روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۷ اسفند
۱۳۹۸

Wed. 26 Feb 2020
۲ رجب ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۰۲-۱۶صفحه-۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

از ورود ایران به لیست سیاه تا نگرانی از عملکرد پاکستان و توصیه به امارات

در آخرین نشست مجمع عمومی FATF چه گذشت؟

اجلاس هفته گذشته مجمع عمومی FATF در حالی به کار خود پایان داد که اقدامات چند...

۴

یادداشت

«کرونا» تک‌امیدی در محاصره نگرانی‌ها

محمود اسماعیل‌نیا
عضو انجمن جامعه‌شناسی ایران

ویروس مرگبار «کرونا» به ایران رسیده و تلفاتش رو به افزایش است. در همین حال، نگرانی عمومی نیز در حال گسترش یافتن است، اما چرا باید نگران شد؟ چه عواملی موجب نگرانی است، چه در حوزه دولت و چه ملت؟ ابتدا از دولت شروع می‌کنیم؛

یک- فقدان سیستم اطلاع‌رسانی مورد اعتماد موجب نگرانی است. مردم می‌خواهند بدانند که واقعیت این بیماری چیست، چرا و چه موقع به ایران رسیده و برای مقابله با آن چکار باید کرد. اما وقتی که سیستم اطلاع‌رسانی رسمی فاقد شفافیت لازم است، طبیعی است که مردم به خبرها و هشدارها به دیده تردید نگریسته و سراغ دیگر منابع خبری غیررسمی بروند. هجوم اخبار درست و نادرست و تحلیل‌ها و توصیه‌های رنگارنگ، جامعه را خسته‌تر و نگران‌تر می‌کند. نظام اطلاع‌رسانی رسمی باید نشان دهد که دغدغه مردم را دارد و به فکر توجیه اقدامات نیست.

ادامه در همین صفحه

وزیر راه و شهرسازی اعلام کرد

تلاش برای تکمیل آزادراه تهران - شمال تا پایان دولت

۷

پیامدهای رد لایحه بودجه سال ۹۹ بر اقتصاد ایران چیست؟

رمزگشایی از تصمیم بودجه‌ای مجلس

حالا مجلس شورای اسلامی در خرق عادتی آشکار و در استثنایی‌ترین موقعیت اجتماعی-اقتصادی کشور، کلیات بودجه سال ۹۹ را رد کرده است . به گزارش خبرآنلاین، در حالی رئیس مجلس شورای اسلامی از تصمیم بهارستان برای بررسی دوباره بودجه ۹۹ در کمیسیون تلفیق خبر می‌دهد که یک نماینده پیشین مجلس، اتفاق رخ‌داده را اتفاقی استثنایی و بی‌تکرار در تاریخ پارلمان جمهوری اسلامی ایران می‌داند. هادی حق‌شناس به تلاش نمایندگان برای موکول کردن بررسی بودجه سال ۹۹ به مجلس بعدی اشاره می‌کند و می‌گوید: «غالبا مجلس‌ها تا آخرین روزهای فعالیت راسا وظایف پارلمان را به جا می‌آورند و نمایندگان در جایگاه نمایندگی ایفای نقش موثر می‌کنند، چه رأی آورده باشند و چه رد صلاحیت شده باشند. از این رو، تصمیم اخیر نشانه اعتراض است.»...

۳

برآورد رسانه‌های غربی از خسارت یک تریلیون دلاری «کروناویروس» در اقتصاد جهانی

«کرونا» در کمین کسب و کار

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- توصیه‌های مالی برای صاحبان کسب و کارهای کوچک
- استراتژی پیسی برای سلطه بر بازار چین
- برندسازی با همکاری صنعت گیم
- اهمیت هویت بصری در تبلیغات تازه مک دونالد
- چالش افزایش سرعت سایت خرده‌فروشی‌ها
- استراتژی اینستاگرام برای کسب درآمد بیشتر از IGTV

۸ تا ۱۶

اوبر روی سقف تاکسی‌های خود تبلیغات نمایش می‌دهد

توصیه‌های بهداشتی را جدی بگیریم

۱۵ نکته کلیدی در جلوگیری از ابتلا به «کرونا»

«برای مواجهه با ویروس کرونا، به طور مکرر دست‌ها را با آب و صابون بشوییم. همچنین باید از مصرف ویتامین C، سیگار، انواع دمنوش‌های سنتی و استفاده سرخود انواع آنتی‌بیوتیک خودداری کرد.» این توصیه دکتر رضا عبادی، متخصص بیماری‌های عفونی بیمارستان بازرگانان در نشست آموزشی پیشگیری از ویروس کرونا در جمع کارکنان اتاق بازرگانی ایران است. او در این نشست، توصیه‌های مختلفی برای جلوگیری از ابتلا به ویروس کرونا ارائه داد و گفت: از آنجا که تا به امروز هیچ درمانی برای بیماری کرونا یافت نشده است، تا حد ممکن باید به کمک رعایت بهداشت فردی و عمومی از شیوع این بیماری جلوگیری کرد. در صورتی که علائم اولیه آن را احساس کردید در اسرع وقت به اورژانس بیمارستان مراجعه کنید.

مهم‌ترین نکات مطرح‌شده از سوی دکتر عبادی به این شرح است:

* این بیماری در بین کودکان نیز قابل انتشار است.

* ابتلا به ویروس کرونا در بین افرادی که بیماری‌های زمینه‌ای دارند، شدت بالاتری خواهد داشت بنابراین افرادی که از کورتون استفاده می‌کنند و یا بیماری قلبی دارند بیشتر از سایر افراد در معرض ابتلا هستند و ممکن است بعد از ابتلا علائم شدیدتری را تجربه کنند.

* مهم‌ترین راه انتقال، قرار گرفتن در معرض سرفه و عطسه فرد آلوده است. پس باید در هنگام عطسه یا سرفه از دستمال کاغذی استفاده کنیم و پس از استفاده آن را در سطل زباله دردار بیندازیم. از طرفی عطسه و سرفه تا فاصله یک متری قدرت انتقال دارد.

* نکته مهم دیگری که باید موردتوجه باشد عدم نیاز به استفاده از انواع ماسک و دستکش در محیط‌های معمولی است. تنها دو گروه باید از آنها استفاده کنند؛ اول افراد مبتلا و دوم افرادی که وظیفه مراقبت از مبتلایان را به عهده دارند. توجه داشته باشید که استفاده از ماسک و دستکش در حالت عادی احتمال انتقال ویروس را بیشتر می‌کند، چرا که اگر فردی تصمیم گرفت از این دو مورد استفاده کند ممکن است دست‌های خود را کمتر بشوید و حتی با لمس کردن قسمت بیرونی ماسک زمینه انتقال ویروس را مهیاتر کند.

* این بیماری از طریق لمس سطوح آلوده نیز منتقل می‌شود بنابراین بهتر است سطوحی که امکان آلوده شدن دارند مانند سرویس‌های بهداشتی عمومی از طریق آب ژاول، ضدعفونی شوند.

* فرد مبتلا به این ویروس از زمان شروع بیماری تا هفت روز قابلیت انتقال به دیگران را دارد و به طور متوسط از یک روز تا ۱۴ روز قبل از نمایان شدن علائم نیز می‌توانسته بیماری را به دیگران سرایت دهد.

* براساس مطالعات انجام‌شده و اعلام سازمان جهانی بهداشت برای مقابله با این نوع از ویروس کرونا که به ناول ۲۰۱۹ شهرت دارد نباید ویتامین C، سیگار، دمنوش‌های سنتی و انواع آنتی‌بیوتیک بدون تجویز پزشک، مصرف کرد.

* توصیه می‌شود از شرکت در مهمانی‌ها، جشن‌های عروسی و یا حضور در اماکن پررفت و آمد مانند بازار، پاساژها و ... خودداری کرد.

* در خانه به منظور تغییر هوای داخلی دو پنجره را باز بگذارید.

* از تماس با حیوانات خودداری کنید و با هر تماس اتفاقی دست‌های خود را بشویید.

* از مصرف روزانه دهان‌شویه‌ها خودداری کنید؛ هفته‌ای دو مرتبه کافی است.

* آنچه بیش از هر چیز به جلوگیری از ابتلا به این ویروس کمک می‌کند، مصرف زیاد آب است. این نکته را فراموش نکنید.

* توجه داشته باشید که تا به امروز در دنیا هفت نوع ویروس کرونا شناخته شده که چهار نوع آن خطرناک نبوده و منجر به مرگ‌ومیر نمی‌شود؛ سه نوع آن خطرناک است. مورد اول ویروس سارس است که خواستگاه آن نیز از کشور چین بود. دومین نوع این ویروس، مرس (Mers) است که در سال ۲۰۱۲ از عربستان شروع شد و نوع سوم آن که هنوز ناشناخته است، ناول ۲۰۱۹ بوده و طی مدتی که از شیوع آن می‌گذرد بیش از ۳۰کشور را درگیر کرده است. قدرت انتقال ویروس ناول ۲۰۱۹ از دو نوع دیگر کرونا بیشتر بوده و برای همین نسبت به آنها افراد بیشتری را آلوده کرده است.

* حدود ۹۰درصد مبتلایان به نوع ضعیف آن دچار می‌شوند که تنها علائم سرماخوردگی معمولی را دارد و درمان‌پذیر است.

