پیمانکاران می‌بایست اسناد خواسته شده را طبق دستور العمل قرار داده شده در سامانه ستاد تکمیل نمایند.
۴- محل و مهلت دریافت و ارسال اسناد و گشایش پیشنهادها:
دریافت اسناد ارزیابی کیفی از طریق سامانه «ستاد» www.setadiran.ir امکان پذیر است.
مهلت دریافت اسناد ارزیابی، لغایت ساعت ۱۸/۰۰ مورخ ۹۸/۱۱/۱۶ می‌باشد.
مهلت ارسال اسناد ارزیابی لغایت ساعت ۱۸/۰۰ مورخ ۹۸/۱۲/۰۱ بصورت الکترونیکی از طریق سامانه «ستاد" می‌باشد.
زمان ارسال مدارک مناقصه: مناقصه گران ابتدا ارزیابی کیفی شده و پس از کسب حداقل امتیاز لازم در فرآیند ارزیابی کیفی، در مراحل بعدی مناقصه شرکت می‌نمایند.
۵- پیمانکاران بایستی دارای گواهی نامه صلاحیت ایمنی از اداره کار، گواهی صلاحیت پیمانکاری در رسته صنعت و معدن با حداقل رتبه ۵، کسب حداقل ۵۵ امتیاز از پرسشنامه ارزیابی کیفی، گواهی امضای الکترونیکی در سامانه www.setadiran.ir ، شناسه ملی اشخاص حقوقی ایرانی و کد کاربری پایگاه ملی مناقصات باشند.
مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به وب سایت پایگاه اطلاع رسانی www.shana.ir مراجعه و یا با شماره تلفنهای ۴-۳۲۴۱۲۰۸۱ -۰۸۶ امور قراردادهای شرکت گاز استان مرکزی تماس حاصل فرمایند.
تلفکس: ۳۲۷۷۶۶۶۰-۰۸۶

روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی

۳۲۷

اخبار

جزییاتی از اجرای طرح ترافیک در سال ۹۹ اعلام شد

سرپرست معاونت حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری تهران جزییات جدیدی از اجرای طرح ترافیک در سال ۹۹ را اعلام کرد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، یوسف حجت سرپرست معاونت حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری تهران در مورد اجرای طرح ترافیک در سال ۹۹، اظهار داشت: در سال آینده تغییراتی را در این طرح شاهد خواهیم بود که تغییر نرخ عوارض و رزروی شدن طرح ترافیک از عمده تغییرات محسوب می‌شود. وی بیان داشت: پلیس راهور تهران معتقد است که طرح ترافیک باید تغییراتی داشته باشد ولی هیچ‌گاه بیان نکرده‌اند که این طرح را در پایتخت نداشته باشیم ما نیز با پلیس کاملاً هماهنگ هستیم.

طرح ترافیک رزروی می‌شود

حجت افزود: پلیس معتقد است که باید سقف ترددها در شهر و طرح ترافیک رعایت شود که ما این موضوع را در لایحه پیشنهادی خودمان به شورای شهر ارائه دادیم و بر همین اساس رزروی شدن طرح ترافیک را در نظر گرفته‌ایم که اگر شهروندان بخواهند وارد طرح شوند اگر درخواست آنها از میزان سقف موردنظر بیشتر باشد اجازه ورود با محدودیت همراه خواهد بود. سرپرست معاونت حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری تهران با اشاره به اینکه راهکار این مسأله رزروی شدن طرح ترافیک است، گفت: در مورد ساعت طرح ترافیک نیز طبق درخواستی که پلیس داشته برای نیمه اول سال تا ساعت ۱۹ و برای نیمه دوم سال از ساعت ۱۸ خواهد بود چراکه در شش ماه اول سال روزها بلند است و مردم تا ساعت بیشتری در سطح شهر تردد می‌کنند. حجت خاطرنشان کرد: پلیس نظر دیگری هم در این زمینه داشته و اینکه ساکنین محدوده طرح ترافیک هر ساعتی که خواستند بتوانند از سقف خارج شوند و ما اعلام کردیم این مسأله قابل اجرا نیست چراکه امکان کنترل آن وجود ندارد و مادامی که نتوانیم مسیر تک تک خودروها را کنترل کنیم این موضوع نیز محقق نخواهد شد.

افزایش ۲۱درصدی نرخ طرح ترافیک

وی در مورد اینکه نرخ عوارض طرح ترافیک در سال ۹۹ چقدر خواهد بود، گفت: به احتمال زیاد این نرخ ۲۱درصد افزایش می‌یابد و از ۲۳ هزار تومان پایه به ۲۸ هزار تومان خواهد رسید و همه با این مسأله موافق هستند و کمیسیون‌های شورای شهر نیز نظرشان را مطرح کردند و رأی‌شان مثبت است. سرپرست معاونت حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری تهران خاطرنشان کرد: در سال جاری تردد خودروها در محدوده کاهش طرح ترافیک بیشتر شد و به دلیل اینکه نرخ عوارض آن ۵۰درصد کمتر از نرخ عوارض طرح حلقه اول بود البته زمانی که طرح زوج و فرد اجرا می‌شد مردم باید صددرصد هزینه طرح ترافیک را پرداخت می‌کردند. حجت گفت: این موضوع سبب شده بود که افزایش تردد در محدوده کاهش آلودگی هوا بیشتر باشد و برای همین امسال عوارض آن را بیشتر در نظر گرفتیم و آن را به ۶۶درصد رسانده‌ایم. پیروز حناچی، شهردار تهران هم در مورد طرح ترافیک اعلام کرد: طرح ترافیک یک مسأله کارشناسی‌شده است ولی هر موضوعی که سبب بهتر شدن و یا تأثیرگذاری بیشتر آن شود را می‌پذیریم و برای آن اقدام می‌کنیم، البته این مسأله با همکاری شورای ترافیک صورت می‌گیرد.

مسئول آشفتگی بازار خودرو معرفی شد

به گفته رئیس اتحادیه فروشندگان خودرو علاوه بر عرضه کم، نوسان قیمت ارز نیز موجب بهم ریختگی بازار خودرو شده است.

سعید موتمنی درباره دلیل گران‌شدن روزانه خودرو اظهار کرد: انحصار در هر بازاری موجب افزایش قیمت می‌شود و تولیدکننده تمایل دارد کالای خود را به بیشترین قیمت بفروشد. رئیس اتحادیه فروشندگان خودرو افزود: زمانی که مردم برای خرید صف تشکیل می‌دهند هم قیمت افزایش می‌یابد و هم کیفیت افت می‌کند. وی گفت: زمانی که کالا با هر کیفیتی مشتری دارد تولیدکننده با کنترل عرضه، قیمت بازار را در اختیار می‌گیرد و به قیمت دلخواه کالای خود را به فروش می‌رساند. موتمنی با بیان اینکه در حال حاضر اختلاف قیمت بازار و کارخانه در خودروهای زیر ۱۰۰ میلیون تومان به ۲۳ تا ۴۵ میلیون تومان رسیده است، ادامه داد: زمانی که اختلاف قیمت کارخانه و بازار به حدود ۲ میلیون تومان رسید افرادی که خودرو ثبت نام کردند خواستار دریافت پول‌های خود شدند به همین دلیل عرضه کم شد تا قیمت‌ها افزایش یابد تا مردم از دریافت پول خود منصرف شوند. رئیس اتحادیه فروشندگان خودرو درباره اینکه آیا فروش حاشیه بازار موجب کاهش قیمت می‌شود، بیان کرد: بهمن و اسفندماه سال گذشته قرار شد درصدی از محصولات خودروسازان با قیمت ۵درصد زیر قیمت بازار عرضه شود که این‌کار را آغاز کردند، اما آیا فاصله قیمت کارخانه و بازار از بین رفت؟ وی با بیان اینکه افزایش قیمت موجب شده خرید و فروش راکد شود، افزود: این روند صعودی قیمت موجب ناراحتی مردم شده است.

موتمنی تاکید کرد: علاوه بر عرضه کم، نوسان قیمت ارز نیز موجب بهم ریختگی بازار شده به گونه‌ای که نه فروشندگان حاضر به فروش هستند و نه خریداران ریسک خرید را قبول می‌کنند. رئیس اتحادیه فروشندگان خودرو افزود: نمایشگاه‌داران خودروهای صفر را از افرادی که قبلا ثبت نام کردند خریداری می‌کنند و با سود مجاز آن را به مشتری می‌فروشند و قیمت اصلی را دارنده خودرو تعیین می‌کند. وی گفت: قیمت‌ها به اردیبهشت ۹۸ برگشته و کاهش قیمت به سیاست‌های بانک مرکزی و عرضه خودروسازان بستگی دارد.

تحویل خودروهای پیش‌فروش‌شده

شرکت صنعت خودرو آذربایجان وعده داد به زودی حدود ۷۵۰ خودرو پیش‌فروش خود را به مشتریان تحویل می‌دهد. به گزارش روابط عمومی شرکت صنعت خودرو آذربایجان، ۷۴۶ دستگاه خودروی ناقص در کف کارخانه که به دلیل نواقص عمده و عدم امکان همکاری با شرکت مادر، قابل عرضه نبوده است و با نظارت مستقیم شعبه ویژه ۶۴ تعزیرات حکومتی تهران در حال تجاری‌شدن بوده و به زودی به خریدارانی که در صف انتظار هستند تحویل خواهد شد. شرکت صنعت خودرو آذربایجان که خودرو چینی «ام جی» را در ایران تولید می‌کند، وعده داد به زودی حدود ۷۵۰ خودرو پیش‌فروش خود را به مشتریان تحویل می‌دهد. براساس گزارش عملکردی که این شرکت منتشر کرده، تاکنون ۱۴۰۸ دستگاه خودرو تحویل مشتریان داده است. همچنین با توجه به طرحی که در جهت رضایتمندی مشتریان صبور و وفادار شرکت ایجاد شده است، قریب به ۲هزار نفر از مشتریان انصراف خود را اعلام کرده‌اند.

این گزارش می‌افزاید: باتوجه به اینکه جمعی از خریداران که شائبه عدم شفافیت و یا صحت در عملکرد شرکت را داشتند و جهت احقاق حقوق مندرج در قرارداد فیمابین متوسل به مراجع ذی‌صلاح شده بودند، در تبعیت از بخشنامه ریاست قوه قضائیه، پرونده حدود ۲۵۰ نفر از حواله‌داران به شورای حل اختلاف ارجاع شده است که مراحل رسیدگی به این پرونده‌ها در حال انجام است.

ثبت بین‌المللی اختراع روندی صعودی گرفت

درخواست برای ثبت بین‌المللی اختراع در کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در سال ۹۸ افزایش یافت؛ اتفاقی که جایگاه کشور در این حوزه را بهبود می‌دهد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، درخواست برای ثبت بین‌المللی اختراع در کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در سال ۹۸ افزایش یافت؛ اتفاقی که جایگاه کشور در این حوزه را بهبود می‌دهد. پس می‌توان گفت که فعالیت‌های ترویجی برای آشنایی با مالکیت فکری در مراکز علمی به خوبی هدایت و ساماندهی شده است. تعداد درخواست‌های ثبت‌شده در سامانه کانون در ۱۰ ماهه سال جاری نشان می‌دهد که نسبت به سال گذشته این درخواست‌ها افزایش یافته است. بیش از ۳۲۰ درخواست در ۱۰ ماه سال جاری ارسال شد. همچنین تعداد پتنت‌های گرنت‌شده در دفاتر ثبت اختراع خارجی نیز امسال نسبت به سال گذشته رشد داشته است.

دریچه

با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

۵۵ شتاب‌دهنده راه‌اندازی شد

مرکز شتابدهی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تاکنون حدود ۵۵ شتاب‌دهنده ایجاد کرده است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، رئیس مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در نشست خبری رویداد پردیس سامیت ۲۰۲۰، گفت: مرکز شتابدهی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تاکنون حدود ۵۵ شتاب‌دهنده ایجاد کرده است.

مرکز شتابدهی نوآوری

مهدی عظیمیان، رئیس مرکز شتابدهی و نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در نشست خبری تبیین رویداد پردیس سامیت ۲۰۲۰ بیان داشت: مرکز شتابدهی نوآوری یک بازوی اجرایی برای حمایت از زیست‌بوم فناوری و نوآوری کشور است. این مرکز در سال ۹۳ توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تاسیس و مسئولیت آن به پارک فناوری پردیس معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری واگذار شد.

استارت‌آپ‌های پایدار

وی افزود: «ترویج فرهنگ کارآفرینی» و «کمک به ایجاد استارت‌آپ‌های پایدار» دو هدف اصلی مرکز شتابدهی نوآوری است. مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ساماندهی رویدادهای کارآفرینی را در راستای ترویج فرهنگ کارآفرینی در دستور کار خود دارد.

کمک مادی و معنوی

رئیس مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در ادامه با اشاره به اهم فعالیت‌های این مرکز افزود: از زمان فعالیت مرکز شتابدهی نوآوری تا به امروز، حدود ۵۵ شتاب‌دهنده با کمک این مرکز ایجاد شده است که در حال فعالیت هستند. این مرکز در دو حوزه مادی و معنوی از شتاب‌دهنده‌هایی که تاییدیه مرکز را داشته باشند، حمایت می‌کند. در حوزه مادی، تسهیلاتی برای تامین فضا ارائه می‌دهد که مقدار هزینه آن بسته به حوزه کاری و جغرافیایی متفاوت است.

کمک بلاعوض به شتاب‌دهنده‌ها

وی در ادامه ضمن اشاره به حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، افزود: به ازای خروجی موفق هر شتاب‌دهنده، یعنی هر استارت‌آپ موفق که حاصل تلاش شتاب‌دهنده باشد، تا سقف ۲۰ استارت‌آپ به شتاب‌دهنده کمک بلاعوض داده می‌شود. در حوزه معنوی نیز کمک‌هایی از جمله حمایت‌های اعتباری، مانند کمک در گرفتن تاییدیه‌ها، تیم اجرایی و ... به شتاب‌دهنده‌ها ارائه می‌شود.

فضای کار اشتراکی

عظیمیان با اشاره به سیر تحولات این مرکز از ابتدای تاسیس تا به حال، اضافه کرد: یکی از جدیدترین مسئولیت‌های مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری که در یکی دو ماه اخیر به دستور کار آن اضافه شده است، حمایت از فضاهای کاری اشتراکی است. آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های لازم تهیه شده و در شرف اجرایی شدن است. این مرکز در دو حوزه به مدیران فضاهای اشتراکی کمک خواهد کرد. در تامین و تجهیز فضای اشتراکی، اینگونه فضاها مورد حمایت قرار خواهند گرفت. همچنین فضاهای کار اشتراکی، به ازای هر نفر مستقر در مجموعه خود، کمک بلاعوضی دریافت خواهند کرد.

پردیس سامیت ۲۰۲۰

سید داود متولی، دبیر اجرایی پردیس سامیت ۲۰۲۰ نیز در ادامه این نشست گفت: از ابتدای شروع به کار مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تا به امروز، این مرکز از حدود ۵۰۰ رویداد کارآفرینی حمایت کرده است. در این سال‌ها در تعامل با بازیگران این اکوسیستم، خلأ رویدادی که موجب آشنایی و تعامل برگزارکنندگان رویدادهای کارآفرینی با یکدیگر شود، احساس شد. به گفته وی: در مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بر روی این ایده کار شد و در نهایت تصمیم به برگزاری رویداد «پردیس سامیت» گرفته شد که در ابتدا عنوان آن «دورهمی استارت‌آپی پردیس» بود. هدف از پردیس سامیت، اشتراک، هم‌افزایی، آموزش و البته ایجاد سرگرمی برای شرکت‌کنندگان در آن است.

ارتقای کیفی

دبیر پردیس سامیت ۲۰۲۰ از معرفی برترین برگزارکننده رویداد در سال ۹۸ خبر داد و گفت: بعد از چند سال حمایت از برگزاری رویداد کارآفرینی کشور به این نتیجه رسیدیم که زمان آن است که رویدادها از لحاظ کیفیت نیز ارتقا پیدا کنند بنابراین تصمیم گرفتیم یک نظرسنجی صرفاً «درباره رویدادهایی که مورد تایید مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری» است، صورت دهیم. نتایج این نظرسنجی به مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و به برگزارکنندگان این رویداد در جهت ارتقای کیفیت کمک خواهد کرد.

رویداد پردیس سامیت ۲۰۲۰ در ۲۴ و ۲۵ بهمن‌ماه ۱۳۹۸ در پارک فناوری پردیس معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود.

فیس‌بوک، گوگل و توییتر، اخبار دروغین ک

فیس‌بوک و گوگل و توییتر با محتوای دروغینی که کشف درمان ویروس کرونا را تبلیغ کند، مقابله کرده و آنها را حذف می‌کنند.

به گزارش زومیت، فیس‌بوک اعلام کرد که با ادعای دروغین پیرامون درمان ویروس کرونا و هر اطلاعاتی مرتبط با بحران بهداشتی اخیر، مقابله خواهد کرد. ویروس کرونا اکنون در مرحله گسترش جهانی قرار دارد و هر روز بر تعداد قربانیان آن افزوده می‌شود. قرار گرفتن این موضوع در صدر اخبار جهان، گسترش اطلاعات غلط را نیز در فضای آنلاین به همراه دارد.

غول شبکه‌های اجتماعی، محتواهایی با ادعای دروغ یا تئوری‌های توطئه پیرامون ویروس کرونا را پاک می‌کند. سازمان‌های پیشگام جهانی صنعت سلامت، وظیفه برچسب‌گذاری و شناسایی محتوای دروغین را برعهده دارند؛ محتوایی که در صورت گسترش، برای افرادی که آن را باور می‌کنند، خطراتی جدی به همراه خواهد داشت. کانگ زینگ جین، مدیر بخش سلامت فیس‌بوک، در یک پست وبلاگی خبر از تصمیم شرکت داد و رویکرد فیس‌بوک را در این زمینه جدی توصیف کرد.

جین می‌گوید محتوایی از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و سرویس‌های زیرمجموعه حذف می‌شود که روش‌های پیشگیری و درمان غیراصولی را شرح می‌دهند. به‌علاوه محتوایی که اطلاعات غلطی را پیرامون منابع درمانی و سلامتی ادعا کند نیز حذف خواهد شد. آنها رویکردهای بررسی حقیقت و نظارت را بر اینستاگرام توسعه خواهند داد که یکی از شبکه‌های اجتماعی زیرمجموعه مهم محسوب می‌شود. جین در ادامه توضیح می‌دهد، از این به بعد کاربرانی که روی هشتگ‌های مرتبط با ویروس کرونا کلیک می‌کنند، ابتدا با پنجره پاپ‌آپی حاوی اطلاعات صحیح و کاربردی روبه‌رو خواهند شد.

غول شبکه‌های اجتماعی تصمیم دارد تا منابع معتبر محتوایی را در انتشار اخبار پیرامون ویروس کرونا، اولویت‌دهی کند. آنها به سازمان‌های منتخب امکان می‌دهند تا تبلیغات رایگان را در مسیر آموزش مردم در ارتباط با ویروس، در پلتفرم منتشر کنند. همچنین پست‌هایی که با اصول متخصصان سلامت همسو هستند و اطلاعات مفیدتری ارائه می‌کنند، به بالای فید خبری کاربران منت
در ادامه پست وبلاگی خود شرح می‌دهد ک
پلتفرم اجرا نشده‌اند. وی در این باره می‌گوی
برای ارائه همه راهکارها در کل پلتفرم
اجرایی خود را توسعه دهیم. اکنون روی اد
دلسردی در ارتباط با درمان یا اقدام‌های پیش
تصمیم فیس‌بوک آخرین اقدام سیلیکون
بحران کرونا محسوب می‌شود. تاکنون ۰۰۰
شده‌اند و بیش از ۳۰۰ نفر نیز در چین جان
جهانی (WHO) چند روز پیش شیوع کرون
بین‌المللی عنوان کرد. توییتر و گوگل قبلا ت
معتبر برای دریافت اطلاعات پیرامون ویرو
کاربران برای دریافت اطلاعات پیرامون ویرو
اختصاصی با جدیدترین جزییات از سازمان
یوتیوب که تحت مالکیت گوگل قرار دارد، ا
پیرامون ویروس کرونا، ویدئوهایی از منابع
می‌دهد. در بیانیه شرکت گفته شد که در نت
بعدی، به صورت اختصاصی به کاربران مورد
رسانه‌های معتبر اشاره خواهد شد.
توییتر هم اقدام‌هایی برای جلوگیری از
کرونا انجام داد. کاربرانی که در این شبکه ا
باشند، ابتدا به کانال‌های رسمی هدایت می
ارائه می‌کنند. به عنوان مثال، کاربران ایالا
Control and Prevention هدایت می‌ش

یک نیاز مهم صنعت غذا تأمین شد

امولسیفایرها مواد چربی هستند که دارای خواص دوگانه، چربی‌دوست و آب‌دوست هستند. کشش سطحی بین دو فاز که در حالت عادی غیر قابل اختلاط هستند به وسیله امولسیفایر کاسته می‌شود بنابراین دو مایع می‌توانند که یک امولسیون شکل دهند.

یک امولسیفایر حاوی بخش‌های محلول در آب و روغن است. وقتی یک امولسیفایر به آب و روغن اضافه می‌شود امولسیفایر بر روی سطح تماس بین اینها قرار خواهد گرفت، به طوری که بخش هیدروفیل آن به سمت آب و بخش لیپوفیل به سمت روغن متمایل می‌شود.

اگر مخلوط آب و روغن با هم‌زدن امولسیون تولید می‌کنند با توقف هم‌زدن جدا خواهند شد. هدف استفاده از این ماده جلوگیری از تفکیک‌شدن و در نتیجه تثبیت است. امولسیون‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند: امولسیون روغن در آب مثل بستنی یا شیر و امولسیون قطرات آب در روغن مثل کره و مارگارین.

یک شرکت دانش‌بنیان توانسته با بکارگیری دانش بومی موفق به تولید تعدادی از امولسیفایرهای موردنیاز کشور شده است.

غلامحسین رئوفی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «پارس بهبود آسیا» درباره فعالیت این شرکت گفت: این شرکت با هدف بومی‌سازی فناوری و تولید تعدادی از امولسیفایرهای موردنیاز صنعت غذا، موفق به دستیابی دانش فنی و فناوری تجهیزات تولید این محصولات شد.

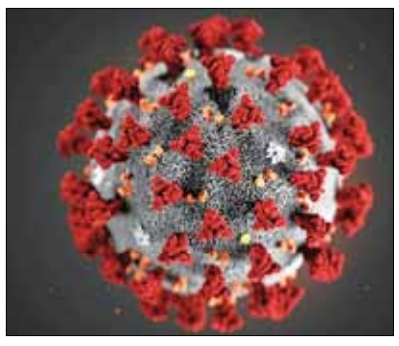
وی ادامه داد: در حال حاضر این شرکت موفق به تولید استرهای منو گلیسرید، استئارویل‌های لاکتیلات، استرهای پلی گلیسرول و استرهای سوربیتان شده است.

این فعال فناور بیان کرد: محصولات تولیدشده منطبق با استانداردهای روز اروپا است و توانسته سهم بسزایی از بازار مصرف امولسیفایرها را در داخل کشور به خود اختصاص دهد.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «پارس بهبود آسیا» اضافه کرد: محصولات تولیدی این شرکت عمدتاً در محصولات Bakery و در فرمولاسیون انواع بهبوددهنده‌های نان، کیک و شیرینی، ژل کیک، فرآورده‌های گوشتی، فرآورده‌های لبنی و... مورد استفاده می‌شود.