* ۷درصد مبتلایان علاوه بر علائم معمولی با تنگی نفس نیز مواجه هستند و باید با مراجعه به موقع به اورژانس بیمارستان از حادتر شدن بیماری جلوگیری کنند و ۳درصد مابقی دچار نوع شدید این بیماری می‌شوند که از تنگی شدید تنفس رنج می‌برند و باید تحت درمان ویژه قرار بگیرند.

۸۰درصد افراد خودبه‌خود خوب می‌شوند

دستاوردهای جدید در کنترل شدت، علائم و شیوع «کرونا»

با ادامه روند شیوع ویروس جدید کرونا در چین و سراسر جهان، کارشناسان شدت این بیماری، نحوه گسترش آن در میان بیماران و چگونگی انتشار آن را در مکان‌های سربسته مانند بیمارستان‌ها بهتر کنترل می‌کنند.

به گزارش پایگاه اینترنتی ساینس نیوز، سازمان بهداشت جهانی اعلام کرد که کمتر از دو درصد از مواردی که بر اثر آلودگی با ویروس کرونا بیمار شده‌اند، جان خود را از دست داده‌اند که اغلب بر اثر نارسایی چند اندام در افراد مسن و افرادی بوده است که وضعیت بهداشتی ضعیفی داشته‌اند.

همچنین به گفته محققان، بیمارانی که به دلیل «کووید-۱۹» در بیمارستان بستری شدند، علائم زیادی را نشان دادند، به‌طوری‌که همه این بیماران به غیر از دو نفر از آنها تب داشتند، ۷۰درصد احساس خستگی می‌کردند، ۶۰درصد سرفه خشک داشتند، ۳۵درصد درد عضله را تجربه کردند و ۳۱درصد هم مشکل تنفسی داشتند. شمار اندکی از این بیماران نیز سردرد، خس‌خس سینه، استفراغ، اسهال و درد شکمی را گزارش دادند. همچنین ۱۰درصد از بیماران قبل از بروز تب و تنگی نفس، یک یا دو روز اسهال و حالت تهوع داشتند.

در همین حال، رئیس مرکز مدیریت بیماری‌های واگیر وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی با بیان اینکه اکثر بیماران با خدمات دریافتی روبه‌بهبود می‌روند، گفت: خوشبختانه با تلاش‌های صورت‌گرفته و استفاده از روش‌های مدرن تشخیصی و درمانی، اکثر بیماران با خدمات دریافتی روبه‌بهبود می‌روند که این موضوع نوید بسیار خوبی برای مردم است.

دکتر محمدمهدی گویا در نشست خبری بیماری کرونا در بیمارستان مسیح دانشوری افزود: تجربه‌ای که در بیمارستان مسیح دانشوری در همین مدت کوتاه به وجود آمده است، می‌تواند مورد استفاده سایر کشورهای دنیا قرار گیرد.

وی اضافه کرد: از زمانی که امکانات تشخیص (دوشنبه هفته گذشته) این بیماری را در اختیار گرفتیم تابه‌حال بیش از ۱۷۰۰ آزمایش در پنج آزمایشگاه تخصصی انجام شده که یکی از آنها آزمایشگاه ویروس‌شناسی بیمارستان مسیح دانشوری است.

گویا افزود: شاید باورکردنی نباشد که به‌طور متوسط هر آزمایشگاهی روزانه حدود ۳۰۰ آزمایش پیچیده تخصصی انجام داده‌اند که در نوع خودش بی‌نظیر است.

افزون بر این، یک متخصص بیماری‌های عفونی با اشاره به اینکه، حدود ۸۰درصد افراد مبتلا به کرونا خودبه‌خود خوب می‌شوند یا افراد بدون علامت هستند، گفت: ۲۰درصد افراد، بیماری شدیدتر پیدا می‌کنند و مجبور می‌شوند در بیمارستان بستری شوند.

دکتر پیام طبرسی در جمع خبرنگاران در بیمارستان مسیح دانشوری با تأکید بر اینکه چرخه انتقال ویروس کرونا باید قطع شود، گفت: چرخه انتقال این ویروس شامل دست دادن، روبوسی و حضور در مجامع شلوغ و پرازدحام است که باید از آنها خودداری شود.

این متخصص عفونی افزود: شستن دست با آب و صابون و ماندن افراد مریض در خانه راهکار مناسبی برای پیشگیری و کنترل این بیماری است.

وی ادامه داد: با این کار می‌توان جلوی چرخه انتقال بیماری را گرفت و مراقبت از بیماران بسیار راحت‌تر انجام خواهد شد تا آنان مداوا پیدا کنند.

طبرسی تصریح کرد: دوره کمون بیماری ۳ تا ۱۴ روز است و در این دوره ممکن است بیماری انتقال پیدا کند.

وی تب و سرفه را از مهم‌ترین علامت این بیماری برشمرد و گفت: علائم دیگری مانند درد بدن، تنگی نفس و اسهال، گلودرد، آب‌ریزش‌بینی به یک درجاتی در این بیماران دیده می‌شود. در مراحل انتهایی درصدی ممکن است دچار تنگی نفس شوند.

این متخصص بیماری‌های عفونی گفت: ۵۰درصد بیماران بستری در بیمارستان مسیح دانشوری روبه بهبودی هستند، درصدی هم بیماری‌شان وخیم است و در بخش سی سی یو این مرکز درمانی بستری هستند و تعدادی هم جان خود را از دست دادند. از سوی دیگر، مهار اپیدمی بیماری کرونا تنها به‌وسیله وزارت بهداشت امکان‌پذیر نیست و به همین دلیل کمک همه مردم را می‌طلبد.

در این بین، نکته مهم این است که سطوح بی‌جان ناقل ویروس «کرونا» هستند. به گفته پزشکان دقیقاً مشخص نیست که کروناویروس تا چه مدت می‌تواند روی سطوح و اشیایی که پتانسیل آلوده کردن افراد را دارند، باقی بماند، اما برخی محققان با مطالعه رفتار سایر کروناویروس‌ها به سرنخ‌هایی در این باره دست پیدا کرده‌اند.

براساس نتایج تحقیقاتی که اوایل ماه جاری میلادی در نشریه Hospital Infection منتشر شد، این کروناویروس‌ها تا ۹ روز بر روی سطوح بی‌جان از جمله سطوح فلزی، شیشه‌ای و پلاستیکی ضدعفونی نشده باقی می‌مانند.

به استناد نتایج این مطالعه، تمیز کردن این سطوح با شوینده‌ها و محصولات ضدعفونی‌کننده رایج خانگی می‌تواند تغییر ایجاد کند. این کروناویروس‌ها را می‌توان با اتانول ۶۲ تا ۷۱درصد، هیدروژن پراکسید ۰.۵ درصد، آب ژاول ۰.۱درصد و یا سفیدکننده در عرض یک دقیقه به طور مؤثر غیرفعال کرد.

این مطالعه جدید شامل تجزیه‌وتحلیل ۲۲ مطالعه قبلی منتشرشده در مورد کروناویروس‌ها بود که محققان امیدوارند بتواند به شناخت بیشتر کروناویروس جدید کووید-۱۹ کمک کند.

«کرونا» تک‌امیدی در محاصره نگرانی‌ها

ادامه از همین صفحه

دو- ناکارآمدی نظام اداری کشور هم که خصوصا در مواقع بروز حوادث طبیعی مثل سیل و زلزله آشکار شده، موجب نگرانی است. وقتی که دولت در زمینه مدیریت بحران‌های قبلی کارنامه قابل قبولی نزد افکار عمومی ندارد، چرا مردم نگران شیوع ویروس «کرونا» نشوند! اطلاع مردم از تجربه دیگر کشورها در مقابله با این پدیده به آنها آموخته که چنین کاری نیازمند مدیریتی یکپارچه، جامع و هماهنگ است وگرنه باید منتظر افزایش هزینه‌های مادی و انسانی بود.

سه- ضعف و نقص نظام پزشکی و درمانی کشور در مواجهه با پدیده‌هایی در سطح «کرونا» موجب نگرانی است. اگر مردم نسبت به وجود امکانات در دسترس برای تشخیص و درمان به موقع این بیماری، از پرسنل کارآزموده گرفته تا دارو و تجهیزات بیمارستانی، اطمینان خاطر نداشته باشند، نگران خواهند شد. بله، بسیاری از این نقائص و کمبودها در کوتاه مدت قابل رفع نیست و مسائل سیاسی مثل تحریم‌ها یا کم‌رغبتی دیگر کشورها برای کمک به ما نیز مزید بر علت است، ولی این مسائل بر میزان نگرانی‌ها می‌افزاید که از آنها نمی‌کاهد.

حال به سراغ جامعه برویم؛

یک- بی‌اعتمادی مردم به حکومت موجب نگرانی است. اساسا هر دولتی برای اجرای پروژه‌های ملی و کلانی مثل مقابله با «کرونا» نیازمند همراهی مردم است ولی لازمه این همراهی، اعتماد مردم است و بی‌اعتمادی، دولت را از پشتیبانی اجتماعی محروم می‌سازد.

دو- گسترش رفتارهای خودخواهانه مردم هم موجب نگرانی است. رفتارهای آزمندانه مردم در قبال شیوع ویروس «کرونا» مثل تهیه هرچه بیشتر وسایل پیشگیری برای خود (ماسک و مواد ضدعفونی‌کننده و ...)، نشان از بی‌اعتنایی آنها نسبت به سرنوشت دیگر اعضای جامعه دارد؛ جامعه‌ای که در آن هر کس به دنبال جلب حداکثری منافع خود، ولو به بهای تضییع حق دیگران باشد، فاقد «چسب اجتماعی» لازم است. در چنین وضعیتی افراد نامطمئن نسبت به آینده، بی اعتنا به سرنوشت مشترک اجتماعی، وارد مسابقه بقا برای تضمین آینده می‌شوند. سه- جامعه ضعیف و نامتشکل فاقد توان لازم برای مقابله با بحران‌هایی در سطح «کرونا» است، که این هم مایه نگرانی است. قدرت و استحکام درونی جامعه نه به خاطر تعداد جمعیت، بلکه برخاسته از واقعیتی به نام «جامعه مدنی» است، یعنی وجود نهادهای میانجی میان دولت و مردم. احزاب سیاسی، نهادهای صنفی و تشکل‌های داوطلبانه‌ای که افراد ذی‌نفع و ذی‌علاقه را گرد خود جمع می‌آورند، به هنگام بحران می‌توانند با بسیج اعضای‌شان از موجودیت جامعه دفاع کنند. پا نگرفتن نهادهای مدنی در جامعه موجب کاهش توان درونی جامعه می‌شود. یک جامعه ضعیف با افراد نامتشکل به جای آنکه در مواقع بحرانی همراه و پشتیبان دولت باشد، طلبکار او خواهد بود. اما آیا امیدی هست؟ «کرونا» ضعف‌های دولت و ملت را نمایان کرده و موجب نگرانی عمومی شده است. سوءاستفاده دشمنان ایران از این ضعف‌ها و هراس‌افکنی‌های‌شان به ویژه در فضای مجازی، بر دامنه و شدت نگرانی‌ها افزوده است. با این همه، نحوه رویارویی دولت با این پدیده می‌تواند فرصتی تازه برای تغییر این وضعیت باشد، مشروط بر آنکه اهمیت موضوع به خوبی درک شود. پدیده‌های اجتماعی مثل بی‌اعتمادی یا زوال سرمایه اجتماعی، یک شبه پدید نیامده‌اند که یک باره از میان بروند. اما تغییرات اجتماعی کلان نیز با برداشتن گام‌های خرد آغاز می‌شوند. تهدید «کرونا» می‌تواند تبدیل به فرصتی برای اصلاح و بهبود وضعیت اجتماعی شود.

منبع: خبرآنلاین

نگاه

مهار ویروس «کرونا» چه هزینه‌هایی به بار می‌آورد؟

آزمون «کرونا» در اقتصاد سرمایه‌داری

با شـیوع ویروس «کرونا» در موتور اقتصـادی یکی از غول‌های اقتصـادی دنیا، مهار این بیماری، هزینه‌هـای اقتصادی زیادی به بار آورده اسـت و از بسته شدن راه‌های ارتباطی می‌توان به عنوان اولین هزینه «کرونا ویـروس» یا اصطلاح علمی آن «کووید-۱۹» یاد کرد.

به گزارش خبرآنلاین، یکی از صنایعی که بیشـترین آسـیب را از شـیوع «کرونا» دیده است، صنعت هواپیمایی است، چراکه این صنایع هوایی برای جلوگیری از شـیوع بیشـتر ایـن بیماری باید پروازهای خود را به یکی از پرجمعیت‌ترین کشورهای دنیا متوقف می‌کردنـد و ایـن اتفاق به معنای کاهش تعـداد زیادی از پروازها اسـت، به طوری که تخمین زده می‌شود درآمد خطوط بین‌المللی هواپیمایـی طی این جریان نزدیک بـه ۲۹.۳ میلیون دلار کاهش پیدا کند. در این بین، خطوط هوایی که در چین مسـتقر هستند و پروازهای مسـتقیم به این کشور دارند بیشترین آسیب را از این اتفاق می‌بینند و تخمین زده می‌شـود ایـن چند خط هواپیمایی نزدیک به ۱۲.۸ میلیارد دلار کاهش درآمد را تجربه کنند.

خطوط هوایـی چین قبل از شـیوع بیماری «کرونا» سـومین خطـوط هوایی پررفـت و آمد دنیا بوده اسـت، اما با شـیوع این بیماری، جایگاه چین در این فهرسـت به رتبه ۲۵ نزول پیدا کرده اسـت و تخمین زده می‌شود که ترافیک خطوط هوایی نزدیک به ۴.۷درصد کاهش پیدا کند.

فرودگاه‌هایـی که بیشـترین تاثیـر را از این اتفـاق می‌گیرند، فرودگاه‌هـای ایـالات متحـده آمریکا هسـتند به طـوری که در حـال حاضـر فرودگاه‌هـای شـهرهای نیویـورک، لس‌آنجلـس، سان‌فرانسیسـکو و در سـایر کشـورها فرودگاه‌های تورنتو و گوام بیشترین کاهش مسافر را تجربه می‌کنند. در اروپا نیز فرودگاه‌های شـهرهای لندن، مسکو، پاریس، فرانکفورت، آمستردام و استانبول بیشـترین کاهش مسـافر را تجربه می‌کنند و در این بین در آسیا نیز فرودگاه‌های اکثر کشـورها تحت تاثیر این اتفاق قرار گرفته‌اند و با کاهش شدید مسافر مواجه‌اند.

امـا یکی از بزرگ‌ترین بحران‌هایی که چین در حال حاضر با آن مواجه اسـت، کنترل قیمت محصولات خوراکی اسـت و به گفته کارشناسـان، ویروس «کرونا» در حال امتحان کردن چین اسـت تـا ببیند این کشـور می‌تواند غذای یک میلیـارد و ۴۰۰ میلیون نفـر جمعیتش را در طول ایـن بحران تامین کند یا خیر و احتکار در انبارهای این کشـور نیز یکی از بزرگ‌ترین مشکلاتی است که دولت چین با آن مواجه است.

چین در حال حاضر تمام نیرویش را به کار گرفته است تا بتواند صادرات غذا به شـهرهای ووهان و شـانگهای را ادامه دهد، اما در ایـن وضعیت با ابتلا ۱۷ هزار مرغ بـه آنفلوآنزا، بحران دیگری در دل بحران درسـت شده اسـت و غذارسـانی را در چین سخت‌تر کرده اسـت. در کنفرانس روز دوشـنبه گذشـته که در این شهر برگزار شد گفته شده است که حجم سبزیجاتی که به شهر ووهان چین صادر می‌شود نزدیک به ۶۰ هزار تن است و در مقابل حجم گوشـت خوک فریز شده‌ای که به این شهر صادر می‌شود ۱۰ هزار تن است.

یکی از مقامات مسـئول این کشـور درخصـوص پرهزینه‌ترین اقـدام علیه ویـروس کرونا گفته اسـت که اقدامات بهداشـتی و پیشگیری‌های لازم پرهزینه‌ترین‌ها برای دولت بوده است.

چین از سـال ۲۰۰۳ میلادی به چرخـه اقتصاد جهانی راه پیدا کرد، به طوری که محصولات غول‌های تکنولوژی سایر کشورهای دنیا در این کشـور سـاخته می‌شـوند و در حال حاضر ۱۶درصد رشـد داخلی اقتصاد جهانی وابسـته به چین است و این کشور با حجـم زیـادی از متقاضیانی که در درون خـودش دارد، می‌تواند بازار تقاضای فلزات، خودرو و حتی کالاهای لوکس را دسـتخوش تغییرات جدی قرار دهد.

یکی از مسـائلی که باعث می‌شـود ویروس «کرونا» نسـبت به ویروس «سـارس» در سال ۲۰۰۸ آسـیب‌زاتر باشد، جهانی‌سازی اقتصاد جهانی اسـت به گونه‌ای که در حـال حاضر مرزهای ملی نسـبت به سـال‌های گذشـته از اهمیـت کمتـری برخوردارند و کشورهای دنیا بسیار به یکدیگر وابسته‌تر هستند.

یکی دیگر از بحران‌هایی که در حال حاضر، گریبانگیر بانک‌های جهانی است، بدهی آنهاست، به گونه‌ای که تاکنون در هیچ بحران مالی بدهی این بانک‌ها بالاتر از این حد نبوده است و استفاده زیاد از منابـع این بانک‌ها می‌تواند آسـیب‌های جبران‌ناپذیر بر اقتصاد جهانـی وارد کند. همچنیـن صنعت خودروسـازی، یکی دیگر از آسـیب‌پذیرترین صنایع طی شیوع «کرونا» اسـت، به طوری که بسیاری از شـرکت‌های خودروسـازی بزرگ‌ترین نمایندگی‌های خود را که در شـهرهای کشـور چین و خصوصا ووهان واقع شده اسـت، تعطیل کرده‌اند، چنانچه تولیدات شرکت‌های خودروسازی هوندا، هیوندای، جنرال موتورز، رنو، تویوتا و فولکس واگن نزدیک به ۱۵درصد کاهش یافته است.

بازار برندهای لوکس نیز از آسـیب‌پذیرترین‌ها طی این اتفاقات بوده است، چراکه بیشترین تقاضای این بازارها از طریق شهروندان چینی برطرف می‌شـود و این در حالی اسـت که این برندها مانند برنـد «باربری» مجبور شـده ۶۴ نمایندگی‌اش در این کشـور را تعطیل کند.