نانوفناوری و مقابله با کرونا

ویروس کرونا، نامی که این روزها در صدر اخبار جهان قرار دارد. پیام‌های مختلفی که در شبکه‌های مجازی از این بیماری دست به دست می‌شود. همه نگران هستند؛ نگران رسیدن این بیماری به شهرشان و درگیری با آن. بیماری که هنوز درمانی ندارد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، کرونا نام دسته بزرگی از ویروس‌ها است که دستگاه تنفسی فوقانی و تحتانی را در انسان درگیر می‌کنند و عامل بیماری‌های مختلفی از سرماخوردگی معمولی تا سارس هستند. ویروسی ترسناک که تمامی کشورها برای مقابله با آن در حالت آماده‌باش قرار دارند.



براساس گزارش‌ها آمار رسمی قربانیان این بیماری اکنون به ۳۰۴ نفر رسیده است و بیش از ۱۳ هزار نفر نیز به این ویروس مبتلا هستند. آمریکا، بریتانیا، روسیه و آلمان موارد تازه این بیماری را تایید کرده‌اند.

درست است که شیوع این ویروس از شهر ووهان چین آغاز شد اما اکنون در حال سرایت به سایر کشورها است و اعلام وضعیت اضطراری از سوی سازمان بهداشت جهانی به این معنا است که برای مقابله با آن نیاز به تلاش جهانی است. اما در این میان فناوری راه‌حل‌هایی برای پیشگیری و درمان بیماری‌ها ارائه می‌دهد. در مورد ویروس کرونا نیز فناوری نانو می‌تواند کمک‌کننده باشد. در میان یافته‌های علمی به دست آمده در این مسیر، استفاده از نانومواد یکی از راهبردهای جالب توجه بوده است به طوری که در حال حاضر دستاوردهایی در کشورهای مختلف به دست آمده است که در آنها از نانومواد برای مقابله با ویروس کرونا یا ساخت واکسن برعلیه این ویروس استفاده شده است. همچنین این روزها که درباره پیشگیری و راهکارهای آن بسیار تاکید می‌شود، استفاده از ماسک یکی از مواردی است که می‌تواند کمک‌کننده باشد. در این زمینه یک شرکت دانش‌بنیان ایرانی موفق به تولید ماسک نانویی N۹۹ شده است. این ماسک‌ها با استفاده از فناوری نانو الیاف تولید می‌شوند و بازده بیشتری نسبت به ماسک‌های معمولی دارند. ماسک‌های نانوالیاف در جذب آلاینده‌هایی که ماسک‌های معمولی قادر به جذب آنها نیستند خوب عمل می‌کنند.

شف درمان ویروس کرونا را حذف می‌کنند

قل می‌شوند. مدیر بخش سلامت فیس‌بوک ـه هنوز همه راهکارهای پیشگیرانه در کل د:

ها نیاز به زمان داریم تا درنهایت روش‌های عاهایی متمرکز هستیم که برای ایجاد حس شگیرانه منتشر می‌شوند.

ولی برای مقابله با محتوای دروغین پیرامون ۱۴ نفر در سراسر جهان به این ویروس مبتلا خود را از دست داده‌اند. سازمان سلامت ا را یک وضعیت اورژانسی سلامت در سطح لاش‌هایی برای هدایت کاربران خود به منابع س کرونا انجام داده‌اند. گوگل اعلام کرد وقتی س در پلتفرم جست‌وجو کنند، ابتدا یک پیام WHO به آنها نمایش داده می‌شود.

علام کرد که در صورت جست‌وجوی کاربران ع معتبر را در اولویت بالاتر به آنها نمایش ایج جست‌وجو و پنل‌های پیشنهاد ویدئوی اعتماد مانند متخصصان سلامت عمومی یا

گسترش اطلاعات غلط پیرامون ویروس جتماعی به دنبال اطلاعات پیرامون ویروس ی‌شوند که اطلاعات دقیقی پیرامون بیماری ت متحده به کانال Centers for Disease وند و در یک تیتر بزرگ نیز نوشته می‌شود: «حقایق را بدانید». توییتر، کمپین اطلاع‌رسانی دقیق خود را در ۱۵ منطقه ازجمله ایالات متحده، بریتانیا، هنگ‌کنگ، سنگاپور و استرالیا اجرا می‌کند و به‌زودی مناطق بیشتری را تحت پوشش قرار می‌دهد.

توییتر در روز چهارشنبه گذشته خبر از انتشار ۱۵ میلیون توییت پیرامون ویروس کرونا داد که قطعا افزایش هم خواهد داشت. سخنگوی شرکت در مصاحبه‌ای اعلام کرد که تاکنون افزایش قابل‌توجه یا هدایت‌شده اطلاعات غلط در پلتفرم دیده نشده است، اما به‌هرحال آنها با هوشیاری کامل در ارتباط با موضوع عمل خواهند کرد.

اقدام شبکه‌های اجتماعی در هفته گذشته پیرامون جلوگیری از انتشار محتوای غلط، قابل‌توجه و ارزشمند محسوب می‌شود؛ خصوصا با توجه به اینکه اخیرا اکثر آنها به‌خاطر گسترش محتوای دروغین، انتقادهای شدیدی را متحمل شده‌اند. فیس‌بوک که اکنون ادعای ۵/۲ میلیارد کاربر ماهانه در شبکه اصلی و مجموع ۹/۲ میلیارد کاربر ماهانه در همه شبکه‌های تحت مالکیت دارد، مشکلات متعددی را در جلوگیری از انتشار محتوای غلط پیرامون کشف واکسن‌ها تجربه می‌کند.

CNN سال گذشته گزارش داد، محتوای غلط پیرامون واکسیناسیون توسط حساب‌های کاربری منتقد این اقدام درمانی به‌وفور در اینستاگرام منتشر می‌شوند. شرکت بلافاصله تصمیم گرفت تا محتوای بیشتری را با هشتگ‌های مرتبط با اطلاعات غلط واکسیناسیون مسدود کند. اینستاگرام ادعا می‌کند که ارتشی از کارمندان ناظر بر حقیقت محتوا دارد که ادعاهای دروغین را شناسایی و حذف می‌کنند، بااین‌حال گزارش‌های اخیر نشان می‌دهد که هنوز جست‌وجو پیرامون واکسیناسیون در اینستاگرام، صفحاتی را با اطلاعات غلط و خطرناک نمایش می‌دهد. فیس‌بوک هیچ اظهارنظری پیرامون این ادعا نداشته است.

اقدام شبکه‌های اجتماعی برای جلوگیری از گسترش محتوای غلط پیرامون یک بحران جهانی، اهمیت نقش آنها را در عصر اطلاعات بیش‌ازپیش نشان می‌دهد. به‌هرحال این شبکه‌ها امروز کانال‌های اصلی اطلاع‌رسانی هستند و در صورت عدم اجرای راهکارهای پیشگیرانه، خسارت‌های احتمالی، گستردگی به‌اندازه کل جهان خواهد داشت.

رویداد شتابدهی استارت‌آپی صنعت زعفران برگزار می‌شود

رویداد شتابدهی صنعت زعفران با هدف ایجاد ارتباط میان استارت‌آپ‌ها و صاحبان ایده و سرمایه‌گذاران، در مشهد مقدس برگزار می‌شود.

این رویداد دو روزه با هدف شتابدهی استارت‌آپ‌ها و ایده‌های خلاقانه صنعت غذایی با تمرکز بر صنعت زعفران، برنامه‌ریزی شده است.

در این رخداد دو روزه که در روزهای ششم و هفتم اسفندماه برگزار می‌شود، صاحبان ایده و استارت‌آپ‌ها در کنار مدیران صنایع پیشرو و مجریان این صنعت به بحث و گفت‌وگو و تبادل دانش و ایده می‌پردازند.

ارائه پاسخ‌های فناورانه به نیازهای موجود در حوزه مکانیزاسیون، تامین و فروش مدرن و فرآورده‌های نو و بسته‌بندی، بخش دیگری از اهداف این رویداد را تشکیل می‌دهد.

یادداشت

با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

محصولات دانش‌بنیان «برند» می‌شوند

مرکز شرکت‌های دانش‌بنیان در راستای توسعه بازار و فروش و کمک به تسهیل فرآیند تجاری‌سازی محصولات دانش‌بنیان، نشست توسعه برندسازی محصولات دانش‌بنیان را برگزار کرد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در این نشست که با دعوت از مشاوران و خبرگان باسابقه این حوزه و با حضور نمایندگان و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان در سالن شیخ بهایی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار شد، اصول و مبانی برندسازی مورد بررسی قرار گرفت.

ارتباط با قلب مشتری

مشاروین مدعو در این نشست، ضمن اشاره تفصیلی به مزایای برندسازی محصولات عنوان کردند که فروش و بازاریابی لازم است، اما کافی نیست.

محصولات و کالاهای تولید شده برای بقاء در بازارهای رو به رشد فعلی باید علاوه بر مزیت‌های کیفی با قلب و احساسات مصرف کنندگان ارتباط برقرار کنند.

اهمیت برندسازی

مجموعه‌های تجاری بزرگ، غالباً بر اثر تجارب کاری به این نتیجه می‌رسند که برنامه فروش و بازاریابی، هرچند دارای اهمیتی غیرقابل‌انکار است و نمی‌توان کسب وکار را بدون وجود آنها متصور بود، اما به تنهایی کافی نیستند.

به گفته مشاورین برندسازی: «درست است که برای باقی ماندن در فضای رقابتی، بایستی با بکارگیری بازاریابی و فروش، منطق و ذهن مشتری را هدف گرفت، اما برای زنده ماندن کسب و کار، بایستی قلب مشتری را هدف قرار داد و این وظیفه، معمولاً بر روی دوش طرح جامع برندسازی شرکت قرار دارد.» «برند» هر کسب و کاری می‌تواند، به مهم‌ترین و باارزش‌ترین دارایی آن کسب و کار تبدیل شود و تجهیزات، ماشین‌آلات و سایر دارایی‌های مرسوم، در درجه دوم اهمیت قرار گیرد.

عدم شناخت صحیح برند و برندسازی

واکاوی برخی سیاست‌های ناصحیح مدیران در مدیریت کسب وکارها، دیگر مبحثی بود که کارشناسان و مشاوران حاضر در این نشست به آن پرداختند.

«در ایران، تصور عمومی بر این است که برندسازی یک اقدام تجملاتی و لوکس است. با توجه به اینکه کسب و کارهای سنتی کشور، اغلب اوقات از مسیری که تاکنون پیموده‌اند، راضی هستند و میزان فروش قانع‌کننده‌ای برای خود داشته‌اند، دلیلی بر آن نمی‌بینند که یک «برند به معنای واقعی کلمه» برای تجارت خود تعریف کنند.

برندسازی و تغییر زمین بازی

«در نهایت برندسازی به شما این امکان را می‌دهد که کسب وکاری داشته باشید با یک «مزیت رقابتی غیر قابل کپی!»؛ باید توجه داشت که هر مزیت رقابتی برای هر کسب و کاری با کمی دانش فنی و مقداری پشتکار از سوی رقبای دیگر قابل کپی‌برداری است، اما برندسازی، مصون از اینگونه اتفاقات است.

برخلاف تصور عمومی که «برندسازی را هزینه‌بر می‌داند»، در حقیقت برندسازی به شما کمک می‌کند بیشتر و راحت‌تر بفروشید و در واقع فروش مجموعه تجاری را در بلندمدت تضمین می‌کند.»

«پیامی روشن» برای «جامعه‌ای مشخص»

در بررسی میدانی برخی کسب و کارها این دیدگاه برای مشاوران برند ایجاد می‌شود که آنها می‌خواهند کالا و محصول خود را «به همه بفروشند».

مشاوران این حوزه بر این موضوع تاکید کردند که اگر شرکت، همه مردم را مخاطب و جامعه هدف محصول خود قرار دهد، در حقیقت به هیچ کسی نمی‌فروشد. «عدم شناخت جامعه هدف، اشتباه استراتژیک رایجی است که در کسب و کارهای ایرانی وجود دارد.»

هویت برند

هویت یا جوهره برند، چیزی است که در حقیقت ذات و ارزش‌های یک برند را منعکس می‌کند. تمامی ارزش‌های یک برند و حتی چهره آن در ذهن یک مخاطب و مشتری، در نهایت تبدیل به چیزی می‌شود که آن را «هویت یک برند» می‌نامند. حتی داستان یک برند نیز می‌تواند قسمتی بسیار پررنگ از هویت یک برند باشد و باید کسب و کارهای دانش‌بنیان تلاش کنند به جای تقلید از برندهای بزرگ بین‌المللی، داستانی منحصر به فرد برای برند خود تعریف کنند تا در راستای انعکاس هرچه بهتر هویت برند خود، گام بردارند.»

در ادامه این نشست آموزشی، به پیشنهاد مدرسان بازه زمانی بیشتری به پرسش و پاسخ اختصاص داده شد تا نمایندگان شرکت‌های دانش‌بنیان، سوالات خود را مطرح و پاسخ‌های جامع‌تری دریافت کنند.

خاکساری و مهدوی دو کارشناس دعوت شده به این نشست بودند که به سوالات مطرح شده از سوی نمایندگان شرکت‌های دانش‌بنیان، پاسخ دادند.

مشاوره در حوزه‌های مختلف

مرکز شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در حوزه‌های مختلف به شرکت‌های دانش‌بنیان خدمات مشاوره ارائه می‌کند.

بیمه و مالیات، توسعه بازار و فروش، مشاوره در حوزه توسعه فنی محصول، حقوق و مالکیت فکری، صادرات و واردات و دریافت مشاوره از خبرگان از جمله حوزه‌هایی هستند که در آن، به شرکت‌های دانش‌بنیان مشاوره‌های تخصصی ارائه می‌شود.

ایران ثروتمند

مصطفی قانعی - دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

ایران به‌واسطه ذخایر فسیلی نفت و گاز، کشوری ثروتمند به شمار می‌رود ولی دانشمندان علوم طبیعی و سیاست‌گذاران حوزه کشاورزی و تولیدات زیستی، وجود ذخایر ژنتیکی فراوان و منحصر به فرد گیاهی، آبزیان، جانوری و میکروارگانیسم‌ها و بی‌مهرگان را به عنوان ثروت و سرمایه اصلی این سرزمین پهناور به عنوان یکی از کشورهای بسیار غنی دنیا از نظر ذخایر ژنتیکی، قلمداد می‌کنند.

و این حقیقتی است که در گذر سال‌ها مورد غفلت واقع شده است. منابع ژنتیکی اجزای سازنده حیات و سیستم‌های زیستی هستند که از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین ذخایر هر کشوری محسوب می‌شوند. ارزش اقتصادی ذخایر ژنتیکی از دیگر ذخایر موجود در کشور بسیار حیاتی و بیشتر است.

امروزه این منابع با پیشرفت علم و فناوری در بهره‌برداری از آنها به ذخایر بسیار ارزشمندتر از ذخایر معدنی مانند نفت و طلا تبدیل شده‌اند، به‌طوری‌که ذخایر ژنتیکی پایه و اساس کلیه تولیدات بیولوژیک اعم از کشاورزی، غذایی، دارویی و بسیاری از لوازم زندگی و صنعتی و شیمیایی هستند و موفقیت در افزایش این تولیدات بر بهره‌برداری از این منابع استوار است.

هرگونه فقرزدایی و ایجاد امنیت غذایی و به دنبال آن توسعه و امنیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مستلزم استفاده پایدار از این منابع پایه‌ای است. این ذخایر نقش بسیار مهمی در ساختار و پالایش چرخه‌های زیست‌محیطی مانند چرخه‌های تولید هوا، آب‌وخاک کشاورزی ایفا می‌کنند که ارزش آنها از این منظر برای بشر غیرقابل قیمت‌گذاری است.

با توجه به تغییرات جهانی اقلیم و چشم‌انداز شکننده و بحرانی منابع آب‌وخاک کشور، ذخایر ژنتیکی کلید اصلی افزایش بهره‌وری از این منابع اساسی کشاورزی و زیست‌محیطی است. لذا حفاظت، صیانت و بهره‌برداری پایدار از این منابع که تضمین‌کننده حیات این کشور در حال و آینده است و انتقال آن به نسل‌های آینده از وظایف مهم ملی همه ما است.

خودروهای هوشمند افزایش می‌یابند

چند سال از استفاده خودروهای برقی در کشور می‌گذرد، اما توسعه این نوع از خودروهای گران‌قیمت در کشور نیاز به شکل‌گیری زنجیره‌ای از بازیگران دولتی و فناوران دارد.

به گفته دبیر ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی با تکمیل این زنجیره به زودی شاهد تردد بیشتر این خودروها در کشور خواهیم بود.

کاهش آلودگی هوا در کشور با طراحی و ساخت خودروهای برقی و تامین انرژی این خودروها به وسیله ایستگاه‌های شارژ در کشور مورد توجه و پیگیری است. همچنین از آنجا که بخش حمل و نقل سهم قابل ملاحظه‌ای در میزان مصرف سوخت و انتشار آلاینده‌های هوا در کشور دارد پس برقی‌سازی خودروها گام مهمی برای کاهش آلودگی است.

ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری که یکی از این حلقه‌های واسط در شکل‌گیری زیست‌بوم توسعه خودروهای برقی در کشور است، با برگزاری همایش ملی خودروهای آینده، نخستین قدم‌های مشارکتی در این مسیر را برداشت.

در این همایش که با همکاری ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان‌های مدیریت صنعتی ایران برگزار شد، منوچهر منطقی، گفت: بر ای توسعه این نوع خودروها در کشور به همکاری دولت نیاز داریم، اما بیش از اینکه به کمک‌های دولتی چشم داشته باشیم به توان صنعتگران و فناوران داخلی امید بسته‌ایم.

وی همچنین بیان کرد: یکی از اقدامات لازم برای تولید خودروهای خودران تدوین سند راهبردی است که ما توانستیم این سند راهبردی را تهیه و تنظیم کنیم. ما به دنبال این هستیم که وارد فناوری‌های جدید در زمینه حمل‌ونقل شویم که این موضوع نیازمند زیرساخت‌های متعدد است. منطقی در ادامه با اشاره به فعالیت ۱۲۰ شرکت دانش‌بنیان و فناور در حوزه خودروهای برقی، گفت: تلاش می‌کنیم تعداد شرکت‌ها را به ۴۰۰ الی ۵۰۰ عدد برسانیم.

بازیابی طلا به روش شیمیایی توسعه می‌یابد

آشنایی فعالان و استادکاران حرفه‌های مختلف با فناوری‌ها و دانش به‌روز یکی از اهداف تشکیل کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این راستا، همایش بازیابی طلا به روش شیمیایی با حمایت کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار جواهرات و سنگ‌های قیمتی ایران برگزار شد. آشنایی با فناوری‌های به‌روز حوزه فرآوری طلا و بازیابی آن به روش شیمیایی، یکی از اهداف تشکیل این گردهمایی آموزشی و علمی عنوان شد.

در این نشست که در استان یزد برگزار شد، اساتید دانشگاه و کارشناسان، دانش و دانسته‌های خود را از آخرین تغییرات این حوزه با فعالین اقتصادی، بازاریان و استادکاران طلاساز در میان گذاشتند.

محمدجواد پیش‌بین، رئیس کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار جواهرات و سنگ‌های قیمتی ایران، در این نشست بیان داشت: «جمع زیادی از فعالان حوزه طلا و جواهر در این سمینار شرکت کرده‌اند. چنین نشست‌های علمی در بهینه‌سازی فضای کارگاهی این صنعت تاثیر بسزایی دارد.

وی در ادامه گفت: «ارتقای سطح کیفی و علمی کارگاه‌های جواهرسازی و طلاسازی در سطح کشور در نهایت می‌تواند فضای عمومی این صنعت را در سطح ملی ارتقا بخشد.»

تلفیق تجربه استادکاران تجربی با یافته‌های علمی به‌روز و فناوری‌های جدید می‌تواند در نهایت فضای عمومی کسب و کار را بهبود بخشد و این مسئله یکی از اهداف معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در تاسیس کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار عنوان شده است.

این سمینار در دو بخش علمی و کارگاهی برگزار شد. روش علمی حل طلا در اسیدها و مواد شیمیایی و نحوه بازیافت طلا از این مواد شیمیایی یکی از محورهای این نشست را تشکیل می‌داد.

کارگاه برندینگ

کوکاکولا قصد توقف استفاده از ظرف‌های پلاستیکی را ندارد

شوک کوکاکولا به مشتریان

به قلم: کریس ماتیسزسزیک صاحب موسسه هوارد راکوس
ترجمه: علی آل‌علی

برندهای مختلف در حوزه‌های گوناگون کسب و کار به طور انکارناپذیری در زمینه تخریب محیط زیست مسئول هستند. با روند پیش‌روی در زمینه کسب و کار پایان دنیا چندان دور از ذهن نخواهد بود. مسئله مهم فقط زمان پایان دنیا و نابودی طبیعت است. امروزه بسیاری از موسسه‌های خیریه در زمینه حفاظت از محیط زیست و اعمال فشار بر روی برندها برای آلودگی کمتر محیط زیست فعالیت دارند، با این حال زور آنها در اغلب موارد به برندهای بزرگ نمی‌رسد. کوکاکولا یکی از برندهای بزرگ در زمینه تولید نوشابه‌های گازدار است. این برند از مدت‌ها قبل با چالش توقف استفاده از فرآورده‌های پلاستیکی در بسته‌بندی محصولاتش مواجه است. اعتراض و اعمال فشار بسیاری از موسسه‌های خیریه در طول دو دهه اخیر کار را برای مدیران این برند دشوار کرده است، اما هنوز هم هیأت‌مدیره این برند اعتقاد به خداحافظی با بسته‌بندی‌های پلاستیکی ندارد.

اخیرا برند کوکاکولا در اعلام موضعی رسمی بر ادامه استفاده از محصولات پلاستیکی در زمینه بسته‌بندی محصولاتش تاکید کرده است. به این ترتیب کوکاکولا بدون توجه به سرنوشت محیط زیست و خواسته جمع وسیعی از مشتریانش اقدام به ادامه تخریب محیط زیست خواهد کرد. بدون تردید مدیران کوکاکولا این مسئله را با صراحت بیان فوق مطرح نکرده‌اند. در کنفرانس داوس برند کوکاکولا بر روی ادامه استفاده از فرآورده‌های پلاستیکی برای بسته‌بندی محصولاتش تاکید کرد. این امر نه‌تنها به دلیل قیمت مناسب این فرآورده‌ها، بلکه آنچه کوکاکولا تمایل مشتریان می‌خواند، است. این ادعا در حالی که بسیاری از گروه‌های حفاظت از محیط زیست بر روی کوکاکولا و پپسی فشارهای بی‌سابقه‌ای وارد ساخته‌اند، مطرح شد.

یکی از نکات مهم در زمینه ترک استفاده از فرآورده‌های پلاستیکی انتخاب جایگزین است. امروزه گزینه‌های زیادی پیش روی مسئولان کوکاکولا و پپسی برای بسته‌بندی محصولاتشان وجود ندارد. استفاده از شیشه یا آلومینیوم علاوه بر هزینه بالا از نظر زیست محیطی نیز مسئله‌ساز است. به این ترتیب حتی گزینه‌های جایگزین فرآورده‌های پلاستیکی نیز همراه با حرف و حدیث‌های بسیار زیادی‌اند.

نکته مثبت درباره فعالیت کوکاکولا تعهد به افزایش استفاده از فرآورده‌های پلاستیکی قابل بازیافت تا بیش از ۵۰درصد در بسته‌بندی محصولاتش است. به این ترتیب دغدغه گروه‌های طرفدار محیط زیست نیز تا حدی آرام خواهد گرفت. نکته مهم اینجا عدم تمایل کوکاکولا برای ترک استفاده از فرآورده‌های پلاستیکی به هر شکلی است بنابراین برای مدت‌های طولانی شاهد استفاده کوکاکولا و دیگر برندها از مواد اولیه خطرناک برای محیط زیست خواهیم بود، اگرچه میزان استفاده از آنها تا حدودی کاهش یابد.