اما در این بین، یکی از بزرگ‌ترین مشکلاتی که بازارهای تقاضای جهانی با آن مواجه‌اند، کمبود تجهیزات برای سـاخت گوشی‌های هوشـمند اسـت، چراکه در حال حاضر بزرگ‌تریـن تولیدکننده تراشه‌های گوشـی‌های همراه دچار بحران تعطیلی کارخانه‌هایش شده است و کمپانی‌ها نگرانند که با بحران کمبود تجهیزات مواجه شوند. البته این نگرانی‌ها فقط برای کارخانه‌های تولید گوشی‌های همراه نیسـت بلکه اکثر صنایع بزرگ دنیا مثل صنایع تولید لوازم خانگی و یا خودروسازی‌ها با بحران کمبود تجهیزات مواجه‌اند.

اقتصاددانـان بر این باورنـد که اگر در همین موقعیت، شـیوع ویـروس «کرونا» کاهش یابد و ایـن بیماری روند مثبتی در پیش بگیرد، نتیجه آن تنها یک ضربه زودگذر به اقتصاد چین اسـت که قابل جبران خواهد بود، اما اگر روند مبتلایان همین طور بالا رود و کارخانه‌ها بازگشایی نشوند، صدمات جبران‌ناپذیری به بار می‌آید.

برآورد رسانه‌های غربی از خسارت یک تریلیون دلاری «کروناویروس» در اقتصاد جهانی

«کرونا» در کمین کسب و کار

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

شـیوع ویروس «کرونـا»، ثبات اقتصاد جهانی را تحـت تاثیر قرار داده و جهانی‌شـدن آن حالا به مرز نگران‌کننده‌ای رسـیده اسـت. همین امر باعث شـده تا اقتصاددانان دوباره به فکر تحلیـل اقتصاد جهان بیفتند و به گمانه‌زنی درباره میزان خسارت این ویروس بر رشد اقتصادی بپردازند؛ آنچه که می‌توان از آن به مثابه «مصاف ویروس و اقتصاد» یاد کرد.

در همیـن حـال، «بلومبـرگ» از خسـارت یـک تریلیـون دلاری «کروناویروس» در اقتصاد جهانی خبر داده و تخمین زده است که شیوع این بیماری و تبدیل‌شدن آن به یک بحران بین‌المللی، یک تریلیون دلار از تولیـد ناخالص جهانی را از بین خواهد برد. غیبت نیروی کار، بهره‌وری پایین کسانی که به محل کار می‌روند، مسافرت‌های محدود، مختل‌شدن زنجیره‌های تولید و عرضه، کاهش تجارت و اختلال سرمایه‌گذاری از جمله آثار عمده ویروس «کرونا» اسـت که به اعتقـاد «بلومبرگ»، هزینه یک تریلیون دلاری را به اقتصاد جهان تحمیل می‌کند.

اما درحالی که شاخص سهام ایالات متحده آمریکا از روز دوشنبه بیش از ۳درصد سـقوط کرده است، بانک‌های مرکزی و نهادهای پژوهشی ادعا می‌کنند که شـیوع «کرونا» آسـیب چندانی بر رشد اقتصادی ندارد و به محض کنترل بیماری، اقتصاد جهانی سریعا به روند عادی خود بازمی‌گردد. صندوق بین‌المللی پول نیـز پیش‌بینی خود درخصوص اقتصاد ۲۰۲۰ را به دلیل شـیوع ویروس «کرونا» تنها ۰٫۱درصد تغییر داده و رشد اقتصاد جهان در سال جاری میلادی را ۳٫۳درصد اعلام کرده است. رئیس سازمان بهداشـت جهانی هم بـا اعلام نگرانی عمیق گفته هنـوز «کرونا» به یک بیماری همه‌گیر تبدیل نشده است.

یک بیماری مسری و یک تریلیون دلار هزینه

به گفته بلومبرگ، تعطیلی ادامه‌دار کارخانه‌های چینی و شیوع بیماری در کره جنوبی، ایتالیا و ایران که به مرگ و میر بیشـتر انجامیده، احتمال سرایت به دیگر کشورهای اروپایی و تشدید آسیب‌های اقتصادی «کرونا» را تقویت کرده است. به همین دلیل، موسساتی مثل «یو بی اس گروپ» و مدیر آن، آکسل وبر، نگاه بدبینانه‌تری نسبت به صندوق بین‌المللی پول درباره آثار اقتصادی «کرونا» دارند و هشدار داده‌اند که رشد اقتصاد جهانی از ۳٫۵درصد به ۰٫۵درصد سقوط می‌کند و روند کاهش تولید در چین در سه ماهه اول سال جاری میلادی ادامه‌دار خواهد بود.

براساس اعلام بانک جهانی، یک بیماری همه‌گیر می‌تواند میلیون‌ها نفر را به کام مرگ بکشد و حتی برآوردهای محافظه‌کارانه می‌گوید این بیماری یک درصد از اقتصاد جهانی را نابود می‌کند. همچنین موارد مشـابهی در تاریـخ معاصر بوده که تبدیل به مصادیقی برای تحلیل آینده «کرونا» در اقتصاد جهانی شده اسـت. برای مثال، بحران آنفلوآنزا در سال ۱۹۱۸ در اسـپانیا باعث از بین رفتن ۵۰ میلیون نفر شد و ۵درصد از تولید ناخالص جهانـی را از بین برد. در مـارس ۲۰۱۶ لارنس سـامرز، خزانه‌دار ایالات متحده آمریکا در مقاله‌ای، اثر مالی آنفلوآنزای همه‌گیر در هر سـال را به تخریب‌های ناشی از گرم شدن کره زمین تشبیه کرده است. در این مقاله محاسبه شده که اگر مرگ و میر ناشی از یک بیماری همه‌گیر به ۷۰۰ هزار نفر در یک سال برسد، ۰٫۷درصد از درآمدهای کل جهان از بین می‌رود.

«آکسـفورد اکونومیک» نیز اثر یـک بیماری همه‌گیر جهانی بر اقتصاد همه کشـورها را ۱٫۱تریلیون دلار برآورد کرده اسـت، به ویژه که اقتصاد ایـالات متحده آمریـکا و منطقه یورو در نیمه اول سـال ۲۰۲۰ در رکود است. همه این برآوردها نشان می‌دهد که این بیماری همانند یک شوک شـدید برای اقتصاد جهانی عمل می‌کند. غیر از مهـار بیماری «کرونا»، کنش دولت‌ها و بانک‌های مرکزی نیز در روند کنترل صدمات این ویروس، اثرگذار اسـت. با حـال، تحلیلگران می‌گویند، هزینه‌هایـی را که ویروس «کرونا» بر اقتصادهای جهان تحمیل کرده، نمی‌توان صرفا با دسـتکاری نرخ بهره جبران کرد.

خسارت ۱۳۹ میلیارد دلاری به ثروتمندان در یک روز

همچنیـن خبرگزاری «اسـپوتنیک» از خسـارت ۱۳۹ میلیارد دلاری ویروس «کرونا» به ثروتمندان جهان در یک روز خبر داده و نوشـته است که تداوم روند شیوع «کرونا» باعث خسارت سنگین سهامداران شده است.

«اسـپوتنیک» در این گزارش به فهرست ۵۰۰ فرد ثروتمند «فوربس» اشـاره کرده و گزارش داده که در پی ریزش بسـیار سنگین شاخص‌های بورسـی در سطح جهان، ۵۰۰ فرد ثروتمند این فهرست در مجموع ۱۳۹ میلیارد دلار در یک روز زیان دیده‌اند.

به گفته «اسپوتنیک»، افزایش شمار مبتلایان به «کرونا» باعث شده تا موج جدیدی از نگرانی‌ها در بین معامله‌گران به راه بیفتد؛ به‌طوری که روز دوشنبه شـاخص‌های بورسی در نیویورک همگی بیش از ۳درصد ریزش کردند و در ایتالیا نیز شاخص بورس میلان بیش از ۶درصد عقب نشست.

این هرج و مرج در بازارها باعث شـده اسـت تا نمادهای مهم بورسـی، ریزش محسوسی را تجربه کنند: ثروتمندترین فرد جهان یعنی جف بزوس به دنبال ریزش اخیر شـاخص‌ها، ۴٫۸ میلیارد دلار از ثروتش را از دسـت داد. برنارد آرنو، ثروتمندترین فرد فرانسه و اروپا نیز با کاهش مشابه ثروتش روبه‌رو شد و آمانسیو اورتگا، سهامدار اصلی برند «زارا» نیز ۴میلیارد دلار خسارت متحمل شد.

بسیاری از شرکت‌های بزرگ در روزهای اخیر مجبور به توقف فعالیت‌های خود در چین شده‌اند و آنهایی هم که در سرزمین اژدهای زرد فعالیت تولیدی ندارند، با اخلال در زنجیره تامین خود مواجه‌اند. سازمان بهداشت جهانی نیز در بیانیه‌ای با ابراز نگرانی از گسترش شیوع ویروس «کرونا» در سطح جهان، نسبت به یک همه‌گیری گسترده هشدار داده و خواسته است تا هر کاری لازم است برای آمادگی در برابر «کرونا» انجام شود.

گفتنی اسـت تاکنون بیـش از ۸۰ هزار و ۱۳۰ مـورد ابتلا به «کرونا» گزارش شده است که در این بین، ۲۷۰۲ نفر جان خود را از دست داده‌اند. تاکنون ویروس «کرونا» در چین، ژاپن، کره جنوبی، سنگاپور، هنگ‌کنگ، تایلند، تایوان، مالزی، ایران، ایتالیا، استرالیا، آلمان، آمریکا، ویتنام، فرانسه، ماکائـو، کانادا، امارات متحده، انگلیس، فیلیپین، هند، روسـیه، اسـپانیا، بلژیک، کامبوج، مصر، فنلاند، اسـرائیل، کویت، عمان، افغانستان، ، لبنان، نپال، سـریلانکا و سوئد گزارش شده است. پس از چین نیز بیشترین آمار قربانیان مربوط به ایران با ۱۵ نفر، کره جنوبی با هشت نفر، ایتالیا هفت نفر و هنگ کنگ با دو نفر بوده است.

وقتی ویروس «کرونا» ضعف‌های صنعت خودروسازی را نمایان می‌کند

آسیب‌های «کرونا» در صنعت خودروسازی به روایت «فوربس»

تحلیلگران می‌گویند که اگر بحران «کرونا» در هفته‌های آینده مهار نشود، صنعت خودروسـازی، تاوان بسیار سـنگینی برای ناآمادگی در برابر چنین بحرانی خواهد پرداخت، زیرا نبود طرح‌های پشـتیبان مناسـب و مکفی و محدودبودن زنجیره‌های تأمین در صنعت خودروسـازی جهان باعث شده تا این صنعت در مواجهه با بحران ناشـی از شـیوع ویروس «کرونا» دچار مشکل شود.

بـه گزارش «فوربس»، تحلیلگرانی که به دقـت وضعیت دنیا را زیر نظر دارند، معتقدند اگر بحران «کرونا» تا نخستین روزهای فصل بهار، که البته چیزی به آغاز آن نمانده اسـت، ادامه پیدا کند، صنعت خودروسازی تاوان بسیار سنگین‌تری برای ناآمادگی خود در برابر این ویروس خواهد پرداخت.

«کروناویـروس» که در آخرین روز سـال ۲۰۱۹ در شـهر ووهان چین شناسـایی شد، تاکنون بیش از ۲۶۰۰ نفر را در چین و حدود ۴۰ نفر را در دیگر کشـورهای جهان به کام مرگ کشـانده است. تعداد مبتلایان به این بیماری نیز بالغ بر ۸۰ هزار نفر گزارش شده است. این ویروس که تاکنون به بیش از ۳۵ کشور سرایت کرده، فعالیت‌های برخی شرکت‌های خودروسازی و قطعه‌سازی در چین و کره جنوبی را به دلیل کمبود قطعه و مواد خام یا ترس از بیمارشدن کارگران، کُند یا حتی متوقف ساخته است.

رازات گـوراف، مدیرعامل شـرکت مشـاوره صنعتی لیاماسـافت که به خودروسازان بزرگی از جمله فورد و جنرال موتورز و تأمین‌کنندگان آنها در زمینه راهبردهای زنجیره تأمین مشـاوره می‌دهد، با اشاره به اینکه سالانه بیش از ۴۰ میلیارد دلار از قطعات موردنیاز کارخانه‌های خودروسازی آمریکا در چین تولید می‌شـود، هشـدار می‌دهد: «اگر به اواسط ماه مارس (اواخر اسـفند) برسـیم اما وضعیت تغییری نکرده باشـد، در طیف گسترده‌ای از صنایع با کمبودهای جدی مواجه خواهیم شد.»

شرکت آمریکایی BDO که یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های ارائه خدمات حرفه‌ای و حسـابداری در این کشور اسـت، اخیرا یک نظرسنجی را درباره آخریـن وضعیت زنجیره تأمین شـرکت‌های مختلف برگزار کرده اسـت. براسـاس نتایج این نظرسنجی که مدیران تولید ۱۰۰ شرکت در آن حضور داشته‌اند، ۲۱درصد از مدیران تولید گفته‌اند که شرکت‌شان اخیرا به دلایل مختلف با مشکل اختلال در زنجیره تأمین مواجه شده که یکی از مهم‌ترین دلایل، بحران «کرونا» بوده است.

جفری پرات، مدیر بخش مشاوره زنجیره تأمین در شرکت BDO در این رابطه می‌گوید: «نکته‌ای که مشتریان ما دارند متوجه می‌شوند، این است که به اندازه‌ای که باید و به اندازه‌ای که می‌توانستند برای مقابله با بحران آماده نبوده‌اند. همه ما متوجه شده‌ایم که این وضعیت تنها به دلیل شیوع ویروس «کرونا» نبوده، بلکه عوامل دیگری مانند جنگ‌های تعرفه‌ای و تجاری نیز در آن نقش داشته‌اند. از طرفی در سال‌های گذشته بسیاری از تأمین‌کنندگان بخش عمده فعالیت‌های تولیدی خود را در چین متمرکز کرده و به ضرورت ایجاد تنوع جغرافیایی در فعالیت‌های خود توجهی نشان نداده بودند. البته از زمان تشـدید جنگ تجاری، شرکت‌ها، تلاش‌هایی را برای افزایش تنوع جغرافیایی در فعالیت‌های تولیدی آغاز کرده‌اند و این تلاش‌ها پس از بحران «کرونا» شدت گرفته است.»

برخورداری از آمادگی لازم برای مقابله با چنین بحران‌هایی، به‌ویژه برای صنعت خودروسـازی اهمیت زیادی دارد. در صنعت خودروسـازی، اجرای راهبـرد بلندمدت تحویـل درسـت به‌موقـع (just-in-time) به‌منظور حداقل‌سـازی انباشـت موجودی در انبارها مسـتلزم این است که تحویل قطعات از سـوی تأمین‌کنندگان در کوتاه‌ترین زمان ممکن انجام شـود و اصطلاحا «لید تایم» کاهش یابد. در واقع، شرکت‌های خودروسازی همواره سـعی می‌کنند کمتریـن موجودی را در انبارهای خود داشـته باشـند و محصولات را برای تحویل فوری به بازار تولید کنند.

با این حال، به گفته رازات گوراف، این شرکت‌ها معمولا در انبارهای خود از موجودی کافی برای پاسـخگویی به اختلالات کوتاه‌مدت زنجیره تأمین برخوردارند، اما اگر بحران برای چند ماه طول بکشد، موجودی انبارها نیز به اتمام خواهد رسید و آنگاه باید تصمیم دیگری گرفت. او در این باره می‌گوید: «وضعیت اخیر واقعـا آنها را مجبور خواهد کرد که ایجاد موازنه بین اصول تولید ناب از یک سـو و نگهداری بخشـی از تولید در انبار برای پاسخگویی به موقعیت‌های بحرانی از سوی دیگر را مورد بررسی قرار دهند. البته اتخاذ چنین تصمیماتی چندان هم ساده نیست.»

چالش دیگری که خودروسازان جهان برای جذب تأمین‌کنندگان پشتیبان با آن مواجهند، ماهیت به شـدت رقابتی این صنعت اسـت. جفری پرات از شـرکت BDO در این خصوص توضیح می‌دهد: «یکی از محدودیت‌هایی که صنایعی مانند خودروسـازی دارند، به مسئله سرمایه‌گذاری، به اشتراک گذاشتن اطلاعات طراحی و ارائه گواهینامه به تأمین‌کنندگان مربوط می‌شود. همان‌طور که می‌دانید، انجام این کارها در صنعت خودروسـازی سـرمایه زیـادی می‌طلبد. من فکر می‌کنم که دلیل متنوع نبودن تأمین‌کننده‌ها در صنعت خودروسازی همین است.»

در برخی مـوارد، کارخانه‌هایی کـه به عنوان تأمین‌کننده پشـتیبان با خودروسـازان بزرگ همکاری می‌کنند نیز مانند تأمین‌کنندگان اصلی در چین فعالیت می‌کنند. این شـیوه انتخاب تأمین‌کننده شاید در موارد بروز سـیل یا زلزله که فقط یک یا چند شـهر خاص را تحت تأثیر قرار می‌دهد، مؤثر واقع شـود، اما در هنگام وقوع بحران‌هایی مانند شـیوع یک بیماری مرگبار و مسری نمی‌تواند چاره‌ساز باشد.

رازات گوراف از شرکت مشاوره صنعتی لیاماسافت در این رابطه می‌گوید: «همچنان که شـرکت‌ها سـاختار و طراحی زنجیره تأمین خود را بازبینی می‌کنند، در نظر گرفتن چنین ریسک‌هایی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. مـن فکر می‌کنم شـرکت‌ها در آینده سـرمایه‌گذاری بیشـتری در حوزه برنامه‌ریزی احتیاطی خواهند داشت. مشکل این است که هیچ‌کس نمی‌داند هزینه نداشـتن یک برنامه احتیاطی هوشمندانه برای موقعیت‌های بحرانی چیست.»