منبع: inc

برنامه کوکاکولا برای کاهش زباله‌های پلاستیکی

به قلم: لوک پاپادوپولوس نویسنده حوزه تکنولوژی، بازاریابی و تبلیغات
مترجم: امیر آل‌علی

جهان به سمتی در حال حرکت است که تمامی برندها باید توجه ویژه‌ای را به مسئله حفظ محیط زیست داشته باشند. در این بین انتظارات از برندهای جهانی بسیار بالا است. به همین خاطر ضروری است تا کوکاکولا به عنوان شناخته‌شده‌ترین نام تجاری در جهان، اقدامات سودمندی را انجام دهد. در همین راستا مدیران ارشد این شرکت اعلام کرده‌اند که در راستای کاهش زباله‌های پلاستیکی، آنها از فناوری بسته‌بندی محصول با کاغذ باطله استفاده خواهند کرد. این امر در حالی است که تمامی برندهای فعال در زمینه تولید نوشیدنی، همواره از بسته‌های پلاستیکی استفاده کرده و این امر بدون شک گامی بزرگ و شروع‌کننده یک جریان جدید خواهد بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که علی‌رغم تصور بسیاری از افراد که این دسته از اقدامات را صرفا ضررهایی برای شرکت‌ها می‌دانند، این امر خود اقدامی تبلیغاتی محسوب شده و حداقل نتیجه آن قرار گرفتن نام کوکاکولا برای بیش از سه روز در رأس اخبار بوده است. در نهایت این دسته از اقدامات باعث بهبود نگرش افراد نسبت به این برند خواهد شد. نام فناوری جدید KeelClip بوده و پیش‌بینی می‌شود که از سال آینده هر ساله حدود ۲۰۰۰ تن پلاستیک کمتر وارد محیط شود. در این رابطه جو فرانسیس (از مدیران کوکاکولا) اعلام کرده است که با توجه به این امر که پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۳۰ تعداد زباله‌های پلاستیکی بیش از دو برابر حجم فعلی باشد، وظیفه اخلاقی هر برندی بازنگری در وضعیت خود و انجام اصلاحات لازم بوده و امید است تا کوکاکولا بتواند به الگویی برای برندهای دیگر تبدیل شده و تا پایان سال جاری، شاهد خبرهای مثبت دیگری نیز باشیم.

منبع: interestingengineering

برندسازی با چاشنی توصیه‌های کارشناسی

چگونه برند قدرتمندتری داشته باشیم؟

به قلم: ویویان نونز کارشناس بخش کسب و کار بانوان در فوربس
ترجمه: علی آل‌علی

احساسات در زندگی روزمره ما نقش بسیار مهمی دارد. اغلب ما در طول روز تصمیم‌های گوناگون را براساس احساسات، نه عقل و منطق، می‌گیریم. این امر در زمینه برندسازی و کسب و کار نیز صحت دارد. بسیاری از مردم وقتی در مورد برندهای مورد علاقه‌شان صحبت می‌کنند، به احساسات جذابی که از طریق این برند به آنها منتقل می‌شود، توجه دارند. این امر موجب جلب توجه دامنه وسیعی از کارشناس‌های برندسازی شده است. اینکه بسیاری از ما توانایی بیان احساساتمان را نداریم، به معنای عدم کارآمدی آنها نیست. همین امر اغلب شرکت‌ها را به سوی ایجاد هویت منحصر به فرد برای کسب و کارشان سوق داده است. این امر در قالب برندسازی و فرآیندهای مرتبط با آن معنا پیدا می‌کند.

جنیفر زپدا، موسس پروژه کریتیوا، در زمینه برندسازی فعالیت درخشانی داشته است. وی صاحب یکی از آژانس‌های برندسازی تحسین شده در ایالات متحده است. همین امر وی را بدل به یکی از کارشناس‌های خبره در زمینه برندسازی کرده است. ماجرای فعالیت جنیفر در دنیای کسب و کار همراه با فراز و نشیب بسیار زیادی است. وی در طول سال‌های متمادی فعالیت در حوزه برندسازی با شرکت‌های مختلفی سر و کار داشته است. به همین خاطر کارشناس مناسبی برای ارائه توصیه‌های حرفه‌ای در زمینه برندسازی محسوب می‌شود.

جنیفر در زمینه شروع فعالیتش در حوزه برندسازی اینگونه اظهارنظر می‌کند: «من یکی از نخستین زنان فعال در این حوزه هستم. تا پیش از این اغلب کارشناس‌های حرفه‌ای در دنیای کسب و کار و به طور ویژه برندسازی مدیران‌عامل سابق برندهای بزرگ بودند. همین امر جلب اعتماد شرکت‌های مختلف به آژانسم به عنوان یک موسسه معتبر را دشوار ساخت.» زپدا در مورد اهمیت برندسازی در دوران کنونی نیز بر روی نکات مهمی تاکید دارد: «من تمام نکات پشت صحنه برندسازی را دوست دارم. شرکت‌ها در فرآیند برندسازی هویت اصلی کسب و کارشان را شکار می‌کنند. به همین خاطر همیشه همکاری با آنها برای من لذت‌بخش است. ما باید همیشه هویت جذابی برای مخاطب هدف به نمایش بگذاریم. این امر بدون ایجاد یک برند جذاب و تاثیرگذار امکان‌پذیر نخواهد بود.»

اکنون زپدا به کارآفرینان سراسر جهان و زنان صاحب کسب و کار برای مدیریت بهتر برندهای‌شان کمک می‌کند. وی در طول دوران فعالیتش درس‌های بسیار مهمی گرفته است: «من در طول دوران فعالیت به عنوان کارشناس برندسازی با تجربه‌های منحصر به فرد زیادی مواجه شده‌ام. آمیزه‌ای از تلاش و بردباری کارآفرینان برای دستیابی به نتایج مناسب به من روحیه بسیار بالایی داده است.» در این مقاله من به کمک جنیفر در تلاش برای برجسته‌ساختن برخی از نکات و ترندهای تازه برندسازی هستیم. در ادامه این نکات را در قالب بخش‌های مجزا مورد بررسی قرار خواهیم داد.

اهمیت ارائه پس‌زمینه بیشتر

اغلب مشتریان تمایل به آگاهی هرچه بیشتر از برندها دارند. این امر موجب افزایش تمایل شرکت‌ها برای داستان‌سرایی و بیان جزییات هرچه بیشتر از کسب و کارشان می‌شود. شاید تا همین چند وقت پیش نیازی به بیان نکات ریز و کاربردی درباره برندها نبود. نکته مهم در آن زمان کیفیت محصولات و سطح قیمت‌شان بود. اکنون مشتریان انتظارات بسیار بیشتری از برندها دارند. همین امر مسئولیت آنها در برابر مشتریان را به شدت افزایش می‌دهد.

به بیان زپدا، برندسازی یک فرآیند نیازمند اطلاعات گسترده است. اشتباه بسیاری از کارآفرینان تلاش برای برندسازی بدون دسترسی به اطلاعات معتبر است. وقتی ما شناخت کافی از مخاطب هدف و وضعیت بازار و جایگاه برندمان در آن نداشته باشیم، فعالیت برندسازی نیز دشوار خواهد شد. به همین خاطر بسیاری از افراد فعالیت در حوزه برندسازی را بدون سود و فایده تلقی می‌کنند. دلیل اصلی شکست شرکت‌ها در زمینه برندسازی عدم تلاش برای کسب اطلاعات دقیق از مشتریان هدف و وضعیت بازار است. به این ترتیب طرح‌های برندسازی آنها در عمل با واقعیت کسب و کار هماهنگی نخواهد داشت.

استفاده از نکات برجسته و مهم در پیشینه شرکت به هنگام برندسازی بسیار مهم است. این امر مخاطب را با شرکت ما و تاریخچه‌اش بیشتر آشنا خواهد کرد. امروزه مشتریان در بسیاری از بازارها اطلاعات کافی درباره برندها ندارند. به همین خاطر هیچ‌گاه تمایلی برای تعامل یا خرید از آنها پیدا نمی‌کنند. برندهای بزرگ از این وضعیت بیشترین استفاده را می‌کنند. در شرایطی که مشتریان آگاهی چندانی از وضعیت یک شرکت ندارند، بهترین گزینه برای آنها اعتماد به برندهای نام‌آشناست. تغییر این شرایط در گرو توانایی ما برای معرفی پیشینه برندمان به مشتریان است. در این صورت امکان رقابت تاثیرگذار با برندهای بزرگ برای ما فراهم خواهد شد.

هماهنگی فرهنگ و برند در شرکت

اغلب برندها دارای شخصیت و ویژگی‌های شخصیتی ویژه‌ای هستند. این امر آنها را از سایر برندها متمایز می‌سازد. اگر برندها توانایی ایجاد تمایز را از دست بدهند، هیچ‌گاه توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهند داشت. امروزه مشتریان براساس تمایز و تفاوت میان برندها دست به انتخاب از میان آنها می‌زنند بنابراین یکی از مهم‌ترین قواعد در فرآیند برندسازی برجسته‌ساختن ویژگی‌های منحصر به فردمان است.

هویت برند هنوز هم مفهوم شناخته‌شده‌ای برای اهالی کسب و کار نیست. وقتی از هویت صحبت می‌کنیم، مجموعه ویژگی‌های خاص یک موجودیت را مدنظر داریم. یک شرکت به عنوان موجودیتی منحصر به فرد و متمایز از دیگران باید هویت خاص خود را نیز داشته باشد. در غیر این صورت به سختی از سوی مشتریان مورد شناسایی قرار خواهد گرفت. توصیه زپدا برای کارآفرینان تازه‌کار در زمینه ایجاد هویت برند توجه به ویژگی‌های مشتریان آرمانی است. مشتریان آرمانی گونه ایده‌آل خریدارهای یک برند هستند. وقتی ما ویژگی‌های برندمان را براساس خصوصیات مشتریان آرمانی ساماندهی کنیم، شانس بیشتری برای جلب نظر آنها خواهیم داشت.

اشتباه بسیاری از شرکت‌ها عدم توجه به مشتریان در زمینه برندسازی است. به این ترتیب در نهایت شاید هویت برند ما با ویژگی‌های خاص مشتریان هدف‌مان تفاوت آشکاری داشته باشد. بهترین راهکار در اینجا برگزاری نظرسنجی یا استفاده از توصیه‌های آژانس‌های برندسازی است. فقط در این صورت ما توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف‌مان را خواهیم داشت.

توجه به تجربه مشتریان به جای نتیجه برندسازی

اغلب شرکت‌ها در فرآیند برندسازی بیشتر به نتیجه کار توجه دارند. این امر یکی از خصلت‌های اصلی دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. جنیفر به عنوان یک کارشناس برندسازی ماهر توجه به تجربه مشتریان از یک برند را مورد تاکید قرار می‌دهد. وقتی از فرآیند برندسازی صحبت می‌کنیم، هدف اصلی توجه به تک‌تک بخش‌های این مسیر است. متاسفانه برخی از برندها فقط به بخش خاصی از این فرآیند توجه دارند. به این ترتیب در عمل توازن مناسبی در برند آنها ایجاد نمی‌شود. یک برند جذاب باید توانایی جلب نظر اغلب گروه‌های حاضر در بازار را داشته باشد. در غیر این صورت ما فقط بر روی یک گروه خاص تمرکز کرده‌ایم.

امروزه برندسازی شخصی یکی از راهکارهای مناسب برای جلب توجه هرچه بیشتر مشتریان است. اغلب مدیران‌عامل شرکت‌های بزرگ اقدام به ایجاد برند شخصی می‌کنند. با این حال در بیشتر موارد تلاش آنها بی‌نتیجه می‌ماند. نکته مهم در فرآیند برندسازی توجه به تجربه منحصر به فرد خودمان به عنوان کارآفرین و ایجاد پیوند میان آن با وضعیت برند است. فقط در این صورت برند شخصی ما برای مخاطب جذابیت خواهد داشت.

توجه به نتیجه فرآیند برندسازی اغلب موجب ناکامی برندها در زمینه دستیابی به اهداف دلخواه‌شان می‌شود. توصیه جنیفر در این میان توجه به کیفیت تجربه مشتریان از برندمان است. این عامل در زمینه ارزیابی وضعیت برندسازی شرکت اعتبار بسیار بیشتری دارد. بسیاری از برندها در حوزه بازاریابی و تبلیغات فقط به فروش بیشتر توجه ندارند. آنها اهداف مختلف و اغلب غیرمادی برای طراحی کمپین‌های تازه مدنظر دارند. این امر باید در حوزه برندسازی نیز مورد توجه قرار گیرد. نیجه نهایی فرآیند برندسازی فقط با فروش بیشتر سنجیده نمی‌شود. بسیاری از امور مهم مانند افزایش سطح تعامل با مخاطب هدف نیز باید جایی در برنامه‌های ما داشته باشد.

سرمایه‌گذاری بر روی برند از همان ابتدا

اختصاص بودجه مناسب برای تحقق اهداف در زمینه کسب و کار اهمیت بسیار زیادی دارد، با این حال نکات مهم‌تر از تعیین بودجه نیز باید مدنظر قرار داد. به عنوان مثال، سرمایه‌گذاری درست بر روی حوزه برندسازی بیشتر از میزان بودجه دارای اهمیت است.

منظور زپدا از سرمایه‌گذاری درست بر روی برند شروع این فرآیند از همان ابتدای فعالیت شرکت است. متاسفانه اغلب شرکت‌ها بسیار دیر به فکر ایجاد برند می‌افتند. این امر کار را برای آنها دشوار خواهد کرد: «توصیه من تاسیس شرکت و تلاش برای خلق برند در ماه بعدی نیست. برنامه برندسازی شما از همان گام‌های نخست دارای اهمیت است. بنابراین باید مدت‌ها قبل از تاسیس شرکت به دنبال تدوین برنامه‌های کاربردی برای برندسازی باشید، در غیر این صورت زمان طلایی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را از دست خواهید داد.

وقتی شرکت ما در ابتدای مسیر کسب و کار اقدام به ایجاد برند کند، توانایی بیشتری برای شکل دادن به وضعیتش خواهد داشت. چالش اصلی شرکت‌هایی که چند سال پس از شروع فعالیت به فکر برندسازی می‌افتند، ناتوانی در زمینه شکل‌دهی مناسب به برندشان است. این امر در نهایت موجب کاهش تاثیرگذاری برند آنها بر روی مخاطب هدف می‌شود. تجربه مشتریان از برند ما باید در همان روزهای نخست شکل بگیرد. در غیر این صورت ما نیاز به بودجه بسیار گزافی برای جبران تعلل‌مان خواهیم داشت.

منبع: forbes

مدیریت یک صفحه تجاری و ۱۵ اقدام ممنوعه

به قلم: جولیا مک‌کوی نویسنده حوزه بازاریابی و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

همواره در رابطه با شبکه‌های اجتماعی گفته می‌شود که چه اقداماتی را بایـد انجام داد، بـا این حال آیا تا به حال بـه اقداماتی که ابدا نباید انجام دهید هم فکر کرده‌اید؟ جالب اسـت بدانید که براساس تحقیقات انجام‌شـده، بسـیاری از افراد حتی از بیان چند مورد نیز ناتوان بوده‌اند. به همین خاطر ضعف اطلاعاتی در این زمینه به شـدت حس می‌شود. در همین راسـتا به بررسی ۱۵ اقدامی که نباید در زمینه مدیریت یک صفحه تجاری انجام دهید، خواهیم پرداخت.

۱-عجله زیاد در پست‌گذاشتن

بسیاری از موارد در شبکه‌های اجتماعی به یک باره محبوب می‌شوند، بـا این حال این امر به معنای درسـت بودن تمامـی آنها نبوده و نباید تصور کنید که در صورت عدم استفاده از آنها فرصتی ایده‌آل را از دست خواهیـد داد. درواقع از یک صفحه تجاری انتظـار انجام چنین اقدامی نیـز وجـود ندارد. یک مثال بـارز از مضر بودن اقدامـات عجولانه برند Wendy's اسـت که در صفحه خود پس از محبوبیت تصویری از یک قورباغه، اقدام به انتشـار آن در صفحه خود کرد، با این حال داسـتان پشـت آن یک اقدام نژادپرسـتانه بوده اسـت که همیـن امر ضربه‌ای سـنگین را به این برند که جزو برترین رسـتوران‌های زنجیره‌ای جهان محسوب می‌شود، وارد ساخت. به همین خاطر برای پیشگیری از دچار شـدن به چنین شرایطی، ضروری است تا تحقیقات لازم قبل از ارسال محتواهای خود را داشته باشید.

۲-شوخی‌های بی‌معنا و توهین‌آمیز

اگرچه شوخ‌طبع بودن یک ویژگی بسیار مهم برای افزایش صمیمیت با کاربران محسـوب می‌شـود، با این حال مرز میان موفقیت و شکست در این زمینه بسـیار باریک بوده و هر اقدام نسـنجیده می‌تواند با یک فاجعه همراه باشد. به همین خاطر نیز ضروری است تا اطمینان حاصل کنید که شـوخی شما در کنار جذابیت، فارغ از توهین نیز باشد. با یک جست‌وجوی ساده شاهد موارد متعددی در این زمینه خواهید بود.

۳-عدم درک درست تفاوت‌های میان صفحه تجاری و شخصی

بسـیاری از اقدامات را می‌توانید در صفحه شخصی خود انجام دهید، با این حال شـما در یک صفحه تجاری با محدودیت‌هایی شدید مواجه خواهید بود. برای مثال شـما حق اظهار نظرهای سیاسـی را نخواهید داشت. به همین خاطر توصیه می‌شود تا هیچ‌گاه مطالبی که در صفحه شخصی خود منتشـر می‌کنید را مناسب صفحه تجاری شرکت ندانید. بـرای درک بهتـر این موضوع، بررسـی مطالب چند صفحـه می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی برای شما باشد.

۴-واکنش‌های احساسی

مخاطب ممکن اسـت هر نظری را برای شما ارسال کند، با این حال شـما حق پاسخ دادن احساسـی نخواهید بود. درواقع شما نماینده یک برند محسوب می‌شوید و لازم است تا همواره رفتاری حرفه‌ای را داشته باشـید. به همین خاطر بهادادن به احساسـات مخربی نظیر خشـم در پاسـخ‌دادن به افراد، تنها به ضرر وجهه برند شما خواهد بود. به همین خاطر ضروری اسـت تا ظرفیت خود را افزایش دهید. در این رابطه باز هم بررسـی نحوه پاسخ دادن صفحات برندهای مطرح، می‌تواند شما را به درک بهتر از این موضوع برساند.

۵-عدم توجه به ویرایش متن

این امر که متن شـما حاوی غلط‌های املایی باشد، بدون شک وجهه جالبی نخواهد داشـت. به همین خاطر ضروری است تا همواره بازبینی مجددی را قبل از ارسال محتواهای خود داشته باشید. در نهایت توجه داشته باشید که شما باید سبک خاص خود را داشته باشید. برای مثال برخـی از برندها لحنی کاملا صمیمی و برخـی دیگر کاملا ادبی دارند. این امر به افزایش سهولت کار شما نیز منجر می‌شود.

۶-عدم پرداختن به خطاهای موجود

حتی در بهترین حالت ممکن نیز شما اشتباهاتی را خواهید داشت. این امر اگرچه طبیعی محسوب می‌شود، با این حال عدم پیگیری و اصلاح آنها بدون شک دیگر قابل بخشش نخواهد بود. به همین خاطر نیز ضروری است تا قبل از آنکه اشتباهات موجود به عاملی برای تمسخر شما توسط برندهای رقیب بدل شود، خودتان باید برای رفع آن برنامه‌ریزی کنید. درواقع تصور این امر که اشـتباهات گذشته فراموش شده اسـت، کاملا غلط بوده و در نهایت در یک نقطه شما را نابود خواهد ساخت.

۷-عدم وجود برنامه در ارسال مطالب

بـدون برنامه‌ریـزی حتی اگـر اقدامات متعددی را در زمینه کسـب مخاطب نیز انجام داده باشـید، به سـرعت با ریزش آنها مواجه خواهید شـد. به همین خاطر نیز ضروری اسـت تا یک برنامه مشـخص و ثابت داشـته باشـید تا در نهایت مخاطب نیز بتواند با شما هماهنگی لازم را پیدا کند. همچنین لازم اسـت تا به ظرفیت هر شبکه نیز توجه داشته باشید. برای مثال ممکن است در اینستاگرام بیش از سه پست در روز، بسـیار زیاد باشد ولی در شبکه‌ای نظیر توییتر حتی تا ۱۰ مطلب کاملا طبیعـی جلوه کند. به همین خاطر ضروری اسـت تا به تفاوت‌های هر شـبکه نیز توجه داشته و از ارسال محتواهایی یکسان شدیدا خودداری کنید. این امر درست به مانند توهینی به مخاطب خواهد بود.

۸-فراموش‌کردن اهداف

شـما باید به اهـداف خود وفـادار بمانید. بـرای مثال اگـر افزایش سـطح اطلاعات مخاطبان یکی از اهداف اصلی شما محسوب می‌شود، تحت هیچ شـرایطی نبایـد آن را رها کنید. در غیـر این صورت متهم بـه فریبـکاری خواهید شـد. به همیـن خاطر ضروری اسـت تا به هر مـوردی که بیان می‌کنید، کاملا وفـادار بمانید. این امر در نهایت خود به ابزاری تبلیغاتی تبدیل خواهد شـد. برای مثال پس از گذشـت سه سـال می‌توانید به خود برای حفظ اصل آگاهی‌بخشی، افتخار کرده و با مطرح‌کردن آن هر فردی را به تحسـین وادارید. درواقع هیچ چیز بدتر از فعالیتـی صرفا تجاری نخواهد بود و ایـن نکته را فراموش نکنید که شبکه‌های اجتماعی، بیلبوردهای تبلیغاتی نیستند.

۹-تبلیغ بیش از حد

اگرچـه بسـیاری از افراد تصـور می‌کنند که تبلیغ بیشـتر منجر به افزایش شـانس خرید مخاطبان خواهد شـد، با ایـن حال آمارها کاملا خلاف این نکته را به اثبات رسـانده و افـراد در برابر محصولی که دائم تبلیغ شده و به نوعی برای خرید آن تحت فشار هستند، حالتی دفاعی را خواهنـد گرفت. به همین خاطر همواره باید به اندازه مناسـب تعداد نمایش تبلیغات توجه داشته و فراموش نکنید این امر که خود مشتری به احسـاس نیاز برسـد، همواره بهتر از حالتی خواهد بود که شـما به اجبار در تلاش برای ایجاد آن باشید. برای رسیدن به این هدف، مطالب آموزشی بهترین سیاست ممکن محسوب می‌شود.

۱۰-عدم توجه به نظرات

تفاوتـی ندارد که از چه تعداد کاربر برخوردار هسـتید، هیچ‌گاه حتی یک پیام چه در قسمت نظرات و چه مواردی که به صورت شخصی برای شما راسال شده است، نباید بدون پاسخ باقی بماند. به همین خاطر نیز ضروری اسـت حتی از چند ادمین استفاده کنید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشـته باشـید این است که بهتر اسـت تا لحن شما حتی در برابر انتقادات شـدید، کاملا دوستانه و حرفه‌ای باشد. این امر باعث رضایت بیشـتر مخاطبان خواهد شد. درواقع بسیاری از برندها صرفا بر پایه ارتباط خوب خود با مشـتریان، به فروش بالا دست پیدا می‌کنند. این امر در حالی اسـت که در بازار حتـی موارد به مراتب باکیفیت‌تری نیز وجود دارد.