روند شـیوع ویروس «کرونا» بالاخره روزی متوقف خواهد شد، اما سوال اینجاسـت که چقدر طول خواهد کشـید که وضعیت صنعت خودروسازی به حالـت عادی بازگردد. جف پرات از شـرکت BDO پیش‌بینی می‌کند که برای عادی شـدن وضعیت صنعت خودروسـازی ممکن است یک دوره سـه‌ماهه زمان لازم باشد. اما احتمالا یکی از اثرات ویروس کرونا بر صنعت خودروسازی جهان، ایجاد تغییراتی در رویکرد خودروسازان خواهد بود. شاید خودروسازان و قطعه‌سازانی که برای مواجهه با این بحران آماده نبوده‌اند، به فکر طراحی یک پلان B مناسب و قوی برای بحران بعدی بیفتند.

پیامدهای رد لایحه بودجه سال ۹۹ بر اقتصاد ایران چیست؟

رمزگشایی از تصمیم بودجه‌ای مجلس

حالا مجلس شورای اسلامی در خرق عادتی آشکار و در استثنایی‌ترین موقعیت اجتماعی-اقتصادی کشـور، کلیات بودجه سـال ۹۹ را رد کرده است .

به گزارش خبرآنلاین، در حالی رئیس مجلس شورای اسلامی از تصمیم بهارستان برای بررسی دوباره بودجه ۹۹ در کمیسیون تلفیق خبر می‌دهد که یک نماینده پیشین مجلس، اتفاق رخ‌داده را اتفاقی استثنایی و بی‌تکرار در تاریخ پارلمان جمهوری اسـلامی ایران می‌داند. هادی حق‌شـناس به تلاش نمایندگان برای موکول کردن بررسـی بودجه سال ۹۹ به مجلس بعدی اشاره می‌کند و می‌گوید: «غالبا مجلس‌ها تا آخرین روزهای فعالیت راسـا وظایف پارلمان را به جا می‌آورند و نمایندگان در جایگاه نمایندگی ایفای نقش موثر می‌کنند، چه رأی آورده باشـند و چه رد صلاحیت شده باشند. از این رو، تصمیم اخیر نشانه اعتراض است.»

حالا اما علی لاریجانی، رئیس مجلس شـورای اسـلامی می‌گوید: «در جلسه غیرعلنی اخیر با نمایندگان درباره اینکه چگونه می‌توان بودجه سال آینده را اصلاح کرد، بحث و تبادل نظر صورت گرفت و بررسی کردیم که راهکار آیین‌نامه‌ای برای بررسی لایحه بودجه چیست؟»

به گفته لاریجانی، «طبق تبصره ۳ ماده ۱۸۲ آیین‌نامه داخلی مجلس، اگر کمیسـیون تلفیق گزارش بودجه را رد کند و سپس مجلس هم آن را رد کند، این لایحه باید به دولت بازگردد و دولت باید لایحه جدیدی ارائه دهد، اما در حالتی که کمیسیون تلفیق آن را تأیید کرده و مجلس آن را رد کرده است، سکوت آیین‌نامه‌ای وجود دارد.»

رئیس مجلس شورای اسـلامی از بررسی در هیأت رئیسه مجلس به همین منظور خبر داد و گفت: «براسـاس بررسـی‌هایی که ما در هیأت رئیسـه مجلس انجام دادیم، به این نتیجه رسیدیم که کمیسیون تلفیق از این ساعت تشکیل جلسه دهد و لایحه بودجه ۹۹ را بررسی و اصلاح کند.»

توصیه به تمرکز بر بخش هزینه‌ها به جای درآمدها

در همین حال، هادی حق‌شـناس، استاندار گلستان و نماینده پیشین مجلس در این خصوص گفت: «بهتر اسـت نماینـدگان مجلس به جای تمرکـز در بخـش درآمدها، بر هزینه‌ها متمرکز شـوند و این بخش را به سـمت واقعی‌سازی ببرند.» حق‌شناس در پاسـخ به این سوال که دلایل اتخـاذ این تصمیم مجلس چه بود نیز گفت: «بهتر اسـت به ریشـه‌های این تصمیم برگردیم و ببینیم چرا چنین اتفاقی رخ داده اسـت. من تصور می‌کنم مجلس تحت تاثیر دو اتفاق چنین تصمیمی را گرفت؛ نخسـت، اتفاق سیاسی و دوم، اتفاق اجتماعی.»

استاندار گلستان در توضیح این مطلب ادامه داد: «رد صلاحیت برخی از نمایندگان مجلس فعلی و ویروس کرونا از مهم‌ترین دلایل برای اتخاذ این تصمیم بی‌سابقه از سوی مجلس بوده است.»

او با اشاره به اینکه «بسیاری از نمایندگان انگیزه‌ای برای بررسی بودجه ندارند و ترجیح می‌دهند بررسـی بودجه به مجلس بعدی واگذار شـود»، گفت: «با این تصمیم احتمالا نمایندگان مجلس در همین شـرایط دست به بررسی بودجه بزنند.»

این در حالی اسـت که حسـن روحانی پیشتر و در زمان تحویل لایحه بودجه ۹۹ به مجلس، سال آینده را سالی سخت برای اقتصاد ایران ارزیابی کرده بود و به نظر می‌رسد با توجه به پیروزی اصولگرایان در مجلس حتی برای مصوبه‌های اقتصادی و لوایح بودجه نیز کار دشوارتر از پیش شود.

حق‌شـناس درباره آینده اقتصاد کشـور پس از رد لایحه بودجه ۹۹ و پیامدهای آن در شـرایط فعلی گفت: «سـال آینده همچون امسال سال راحتی برای اقتصاد کشـور نخواهد بود. البته نبود بودجه سـبب می‌شود حتی دولت برای افزایش حقوق نیز با مشکل مواجه شوند.»

به گفته وی، «بی‌تردید مجلس آینده نیز راه را برای دولت چندان هموار نخواهـد کرد و این مشـکل می‌تواند بحران اقتصادی را تشـدید کند. در دو سـال گذشته هم رشـد اقتصادی کشور منفی بود و هم تورم دورقمی شـد. ولی علی‌رغم این دو اتفاق، اقتصاد همچنان اشتغال‌زایی داشت. این امـر همزمان با این اتفاق همراه خواهد بود که سـال با لایحه بودجه آغاز نخواهد شد.»

آیا درآمدهای بودجه سال ۹۹ غیرواقعی است؟

نماینده پیشـین مجلـس درباره انتقادات نماینـدگان مجلس در مورد غیرواقعی بودن درآمدهای دولت هم گفت: «البته این نقد می‌تواند درست باشـد ولی کاش نمایندگان مجلس به جای انتقاد از این بخش، به بخش هزینه‌ها می‌رفتند و آن را واقعی می‌کردند، چراکه وقتی هزینه‌های دولت ۴۸۴ هزار میلیارد تومان اعلام می‌شود، دولت هم باید منابع آن را حداقل روی کاغـذ اعلام کند. اینکه در لایحه بودجه، ۱۲۰ هزار میلیارد تومان از منابع اسـناد خزانه تعیین شـده و مالیات نیز بیش از ۲۰۰ هزار میلیارد تومان مشخص شده است، از همین امر ناشی می‌شود.»

حق‌شـناس ادامه داد: «هر اقتصادی بعد از دو سال رشد منفی در رکود قرار می‌گیرد و در شـرایط رکودی، بالابردن میـزان مالیات به هیچ وجه واقع‌بینانه نیسـت، اما باید پرسـید دولت منابع دیگـری هم دارد؟ وقتی اقتصاد ایران دیگر امکان فروش نفت را ندارد و سهم نفت در بودجه جاری از ۴۰درصـد به کمتر از ۱۰درصد رسـیده یعنی بایـد بیش از ۹۰درصد هزینـه از منابعی دیگر تامین شـود. راه‌های دیگر هم چیزی جز انتشـار اسـناد خزانه و مالیات نیست و این دو بخش هم‌اکنون ظرفیت لازم برای این مهم را ندارند.»

او در پاسـخ به سوالی مبنی بر اینکه گفته می‌شود ظرفیت مالیاتی دو برابر مالیات اخذ شـده در سال جاری است، افزود: «البته که این ظرفیت در اقتصاد کشـور وجود دارد اما در شرایط رکود تورمی، این ظرفیت قابل استفاده نیست.»

به اعتقاد اسـتاندار گلستان، «افزایش نرخ مالیات در سال رکود عملا به تعمیق آن منجر خواهد شد.»

نماینده پیشـین مجلس اضافه کرد: «به ایـن ترتیب من فکر می‌کنم اگـر نمایندگان محترم مجلس به جای تاکید بر غیرواقعی بودن درآمدها بر کاهش هزینه‌ها توجه می‌کردند و در این بخش تعدیل ایجاد می‌شـد، نتایجی بهتر از رد کل لایحه بودجه به همراه می‌داشت. حتی نمایندگان مجلس این فرصت را داشتند که منابع درآمدی دیگری برای دولت ایجاد کنند. توجه کنیم که در کمیسیون تلفیق از هر کمیسیونی دو سه نماینده حضور دارد و نمایندگان دولت هم در جلسات شرکت می‌کنند و حتما این اعداد هم مورد بحث قرار گرفته است.»