۱۱-هدف قرار دادن تمامی شبکه‌های اجتماعی

حضور در تعداد زیادی از شبکه‌های اجتماعی به معنای از دست رفتن تمرکز خواهد بود. به همین خاطر نیز ضروری اسـت تا تنها سـه شبکه را برای خود انتخاب کرده و تلاش کنید تا در هر یک به بالاترین سطح برسید. در این رابطه فیس‌بوک، لینکدین و یوتیوب می‌تواند گزینه‌های بسـیار خوب و متنوعی باشـد، با این حال شـما باید به آمارهایی نظیر میزان محبوبیت در بین جامعه هدف و... توجه داشته باشید.

۱۲-خرید فالوور

خرید فالوور اگرچه باعث خواهد شد تا ظاهر برند شما شبیه به حرفه‌ای‌ها باشد، با این حال هیچ نتیجه‌ای را از آن به دست نخواهید آورد. به همین خاطر نیز ضروری اسـت تا به دنبال روش‌های درست برای جذب مخاطب باشـید. در این رابطه از صبرکردن نترسـید. بدون شـک بـه مرور زمان رشدکردن، بهترین نتیجه‌ها را برای شما به همراه خواهد داشت.

۱۳-عدم استفاده از هشتگ

هشـتگ‌ها باعث می‌شوند تا مطالب شما در دسته‌بندی‌های گوناگون قرار گرفته و این امر شـانس دیده‌شدن شـما را افزایش خواهد داد، با ایـن حال نحوه اسـتفاده حرفه‌ای از آنها نیازمند کسـب اطلاعات لازم خواهد بود. در نهایت آگاهی از روش‌های سئو می‌تواند به بهبود عملکرد صفحات شما نیز کمک شایانی کند.

۱۴-عدم توجه به محیط زیست

امروزه محیط زیسـت به یک دغدغه جهانی تبدیل شـده است. در این رابطه توقعات از برندها بالا بوده و لازم است تا خود را همگام با این جریان معرفی کنید، با این حال تنها ادعا در این زمینه کافی نبوده و لازم اسـت تا اقداماتی را نیز انجام دهید. درواقع این امر که صرفا به خودتان محدود باشید، چندان جذاب نخواهد بود.

۱۵-عدم استفاده از اینفلوئنسرها

این افراد کمک می‌کنند تا تاثیر اقدامات شما افزایش پیدا کند. به همین خاطر شما باید با آنها همکاری داشته باشید، با این حال فراموش نکنید که هر اینفلوئنسر، در حوزه‌ای مشخص مشغول فعالیت است. به همین خاطر ضروری است تا نسبت به هماهنگ بودن فعالیت آنها با نوع کسب‌وکار خود اطمینان داشته باشید.

در نهایت فرامـوش نکنید که این موارد، تنها منتخب‌هایی محسـوب می‌شـود که کنار گذاشـتن آنها کاملا ضروری اسـت. بـه همین خاطر جسـت‌وجوی خـود را به این مرحلـه محدود نکرده و همـواره به دنبال پیشرفت باشید.

منبع: searchenginejournal

ایستگاه بازاریابی

۸ اشتباه رایج در مدیریت ارسال محتوا

به قلم: آنا سوننبرگ نویسنده حوزه بازاریابی
مترجم: امیر آل‌علی

همـواره در رابطه با نحوه ایجاد محتوای باکیفیت به صورت مکرر صحبت می‌شـود، با این حال در اختیار داشـتن امکانات مناسب و تولید محتوایی قدرتمند، تنها نصف مسـیر موفقیت بوده و بسیاری از افراد اشتباهاتی را در زمان ارسال آنها انجام می‌دهند که در ادامه به بررسی هشت مورد بسیار رایج خواهیم پرداخت.

۱-استفاده از یک محتوا برای چند شبکه

تفاوتی ندارد که محتوای شـما تا چه اندازه شـاهکار بوده است، بدون شک استفاده از آن در چند شبکه عملا به معنای انجام کاری تکـراری خواهد بود. درواقع اگر برنامه‌ای جداگانه برای هر شـبکه نداشته باشید، بدون شک در دسته حرفه‌ای‌ها قرار نخواهید گرفت. در بازاری که تعداد رقبا بسـیار زیاد اسـت، بدون شک اولویت اول مخاطب نیز اسـتفاده از حرفه‌ای‌ها خواهد بود. به همین خاطر لازم است تا برای هر شبکه اجتماعی، محتوای مخصوص به خود را تولید کنید. برای این موضوع، آشـنایی با ویژگی‌ها و شـناخت مخاطبان کاملا ضروری خواهد بود. در آخر فراموش نکنید که در هر شـبکه اجتماعی، محتواهای متناسـب با خودشـان شـانس دیده‌شدن را خواهند داشت.

۲-برنامه‌ریزی جداگانه برای هر پست

این امر که یک نظم کاری کلی وجود نداشته باشد، باعث خواهد شـد تا مخاطب عملا قادر به برقراری ارتباط لازم با شما را نداشته و این امر بدون شـک سـردرگمی بدی را به وجود خواهد آورد. به همین خاطر بسـیار مهم است که قبل از شروع ارسال مطالب خود، برنامه‌ریزی کلی را داشـته باشـید. برای مثال ممکن است یک روز در هفته را به مطالب آموزشـی اختصاص دهید. خوشـبختانه برای این موضوع انواع اپلیکیشـن‌ها وجود دارد که می‌تواند کار شـما را کاملا ساده کند.

۳-فراموش‌کردن مطالب قدیمی

یکی دیگر از اشـتباهات رایج این اسـت که افراد تصور می‌کنند هـر مطلب آنهـا تنها برای یک‌بار بوده و لازم اسـت تـا به صورت کامل فراموش شـود، با این حال شـما با کمی بروز کردن اطلاعات و اضافه‌کـردن مطالب جدید، می‌توانید محتـوا را کاملا زنده کنید. همچنین شـما باید به نحوی برنامه‌ریـزی کنید که مطالب قدیمی نیز مرتبا در معرض دید قرار گیرد. درواقع احتمال دارد که برخی از مخاطب‌ها بنا به دلایلی مطالب گذشـته را مشاهده نکرده باشند، با این حال شما نباید اجازه دهید که این وضعیت باقی بماند.

۴-عدم بررسی اقدامات مشابه

این امـر که نگاهی به فعالیت برندهای مختلف داشـته باشـید، باعث خواهد شـد تا نسبت به اقداماتی که باید انجام شود، به درک بهتری دست پیدا کنید. درواقع شما می‌توانید از تجربیات دیگران، به صورت رایگان اسـتفاده کرده و رشدی سـریع‌تر را تجربه کنید. درواقع الگوبـرداری از ایده‌های مثبت می‌توانـد کاملا نتیجه‌بخش باشد، برای مثال ممکن اسـت با تحلیل ساعت‌های پست گذاشتن صفحات محبوب، بتوانید زمان‌بندی مناسب‌تری را داشته باشید.

۵-عدم وجود سبک کاری خاص

شما برای موفقیت به سبک کاری خاص خود نیاز خواهید داشت. به همین خاطر نیز ضروری است تا از تقلید و تکرار اقدامات فاصله گرفته و ایده‌های کاملا جدید داشـته باشـید. این امر باعث خواهد شـد تا مزیت رقابتی داشته باشید و افراد دلیل محکمی برای دنبال کردن شـما پیدا کننـد. در نهایت هیچ‌گاه نبایـد از متفاوت رفتار کردن واهمه داشته باشید.

۶-عدم توجه به موثق بودن مطالب

شما باید مواردی را مطرح کنید که از درستی آنها اطمینان دارید. به همین خاطر همواره قبل از ارسال مطالب خود کمی مکث کرده و اطمینان لازم را به دسـت آورید. در غیر این صورت سـطح کاری خود را بیش از حد پایین آورده و چندان جدی گرفته نخواهید شد. این امر خصوصا در زمینه اخبار حتی می‌تواند برای شـما مشکلات حقوقی را نیز به همراه داشـته باشـد. در نهایت فراموش نکنید که رواج یک خبر، هیچ‌گاه الزامی بر درست بودن آن نخواهد بود.

۷-عدم برنامه‌ریزی برای ایجاد تعامل

این امر که مخاطب صرفا بازدیدکننده مطالب شـما باشد، بدون شـک بدترین اتفاق ممکن خواهد بود. به همین خاطر نیز ضروری است که قبل از ارسـال محتوا، نسبت به وجود برنامه مناسب برای افزایش تعامل‌ها اطمینان داشـته باشـید. نتایج آمارها نیز حاکی از آن اسـت که افراد کمی پیچ‌هایی را که با آن تعامل داشـته‌اند رها می‌کننـد. همچنین وجود فرد یا تیمی برای پیگیری اوضاع بسـیار ضروری بوده و باعث می‌شـود تا در صورت بروز یک مشکل، امکان رفع سریع آن وجود داشته باشد.

۸-عدم توجه به ضرورت تنوع

بـه عنوان آخرین گزینه، ذکر این نکته ضروری اسـت که تمامی اقدامات شما باید تنوع کافی را داشته باشد. در غیر این صورت پس از مدتی بیش از حد تکراری خواهید شـد. به همین خاطر هیچ‌گاه از امتحان کردن موارد جدید هراسـی نداشته باشید. همچنین بهتر اسـت تا بخشـی از نیاز محتوایی خود را در قالب انواع چالش‌ها و مسابقات برعهده مخاطبان خود قرار دهید.

بدون شک پس از رفع این هشت اشتباه، شاهد تغییرات فوق‌العاده مثبتی خواهید بود، با این حال هیچ‌گاه از پیداکردن اشتباهات دیگر خود غافل نشده و صرفا به این موارد خود را محدود نکنید.

منبع: prdaily

رهبری

سوالاتی که باید قبل از تاسیس شعبه جدید شرکت پاسخ داده شود

به قلم: ریوا لزونسکی کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

بسیاری از مدیران پس از مدتی فعالیت به فکر ایجاد شعبه‌ها می‌افتند، با این حال چگونه می‌توان از زمان درست برای انجام این اقدام اطمینان حاصل کرد؟ این امر درست سوالی بوده است که برای خود من نیز به وجود آمد. به همین خاطر در ادامه قصد بیان تجربیات خود در این زمینه را دارم.

۱-تا چه حد در زمینه فروش موفق ظاهر شده‌اید؟

اشتباه بزرگ بسیاری از مدیران این است که تصور می‌کنند برای رهایی از مشکلات فعلی خود در زمینه فروش، ضروری است تا شعبه‌ای را برای خود تاسیس کنند، با این حال شعبه دوم تنها زمانی توجیه اقتصادی خواهد داشت که شما در حال حاضر در زمینه فروش کاملا موفق ظاهر شده‌اید و برای افزایش ظرفیت خود، نیاز به این اقدام وجود دارد. همچنین شعبه دوم مخصوص برندهایی محسوب می‌شود که خواهان حضوری طولانی‌مدت در عرصه کاری خود هستند. به همین خاطر اگر چشم‌اندازی برای خود تعیین نکرده‌اید، اقدام شما چندان نتیجه‌بخش نخواهد بود.

۲-آیا فضا برای فعالیت بیشتر مهیا است؟

ممکن است اوضاع بازار کاملا خراب باشد. تحت این شرایط چه نتیجه‌ای را قرار است از تاسیس شعبه داشته باشید؟ درواقع شما باید افق‌های روشنی را مشاهده کنید در غیر این صورت تنها هزینه‌ای را متحمل شده‌اید. فراموش نکنید که در بسیاری از موارد حتی یک سال به تاخیر انداختن اقدام، منجر به کسب نتایج به مراتب بهتر خواهد شد. به همین خاطر ضروری است تا نسبت به درست بودن زمان و فراهم بودن شرایط بازار، اطمینان حاصل کنید. در نهایت فراموش نکنید که بهتر است تا در ابتدا چند شعبه را در شهر و کشور خود ایجاد کنید و پس از آن به فکر حضور در بازارهای خارجی باشید.

۳-آیا مکانی مناسب وجود دارد؟

شما باید چندین مکان مختلف را مورد بررسی قرار داده و شرایط را بسنجید. برای مثال ممکن است تصورات شما در رابطه با تعداد مشتری‌های احتمالی، بسیار متفاوت با واقعیت موجود باشد. به همین خاطر یکسری تحقیقات جامع، کاملا ضروری است. درواقع تا زمانی که به ایده‌آل‌ترین مکان دست پیدا نکرده‌اید، نباید شعبه جدید را ایجاد کنید.

۴-آیا زمان و امکانات مدیریت آن را دارید؟

در این رابطه لازم است تا با خودتان صداقت کافی را داشته باشید. فراموش نکنید که شما باید مسئولیت مدیریت شعبه و یا شعبه‌ها را در دست بگیرید. به همین خاطر آیا از زمان کافی برای آن برخوردار هستید و شرکت توانایی حمایت‌های لازم را دارد؟ بدون شک تا زمانی که نسبت به این مسائل اطمینان ندارید، بهتر است تا اقدامی صورت نگیرد.

۵-آیا برنامه‌ای برای رقابت با برندهای موجود را دارید؟

با حضور در یک منطقه جدید، شما با رقبایی مواجه خواهید شد که از سال‌های قبل در این منطقه حضور داشته و پایگاه مناسبی را دارند. تحت این شرایط شما چه برنامه‌ای برای رقابت با آنها دارید؟ در این رابطه حتی ممکن است مجبور باشید که تا مدتی محصولات خود را با قیمتی به مراتب کمتر به فروش برسانید. به همین خاطر ضروری است تا به آن فکر کرده و حداقل سه مزیت رقابتی داشته باشید.

در نهایت پاسخ‌دادن به این سوالات می‌تواند کمک کند که ریسک اقدام جدید، به کمترین میزان ممکن برسد.

منبع: smallbiztrends

مایکروسافت اخلاق‌مدارترین برند جهان به انتخاب مجله فوربس

به قلم: کریس نرنی نویسنده حوزه بازاریابی و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

فوربس هر ساله آمارهای مختلفی را در رابطه با شرکت‌ها و مدیران منتشر می‌کند که در جدیدترین آنها به بررسی اخلاق‌مدارترین برندها پرداخته است که در آن مایکروسافت درست به مانند سال گذشته در جایگاه نخست قرار دارد. در این رده‌بندی برندهای انویدیا، اپل، اینتل، سلزفورس و گوگل در رتبه‌های بعدی قرار داشته و نکته جالب آن این است که فیس‌بوک با یک افت بسیار شدید رتبه ۱۴۹ را به دست آورده است، با این حال معیارها در رابطه با این رتبه‌بندی چیست؟ نحوه رفتار با کارمندان، تلاش‌های محیط زیستی، احترام به جوامع، کیفیت رفتار با مشتری و حتی سهامداران از جمله اصلی‌ترین معیارها محسوب می‌شود. در این رابطه مایکروسافت گام‌های بسیار خوبی را برداشته و در هر یکی از پارامترهای معرفی‌شده کاملا موفق ظاهر شده است، با این حال از نظر حفاظت از محیط زیست، جایگاه نهم را به دست آورده که ضرورت فعالیت جدی‌تر این شرکت را به اثبات می‌رساند. به همین خاطر احتمالا باید شاهد طرح‌های جدید این شرکت باشیم. برای مثال طرح بسیار بزرگ به صفر رساندن کربن تولیدی این شرکت و تلاش برای کاهش مقدار موجود در جهان، یکی از مهم‌ترین آنها محسوب شده و بدون شک در صورت تداوم طرح‌ها در سال آینده شاهد بهبود فوق‌العاده در این بخش نیز خواهیم بود.

منبع: itworld

آینده کسب و کارهای خارجی پس از تصویب برگزیت

برگزیت و تاثیر آن بر روی کسب و کارهای کوچک

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

سال ۲۰۱۶ در همه‌پرسی رسمی بریتانیا ۵۲ درصد از مردم به خروج از اتحادیه اروپا رأی دادند. این امر از نقطه‌نظر سیاسی برای تمام کشورهای جهان دارای اهمیت بود. جامعه جهانی از چهار سال پیش تا به حال همچنان در حیرت نحوه تصمیم‌گیری و سرانجام برگزیت است. این اقدام تاثیر بسیار زیادی روی تعاملات تجاری در سطح جهانی خواهد داشت. بسیاری از معاملات میان بریتانیا و اتحادیه اروپا در پی تحقق نهایی این طرح به خطر خواهد افتاد. به همین خاطر از سال ۲۰۱۶ تا به حال اغلب کارآفرینان در زمینه حضور در بازار بریتانیا با شک و تردیدهای بسیار زیادی مواجه هستند. یکی از انتظارات اصلی کارشناس‌ها در پی نهایی‌شدن برگزیت کاهش ارزش پوند در مقایسه با دلار و دیگر ارزهای معتبر است. به این ترتیب صادرات برندهای بزرگ به بریتانیا دیگر سود سابق را نخواهد داشت. این نکته به طور ویژه‌ای برای برندهای آمریکایی مهم خواهد بود. آنها در صورت تصویب نهایی برگزیت باید به دنبال بازاری جایگزین برای سود از دست رفته‌شان در بریتانیا باشند.

اکنون پس از سال‌های صبر و کشمکش تعیین سرنوشت برگزیت وارد مرحله تازه‌ای شده است. بریتانیا در طول تاریخ شکل‌گیری اتحادیه اروپا هرگز رابطه نزدیک و کاملا همگنی با این اتحادیه نداشته است. این امر تردیدها در مورد احتمال خروج این کشور از اتحادیه در صورت مواجهه با خطرهای مالی و سیاسی را ایجاد کرده بود. با ورود به دهه گذشته میلادی و تاثیر فشارهای ناشی از بحران‌های مالی جهانی بحث خروج از اتحادیه اروپا در میان سیاستمداران بریتانیایی دوباره داغ شد. بدون تردید خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا تاثیر مستقیمی بر روی وضعیت سیاسی و اقتصادی آنها خواهد داشت. این نکته بسیاری از کارشناس‌ها را به سوی پیش‌بینی آینده بریتانیا پس از خروج از اتحادیه اروپا سوق داده است.

کسب و کارهای آمریکایی در طول سال‌های گذشته با محدودیت‌های سیاسی بسیار زیادی در زمینه صادرات و همچنین حضور در بازارهای مختلف مواجه بوده‌اند. شاید در تاریخ این کشور دهه گذشته بیشترین میزان دخالت دولت در امور تجاری و به طور ویژه صادرات محسوب شود، با این حساب بحث برگزیت نیز باید برای کارآفرینان اهمیت زیادی داشته باشد. بریتانیا یکی از بازارهای اصلی برای محصولات هوشمند و سایر کالاهای لوکس محسوب می‌شود، با این حساب یافتن بازار جایگزین برای این کشور امر بسیار سختی خواهد بود. اغلب بازاریاب‌ها هنوز هم امیدوار به رد این طرح و باقی ماندن بریتانیا در اتحادیه اروپا هستند.

یکی از نکات مهم درخصوص برگزیت دشواری خروج از اتحادیه اروپا برای سیاستمداران این کشور است. در طول سال‌های اخیر دو نخست وزیر بریتانیا در تلاش برای خروج از این اتحادیه شکست خورده است، با این حساب دولت فعلی بریتانیا مسیر پرفراز و نشیبی برای تحقق سیاست‌های خود خواهد داشت.

تیم مالونی، مدیر ارشد موسسه حقوق بین‌الملل Dorsey & Whitney در مورد تاثیر برگزیت بر روی وضعیت اقتصاد بریتانیا و جهان نظر جالب توجهی دارد: «این امر تمام کسب و کارها در سراسر دنیا را تحت تاثیر قرار خواهد داد. مسائل سیاسی مهم همیشه تاثیر انکارناپذیری بر روی وضعیت اقتصاد جهانی داشته است. نکته مهم در این میان عدم مواجهه کسب و کارهای مختلف با چالش‌های یکسان است. همین امر مدیریت بحران را دشوار خواهد کرد. در این وضعیت همه چیز به ماهیت کسب و کار و نحوه ساماندهی امور برگزیت از سوی طرفین بستگی دارد.»

ترزا می، نخست وزیر پیشین بریتانیا، در طول سال‌ها تبلیغ برای خروج از اتحادیه اروپا امکان ساماندهی این طرح با مذاکره و بدون نیاز به ایجاد محدودیت‌های تجاری را بیان می‌کرد، با این حال در عمل مشکلات بسیار زیادی پیش روی این طرح وجود دارد. اتحادیه اروپا مایل به ادامه همکاری‌های اقتصادی نزدیک به بریتانیا در صورت تمایل این کشور به خروج ندارد.

بدون تردید برگزیت و بحث‌های پیرامون آن برای دنیای تجارت اهمیت بسیار زیادی دارد. در این میان کسب و کارهای کوچک بیشتری تهدید و صدمه را پیش رو خواهند داشت. برندهای بزرگ توانایی مدیریت بحران به طور کارآمدتر را دارند، با این حال برندهای کوچک و خرد به دلیل سطح فعالیت و بودجه‌شان به طور معمول توانایی یکسانی برای مدیریت بحران ندارند.

زمان عمل فرارسیده است

اگر کسب و کار کوچک شما در تلاش برای حضور در بازار بریتانیاست، باید آماده تاثیر برگزیت بر روی تعامل تجاری‌تان باشید. متاسفانه هنوز هم بسیاری از برندها برنامه مشخصی برای مقابله با تاثیر برگزیت بر روی کسب و کارشان ندارند. این امر در صورت تصویت نهایی برگزیت موجب ایجاد بحران‌های پردامنه برای برندها خواهد شد. احتمال اینکه بریتانیا به زودی اتحادیه اروپا را ترک کند، بسیار زیاد است بنابراین ما باید آمادگی واکنش مناسب در برابر این اتفاق سیاسی را داشته باشیم.

همانطور که پیش از این بیان شد، بازار بریتانیا برای تمام کسب و کارهای کوچک جذابیت دارد. این امر به دلیل نیازهای بالای مردم در این بازار و شرایط مناسب صادرات به این کشور است. یکی از اهداف اصلی بریتانیا در زمینه خروج از اتحادیه اروپا نیز کاهش حجم واردات و سرمایه‌گذاری بر روی برندهای داخلی‌اش است. براساس گزارش موسسه S&P Global برخی از برندهای آمریکایی از سال گذشته در تلاش برای یافتن راهکارهایی به منظور ادامه حضور در بازار بریتانیا هستند. این امر برای اغلب برندهای کوچک دارای اهمیت است. به هر حال آنها تمایلی به از دست دادن یکی از بهترین بازارهای فروش‌شان ندارند. برخی از تغییرات مدنظر برندهای بزرگ انتقال خط‌های تولید به داخل خاک بریتانیا و استفاده از کاهش احتمالی ارزش پوند برای تولید محصولات است.

براساس اعلام رسمی کارشناس‌ها و مقام‌های مسئول اتحادیه اروپا زمان تصمیم‌گیری بریتانیا در زمینه برگزیت و مذاکرات نهایی در ۳۱ دسامبر ۲۰۲۰ به پایان خواهد رسید. براساس شواهد موجود در نهایت بریتانیا از اتحادیه اروپا جدا خواهد شد. به همین خاطر کسب و کارهای کوچک باید هرچه سریع‌تر به فکر اتخاذ تصمیم‌های اساسی در زمینه بهبود وضعیت‌شان باشند. در غیر این صورت با مشکلات عمده‌ای در زمینه ادامه فعالیت در این بازار پرسود مواجه خواهند شد.

تاثیر برگزیت بر روی کسب و کارهای آمریکایی

کارآفرینان و مردم بریتانیا تنها گروه‌های نگران از مسئله برگزیت نیستند. بسیاری از کسب و کارهای آمریکایی نیز در پی اعلام رسمی این مذاکرات در حالت آماده‌باش هستند. اغلب کسب و کارهای کوچک آمریکایی برای توسعه در سطح جهانی نخست به سراغ بریتانیا می‌روند. این امر ناشی از رابطه تجاری مناسب میان دو کشور و همچنین شباهت نسبی بازارهای آنهاست. به این ترتیب با تصویب نهایی برگزیت دشواری بسیار زیادی برای کسب و کارهای کوچک آمریکایی ایجاد خواهد شد. مقررات تازه واردات در بریتانیا شاید موجب انتظار بیشتر کالاها در گمرک برای ترخیص باشد. به این ترتیب در زمینه صادرات مواد غذایی یا پوشاک مد مشکلات بسیار زیادی بروز پیدا می‌کند. براساس گزارش هاروارد بیزینس ریویو برندهای آمریکایی از همین الان مشغول انجام مذاکرات با طرف بریتانیایی هستند. این امر در راستای کاهش ضررهای احتمالی ناشی از خروج بریتانیا از اتحادیه اروپاست.

یکی از نکات مهم در زمینه برگزیت تاثیر این امر بر روی تمام کسب و کارهای قاره اروپاست. به همین خاطر برخی از کشورهای عضور این اتحادیه با خروج بریتانیا مخالف هستند. وقتی پای منافع کشورهای بزرگ و کسب و کارهای پرسود در میان باشد، باید از تمام ابزارها در راستای حفظ آنها استفاده کرد. یکی از نکات مهم در این میان تعامل تجاری وسیع بریتانیا و اروپا با آمریکاست. این امر نقطه مشترک هر دو طرف در دعوای برگزیت است. به این ترتیب کسب و کارهای آمریکایی در تلاش برای حفظ منابع‌شان در هر دو بازار مدنظر هستند.

اگرچه مقامات دولتی بریتانیا و ایالات متحده در اظهارنظرهای مختلف بر روی ادامه همکاری‌های نزدیک اقتصادی تاکید داشته‌اند، اما از نظر کارشناس‌های حقوق بینالملل احتمال تحقق این امر بسیار پایین است. اگر برگزیت تصویب نهایی پیدا کند، بسیاری از کسب و کارهای آمریکایی با مشکلات عمده در زمینه ادامه فعالیت در بریتانیا مواجه خواهند شد. برخی از این مشکلات فقط از طریق مذاکره مقامات دولتی یک طرف امکان حل و فصل دارد. از سوی دیگر کشورهای اروپایی نیز تمایلی به محرومیت از بازار بریتانیا و در عین حال ادامه فعالیت برندهای آمریکایی در آن ندارند. به همین خاطر شاید واکنش احتمالی در برابر معافیت‌های تجاری ویژه برای برندهای آمریکایی در بازار بریتانیا انجام دهند. تمام این مسائل بحث خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا را تحت تاثیر قرار داده است. به همین خاطر اغلب برندها در تلاش برای برنامه‌ریزی برای دوران پسابرگزیت با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستند.

برخی از برندهای حاضر در بازار بریتانیا بیش از ۴۰ سال کارنامه فعالیت موفق و هزاران کارمند دارند. این امر مسئله خروج از اتحادیه اروپا و سرنوشت این برندها را در هاله‌ای از ابهام قرار می‌دهد. بدون تردید از اتحادیه اروپا برخورد تجاری تنبیهی با بریتانیا را در دستور کار قرار خواهد داد. این امر برای بسیاری از کارآفرینان فعال در بازار این کشور مسئله‌ساز خواهد بود. دلیل اصلی مکث و توقف‌های بسیار زیادی در فرآیند تصویت نهایی برگزیت نیز تعیین‌تکلیف سرنوشت این برندها و کارآفرینان است. بسیاری از برندها در تلاش برای حفظ وضعیت پایدارشان در دنیای کسب و کار هستند. تحقق این امر به طور کامل در صورت تصویب نهایی برگزیت غیرممکن خواهد بود، اما تلاش کارآفرینان برای انطباق با شرایط جدید احتمالی اهمیت بسیار زیادی دارد.

تمام تغییرات احتمالی برای کسب و کارهای کوچک بد نخواهد بود

بدون تردید اکنون کسب و کارهای بسیار زیادی از سراسر دنیا در بریتانیا مشغول به فعالیت هستند. در این میان شاید سهم ایالات متحده از سایر کشورها بیشتر باشد. به همین خاطر میزان نگرانی مقامات دولتی و کارآفرینان آمریکایی بسیار بیشتر از سایر کشورهاست. یکی از نکات مهم در مورد برگزیت کاهش قطعی ارزش پوند در برابر سایر ارزش‌های معتبر، به ویژه دلار، است. این امر سودآوری صادرات به این کشور را تحت تاثیر قرار خواهد داد. اکنون بسیاری از برندهای آمریکایی در تلاش برای استفاده از اعتبار پوند در زمینه صادرات هستند. بدون تردید این امر برای کسب و کارهای کوچک در حد فاجعه خواهد بود، با این حال تمام تغییرات موجود در برگزیت به ضرر کسب و کارهای کوچک خارجی نیست. در این زمینه باید به تمایل بانک‌های بریتانیایی به ارائه وام با نرخ بهره پایین اشاره کرد. به این ترتیب اگر کسب و کار شما به دنبال اخذ وام برای توسعه فعالیتش است، همین الان باید اقدام به همکاری با بانک‌های بریتانیایی کند. این امر در راستای افزایش تمایل برخی از برندهای مهم و دارای کارمندان زیاد در بازار بریتانیا به ادامه فعالیت صورت گرفته است.

بدون تردید مقررات تجاری و مالی میان بریتانیا و ایالات متحده تا زمان تصویب نهایی برگزیت فراز و فرودهای بسیار زیادی خواهد داشت. در این زمینه حتی احتمال تصویب طرح‌های حمایتی خاص از برندهای آمریکایی نیز وجود دارد. هر دو نخست وزیر سابق بریتانیا در مورد برگزیت بر روی اهمیت برندهای آمریکایی برای بازار این کشور تاکید داشته‌اند بنابراین در صورت اقدام به‌موقع برندهای آمریکایی احتمال سازگاری هرچه بهتر با شرایط تازه افزایش خواهد یافت. این امر شاید برای سایر کسب و کارهای کوچک چالش بیشتری به همراه داشته باشد بنابراین آنها نیازمند تمرکز بیشتر بر روی اخبار و تحولات برگزیت خواهند بود. وقتی کار ما برای جلب نظر طرف مقابل در زمینه تجاری دشوار می‌شود، استفاده از اخبار و آخرین تحولات به مثابه ابزاری برای یافتن راهکارهای انطباق بیشتر اهمیت خواهد یافت. به هر حال سایر کسب و کارهای کوچک از امتیازات احتمالی برای برندهای آمریکایی برخوردار نخواهند بود، اما این امر به معنای ناتوانی آنها در زمینه استفاده از قوانین جدید بریتانیا برای حفظ موقعیت‌شان در بازار این کشور نیست.

برگزیت در طول چهار سال گذشته بحث‌های سیاسی و اقتصادی بسیار زیادی به همراه داشته است. شاید اکنون نوبت کاهش گمانه‌زنی‌ها و شروع اقدامات عملی برای نجات کسب و کارهای‌مان در بازار این کشور باشد. در غیر این صورت احتمال مواجهه با تهدیدها و چالش‌های گسترده وجود خواهد داشت. نکته مهم در این میان توجه به فرصت‌های ناشی از برگزیت به اندازه نگرانی از چالش‌های پیش رو است. این امر امکان ادامه فعالیت پویا و تاثیرگذار برای ما را فراهم خواهد کرد.

منبع: prdaily

اخبار

مدیر امور آبفای شهرستان قدس خبر داد:

ترمیم خط انتقال آب در شهرقدس

شهرقدس – خبرنگار فرصت امروز : بهزاد رضوانی گفت: بامشاهده کاهش چشمگیر ورودی آب به مخزن ۱۰ هزار متر مکعبی امام حسین(ع) بلافاصله بررسی شد، و مشخص شد که به دلیل عملیات عمرانی شهرداری قدس تعریض پل، خط انتقال آب زیتون واقع در انتهای خیابان اوقاف تقاطع پردیس دچار شکستگی شده و منجر به سرازیر شدن آب استحصالی چاهها بداخل رودخانه هدایت شود. رضوانی ادامه داد: در پی این شکستگی ۴۵۰ لیتردرثانیه آب استحصالی چاههای زیتون ، البرز، سـایپا دیزل و مجموعه چاههای درختی به رودخانه سـرازیر وتنها ۹۰ لیتر آب وارد مخزن امام حسین شود، با توجه به رسیدگی هر چه سریعتر به موضوع به منظور جلوگیری از شوک و تبعات منفی قطعی آب بخش گسترده ای از منطقه ناشی از عدم آبگیری مخزن امام حسین که سهم شایانی در تامین آب منطقه ایفا می نماید، جلسه اضطراری با حضورمدیرامور، مدیر فنی و مسئول بهره برداری منطقه تشکیل شد. طی این جلسه پیشنهاد جابجای مسیر آبگیری مخزن با استفاده از پتانسیل خط انتقال شهید کاظمی مطرح و مورد موافقت قرار گرفت و بلافاصله و در راستای اجرای طرح فوق اقدامات لازم برای ایزوله کردن محدوده مورد خسارت وجلوگیری از هدررفت آب صورت پذیرفت. مدیر امور آبفای شهرستان قدس اظهار داشت: عملیات تامین آب مخزن ۱۰ هزار متر مکعبی از خط انتقال جایگزین شهید کاظمی در دستور کار قرار گرفت. رضوانی در پایان گفت: خوشبختانه با اقدامات صورت گرفته و با تدبیر وتلاش مسئولین ذیربط در کمترین زمان ممکن ضمن مدیریت هدررفت آب ناشی از ایراد آسیب وارده به خط انتقال آب با کمترین هزینه از بروز بحران جدی قطعی آب در منطقه جلوگیری شد.

در بخش شرکت های دولتی استان خوزستان

شرکت برق منطقه ای خوزستان در زمینه ارتقاء سطح آموزشی رتبه سوم را کسب کرد

اهواز – شبنم قجاوند : در این ارزیابی که توسط سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان خوزستان صورت گرفته، آمده است: این سازمان در راستای ماموریت های محوله و به منظور ارتقاء سطح آموزشی دستگاه ها، در سال ۹۷ نسبت به کلیه فرایندها در امر آموزش دستگاه های اجرایی استان اقدام کرده است. با توجه به ارزیابی صورت گرفته در بین دستگاه های اجرایی استان، در بخش شرکت های دولتی آن شرکت با کسب ۹۳ امتیاز از مجموع ۱۰۰ امتیاز، موفق به احراز رتبه سوم گردیده است. بدینوسیله از زحمات ارزنده مدیرعامل شرکت و مجموعه همکاران در تحقق اهداف آموزشی و پویا سازی کارکنان، تقدیر و تشکر بعمل می آید. امید است به حول قوه الهی و با بکارگیری راهکارهای اصلاحی، زمینه ارتقاء هر چه بیشتر آموزش و توسعه منابع انسانی فراهم گردد.

یخکشی مدیرعامل شرکت آب منطقه ای مازندران خبر داد :

بهره برداری از ۴۱ پروژه شرکت با سرمایه گذاری ۴۱۰ میلیارد ریالی در دهه فجر

ساری – دهقان : به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی آب منطقه ای مازندران: دکتر محمدابراهیم یخکشی مدیرعامل شرکت آب منطقه ای مازندران با بیان این مطب گفت: در ایام الله دهه مبارکه فجر ۱۶ پروژه ملی و ۲۵ پروژه استانی آماده بهره برداری است. یخکشی با اشاره به تنوع پروژه‌های آماده افتتاح این شرکت گفت: این پروژه‌ها شامل: احداث سد لاستیکی، مرمت و بازسازی آب‌بندان ها، احداث شبکه آبیاری و زهکشی، پروژه‌های مهندسی رودخانه سردهنه های زراعی، ایستگاه آب و هواشناسی و ساماندهی و بهسازی چشمه‌ها بوده که در ۲۱ شهرستان پراکنده می‌باشد. وی مدت زمان اجرای این پروژه‌ها را ۱ الی ۵ سال و میزان اشتغال آن را بالغ بر ۱۴ هزار نفر اعلام کرد و گفت: این پروژه‌ها علاوه بر امر اشتغال زایی در زمان بهره برداری و اجرا نقش بسیار مهمی در تامین و انتقال آب زراعی و کاهش مشکلات کشاورزان و مدیریت و کنترل سیلاب دارند. شایان ذکر است علاوه بر پروژه های مذکور یکی از پروژه های مهم شرکت در بخش آبرسانی به شهرها با سرمایه گذاری بالغ بر ۱۴۰۰میلیارد ریال تا پایان سال به اتمام و با حضور یکی ا ز مقامات کشوری به بهره برداری می رسد.

شهردار ملارد تاکید کرد:

وظایف حوزه خدمات شهر از حساسیت خاصی برخوردار است

ملارد – خبرنگار فرصت امروز: در دیداری که شهردار شهر ملارد با معاونت خدمات شهری داشت ، وی در خصوص مشکلات شهری با شهردار گفتگو کرد. به گزارش مدیریت ارتباطات وامور بین الملل شهرداری ملارد، در این دیدار، معاونت خدمات شهری، زیباسازی و دیگر مسئولین این حوزه در خصوص مشکلات پیش روی این معاونت و راه حل های موجود با شهردار به بحث و گفتگو پرداختند. شهردارضمن تاکید بر تلاش بیشتر مسئولین و پرسنل خدمات شهری در ارائه خدمات بیشتر و مطلوب تر به شهروندان ، افزود : با توجه حساسیت وظایف این حوزه ، ضرورت دارد تا مدیران و مسئولین خدمات شهری نظارت و دقت بیشتری در امورات شهری از جمله جمع آوری به موقع زباله ها، شستشوی مستمر باکسها ، لایروبی نهرها و جوی های آب و نظافت معابر داشـته باشـند. صادق کولیوند تصریح کرد: پاکسازی مرتب معابر، لایروبی انهار و زیر پل ها، زیباسازی سطح شهر ، توجه به مبلمان شهری و مهمتر از همه جلب رضایت مردم از اهم درخواست های بنده از مجموعه معاونت خدمات شهری می باشد. وی خاطر نشان ساخت : از تمام همکاران خودم در این معاونت پر اهمیت درخواست دارم که در طول سال بویژه در ایامی که شدت بارشها بیشتر است نسبت به رسیدگی به امور محوله حساس تر باشند تا شهری عاری از مشکل عمومی داشته باشیم. معاون خدمات شهری هم در این نشست طی سخنانی افزود : سرکشی منظم و مستمر و حصول اطمینان از جمع آوری ۲۴ساعته زباله و انتقال و حمل سریع جهت دفن آن در دستور مسئولین خدمات شهری قرار دارد و با هرگونه کوتاهی در این زمینه برخورد می شود.

توسط واحدزیباسازی شهرداری شاهرود صورت گرفت؛

فضا سازی شهری به مناسبت دهه مبارک فجر

شاهرود_ حسین بابامحمدی:سرپرست واحدزیباسازی شهرداری شاهرود درگفتگو باخبرنگارما گفت: "والفجر "سـوگند همیشه بربا و برجای ازلی خداوند است که نوید بخش پگاه روشن پیروزی در افق جهاد امت هااست. دهه فجر سر آغاز طلوع اسلام،خاستگاه ارزش های اسلامی،مقطع رهایی ملت ایران و بخشی از تاریخ ماست که گذشته را از آینده جدا ساخته است . امام آمد و چراغ بادیه ظلمت شد ،ذلت ایران را به عزت اسلام مبدل ساخت و مردم را به ساحل نجات "جمهوری اسلامی "رهنمون گرداند.مهندس اعظم وزیری درادامه بیان داشت ؛یاد آوری ۲۲ بهمن ،یعنی یادآوری تجلی حکومت الله در روی زمین ،روزی که برنده ترین سلاح معنوی یعنی ،ایمان،پیروزی آفرید . سرپرست واحدزیبا سازی شهرداری شاهرود اظهارداشت ؛پیروزی شکوهمند ۲۲بهمن سال ۱۳۵۷ حاصل عواملی چون ایمان به خدا وند متعال ،رهبری فقیه و آگاهانه امام خمینی رحمه ا.. و اتحاد و همبستگی همه اقشار ملت و استقامت و پایداری در راه خدا می باشد .اتحاد و همدلی معجزه می آفریند و بزرگترین موانع راه ترقی و پیشرفت را از سر راه برمی دارد و قوی ترین دشمنان را نابود می سازد. واحد زیباسازی شهرداری شاهرود به منظور همراهی با این رویداد مهم ملی ، بهبود فضاهای شهری و همچنین با نگاه یادآوری این حماسه انقلابی و ایجاد شورانقلابی،شهر شاهرود برای بزرگداشت دهه فجر و سالروز ۲۲ بهمن آماده شده است . شایان ذکراست ؛ المان موضوعی ، ریسه آرایی و پارچه آرایی و پرچم باهمین دیدگاه در معابر و میادین و پل های سطح شهر نصب گردیده است.

سومین مرحله اهداء جوایز خوش حسابی به مشترکین آبفای گیلان برگزار شد

رشت– مهناز نوبری - سومین دوره اهداءجوایز خوش حسابی به مشترکینی که در مهلت تعیین شده نسبت به پرداخت قبوض آب بهاء خود اقدام نمودند، با حضور مدیرعامل و معاونین شرکت آب و فاضلاب استان گیلان برگزار شد.بنا به این گزارش سید محسن حسینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان با تشریح اهداف برگزاری این جشنواره اظهار داشت: شرکت آب و فاضلاب وظیفه تأمین و توزیع آب و جمع آوری فاضلاب در استان را به عهده دارد و هزینه های مربوط به تأمین و توزیع آب و نگهداری تأسیسات را از دریافت آب بهاء تأمین می نمایدمدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان در ادامه گفت: هدف از اجرای این طرح تقدیر از مشترکینی است که با پرداخت به موقع قبوض خود یاریگر این شرکت در ارائه خدمات هستند چرا که برقراری چرخه خدمات رسانی وابسته به تعاملات شرکت آب و فاضلاب با مشترکین می باشدوی با اشاره به اینکه اسامی برندگان بصورت هفتگی اعلام خواهد شد تصریح کرد: این جشنواره تا ۲۱ بهمن ماه بمناسبت چهل و یکمین سالروز پیروزی انقلاب اسلامی ادامه خواهد داشت و مشترکین می توانند با پرداخت قبوض آب بهاء خود در این جشنواره شرکت نمایند و از جوایز ارزشمند آن برخوردار شوند.گفتنی است قرعه کشی نهایی با عنوان «مشترکین همراه ما» در پایان بهمن ماه برگزار و از مجموع مشترکینی که با اعلام شماره همراه از طریق کدهای دستوری اقدام نمودند، انجام خواهد شد.

مدیرکل ورزش و جوانان استان مرکزی خبر داد؛

برگزاری ۲۳۰ برنامه حوزه ورزش و جوانان در استان مرکزی طی دهه فجر

اراک – مینو رسـتمی: مدیرکل ورزش و جوانان اسـتان مرکزی از برگزاری ۲۳۰ برنامه در حوزه ورزش و جوانان طی دهه فجر در این استان خبر داد. عابد حقدادی اظهار داشـت: همایش‌های پیاده‌روی صبح و نشـاط، کوهنوردی عمومی و دوچرخه سـواری، برگزاری کارگاه آموزشی ویژه مؤسسان، مدیران و مربیان باشگاه‌های ورزشی، مسابقات فرهنگی ورزشی در رشته‌های مختلف در تمام شهرستان‌های استان از برنامه‌های این اداره کل در دهه مبارک فجر است. وی اظهار داشت: اعزام ورزشکاران به اردوها و مسابقات قهرمانی کشور، گلباران مزار شهدا توسط جامعه ورزش و جوانان، دیدار با خانواده شهدای ورزشکار، تجمع بزرگ جامعه ورزش و جوانان در گرامیداشت دهه فجر و یادبود سپهبد شهید حاج قاسم سلیمانی و بهره‌برداری از چهار طرح عمرانی شامل ۲ رختکن ورزشی در شهرستان‌های فراهان و زرندیه و ۲ زمین چمن مصنوعی در لکان خمین و خورهه محلات از دیگر برنامه‌های اداره کل ورزش و جوانان استان مرکزی در دهه مبارک فجر است. حقدادی اضافه کرد: حضور گسترده ورزشکاران در آئین نواختن زنگ انقلاب در حجره طلبگی امام راحل در اراک و بیت تاریخی بنیانگذار کبیر جمهوری اسلامی ایران در خمین و شرکت پرشور این قشر در آئین راهپیمایی ۲۲ بهمن از دیگر برنامه‌های کمیته ورزش ستاد دهه مبارک فجر استان مرکزی است.

مراسم میهمانی لاله ها دهه فجر باید با جذابیت و پر شور باشد

لرستان – خبرنگار فرصت امروز : مدیر کل بنیاد شهید و امور ایثار گران : با توجه به عظمت و نقش بی بدیل شهدا در تمام ابعاد زندگی وامنیت کشور باید مراسم میهمانی لاله ها دهه فجر امسال با جذابیت و پر شور باشد . به گزارش ایثار "واحد لرستان "سید حسین نازاریان در جلسه شورای معاونین بنیاد که صبح امروز شـنبه ۵دی ماه ۹۸تشکیل گردید گفت:کمیته ایثارگران دهه فجر ستاد مرکز ،گلزار شهدای روستای صاحب الزمان (عج)شهرستان خرم اباد را با توجه به تعداد ۷۶ شهید گلگون کفن به عنوان نماد گلزار روستایی کشور انتخاب نمود.

در حوزه‌ی پروژه‌های خاتمه‌یافته و مدیریت مصرف پیک‌سایی؛

شرکت توزیع نیروی برق تبریز جزو سه شرکت برتر کشوری است

تبریز – ماهان فلاح: شـرکت توزیع نیروی بـرق تبریز در حوزه‌ی پروژه‌های خاتمه‌یافته و مدیریت مصرف پیک‌سایی جزو سه شرکت برتر کشوری است.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز با اعلام این مطلب در دیداری از تلاش‌های مدیرکل مدیریت بحران استانداری و مدیرکل پدافند غیرعامل استان آذربایجان‌شرقی جهت عبور از پیک تابستان ۹۸ تقدیر کرد.

عادل کاظمی در دیدار با مدیرکل مدیریت بحران استانداری و مدیرکل پدافند غیرعامل اسـتان آذربایجان‌شرقی با تشـکر از تلاش‌های آنها در زمینه‌ی مدیریت درست مصرف برق در ایام پیک‌سایی تابستان، گفت: در زمان پیک تابستان امسال، با کمک شما و همکارانتان در استان، تابستانی بدون خاموشـی را پشت سر گذاشـتیم و جزو سه شرکت برتر در سطح کشور شناخته شدیم.

وی تصریح کرد: طی ده ماه نخسـت امسـال، بیش از ۲۶۰۰ پروژه به ارزش ۹۷۰ میلیارد ریال به بهره‌برداری رسـیده و امیدواریم تا پایان سال پروژه‌های خاتمه‌یافته‌ی شرکت، ۲۰۰ میلیارد ریال دیگر افزایش یابد که

رکورد بسیار خوبی در سطح کشوری است. کاظمی به دو پروژه‌ی حساس شـرکت توزیع نیروی برق تبریز اشـاره کرد و افزود: کابل‌کشی به مرکز شـهر تبریز و استقرار پسـت مارالان و احداث خروجی های پست، یکی از این پروژه‌هاسـت و تلاش می‌کنیم تا پیش از پایان سـال اجرای آن‌ها را به پایان برسانیم.