حق‌شـناس در انتهای سخنانش در رابطه با چرایی اتخاذ این تصمیم از سوی مجلس نیز گفت: «این اتفاق کم‌سابقه به نظر من ناشی از یک فضای معترض در مجلس است. رد صلاحیت‌هایی که از نمایندگان فعلی صورت گرفت و امکان حضور دوباره آنها را در مجلس ناممکن کرد، در کنار بیماری کرونا و مسـائل اغلب سیاسـی، عامل اصلی این اقدام بوده که حداقل من هیچ‌گاه به یاد ندارم در گذشته تکرار شده باشد.»

ساخت و ساز کمتر از نصف تعداد معاملات

مسکن در پایتخت وارد کانال ۱۴ میلیونی شد

در بهمن ماه امسال قیمت هر متر مربع مسکن در تهران به ۱۴ میلیون و ۴۰۵ هزار تومان رسـید که نسـبت به ماه قبل ۳.۸درصد افزایش نشـان می‌دهد، اما از سرعت رشد آن نسبت دو به ماه گذشته کاسته شده است.

به گزارش ایسنا، قیمت مسکن در پایتخت با رشد ۳.۸درصدی ماهیانه وارد کانال ۱۴میلیون تومان شد. بهمن ماه ۱۳۹۸ براساس گزارش دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی، میانگین قیمت مسکن در شهر تهران به ۱۴ میلیون و ۴۰۵ هزار تومان در هر متر مربع رسید که نسبت به ماه قبل ۳.۸درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۴۳درصد افزایش نشان می‌دهد.

تعداد معاملات مسـکن شـهر تهران نیز در دومین ماه از زمستان ۱۳۹۸ به ۱۳ هزار و ۵۵۰ فقره رسیده که نسبت به دی ماه امسال ۲۵درصد و نسبت به بهمن ماه پارسال ۴۲درصد رشد نشان می‌دهد.

ارزش مبایعات انجام‌شده در بازار مسکن شهر تهران طی بهمن ماه ۱۳۹۸ بالغ بر ۱۵ هزار و ۹۴۰ میلیارد تومان بوده که نسبت به ماه گذشته ۳۴درصد و نسبت به ماه مشابه سال گذشته ۱۱۴درصد افزایش یافته است.

به طور کلی طی ۱۱ ماهه نخست سال ۱۳۹۸ ارزش معاملات واحدهای مسکونی در تهران ۸۱ هزار و ۲۷۰ میلیارد تومان بوده که رشـد ۶.۴درصدی نسـبت به ۱۱ ماهه سـال ۱۳۹۷ نشـان می‌دهد. همچنین متوسـط قیمت یک مترمربع واحد مسکونی شهر تهران در ۱۱ ماهه نخست سال جاری ۱۳ میلیون و ۱۸۵ هزار تومان بوده که نسبت به ۱۱ ماهه نخست سال گذشته ۶۴درصد افزایش داشته است. تعداد معاملات نیز در ۱۱ ماهه ابتدایی امسـال ۵۴ هزار و ۹۱۰ فقره بوده که از کاهش ۱۳.۵درصدی نسبت به ۱۱ ماهه ابتدای سال ۱۳۹۷ حکایت دارد.

از سوی دیگر تعداد واحدهای مسکونی در پروانه‌های ساختمانی طی دی‌ماه که گزارش آن در بهمن ماه اعلام شـده حاکی از آن است که تعداد واحدهای در حال ساخت در دی‌ماه ۱۳۹۸ بالغ بر ۶۹۸۱ واحد بوده که نسبت به ماه قبل ۲۳درصد و نسبت به دی ماه پارسال ۱۸درصد بیشتر شده است. یعنی حجم معاملات فعلی تقریبا دو برابر میزان ساخت و ساز است، اما این نسبت احتمالا با کاهش معاملات در پایان اردیبهشت ماه می‌تواند تعدیل شود.

قیمت خانه در تهران در شرایطی به رقم بی‌سابقه متری ۱۴ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان رسیده که کارشناسان سه عامل رونق پیش از عید و افزایش قیمت ارز را در رشـد قیمت مسـکن موثر می‌دانند، با این حال منحنی بازار نشان می‌دهد که شیب رشد قیمت ملایم‌تر شده و با شیوع کرونا بازدید از واحدها کاهش یافته که ممکن است بر روی بازار مسکن تاثیر بگذارد. مطابق آمار دفتر اقتصاد مسکن، پس از یک دوره چهارماهه کاهش و ثبات قیمت از مرداد تا آبان، به یکباره در آذرماه همزمان با تغییر قیمت بنزین شـاهد رشد ۱۳۷درصدی معاملات و رشد ۶.۸درصدی قیمت مسکن در تهران بودیم، اما افزایش در دو ماه بعد از آن به ترتیب ۳ و ۳.۸درصد بوده و به نوعی سرعت رشد کند است. کارشناسان معتقدند که شوک تغییر قیمت سوخت که منجر به افزایش نرخ ارز شد در بازار مسکن از بین رفته و طبیعتا در صورت آرامش در بازارهای موازی، قیمت مسکن باید در ماه‌های آینده کنترل شود.

ایلام بیشترین و فارس کمترین نرخ تورم را دارد

جغرافیای استانی تورم در بهمن‌ماه

نرخ تورم از جمله شـاخص‌های مهم اقتصادی اسـت که همواره توسـط افکار عمومـی مورد رصد قرار می‌گیرد. از ایـن رو، واکاوی گزارش اخیر مرکز آمار ایران درباره میزان تورم در بهمن‌ماه امسال از اهمیت زیادی برخوردار است.

مرکز آمار ایران در این گزارش، نرخ تورم ۱۲ماهه منتهی به بهمن ۹۸ را منتشر کرده و در نتیجه با تمرکز بر آن می‌توان به این پرسش پاسخ داد که کدام استان‌ها دارای بیشترین نرخ تورم و کدام استان‌ها دارای کمترین نرخ تورم هستند؟

اما پیش از اینکه به این پرسـش برسـیم، باید به تعریف نرخ تورم بپردازیم. نرخ تورم عبارت است از افزایش سطح عمومی قیمت کالاها و خدمات مشخص در یک بازه زمانی مشـخص. مرکز آمار برای محاسبه نرخ تورم، سبدی از کالاها و خدمات را در نظر می‌گیرد که در این سـبد ۴۷۵ قلم کالا و خدمت وجود دارد. همچنین برای محاسـبه نرخ تورم، بازه زمانی مشخصی در نظر گرفته می‌شود که طول این بازه عموما نرخ تورم را به سه نوع مختلف تقسیم می‌کند: نرخ تورم سالانه، نرخ تورم نقطه به نقطه و نرخ تورم ماهانه.

طبـق گزارش مرکز آمـار ایران، در بهمن ماه امسـال عدد شـاخص کل برای خانوارهای کشـور (۱۳۹۵=۱۰۰) به ۱۹۷.۶ رسـید که این عدد نسبت به ماه قبل ۱.۱درصد افزایش را نشـان می‌دهد. یعنی نرخ تورم ماهانه برای خانوارهای کشور ۱.۱درصد بوده است. در این ماه بیشترین نرخ تورم ماهانه خانوارهای کشور مربوط به اسـتان قزوین با ۲.۲درصد افزایش و کمترین نرخ تورم ماهانه مربوط به استان اردبیل با ۰.۵درصد کاهش بوده است. درصد تغییر شاخص کل نسبت به ماه مشابه سـال قبل (نرخ تورم نقطه به نقطه) برای خانوارهای کشـور ۲۵درصد بوده است. بیشترین نرخ تورم نقطه به نقطه متعلق به استان هرمزگان (۳۲.۱درصد) و کمترین نرخ تورم نقطه به نقطه مربوط به استان کردستان (۱۸.۸درصد) بوده است.

همچنین نرخ تورم ۱۲ماهه منتهی به بهمن ماه ۱۳۹۸ برای خانوارهای کشور به عدد ۳۷درصد رسیده است. بیشترین نرخ تورم ۱۲ماهه مربوط به استان ایلام با نرخ تورم ۴۴.۶درصد و کمترین نرخ تورم مربوط به استان فارس با نرخ تورم ۳۲.۸درصد اسـت. این اعداد بیانگر آن است که خانوارهای ساکن استان ایلام به طور متوسط ۷.۶درصد بیشـتر از میانگین کل کشـور و خانوارهای ساکن استان فارس به طور متوسـط ۴.۲درصد کمتر از میانگین کل کشـور برای خرید یک «مجموعه کالا و خدمات یکسـان» هزینه کرده‌اند. بنابراین در بهمن ماه امسـال، ارزان‌ترین استان برای زندگی استان فارس و گران‌ترین استان برای زندگی استان ایلام بوده است.

دریچه

سبد معیشت کارگران ۴ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان تعیین شد

حقوق کارگران چند درصد رشد می‌کند؟

در حالـی کـه کمتر از یک ماه به پایان سـال بیشـتر باقی نمانده، دوشنبه‌شـب در جلسه شـورای عالی کار برای تعیین دستمزد سال آینـده؛ نمایندگان کارگـران، کارفرمایان و دولت بعد از چند سـاعت کشـمکش روی رقم ۴ میلیـون و ۹۴۰ هزار تومان برای عدد سـبد معیشت به توافق رسیدند؛ رقمی که البته نماینده کارگران در ابتدا آن را ۵.۵ میلیون تومان اعلام کرده بودند.