مدیرعامل شـرکت توزیع نیروی برق تبریز خروج فیدر ۲۰کیلوولت از پست ایدملو را دیگر پروژه‌ی مهم شرکت دانست و گفت: همچنین احداث خروجی‌های جدید از پست ملک‌کیان و انتقال بار به منطقه‌ی دروازه تهران جهـت تامین واحدهای صنعتی و متقاضیان جدیـد و نیز افزایش قدرت واحدهای موجود از دیگر فعالیت‌های مهم شرکت است و همکاران در تلاش هستند طی ماه‌های آتی پروژه‌ها را اجرا و به مرحله‌ی بهره‌برداری برسانند.

وی در پایـان با ابراز امیدواری مبنی بر اینکـه با ادامه‌ی این همکاری‌ها با مدیریت بحران اسـتان، تابسـتان ۹۹ را نیز بدون خاموشی سپری کنیم، خاطرنشان شد: با سرد شدن هوا طی روزهای گذشته، همکاران با مشارکت واحدهای صنعتی توانسـتند در سـاعات مختلف، حدود ۱۵ تا ۲۰ مگاوات پیک‌سـایی کنند. لازم به ذکر است در پایان این دیدار، در راستای تجلیل از تلاش‌ها و خدمات و همکاری‌های دفاتر بحران و پدافند غیرعامل استانداری که در دوره‌ی گذر از پیک فعالیت‌های موثری را با شرکت توزیع نیروی برق تبریز بعمل آورده‌اند؛ با حضور مدیرعامل شـرکت توزیع نیروی برق تبریز از مدیرکل مدیریت بحران استانداری، مدیرکل پدافند غیرعامل استان و معاونان و مدیران این بخش‌ها قدردانی و تشـکر بعمل آمد و مقرر شد همکاری‌ها با جدیت بیشتری استمرار و تداوم داشته باشد.

مدیر عامل شرکت توزیع برق شهرستان اصفهان:

در دهه فجر امسال بهره برداری از ۲۶۰ پروژه با اعتباری بالغ بر ۷۸ میلیارد تومان صورت می گیرد

اصفهان – قاسـم اسد : ۲۶۰ پروژه کوچک و بزرگ برق رسانی با اعتباری بالغ بر ۷۸ میلیارد تومان در دهه مبارک فجر امسـال توسـط شـرکت توزیع برق اصفهان افتتاح و بهره برداری از آن آغاز خواهد شد. حمید رضا پیر پیران مدیر عامل شـرکت توزیع برق شهرستان اصفهان با اعلام این خبـر گفت : در این روزهای به یاد ماندنی ۲۶۰ پروژه برق رسـانی با اعتباری بالغ بر ۷۸ میلیارد تومان افتتاح و مورد بهره برداری قرار می گیرد وی تصریح کرد : ۲۰۰ کیلومتر بازسازی و تقویت شبکه و فیدر گیری به منظور کاهش خاموشی و رفع حریم ،۳۸ کیلومتر احداث روشنایی معابر و بیش از ۱۹۷ کیلومتر شبکه برق رسانی به همراه نصب ۱۱۶ ترانس و تجهیز پست از جمله اقدامات صورت گرفته در این شرکت می باشـد که در د دهه مبارک امسال به بهره برداری می رسد . وی در ادامه افزود :در صنعت برق قبل از انقلاب وابسـتگی زیادی به تجهیزات خارجـی بود ولی به حمد ا.. اکنون بیـش از ۹۵ درصد تجهیزات مورد نیازمان از داخل تامین می شـود و بـرای اجرای طرح ها از متخصصان داخلی اسـتفاده می شود. وی به چشم انداز شرکت توزیع برق اصفهان اشاره کرد و گفت :توسعه زیر ساخت های هوشمند از جمله فرایندهایی است که رسیدن به چشم انداز ۱۴۰۵ را با اهداف متعالی میسر می نماید و در این راستا با نصب ۱۷ هزار کنتور فهام به طور قطع تلفات کاهش می یابد و همچنین به منظور تکمیل سـاختارهای هوشمند و کاهش خاموشـی ها علاوه بر به کار گیری خط گرم که هر سـال افزایش می یابد ۵۳۹ نقطه اتوماسـیون که شامل ۳۶۶ کلید قطع کننده هوشمند (سکسـیونر هوایی)،۱۴۹ کوبیکل در ۴۲ پست زمینی ،۲۱ ریکلوزر و ۳ نیروگاه تولید پراکنده می باشد نیز ایجاد شده است .

وی تاکید کرد :یکی از شاخص های رضایتمندی و پایداری و قابلیت اطمینان شـبکه ،ظرفیت سـازی برای زمانهای اوج مصرف و پذیرش مشترکین جدید است که در این میان نصب و تجهیز پستهای (ترانس) زمینی وهوایی به تعداد ۲۲۹ دستگاه با ظرفیتی بالغ بر ۵۰ مگاولت آمپر در جهت ایجاد پایداری شبکه و کاهش خاموشی ها نصب شده است .

مهندس پیرپیران خاطر نشـان کرد : حذف قبوض کاغذی به عنوان یک طرح کلان ملی علاوه بر صرفه جویی میلیاردی و کاهش وابستگی به کاغذ خارجی و حذف ارز بری در تکمیل زیر سـاخت های مدیریت کشور بسیار موثر و چرخه ارائه خدمات الکترونیک شرکت را از ۹۲ درصد

به ۹۵ درصد افزایش داده اسـت و جالب اینکه با توجه به حذف قبوض کاغذی و چالشهایی که این فرایند به دنبال داشته با به کار گیری تمام ابزار مدیریتی ،۹۴ درصد از فروش انرژی وصول شده است که این عدد تنها در حدود یک درصد با سال گذشته فاصله دارد وهمچنین فقط ۲ درصد مردم هزینه برق مصرفی خود را به صورت حضوری پرداخت کرده و ۹۸ درصد وصولی شرکت به صورت غیر حضوری بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲ درصد رشد داشته است .

وی اظهار داشـت :در برنامه ۰۹۸ که از طرف وزارت نیرو ابلاغ شد با مدیریت بار و مصرف ، هم راستا با اهداف وزارت نیرو هیچ گونه خاموشی را به مشترکین تحمیل ننمودیم و خوشبختانه با برنامه ریزی مدون در تابستان ۹۸ این امر تحقق یافت که از این برنامه ها می توان به اصلاح تعرفه ،کاهش بار ۳۰ درصد صنایع بالای یک مگاوات ،تغییر ساعات کار ادارات ،جابجایی مصارف کشـاورزی ،به کار گیری مولدهای خود تامین ،اسـتفاده از ژنراتورهای ۷ نهاد دولتی و نظامی در ساعات پیک مصرف ،کنترل روشنایی معابر، به کار گیری نیروگاههای پراکنده و به کار گیری پنل های خورشیدی اشاره کرد و در ادامه نیز به مشترکینی که با این شرکت در پیک سایی تابستان همراهی شایسته ای نمودند نزدیک به ۶ میلیارد تومان پاداش پرداخت شد .

مدیر عامل شرکت توزیع برق اصفهان به تداوم فرهنگ سازی و نهادینه نمودن مدیریت مصرف در فصل زمستان اشاره کرد و گفت : این همکاری تنها معطوف به تابستان نیست بلکه برای فصل زمستان که احتمال خروج بعضی از واحدهای نیروگاهی گازسـوز پیش بینی می شد برنامه ریزی های مدونی نیز صورت گرفت .

وی در ادامـه تاکیـد کـرد : با راه اندازی نرم افزار نیما در سـطح شـرکت مشاهده آن لاین تعداد مشـترکین همکار در طرح های پیک سایی ،مشاهده تعداد کنتورهای فعال و قابل قرائت مشترکین همکار نیز به خوبی قابل رصد بود .

مدیر عامل شـرکت توزیع برق اصفهان گفت :تجزیه و تحلیل شبکه به طول ۱۵ هزار کیلومتر سـالهای قبل میدانی و با ابزار نیروی انسانی ،برداشت ،بررسی و کنترل و مدیریت می شد اما امروزه با توجه به پیاده سـازی نرم افزار سپاد به صورت کاملا فنی و اتوماتیک انجام می شود بـه طور قطع یکی از مهمترین چالش ها در شـرکت های توزیع وجود اطلاعات بار شـبکه هم در سطح فشار متوسـط و هم فشار ضعیف در زمانهای مختلف روز و سـال می باشد و این شرکت با پیاده سازی نرم افزار سپاد توانسته محاسبات بار را در این سامانه به درستی انجام دهد . این مقام مسئول خاطر نشان کرد :ماژول هایی بر روی این سامانه پیاده سـازی شده است که اطلاعات آن از بانک اطلاعات مصارف مشترکین و همچنین مشترکین نمونه (ژن) و اطلاعات کنتورهای هوشمند ،شبیه سـازی های لازم را از تمامی مشترکین انجام می دهد به نحوی که بار شـبکه توزیع در تمامی فیدرها و انشعابات فشـار ضعیف و متوسط و ترانسهای توزیع با دقت بالای ۹۰ درصد را محاسبه می نماید .

وی به یکی دیگر از نرم افزارهای کاربردی که در شـرکت توزیع برق اصفهان پیاده سازی شده است اشاره کرد و گفت : پس از گذر از پیک سـال ۹۷ با استفاده از تجربیات آن تابستان داغ و برنامه ریزی بلنـد مدت و همه جانبه برای عدم تکـرار آن در اولین روز آبان ماه سـال گذشته در جلسه ای با حضور وزیر نیرو دکتر اردکانیان و مدیر عامل شرکت توانیر مهندس متولی زاده در جمع مدیران ارشد صنعت برق کشـور در راسـتای برنامه گذر از پیک ۹۸ برگزار شد که به هر کدام از شـرکت ها علاوه بر ماموریت هـای عمومی و کلی ماموریت های ویژه ای بر اساس نوع فعالیت ها و تخصص آن شرکت ابلاغ شد و شـرکت توزیع برق اصفهان نیز دو ماموریت ویژه را که شامل الزام تدوین دستور العمل های و روش های اطلاع رسانی و پاسخگویی به مشترکین و دیگر تدوین شاخص ها ودستور العمل های رویت پذیری شبکه می باشد ، عهده دار شد

مدیرکل تبلیغات اسلامی گلستان: سپهبد سلیمانی پرچمدار مبارزه با استکبار جهانی بود

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: حجت‌الاسـلام نور الله ولی نژاد گفت: شهید سپهبد سلیمانی پرچمدار مبارزه با استکبار جهانی بود.به گزارش روابط عمومی اداره کل تبلیغات اسلامی گلستان، حجت‌الاسلام نور الله ولی نژاد در گفتگو با خبرنگاران ضمن تبریک و تسـلیت شهادت سردار شهید سلیمانی این مالک اشـتر زمان اظهار کرد: حاج قاسم سلیمانی به آرزویش رسید اما دشـمن هرگز به آرزویش نخواهد رسیدوی گفت: حاج قاسم سلیمانی یک شـخصیت جهانی بوده و تنها متعلق به ایران نبود؛ او به همه جهان اسلام و همه مستضعفین عالم تعلق داشت و این شهید مانند شهید بهشتی خاری در چشم دشمنان بود.مدیرکل تبلیغات اسلامی گلستان افزود: این شهید سردار بیداری بود که آرامش و قرار نداشت و دشمن در هر کوی و برزن او را حاضر می دیدوی با بیان اینکه مردم فلسطین عراق سوریه و همه مردم ایران او را در کنار خود می‌دیدند، اضافه کرد: سـردار سلیمانی عضو همه خانواده های مسـلمان، فرزند همه اقوام و مذاهب، محور اتحاد و برادری و همبسـتگی و شـخصیت ممتاز و متمایز چون مالک اشتر برای حضرت علی (ع) بود.عضو

شورای فرهنگ عمومی گلستان بیان کرد: شهید سپهبد سلیمانی، پرچمدار مبارزه با اسـتکبار جهانی و فرمانده بیدار و هوشیاری بود که نقشه و دست دشمن را می خواند و با حضور او دشمن قرار و آرامش نداشت و مالک اشتر رهبر انقلاب بود که می خروشـیدوی با اشـاره با رشادت های این سپهبد بزرگ تاکید کرد: امروز سـوریه مرهون مجاهدت سردار سلیمانی است، اگر امروز آمریکا در عراق جای پا ندارد مرهون مجاهدت اوسـت با حضور سردار سـلیمانی برای آمریکا حیثیت و آبرو باقی نمانده است.ولی نژاد ادامه داد: در کجای جهان مستضعفی بودکه سردار سلیمانی اعضاء خانواده او نباشد و همه قلب ها برای سردار می تپید و قلب سردار برای قلب رهبر انقلاب.وی با اشاره به اینکه آمریکا فکر می کند که پیروز است، افزود: این یک خیال واهی است، سردار سلیمانی یک سـردار نبود بلکه هزاران سردار سلیمانی دست پرورده او هسـتند و راه مبارزه به پایان نمی رسد بلکه راه گسترده تر خواهد شد و رویش های فراوان تری رخ خواهد داد.مدیرکل تبلیغات اسـلامی گلستان با بیان اینکه سردار سلیمانی رسـانه‌ای است ولی هزاران سردار غیر رسانه ای دیگر داریم، گفت: شهادت آرزوی سردار بود و به آرزویش رسید ولی دشمن قطعاً به آرزویش نخواهد رسیدوی خاطرنشان کرد: رهبر معظم انقلاب و همه مسـتضعفین عالم و دلداگان او در شهادتش خواهند گریست و دنیا بدانید که یک جهان و سردار سـلیمانی و بعد او هزاران سردار سلیمانی در جهان مشاهده خواهد شد.

افتتاح و آغاز به کار ۷۴ پروژه گازرسانی همزمان با دهه فجر انقلاب اسلامی در استان بوشهر

بوشـهر – خبرنگار فرصت امروز : مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر از بهره برداری و آغاز بکار ۷۴ پروژه گازرسـانی در اسـتان طی دهه فجر خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر مسلم رحمانی گفت: همزمان با چهل و یکمین سال انقلاب اسلامی،۳۸ پروژه درشهرستان های استان افتتاح و عملیات اجرایی ۳۶ پروژه در شهرسـتان های تنگستان، دشتستان و جم آغاز می شود. وی با بیان اینکه شرکت گازاستان بوشهر تاکنون اقدامات قابل قبولی را در بخش گازرسـانی به شهرها و روستاهای استان انجام داده گفت: در دهه فجر امسال ۷۴ طرح گازرسانی با اعتبار قریب به ۴۳۰ میلیارد ریال به بهره برداری می رسد. مدیرعامل شرکت گاز استان اضافه کرد: احداث ساختمان عملیات و امداد

شـهر ریز، توسعه گاز رسانی در شهرستان گناوه و گاز رسانی به ۳۶ صنعت در استان با اعتبار ۹۷ میلیارد ریال از پروژه های قابل افتتاح در دهه فجر امسال است. رحمانی بیان داشت: همزمان با ایام ا.. دهه فجر، عملیات اجرای گازرسانی به ۲۸ روستا وتوسعه شبکه گازرسانی در شهرستان های استان و همچنین تعداد۷ واحد صنعتی در شهرستان های گناوه و دیلم با اعتبار قریب به ۳۳۳ میلیارد ریال،آغاز خواهد شـد. مدیر عامل شرکت گاز استان در پایان گفت: در استان بوشهر روند گازرسانی به خوبی در حال انجام است و تا کنون بیش از ۶ هزار و ۹۰۰ کیلومتر شبکه گازرسانی در ۳۹ شهر و ۴۲۲ روستای استان اجرا و ضریب نفوذ گاز برای خانوار شهری ۹۹ درصد و خانوار روستایی۵/۹۶ درصد است شده است.

سی و هشتمین جشنواره فیلم فجر

اکران فیلم های جشنواره فجر در قم

قم – خبرنگار فرصت امروز : ۱۴ فیلم سی و هشتمین جشنواره فیلم فجر در دو سـینمای قم اکران می شـود. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشـاد اسلامی اسـتان قم، سیدموسی حسینی کاشانی در نشست خبری با اصحاب رسانه صبح یکشنبه ۱۳ بهمن ماه ۱۳۹۸ که در سالن جلسات شـهید سیدمرتضی آوینی برگزار شد، گفت: سینماهای ونوس و تربیت از ۱۵ لغایت ۲۱ بهمن در ۲ سانس عصر، فیلم های بیست و هشتمین جشنواره فیلم فجر را نمایش می‌دهند. حسینی کاشانی بهای بلیط فیلم های فجر را ۱۵ هزار تومان اعلام کرد و گفت: سـانس اول سینما تربیت ساعت ۱۷ و سینما ونوس ساعت ۱۷:۳۰ و سانس دوم سینما تربیت ساعت ۱۹:۳۰ و سینما ونوس ساعت ۲۰ می‌باشـد. وی در ادامه به معرفی فیلم‌های این دوره از جشنواره فیلم فجر پرداخت و گفت: فیلم های خروج به کارگردانی ابراهیم حاتمی کیا، تعارض به کارگردانی محمدرضا لطفی، پوسـت به کارگردانـی بهمن و بهرام ارک، خون شـد به کارگردانی مسعود کیمیایی، درخت گردو به کارگردانی محمدحسین

مهدویان، روز صفر به کارگردانی سعید ملکان، سینما شهر قصه به کارگردانی کیوان علیمحمدی، شـنای پروانه به کارگردانی محمد کارت، عامه پسـند به کارگردانی سهیل بیرقی، مردن در آب مطهر به کارگردانی نوید محمدی، آبان یازده ۶۰ به کارگردانی مهرداد خوشبخت، ابر بارانش گرفته به کارگردانی مجید بزرگـر، بی صدا حلزون به کارگردانی بهمن دزفولی زاده و پدران به کارگردانی سـالم صلواتی فیلم هایی هستند که از ۱۵ تا ۲۱ بهمن ماه در قالب جشنواره فیلـم فجر در قم به نمایش در می آیند. مدیرکل فرهنگ و ارشـاد اسـلامی همچنین از اکران ۵ فیلم سینمای کودک در استان خبر داد و گفت: فیلم های کاتی و سـتاره، منطقه پرواز ممنوع، تورنا ۲، قطار آن شـب و ۲۳ نفر از جمله فیلم هایی هستند که در سانس ۱۰ صبح سینما تربیت به صورت رایگان اکران می شـوند. وی در ادامه به برگزاری کنگره ملی شهدای استان در سال آینده اشاره کرد و افزود: سمت و سوی جشنواره فیلم فجر امسال معطوف به کنگره ملی شهداست. رئیس کنگره ملی شهدای قم نیز در این جلسه گفت: شهادت و مقاومت محور اصلی سی و هشتمین جشنواره فیلم فجر است. احمد حاجی زاده با تاکید بر اجرای فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی با نام و یاد شهدا گفت: دستگاهها و نهادهای استان، باید با بررسی دقیق ذائقه جوانان، تولید محتوای متناسب با فرهنگ ایثار و شهادت داشته باشند.

بررسی ترندهای احتمالی دنیای فناوری و کسب و کار

تحول دنیای کسب و کار با فناوری هوش مصنوعی و یادگیری عمیق

به قلم: بث کیندینگ کارشناس فناوری و کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

فناوری هوش مصنوعی در طول یک دهه گذشته بحث‌های بسیار زیادی را ایجاد کرده است. نسل جدید هوش مصنوعی در زمینه کسب و کار و سایر بخش‌های زندگی روزمره حرف‌های زیادی برای گفتن دارد. به همین خاطر بسیاری از برندها از مدت‌ها قبل به سراغ استفاده از مزیت‌های این فناوری رفته‌اند. مزیت اصلی این فناوری امکان بازگشت سرمایه‌گذاری برندها در مدت زمانی کوتاه است. امروزه اغلب برندها در تلاش برای سرمایه‌گذاری و دریافت نتیجه در کوتاه‌ترین زمان ممکن هستند بنابراین چه چیزی بهتر از فناوری هوش مصنوعی خواهد بود؟

برندهای بسیار زیادی در طول سال‌های اخیر بر روی هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری کرده‌اند. به عنوان مثال، شرکت آلفابت در سال ۲۰۱۸ مبلغ ۳،۳۵ میلیارد دلار برای توسعه طرح‌های مرتبط با هوش مصنوعی و فناوری یادگیری عمیق اختصاص داد. این سرمایه‌گذاری در سال‌های بعد نیز با افت و خیزی محسوس ادامه پیدا کرد. امروزه بسیاری از غول‌های دنیای کسب و کار به دنبال استفاده از مزیت‌های نسل جدید هوش مصنوعی هستند. برندهایی نظیر بایدو، فیس‌بوک، تسلا، علی بابا، مایکروسافت و آمازون تنها بخشی از این فهرست بلند بالا هستند.

اگرچه اغلب برندهای بزرگ نسبت به مزیت‌های هوش مصنوعی آگاهی دارند، اما مزیت‌های این فناوری فقط محدود به آنها نیست. تقریبا تمام برندها در هر سطح و حوزه‌ای توانایی بهره‌مندی از مزیت‌های هوش مصنوعی را دارند. نکته مهم در این میان عدم آگاهی اغلب برندها و شرکت‌های معمولی از مزیت‌های هوش مصنوعی است. همین امر موجب ناتوانی آنها در زمینه کاهش هزینه‌های‌شان و افزایش سودآوری شده است.

یکی از فناوری‌های همراه هوش مصنوعی تحت عنوان یادگیری عمیق شناخته می‌شود. یادگیری عمیق به دستگاه‌ها و پلتفرم‌های هوشمند امکان یادگیری نکات تازه بدون نیاز به تعریف بانک اطلاعاتی وسیع از سوی توسعه‌دهنده اصلی را می‌دهد. این امر به معنای واقعی تحولی در عرصه کسب و کار و تبادل اطلاعات محسوب می‌شود. هدف اصلی من در این مقاله بررسی مزیت‌ها و فرصت‌های تازه همراه فناوری هوش مصنوعی و یادگیری عمیق است. این مزیت‌ها در مدت‌زمانی کوتاه بدل به ترندهای اصلی حوزه کسب و کار خواهد شد.

۱.امکان یادگیری خودکار سیستم‌های دارای هوش مصنوعی

دهه پیش‌رو برترین انسان یا روبات‌های دارای هوش مصنوعی در زمینه‌های مختلفی نظیر جراحی‌های پیچیده و خدماتدرمانی را نشان خواهد داد. شاید تا پیش از این مدیریت عمل‌های جراحی از سوی روبات‌های هوشمند فقط رویایی دست‌نیافتنی محسوب می‌شد، اما اکنون رنگ واقعیت به خود گرفته است.

امروزه بسیاری از کارشناس‌های حوزه درمان و سلامت بر روی خطاهای انسانی در فرآیند عمل جراحی یا دیگر عملیات‌های حساس تاکید دارند. این امر باعث افزایش توجه به فناوری هوش مصنوعی برای کاهش حداکثری احتمال بروز خطا شده است. وقتی ما در فرآیندهای حساس به جای نیروی انسانی بر روی هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری کنیم، نتیجه بهتری نیز خواهیم گرفت. نکته مهم در این میان نظارت کارشناس‌های حرفه‌ای بر روی کار دستگاه‌های هوشمند است. در غیر این صورت فرآیندهای موردنظر همراه با خطرهای بسیار زیادی خواهد بود.

۲.پاسخگویی هوشمند به مشتریان

مرکز سلامت ایالات متحده در سال ۲۰۱۷ تعداد باورنکردنی ۳۶ میلیون تماس را دریافت کرده است. بدون تردید پاسخگویی به این حجم از تماس‌ها از عهده هر تیم روابط عمومی خارج خواهد بود. همین امر موجب افزایش تمایل به استفاده از هوش مصنوعی در زمینه پاسخگویی به تماس‌های تلفنی و به طور کلی هرگونه ارتباط مشتریان با سازمان‌ها شده است. وقتی ما از اپراتور هوشمند برای پاسخگویی به کاربران استفاده کنیم، کیفیت راهنمایی و هدایت متقاضیان به نحو قابل توجهی افزایش خواهد یافت. این امر با طراحی یک پروتکل مشخص برای دستگاه‌های هوشمند و استفاده از فناوری یادگیری عمیق برای به‌روز رسانی مداوم اطلاعات صورت می‌گیرد.

امروزه برخی از برندهای بزرگ برای پاسخگویی به کاربران در شبکه‌های اجتماعی یا سایر کانال‌های ارتباطی از فناوری هوش مصنوعی استفاده می‌کنند. این امر کیفیت پاسخگویی برندها را به طور قابل توجهی افزایش می‌دهد. اغلب برندها با استفاده از این ترند توانایی کاهش هزینه‌های جاری‌شان را خواهند داشت. به این ترتیب فرصت سرمایه‌گذاری هرچه بیشتر بر روی حوزه‌های ضروری‌تر کسب و کار فراهم می‌شود.

۳. سرمایه‌گذاری غول‌های خرده‌فروشی بر روی فناوری هوش مصنوعی

خرده‌فروشی‌های بزرگ و شرکت‌های مهم همیشه نیازمند ارتباط نزدیک و سریع با مشتریان هستند. برندهای والمارت و Procter & Gamble در یکی از کنفرانس‌های مربوط به دنیای کسب و کار از طرح‌شان برای خلق تجربه هوشمند در زمینه خرید آنلاین پرده برداشته‌اند. بدون تردید اغلب مشتریان به هنگام خرید به دنبال دریافت توصیه‌های کاربردی در مورد محصولات مختلف هستند. این امر در بسیاری از موارد موجب افزایش تمایل مشتریان به خرید حضوری در مقایسه با شیوه‌های خرید آنلاین می‌شود. اکنون خرده‌فروشی‌های بزرگ در تلاش برای ارائه تجربه‌ای هوشمند به مشتریان هستند. این امر در هر دو حالت آنلاین و حضوری کاربرد دارد. به عنوان مثال، خرده‌فروشی تارگت در تلاش برای تعبیه پنل‌های هوشمند در قفسه‌های مختلف به منظور بیان اطلاعات کاربردی و پاسخگویی به مشکلات و پرسش‌های مشتریان است. این امر سرعت پاسخگویی به مشتریان را افزایش داده و همچنین هزینه موردنیاز برای استخدام کارشناس فروش را نیز کاهش می‌دهد. یکی از تجربه‌های زجرآور در زمینه خرید از خرده‌فروشی‌های بزرگ صف‌های طولانی برای پرداخت هزینه محصولات است. این امر نقش مهمی در توسعه خرده‌فروشی‌های آنلاین داشته است. به این ترتیب اغلب افراد به جای خرید از خرده‌فروشی‌های حضوری به سراغ رقبای آنلاین رفته‌اند. طرح نوآورانه خرده‌فروشی‌هایی نظیر تارگت استفاده از هوش مصنوعی برای افزایش سرعت محاسبه قیمت محصولات است. به این ترتیب ما پس از انتخاب محصولات موردنیاز به سرعت از گیت خرید عبور می‌کنیم. سپس هزینه کالاهای خریداری‌شده به طور هوشمند از حساب ما کسر خواهد شد. این امر نقش مهمی در بهبود تجربه مشتریان از خرید آنلاین دارد.

۴.پاسخگویی به چالش‌های حریم خصوصی

حریم خصوصی و احترام به آن در فضای آنلاین برای بسیاری از افراد اهمیت بسیار زیادی دارد. در همین دهه گذشته بسیاری از شرکت‌ها در معرض اتهام سودجویی از اطلاعات مشتریان و کاربران قرار گرفته‌اند. این امر به خوبی در پرونده فیس‌بوک در زمینه درز و فروش اطلاعات کاربران قابل مشاهده است. اگر برندهای بزرگ در زمینه تجارت آنلاین توانایی پاسخگویی مناسب به نگرانی کاربران در مورد حریم شخصی‌شان را نداشته باشند، به زودی با مشکلات بسیار بزرگی مواجه خواهند شد.

موفق‌ترین برند در زمینه استفاده از فناوری هوش مصنوعی برای بهبود وضعیت حریم شخصی کاربران نت‌فلیکس است. این برند با استفاده از نسخه جدید هوش مصنوعی اطلاعات کاربران را از مبدأ کدگذاری می‌کند. به این ترتیب دسترسی به این اطلاعات برای کارشناس‌های نت‌فلیکس نیز دشوار خواهد بود. البته نت‌فلیکس در زمینه شخصی‌سازی اطلاعات و برنامه‌ای پیشنهادی اقدام به جلب رضایت کاربران می‌کند. به این ترتیب بخشی از اطلاعات آنها برای بهبود تجربه استفاده از نت‌فلیکس، با رضایت مستقیم خودشان، در اختیار کارشناس‌های نت‌فلیکس قرار می‌گیرد. این امر به طور کلی با فرآیند درز اطلاعات محرمانه و مهم کاربران تفاوت دارد بنابراین جای نگرانی برای کاربران نت‌فلیکس و سایر غول‌های آنلاین نخواهد بود.

نت‌فلیکس در زمینه بهبود تجربه کاربران اقدام به سرمایه‌گذاری بر روی فناوری یادگیری عمیق نیز کرده است. این امر امکان فراهم‌سازی پیشنهادهای مطابق با سلیقه منحصر به فرد هر کاربر برای نت‌فلیکس را افزایش داده است. به این ترتیب میزان رضایت کلی کاربران از نت‌فلیکس به شدت افزایش خواهد یافت.

۵.آمادگی برای استفاده از دستیارهای هوشمند

ما در طول سال‌های آینده هرچه بیشتر از دستیارهای هوشمند خواهیم شنید. اگر اکنون دستیار اغلب بازاریاب‌ها و مدیران‌عامل افراد حرفه‌ای هستند، تا چند سال دیگر دستیارهای هوشمند جای آنها را خواهند گرفت. این فناوری در زمینه زندگی روزمره ما نیز تاثیرگذار است. به عنوان مثال، دسترسی به اطلاعات کاربردی دیگر نیازمند اختصاص زمان طولانی و جست‌وجو در اینترنت نخواهد بود. استفاده از دستیارهای هوشمند مزیت دسترسی سریع و بی‌دردسر به اطلاعات مهم را دارد. این دستیارها در زمینه برنامه‌ریزی رویدادها و یادآوری نیز مهارت بالایی دارند. مهم‌ترین ویژگی دستیارهای هوشمند در ترکیب با فناوری یادگیری عمیق امکان افزایش اطلاعات و تخصص‌شان در حوزه‌های مورد علاقه و نیاز ماست. به این ترتیب چنین دستگاه‌هایی توصیه‌ها و اطلاعات کاربردی‌تری در طول زمان ارائه خواهند کرد. بی‌تردید این امر برای هر کاربری موجب ایجاد تجربه‌ای لذت‌بخش خواهد شد. برندهایی نظیر آمازون، گوگل، فیس‌بوک و اپل در زمینه تولید دستیارهای هوشمند سرمایه‌گذاری عظیمی کرده‌اند. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای دنیای کسب و کار است. برند ما نیز برای حضور در میان برندهای بزرگ و موفق چاره‌ای جز توجه هرچه بیشتر به دستیارهای هوشمند نخواهند داشت.

منبع: forbes

سازمان آگهی‌ها
۸۶۰۷۳۱۴۳

مفقودی

برگ سبز وسیله نقلیه نوع: وانت سیستم :پیکان تیپ: ۱۶۰۰i برنگ :سفید روغنی مدل ۱۳۸۲ به شماره موتور ۱۱۵۳۸۲۱۱۳۳۱ به شماره شاسی ۸۲۹۱۱۳۶۸ به شماره پلاک خودرو ۸۳۲ ط ۳۳ ایران ۷۹ بنام رسول رودباری مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

مفقودی

برگ سبز وسند کمپانی وسیله نقلیه نوع: کامیون کشنده واوو مدل ۱۳۸۴ به شماره موتور ۴۷۸۴۱۱ به شماره شاسی YV۲AN۶۰D۹۵T۸۵۶۳۵۵ به شماره پلاک خودرو ۳۳۴ ع ۱۳ ایران ۷۹ مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو وانت پیکان مدل ۱۳۹۳ به شماره موتور NAAA۳۶AA۸EG۶۷۹۵۸۳ شماره شاسی ۱۱۸P۰۰۸۰۹۹۱ شماره انتظامی ۶۷۴ ه ۸۶ ایران ۲۱ به نام آقای آرش افشاری به شماره ملی ۲۹۴۹۸۹۶۴۱۳ مفقود و از درجه ی اعتبارساقط میباشد.

شهرقدس

آگهی تحدید حدود اختصاصی

آقای فرامرز زارعی فرزند کرم بیک به استناد پرونده شماره ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۱۰۰۰۰۰۲۵ صدور سند مالکیت ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۳۸۲۹۴،۳۴ مترمربع واقع در قریه صفرین پلاک ۱۲۹ فرعی از ۴۳- اصلی بخش ۱۷ قزوین را درخواست نموده است که رسیدگی پرونده فوق منجر به صدور رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۹۰۱۰۰۰۰۶۲۴ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۲۶ هیات تعیین تکلیف گردیده و مورد تائید قرارگرفته است لیکن چون مورد تقاضای فوق تاکنون تحدید حدود نشده است لذا تحدید حدود پلاک مذکور در روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۱ در ساعت ۹ صبح به اتفاق نماینده و نقشه بردار این واحد در محل وقوع ملک بعمل خواهد آمد بدینوسیله به مالکین مجاور اخطار میشود در روز وساعت مقرر در آگهی در محل حضور بهم رسانند مجاورین معترض که در محل حضور نداشته باشند میتوانند طبق ماده ۲۰قانون ثبت از تنظیم صورت مجلس تحدیدی لغایت ۳۰ روز اعتراض خود را به این اداره تحویل و با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح و یا قضائی تسلیم و گواهی لازم را به این اداره تحویل نمایند.

تاریخ انتشار:۱۳۹۸/۱۱/۱۵

سراج مراقی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک الموت غربی قزوین

آگهی تحدید حدود اختصاصی

آقای فرامرز زارعی فرزند کرم بیک به استناد پرونده شماره ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۱۰۰۰۰۰۲۴ صدور سند مالکیت ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۳۳۰۹،۶۹ مترمربع واقع در قریه صفرین پلاک ۱۲۸ فرعی از ۴۳- اصلی بخش ۱۷ قزوین را درخواست نموده است که رسیدگی پرونده فوق منجر به صدور رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۹۰۱۰۰۰۰۶۳۲ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۲۶ هیات تعیین تکلیف گردیده و مورد تائید قرارگرفته است لیکن چون مورد تقاضای فوق تاکنون تحدید حدود نشده است لذا تحدید حدود پلاک مذکور در روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۱ در ساعت ۹ صبح به اتفاق نماینده و نقشه بردار این واحد در محل وقوع ملک بعمل خواهد آمد بدینوسیله به مالکین مجاور اخطار میشود در روز وساعت مقرر در آگهی در محل حضور بهم رسانند مجاورین معترض که در محل حضور نداشته باشند میتوانند طبق ماده ۲۰قانون ثبت از تنظیم صورت مجلس تحدیدی لغایت ۳۰ روز اعتراض خود را به این اداره تحویل و با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح و یا قضائی تسلیم و گواهی لازم را به این اداره تحویل نمایند.

تاریخ انتشار:۱۳۹۸/۱۱/۱۵

سراج مراقی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک الموت غربی قزوین

آگهی تحدید حدود اختصاصی

آقای فرامرز زارعی فرزند کرم بیک به استناد پرونده شماره ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۱۰۰۰۰۰۲۳ صدور سند مالکیت ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۶۸۴۶،۷۲ مترمربع واقع در قریه صفرین پلاک ۱۲۷ فرعی از ۴۳- اصلی بخش ۱۷ قزوین را درخواست نموده است که رسیدگی پرونده فوق منجر به صدور رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۹۰۱۰۰۰۰۶۳۷ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۲۶ هیات تعیین تکلیف گردیده و مورد تائید قرارگرفته است لیکن چون مورد تقاضای فوق تاکنون تحدید حدود نشده است لذا تحدید حدود پلاک مذکور در روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۱ در ساعت ۹ صبح به اتفاق نماینده و نقشه بردار این واحد در محل وقوع ملک بعمل خواهد آمد بدینوسیله به مالکین مجاور اخطار میشود در روز وساعت مقرر در آگهی در محل حضور بهم رسانند مجاورین معترض که در محل حضور نداشته باشند میتوانند طبق ماده ۲۰قانون ثبت از تنظیم صورت مجلس تحدیدی لغایت ۳۰ روز اعتراض خود را به این اداره تحویل و با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح و یا قضائی تسلیم و گواهی لازم را به این اداره تحویل نمایند.

تاریخ انتشار:۱۳۹۸/۱۱/۱۵

سراج مراقی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک الموت غربی قزوین

آگهی تحدید حدود اختصاصی

آقای فرامرز زارعی فرزند کرم بیک به استناد پرونده شماره ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۱۰۰۰۰۰۲۱ صدور سند مالکیت ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۱۰۶۲،۲۴ مترمربع واقع در قریه صفرین پلاک ۱۲۵ فرعی از ۴۳- اصلی بخش ۱۷ قزوین را درخواست نموده است که رسیدگی پرونده فوق منجر به صدور رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۹۰۱۰۰۰۰۶۳۳ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۲۶ هیات تعیین تکلیف گردیده و مورد تائید قرارگرفته است لیکن چون مورد تقاضای فوق تاکنون تحدید حدود نشده است لذا تحدید حدود پلاک مذکور در روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۱ در ساعت ۹ صبح به اتفاق نماینده و نقشه بردار این واحد در محل وقوع ملک بعمل خواهد آمد بدینوسیله به مالکین مجاور اخطار میشود در روز وساعت مقرر در آگهی در محل حضور بهم رسانند مجاورین معترض که در محل حضور نداشته باشند میتوانند طبق ماده ۲۰قانون ثبت از تنظیم صورت مجلس تحدیدی لغایت ۳۰ روز اعتراض خود را به این اداره تحویل و با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح و یا قضائی تسلیم و گواهی لازم را به این اداره تحویل نمایند.

تاریخ انتشار:۱۳۹۸/۱۱/۱۵

سراج مراقی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک الموت غربی قزوین

آگهی تحدید حدود اختصاصی

آقای فرامرز زارعی فرزند کرم بیک به استناد پرونده شماره ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۱۰۰۰۰۰۲۲ صدور سند مالکیت ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۴۰۷۰،۷۳ مترمربع واقع در قریه صفرین پلاک ۱۲۶ فرعی از ۴۳- اصلی بخش ۱۷ قزوین را درخواست نموده است که رسیدگی پرونده فوق منجر به صدور رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۹۰۱۰۰۰۰۶۲۵ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۲۶ هیات تعیین تکلیف گردیده و مورد تائید قرارگرفته است لیکن چون مورد تقاضای فوق تاکنون تحدید حدود نشده است لذا تحدید حدود پلاک مذکور در روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۱ در ساعت ۹ صبح به اتفاق نماینده و نقشه بردار این واحد در محل وقوع ملک بعمل خواهد آمد بدینوسیله به مالکین مجاور اخطار میشود در روز وساعت مقرر در آگهی در محل حضور بهم رسانند مجاورین معترض که در محل حضور نداشته باشند میتوانند طبق ماده ۲۰قانون ثبت از تنظیم صورت مجلس تحدیدی لغایت ۳۰ روز اعتراض خود را به این اداره تحویل و با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح و یا قضائی تسلیم و گواهی لازم را به این اداره تحویل نمایند.

تاریخ انتشار:۱۳۹۸/۱۱/۱۵

سراج مراقی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک الموت غربی قزوین

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۱۰۱۴۸ مترمربع به پلاک ثبتی ۸۶ فرعی از ۸۰-اصلی بخش ۱۷ قزوین که سند مالکیت آن به شماره چاپی ۰۷۳۰۲۵۳ الف ۸۷ بنام آقای نظرعلی رشوند صادر و تسلیم گردیده است سپس به موج خلاصه معامله شماره ۹۷۵ مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۱۸ دفتر اسناد رسمی شماره ۴۸ قزوین به آقای کتابعلی رشوند انتقال قطعی گردیده است سپس مالک با ارائه ۲ برگ استشهادیه که به امضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۹۳۱۲ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۲۵ توسط دفترخانه ۴۸ قزوین گواهی امضاء گردیده منضم به تقاضای کتبی مدعی است که اصل سند مالکیت به علت مفقودی از بین رفته و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی ملک مزبور را نموده اند لذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت مزبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا مدارک مثبته تسلیم نماید بدیهی است پس از تنظیم صورتمجلس مربوطه اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند منوط به صدور دادنامه از مراجع دی صلاح قضائی خواهد بود و در غیر این صورت پس از انقضاء مهلت مذکور و عدم اعتراض این اداره نسبت به صدور سند مالکیت المثنی پلاک فوق اقدام خواهد نمود.

سراج مراقی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک الموت غربی قزوین

تاسیس شرکت با مسئولیت محدود صخره صنعت کوهپایه در تاریخ ۱۳۹۸،۰۹،۱۶ به شماره ثبت ۹۸۵۱ به شناسه ملی ۱۴۰۰۸۸۱۸۶۲۲ ثبت و امضا ذیل دفاتر تکمیل گردیده که خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم آگهی میگردد.

موضوع فعالیت :صادرات و واردات و خرید و فروش کلیه کالاهای مجاز بازرگانی • تهیه و توزیع انواع آهن آلات و ضایعات انواع فلزات (مس - سرب - آهن الومینیوم - برنج)مصالح ساختمانی •سیم و کابل لوازم برقی •لوازم خانگی • تجهیزات مخابراتی •قطعات کامپیوتری •مواد غذایی• مواد شیمیایی و پتروشیمی •روغن صنعتی - انواع ماشین آلات و قطعات یدکی •مواد پلاستیکی نخ• لاستیک و کاغذ درصورت لزوم پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط.

مدت فعالیت : از تاریخ ثبت به مدت نامحدود.

مرکز اصلی : استان کهگیلویه وبویراحمد ، شهرستان بویراحمد ، بخش مرکزی ، شهر یاسوج، محله دادگستری ، خیابان سروش ، خیابان شهید قدوسی ، پلاک ۰ ، طبقه همکف کدپستی ۷۵۹۱۷۶۶۳۳۵ سرمایه شخصیت حقوقی عبارت است از مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰ ریال نقدی میزان سهم الشرکه هر یک از شرکا آقای مرتضی عباسی به شماره ملی ۰۰۶۶۰۸۵۱۲۸ دارنده ۵۰۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه خانم بیگم جانی پور به شماره ملی ۴۲۳۰۳۵۹۹۹۳ دارنده ۵۰۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه اعضا هیئت مدیره آقای مرتضی عباسی به شماره ملی ۰۰۶۶۰۸۵۱۲۸و به سمت رئیس هیئت مدیره به مدت نامحدود و به سمت عضو هیئت مدیره به مدت نامحدود خانم بیگم جانی پور به شماره ملی ۴۲۳۰۳۵۹۹۹۳و به سمت مدیرعامل به مدت نامحدود و به سمت عضو هیئت مدیره به مدت نامحدود.

دارندگان حق امضا : حق امضا کلیه اوراق و اسناد رسمی و تعهدآور بانکی شرکت از قبیل چک، سفته، بروات و قراردادها و نامه های عادی و اداری به امضاء بیگم جانی پور(مدیر عامل و عضو اصلی هیئت مدیره) همراه با مهر شرکت معتبر می باشد.

اختیارات مدیر عامل :طبق اساسنامه روزنامه کثیر الانتشار فرصت امروز جهت درج آگهی های شرکت تعیین گردید.

ثبت موضوع فعالیت مذکور به منزله اخذ و صدور پروانه فعالیت نمی باشد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه وبویراحمد اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری یاسوج (۷۵۹۳۳۲)

تاسیس شرکت با مسئولیت محدود صخره صنعت تکتاز در تاریخ ۱۳۹۸،۰۹،۱۰ به شماره ثبت ۹۸۳۹ به شناسه ملی ۱۴۰۰۸۸۰۴۶۸۱ ثبت و امضا ذیل دفاتر تکمیل گردیده که خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم آگهی میگردد.

موضوع فعالیت :صادرات و واردات و خرید و فروش کلیه کالاهای مجاز بازرگانی • تهیه و توزیع انواع آهن آلات و ضایعات انواع فلزات (مس - سرب - آهن الومینیوم - برنج)مصالح ساختمانی •سیم و کابل لوازم برقی •لوازم خانگی • تجهیزات مخابراتی •قطعات کامپیوتری •مواد غذایی• مواد شیمیایی و پتروشیمی •روغن صنعتی - انواع ماشین آلات و قطعات یدکی •مواد پلاستیکی نخ• لاستیک و کاغذ درصورت لزوم پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط.

مدت فعالیت : از تاریخ ثبت به مدت نامحدود.

مرکز اصلی : استان کهگیلویه وبویراحمد ، شهرستان بویراحمد ، بخش مرکزی ، شهر یاسوج، محله دادگستری ، خیابان سروش ، خیابان شهید قدوسی ، پلاک ۰ ، طبقه همکف کدپستی ۷۵۹۱۷۶۶۳۳۵ سرمایه شخصیت حقوقی عبارت است از مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰ ریال نقدی میزان سهم الشرکه هر یک از شرکا آقای احمد رستمی حسن آباد به شماره ملی ۴۲۳۰۳۵۸۲۹۶ دارنده ۵۰۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه خانم بیگم جانی پور به شماره ملی ۴۲۳۰۳۵۹۹۹۳ دارنده ۵۰۰۰۰۰ ریال سهم الشرکه اعضا هیئت مدیره آقای احمد رستمی حسن آباد به شماره ملی ۴۲۳۰۳۵۸۲۹۶و به سمت مدیرعامل به مدت نامحدود و به سمت عضو هیئت مدیره به مدت نامحدود خانم بیگم جانی پور به شماره ملی ۴۲۳۰۳۵۹۹۹۳و به سمت رئیس هیئت مدیره به مدت نامحدود و به سمت عضو هیئت مدیره به مدت نامحدود.

دارندگان حق امضا : حق امضا کلیه اوراق و اسناد رسمی و تعهدآور بانکی شرکت از قبیل چک، سفته، بروات و قراردادها و نامه های عادی و اداری به امضاءاحمد رستمی حسن آباد(مدیر عامل و عضو اصلی هیئت مدیره) همراه با مهر شرکت معتبر می باشد.

اختیارات مدیر عامل : طبق اساسنامه روزنامه کثیر الانتشار فرصت امروز جهت درج آگهی های شرکت تعیین گردید.