نمایندگان کارگری در شورای عالی کار معتقدند هزینه زندگی خانوار کارگری ظرف یک سـال گذشته به دلیل افزایش قیمت بنزین، ارز و ... دو برابر شده است. رقم سبد معیشت کارگران براساس اعلام کمیته دستمزد در سال جاری (۹۸) ۳میلیون و ۷۰۰ هزار تومان تعیین شده بود.

در دو ماه گذشـته حاشـیه‌ها و اختلاف‌ها بر سر تعیین میزان مزد سـال آینده کارگران در جلسات شورای عالی کار جدی‌تر شده است. نمایندگان کارگران معتقدند افزایش دستمزد باید طبق قانون متناسب با میانگین تورم حدود ۴۰درصدی کشور و سبد معیشت باشد و حالا رسـیدن به عدد ۴ میلیون و ۹۴۰ هزار تومان برای سـبد معیشت در شـورای عالی کار می‌تواند به عنوان برگ برنده‌ای بـرای کارگران در میزان افزایش حقوق در نظر گرفته شـود همچنان که افزایش حدود یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان سـبد معیشـت در سال جاری نسبت به سـال ۹۷ باعث افزایش ۳۶.۵درصدی حداقل مزد کارگران در سال ۱۳۹۸ شد.

البته در این بین نمایندگان دولت به دنبال افزایش حقوق ۱۵درصد هستند؛ عددی که برای کارمندان دولت هم در بودجه سال آینده دیده شده است و به نوعی برای کارگران هم از سوی دولت پیش‌بینی شده اسـت، اما دراین‌بین نمایندگان کارگران معتقدند دولت و کارفرمایان باید طبق قانون کار عمل کرده و افزایش دستمزد براساس میانگین نرخ تورم امسال و سبد معیشت در نظر گرفته شود.

یکـی از طرح‌هایی که نمایندگان کارگران بـرای افزایش حقوق در سـال آینده پیشـنهاد داده بودند ولی درنهایت از سـوی نمایندگان کارفرمایان و دولت رد شـد و در شـورای عالی کار رأی نیاورد، طرح منطقه‌ای شدن حقوق و دستمزد بود. زیرا نمایندگان کارگران معتقدند هزینه‌های زندگی و سبد معیشت در شهرها و مناطق مختلف کشور، متفاوت اسـت برای مثال هزینه زندگی در تهران چند برابر شهرهای کوچک‌تر است. طبق آمارهای مرکز پژوهش‌های مجلس و مرکز آمار ایران حداقل هزینه یک خانواده در شـهر تهران به بیش از ۵ میلیون تومان رسیده است و این در حالی است که حداقل حقوق کارگران در سال جاری حدود یک‌میلیون و ۶۰۰ هزار تومان بود.

اقتصاد خانواده‌های ایرانی به دلیل رشـد ۴۰درصدی تورم در شرایط بسیار سختی قرار گرفته و کارگران به پایین بودن دستمزدها و بی‌ثباتی در پرداخت حقوق‌شـان از سوی واحدهای تولید معترض هستند. در ماه‌های گذشـته بسیاری از واحدهای کارگری، کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی شـاهد اعتراض کارگران به وضعیت معیشت‌شان بوده‌اند. این اعتراض‌هـا در حالی صورت می‌گیرد که بسـیاری از کارفرمایان اعلام می‌کننـد واحدهای تولیدی آنها با مشـکلات نقدینگـی، بدهی‌های سـنگین و مشکلات اقتصادی ناشی از تحریم‌ها روبه‌رو شده‌اند و توان افزایش حقوق را ندارند و افزایش دستمزد حاصلی جز کاهش توان مالی آن بنگاه اقتصادی و حرکت به سـوی تعدیل نیرو و حتی تعطیلی در بلندمدت نخواهد داشت.

در همین زمینه، علی خدایی، عضو «کارگری» شـورای عالی کار به «مهر» گفت: با توجه به تجربیات سال‌های گذشته در جلسات تعیین دستمزد شورای عالی کار، نمی‌توانم بگوییم امسال سخت‌تر از سال‌های گذشته است. اگر به تاریخ مراجعه کنیم سال‌های سخت‌تر از امسال هم نظیر دوران جنگ تحمیلی که هیچ‌گونه افزایش دستمزدی نداشتیم، تجربه کردیم.

به گفته وی، آنچه که وجه تمایز امسـال در حوزه تعیین دسـتمزد نسـبت به سال‌های دیگر اسـت، نگرش جامعه امروز است. انسجام و عدالتی که در گذشـته در جامعه وجود داشته شاید در این سال‌ها به آن حد وجود نداشته است. آستانه تحمل جامعه نیز پایین‌تر از دوران جنگ تحمیلی است، اما به دلیل شرایط سیاسی و اجتماعی، امسال در حوزه تعیین دستمزد جامعه کارگری یکی از سال‌های خاص و اثرگذار است. البته در سال ۹۱ هم به دلیل تحریم‌های هسته‌ای شرایطی مشابه شرایط امروز را تجربه کردیم. در همان زمان هم شرایط اقتصادی مشابه دو سـال گذشته را داشتیم و البته در سـال‌های ۸۹ و ۹۰ همزمان با اجرای قانون هدفمندکردن یارانه‌ها با این مشـکلات اقتصادی مواجه بودیم.

او با بیان اینکه از دید یک کارگر شـرایط را اینگونه تحلیل می‌کنم، ادامه داد: با توجه به مشـکلات اقتصادی که طی این سـال‌ها پشـت سر گذاشته‌ایم، انرژی ذخیره‌شده جامعه کارگری برای تحمل شرایط، تحلیـل رفته اسـت و اکنون درخصوص تعیین دسـتمزد که یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های زندگی یک کارگر است، وضعیت خوب نیست به همین دلیل ما به عنوان نمایندگان کارگری تصور می‌کنیم در جریان تعیین «حداقل دستمزد» سال آینده کارگران، روزهای سختی را پیش رو داریم.

این عضو شـورای عالی کار افزود: باید فراتر از شـورای عالی کار در حوزه‌های بین بخشی از جمله مالیات و سیاست‌های حمایتی از بخش تولید و کارگر تصمیم‌گیری کرد، در غیر این صورت، در بر روی همان پاشنه قبلی می‌چرخد و فقط با افزایش دستمزد سالانه، اتفاق خاصی در حـوزه حفظ قدرت خرید کارگر نخواهد افتـاد البته نگاه‌هایی که تا به امروز از سـوی دولت و کارفرمایان مشـاهده شده سختی شرایط را برای جامعه کارگری بیش از گذشـته کرده اسـت. دولت در شرایط تورمی روی افزایش حدود ۱۵درصدی حداقل دستمزد مانور می‌دهد، در حالی که نرخ تورم رسـمی، عددی بسیار بالاتر از این میزان است. طبیعی اسـت که ما احساس می‌کنیم جلسات سختی را برای تعیین دستمزد سال ۹۹ پیش رو داریم.

اسماعیل ظریفی‌آزاد، کارشناس روابط کار و مدیرکل سابق جبران خدمـت وزارت کار نیز به «مهر» گفت: براسـاس اعلام مرکز آمار با تورم حدود ۴۰درصدی مواجه هسـتیم. معنای این آمار این اسـت کـه اگر مجموع دریافتی کارگران حدودا ۴۰درصد افزایش یابد تازه می‌توانند به قدرت خرید ابتدای امسـال برسـند. البته این بدون در نظر گرفتن عدد سـبد هزینه معیشت است که با احتساب آن عدد بزرگ‌تری می‌شود، اما اگر میانگین را در نظر بگیریم به تعبیر من به عدد تورم ۴۰ می‌رسیم.

بانک نامه

بانک مرکزی اعلام کرد

افزایش ۲۴درصدی معاملات مسکن تهران در بهمن‌ماه

بانک مرکزی اعلام کرد تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در بهمن ماه سال ۱۳۹۸ به ۳.۱۳هزار واحد مسکونی رسید که نسبت به ماه قبل ۲۴.۱درصد افزایش داشته است. به گزارش بانک مرکزی، تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در بهمن امسال نسبت به مدت مشابه پارسال ۴۲درصد افزایش یافته است. در بهمن‌ماه، متوسط قیمت خرید و فروش یک متر مربع زیربنای واحد مسکونی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران ۱۴۴ میلیون ریال بود که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۴۴.۴درصد افزایش را نشان می‌دهد. بررسی توزیع تعداد واحدهای مسکونی معامله شده در شهر تهران به تفکیک عمر بنا در بهمن ماه حاکی از آن است که از مجموع۱۳ هزار و ۲۶۴ واحد مسکونی معامله شده، واحدهای تا پنج سال ساخت با سهم ۴۳.۲درصد بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. توزیع تعداد معاملات انجام شده بر حسب مناطق مختلف شهر تهران در بهمن نیز نشان می‌دهد که از میان مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران، منطقه ۵ با سهم ۱۷.۱درصدی از کل معاملات، بیشترین تعداد قراردادهای مبایعه‌نامه را به خود اختصاص داده است.

در ۹ ماهه امسال

تولید ناخالص داخلی ۲۴۳۷ هزار میلیارد تومان شد

مجموع تولید ناخالص داخلی (GDP) ایران در ۹ ماهه امسال در بخش‌های مختلف به ۲۴۳۷ هزار میلیارد تومان رسید. معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران در گزارشی به ارزش افزوده فعالیت‌های اقتصادی کشور طی ۹ ماهه ۱۳