ثبت موضوع فعالیت مذکور به منزله اخذ و صدور پروانه فعالیت نمی باشد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه وبویراحمد اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری یاسوج (۷۵۹۳۲۶)

آگهی تغییرات شرکت ماهان راه کاوه(با مسئولیت محدود) به شماره ثبت ۲۳۲۳ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۴۹۰۸۵۰

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۸،۰۵،۱۶ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : آقای مهدی طاهرخانی باکدملی ۴۳۹۱۳۳۸۰۰۹ به سمت مدیرعامل وعضو هیئت مدیره آقای میلاد طاهرخانی باکدملی ۴۳۸۰۳۹۲۷۱۶ به سمت رئیس هیئت مدیره خانم طاهره رحمانی باکدملی ۴۳۹۱۳۷۷۳۹۱ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره انتخاب گردیدند. کلیه اسناد تعهدآور و اوراق بهادار از قبیل چک و سفته و بروات و امضاء قراردادها و عقود اسلامی و نامه های عادی و مکاتبات اداری با مدیرعامل منفردا همراه با مهر شرکت معتبر می باشد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان قزوین مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تاکستان (۷۵۸۸۶۳)

آگهی تغییرات شرکت ماهان راه کاوه (با مسئولیت محدود) به شماره ثبت ۲۳۲۳ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۴۹۰۸۵۰

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۸،۰۵،۱۶ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : آقای مهدی طاهرخانی باکدملی ۴۳۹۱۳۳۸۰۰۹ و آقای میلاد طاهرخانی باکدملی ۴۳۸۰۳۹۲۷۱۶ و خانم طاهره رحمانی باکدملی ۴۳۹۱۳۷۷۳۹۱ به سمت اعضای هیئت مدیره برای مدت نامحدود انتخاب گردیدند.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان قزوین مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تاکستان (۷۵۸۸۶۲)

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۳۲۰۰۵۴۷۶ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۲۱و هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی ایمعلی شیرعلی نیا فرزند شیرعلی بشماره شناسنامه ۱ صادره از ماسال در ششدانگ یک قطعه زمین محصور به مساحت ۴۰۲/۰۷ متر مربع مشتمل بر یکباب خانه به مساحت ۷۱/۶۴ متر مربع پلاک ۱۰۹۹ فرعی از ۱۰ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۹۱ فرعی از ۱۰ اصلی واقع در قریه وشمه سرا بخش ۲۶ گیلان خریداری از مالک رسمی کاظم شیرعلی نیا محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۸/۱۱/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۸/۱۱/۳۰

۹۱۳۹۷۵ارمان کاظمی – رئیس ثبت اسناد و املاک

آگهی تحدید حدود اختصاصی

آقای اله یار یعقوبی فرزند نازعلی به استناد پرونده شماره ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۱۰۰۰۰۰۰۶ صدور سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۹۷۸۱،۵۳ مترمربع واقع در مزرعه اسپراهان پلاک ۵ فرعی از ۵۶- اصلی بخش ۱۷ قزوین را درخواست نموده است که رسیدگی پرونده فوق منجر به صدور رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۹۰۱۰۰۰۰۳۵۰ مورخ۱۳۹۸/۰۵/۲۳ هیات تعیین تکلیف گردیده و مورد تائید قرارگرفته است لیکن چون مورد تقاضای فوق تاکنون تحدید حدود نشده است لذا تحدید حدود پلاک مذکور در روز شنبه مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۰ در ساعت ۹ صبح به اتفاق نماینده و نقشه بردار این واحد در محل وقوع ملک بعمل خواهد آمد بدینوسیله به مالکین مجاور اخطار میشود در روز وساعت مقرر در آگهی در محل حضور بهم رسانند مجاورین معترض که در محل حضور نداشته باشند میتوانند طبق ماده ۲۰قانون ثبت از تنظیم صورت مجلس تحدیدی لغایت ۳۰ روز اعتراض خود را به این اداره تحویل و با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح و یا قضائی تسلیم و گواهی لازم را به این اداره تحویل نمایند.

تاریخ انتشار:۱۳۹۸/۱۱/۱۵

سراج مراقی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک الموت غربی قزوین

آگهی تحدید حدود اختصاصی

آقای حمیدرضا قاسمی فرزند امیدعلی به استناد پرونده شماره ۱۳۹۷۱۱۴۴۰۹۰۱۰۰۰۰۰۴۰ صدور سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۷۲۸،۴۹ مترمربع واقع در قریه لتر پلاک ۳ فرعی از ۶۷- اصلی بخش ۱۷ قزوین را درخواست نموده است که رسیدگی پرونده فوق منجر به صدور رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۹۰۱۰۰۰۰۱۷۷ مورخ ۱۳۹۸/۰۳/۲۳ هیات تعیین تکلیف گردیده و مورد تائید قرارگرفته است لیکن چون مورد تقاضای فوق تاکنون تحدید حدود نشده است لذا تحدید حدود پلاک مذکور در روز شنبه مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۰ در ساعت ۱۱ صبح به اتفاق نماینده و نقشه بردار این واحد در محل وقوع ملک بعمل خواهد آمد بدینوسیله به مالکین مجاور اخطار میشود در روز وساعت مقرر در آگهی در محل حضور بهم رسانند مجاورین معترض که در محل حضور نداشته باشند میتوانند طبق ماده ۲۰قانون ثبت از تنظیم صورت مجلس تحدیدی لغایت ۳۰ روز اعتراض خود را به این اداره تحویل و با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح و یا قضائی تسلیم و گواهی لازم را به این اداره تحویل نمایند.

تاریخ انتشار:۱۳۹۸/۱۱/۱۵

سراج مراقی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک الموت غربی قزوین

اگهی ابلاغ

آگهی ابلاغ اجرائیه کلاسه ۹۸۰۰۱۵۵

بدینوسیله به خانم ثریا دشتی فرزند علی نجات متولد ۱۳۵۷/۰۷/۰۱ شماره ملی ۱۱۷ - ۴۲۶۹۷۶۰ شناسنامه شماره ۷ و آقای فرهاد صابری نسب فرزند عباس متولد ۱۳۳۵/۰۱/۱۷ شماره ملی ۴۲۶۸۸۴۴۸۰۵ شناسنامه شماره ۶۵۱۵ بدهکار و ضامن در پرونده کلاسه ۹۸۰۰۱۵۵ که برابر گزارش مورخ ۹۸/۹/۱۰ مامور ابلاغ (پست) به ترتیب به نشانی ۱- گچساران کوچه ۶ فردوسی منزل قربانی و ۲- گچساران رزمندگان کوچه ۱۰ شاهد شناخته نگردیده اید ابلاغ می گردد که برابر قرارداد شماره ۱۵۴۴۹۶۵۱۸۸۱۱ مورخ ۹۴/۱۲/۱۰ بین شما و بانک قوامین شعبه نفت گچساران مبلغ ۱۱۹/۱۴۶/۸۱۰ ریال که روزانه مبلغ ۱۵۹/۰۰۰ اضافه می گردد و حقوق دولتی ، بدهکار می باشید که بر اثر عدم پرداخت وجه بستانکار درخواست صدور اجرائیه نموده و پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و به کلاسه ۹۸۰۰۱۵۵ در این اجراء مطرح می باشد لذا طبق ماده ۱۸/۱۹ آئین نامه اجرائی مفاد اسناد رسمی به شما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه درج و منتشر می گردد ظرف مدت (۱۰) ده روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ودر غیر این صورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد .

مسئول واحد اجرای اسناد رسمی دوگنبدان قدرت اله اله کرم پور

آگهی ابلاغ

آگهی ابلاغ اجرائیه کلاسه ۹۸۰۰۱۵۶

بدینوسیله به آقای فرشاد شیروانی فرزند بهزاد متولد ۱۳۵۹/۰۸/۲۸ شماره ملی ۴۲۶۸۸۷۰۲۷۱ شناسنامه شماره ۹۰۷۴ بدهکار در پرونده کلاسه ۹۸۰۰۱۵۶ که برابر گزارش مورخ ۹۸/۹/۱۱ مامور ابلاغ (پست) به نشانی گچساران ۱۰۸ دستگاه – پاسداران ۱۵ سمت چپ شناخته نگردیده اید ابلاغ می گردد که برابر قرارداد شماره ۱۵۴۴۹۶۵۴۴۲۳۴مورخ ۹۵/۱۰/۰۷ بین شما و بانک قوامین شعبه نفت گچساران مبلغ ۳۷۲/۶۶۱/۶۰۹ ریال که روزانه مبلغ ۲۵۵/۰۰۰ ریال اضافه می گردد و حقوق دولتی ، بدهکار می باشید که بر اثر عدم پرداخت وجه بستانکار درخواست صدور اجرائیه نموده پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و به کلاسه ۹۸۰۰۱۵۶ در این اجراء مطرح می باشد لذا طبق ماده ۱۸/۱۹ آئین نامه اجرائی مفاد اسناد رسمی به شما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه درج و منتشر می گردد ظرف مدت (۱۰) روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و در غیر این صورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد .

مسئول واحد اجرای اسناد رسمی دوگنبدان
قدرت اله اله کرم پور

با این نشانه‌ها مدیرتان شما را قبول دارد و به زودی ترفیع می‌گیرید!

شـــاید تمایل داشـــته باشـــید بدانید مدیرتان چه نگرشی به شـــما دارد و آیا در نظر او کارمندی لایق و شایســـته خواهیـــد بود؟ وقتی بتوانیـــد نظر مدیر را به خود جلب کنید، در کارتـــان به موفقیت و کامیابی خواهید رسید. در ادامه با ما همراه باشید تا ۱۳ نشانه‌ای که می‌توانید مدیرتان را تحت تأثیر قرار دهید، یادآور شویم.

جلب نظر رئیس ســـبب می‌شـــود تا شما به ترفیع برســـید و رتبه بالاتری به دست آورید یا برعکس از سرکارتان اخراج شوید. گاهی مدیر به قدری واضح از شما تعریف و تمجید می‌کند که به بازخورد مثبت او پی می‌برید، به‌طوری‌که حس می‌کنید سهم زیادی از موفقیت شرکت به شما بستگی دارد، اما همیشه هم مدیران رفتار صادقانه‌ای را از خود بروز نمی‌دهند، در این شـــرایط باید به دنبال ۱۳ نشـــانه باشـــید تا متوجه شـــوید تحت تأثیر مدیرتان قرار گرفته‌اید، البته بهترین راهکار این است که از او بخواهید فیدبک صادقانه دهد.

همواره شما را به چالش می‌کشد

شـــاید در برخی مواقع مســـئولیت کاری زیادی به شما داده شود، در این مواقع نباید اعتراض کنید زیرا ممکن است به این خاطر باشد که مدیر می‌خواهد شما را به چالش وادار کند. در این باره «سوزان بیتس» مدیرعامل کمپانی «Bates Communications» می‌گوید: «شاید گاهی احساس کنید مدیر از شما عملکردی بیشـــتر از توان‌تان انتظار دارد، در این زمان او می‌خواهد توانمندی شما را بررسی کند و ببیند در شرایط سخت چه عملکردی از خود نشان می‌دهید و نباید تصور کنید او به دنبال تنبیه شماست.»

درباره تصمیماتش با شما مشورت می‌کند

«بیتس» دراین‌باره می‌گوید: «از مدیرتان بخواهید درباره اولویت‌هایش با شما حرف بزند، در این زمان خود را برای قبول مســـئولیت‌های ســـخت و چالش‌برانگیز آماده کنید. به مدیرتان فرصت دهید تا توانایی شما را ببیند، خصوصاً در پروژه‌ای که برای او اهمیت زیادی دارد.»

احترام شما را نگه می‌دارد

بیشـــتر از اینکه به فکر آن باشـــید که مدیر از شـــما خوشـــش می‌آید یا نه، ببینید آیا به شـــما احترام می‌گذارد و از شما می‌خواهد در گفت‌وگوهای مهم شرکت کنید؟

پذیرای نظرات‌تان است

«بروس تولگان»، مدیر شرکت «Rainmaker Thinking» می‌گوید مدیران با کارمندانی که به آنها علاقه و اعتماد بیشـــتری دارند مشورت می‌کنند. «اگر مدیر نظر شما را به صورت حضوری یا در جلسات گروهی بپرسد و به آنها روی خوش نشان دهد، به نشانه آن است که مدیرتان را تحت تأثیر قرار داده‌اید.»

همیشه با تشویق و تمجید به استقبال شما نمی‌آیند

شاید تصور کنید مدیران تنها از کارمندانی تشویق و تمجید می‌کنند که برای‌شان اهمیت دارند اما به اعتقاد «بیتس» همیشـــه هم این‌طور نیست. «گاهی آنها فکر می‌کنند شما در جایگاه خوبی قرار دارید و نیازی به تعریف‌های آنها ندارید یا شاید به خاطر اینکه همیشه کارهای‌تان را خوب انجام داده‌اید، فراموش کرده‌اند از شما تقدیر و تشکر کنند.»

همیشه ابتدا کارها را به شما واگذار می‌کنند

«تولگان» می‌گوید اگر مدیرتان برای واگذارکردن کارها، ابتدا به ســـراغ شـــما بیاید و شما را برای انجام مسئولیت‌های عادی و خاص انتخاب کند، این نشان می‌دهد مدیرتان را تحت تأثیر قرار داده‌اید.

مسئولیت‌های زیادی را به شما واگذار می‌کند

وقتی استعداد بیشتری نسبت به دیگر کارمندان داشته باشید به عنوان جانشین از سوی مدیر انتخاب می‌شوید. در این مواقع مدال طلایی دریافت نمی‌کنید اما همیشه پروژه‌های مهم به شما واگذار می‌شود.

در حل مشکلات به شما تکیه می‌کنند

وقتی کارمندان با هم اختلاف‌نظر و کشـــمکش دارند، مدیر در حل این مشـــکلات به شما اعتماد کرده و آنها را به ســـراغ‌تان می‌فرســـتد. «تولگان» می‌گوید: «وقتی مدیر به دیگر کارمندان می‌گوید برای حل مشکل به سراغ‌تان بیایند، این نشانه این است که مدیرتان را تحت تأثیر قرار داده‌اید.»

پروژه‌های مهم را به شما می‌سپارند

«تولگان» می‌گوید یکی از نشانه‌هایی که اعتماد و تأثیرگذاری مدیر را نشان می‌دهد این است که او از شما می‌خواهد با مشتریان مهم قرارداد ببندید و پروژه‌های باارزش را کلید بزنید.

به دنبال رضایتمندی شما هستند

گاهی ممکن است مدیر میزان رضایتمندی شما را جویا شود و تمایل داشته باشد بداند تصمیمی برای خروج از شرکت دارید و یا چطور می‌تواند شما را در شرکت خود نگه دارد.

وقتی از شما می‌خواهد به دیگر کارمندان آموزش دهید

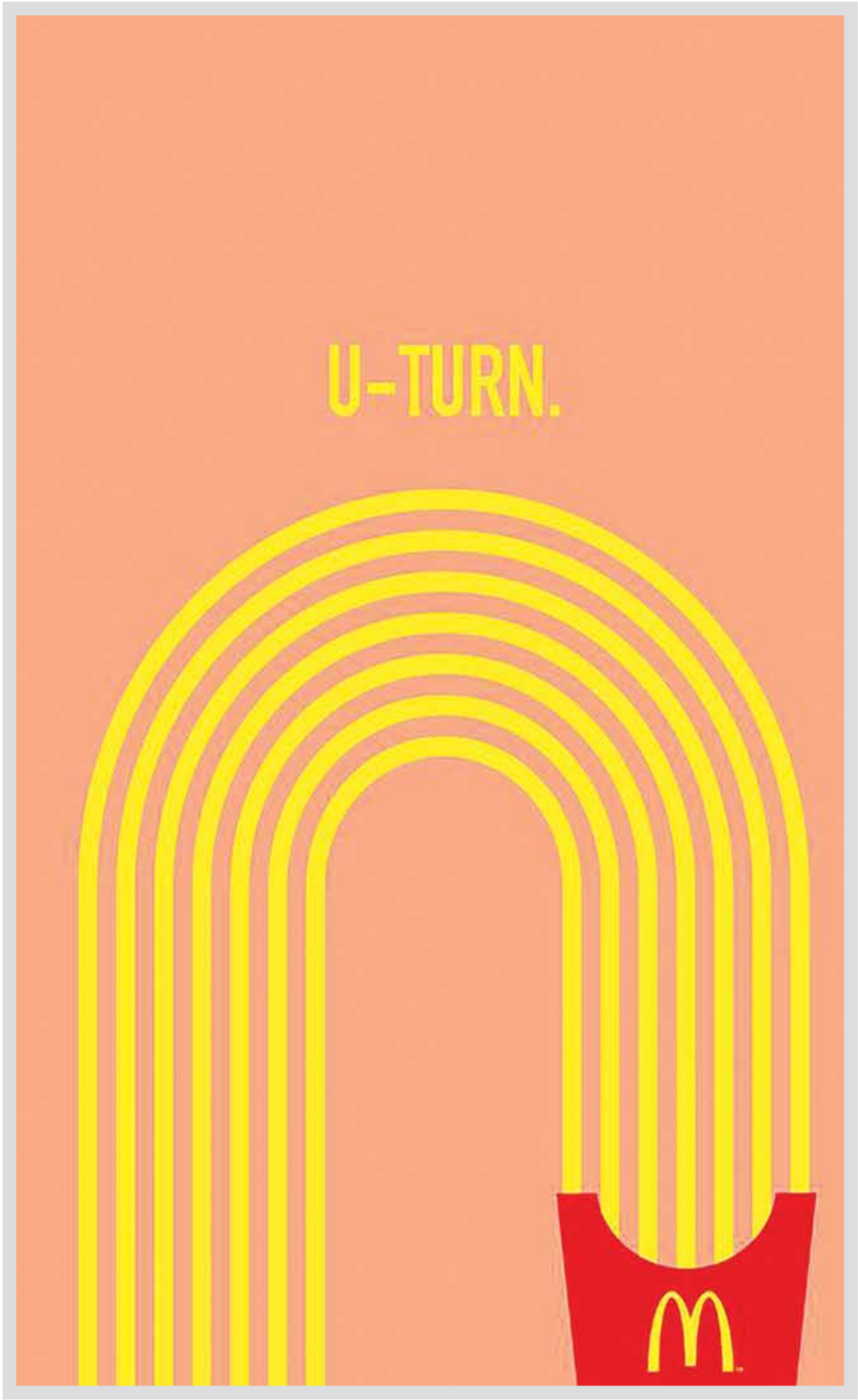
وقتی مدیر مرتب از شما می‌خواهد تا به کارمندان جدید و تازه‌وارد آموزش دهید و موارد مهم را برای آنها توضیح دهید، شـــاید مســـئولیت زیادتری به شما واگذار شود اما نشـــانه خوبی برای‌تان است. در این شـــرایط مدیرتان تحت تأثیر مهارت‌ها و توانایی‌های شماست و تمایل دارد آنها را در بین دیگر کارمندان به اشتراک گذارید.

تمایل دارند هدف شما را از ادامه کار بدانند

بیشتر در مصاحبه‌های شغلی از این سؤالات پرسیده می‌شود اما سؤال درباره اهداف و خواسته‌های‌تان نشانه خوبی برای علاقه مدیر به حفظ شماست. این به معنای آن است که مدیر می‌خواهد هدف‌تان برای ادامه شغل را جویا شود و برای موفقیت طولانی‌مدت روی شما سرمایه‌گذاری کند.

توجه ویژه‌ای به شما دارد

«بیتس» می‌گوید: «وقتی مدیر شـــما را یک کارمند مفید بداند، بازخوردهای زیادی به شـــما می‌دهد اما ممکن اســـت تمام آنها مثبت نباشد. گاهی مدیر در شـــما قابلیت‌هایی دیده و حس می‌کند می‌توانید مسئولیت‌های بیشتری را به انجام برسانید.»



بررسی ۴ ترند تازه بازاریابی در سال جاری

موج‌سواری بازاریاب‌ها بر روی شبکه‌های اجتماعی (قسمت دوم)

به قلم: ویلیام کامکُویچ کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

یکی از زمینه‌های مناسب برای یافتن مشکلات مشتریان شـــبکه‌های اجتماعی است. ما باید در شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار در میان مشـــتریان ما حضور فعال داشته باشیم. در غیر این صورت توانایی کسب آخرین اطلاعات و واکنش مناســـب در برابر تغییرات دنیای کســـب و کار را از دست می‌دهیـــم. هدف اصلی از حضور در شـــبکه‌های اجتماعی، علاوه بر بازاریابی، کشـــف ویژگی‌های مشتریان نیز هست. این امر فروش محصولات و حتی به‌روزرسانی آنها مطابق با نیاز مشتریان را ساده‌تر خواهد کرد.

اغلب بخش خدمات مشـــتریان رابطـــه نزدیکی با حوزه روابـــط عمومی دارد. بـــه همین خاطر یکـــی از المان‌های مهم در زمینه عملکرد مناسب در زمینه خدمات مشتریان داشـــتن بخش روابط عمومی ماهر اســـت. برندهای بزرگ بودجـــه فراوانـــی بـــرای حوزه روابـــط عمومـــی اختصاص می‌دهند. این امر بدل بـــه یکی از ترندهای مهم در عرصه کســـب و کار شـــده اســـت. بنابراین در صـــورت تمایل به استفاده از یکی دیگر از موج‌های مناسب در زمینه بازاریابی باید توجه ویژه‌ای به توسعه بخش روابط عمومی و خدمات مشـــتریان داشته باشید. این امر امکان تعامل بهینه برند ما با مشتریان و جلب اعتماد آنها را فراهم خواهد کرد.

۴. ضرورت توجه به اپ‌های پیام‌رسان

اپ‌های پیام‌رســـان در طول یک دهه گذشـــته بسیاری از کاربران گوشی‌های هوشـــمند را به خود جلب کرده‌اند. امروزه تقریبا تمام برندها در پیام‌رسان‌های معتبر و محبوب حضور دارند. این نکته وضعیت بخش روابط عمومی و نحوه فعالیت آن را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار داده اســـت. تا پیش از این اســـتفاده از تمـــاس تلفنی یا ایمیل راهـــکار اصلی ارتباط میان مشـــتریان و برندها بود. اکنون با معرفی پیام‌رســـان‌ها امکان تعامل ســـریع و ساده‌تر برای اغلب کارآفرینان و مشتریان با یکدیگر فراهم شده است.

مزیـــت اصلـــی اســـتفاده از اپهـــای پیام‌رســـان امکان بهره‌منـــدی از نســـل جدیـــد هـــوش مصنوعـــی اســـت. پیام‌رســـان‌هایی نظیـــر واتس‌اپ و وی‌چـــت در این زمینه امکانات بســـیار زیـــادی دارند. یکـــی از نـــکات مهم برای پاسخگویی سریع به مشـــتریان در پیام‌رسان‌ها استفاده از کارشناس‌های متخصص است. بدون تردید استخدام تعداد زیادی از کارشناس‌ها برای هر برندی دشوار خواهد بود. به این ترتیب ما باید به ســـوی استفاده از هوش مصنوعی در زمینـــه فعالیت برندمان برویم. این امر امکان پاســـخگویی بـــه تعداد قابل توجهی از مشـــتریان در مـــدت زمان اندک را می‌دهد.

مزیت اصلی نسل جدید هوش مصنوعی امکان یادگیری خودکار و ارائه پاسخ‌های کامل و جامع است. نسل قدیمی هوش مصنوعی فقط متکی به بانک اطلاعاتی قبلی‌اش بود، اما نســـل جدید دیگر چنین محدودیتی نـــدارد. یادگیری ماشـــینی یکی از نوآوری‌های مهم بـــرای برندها در دنیای کنونی محســـوب می‌شود بنابراین ما باید نهایت استفاده از این امکان تازه را ببریم.

استفاده از شـــبکه‌های اجتماعی و اپ‌های پیام‌رسان در کنار هم اهمیت بســـیار زیادی دارد. بســـیاری از برندها در عمـــل چنین نکته‌ای را مدنظر ندارند. به همین خاطر فقط بـــر روی یکی از این دو تمرکز کرده، شـــانس تعامل هرچه بهتر با مشتریان را از دست می‌دهد.

منبع: prdaily

فرصت امروز
روزنامـــه مدیریتـــی - اقتصـــادی
| سه‌شنبه | ۱۵ بهمن ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۸۷ | صفحه ۱۶ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱
روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲
سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM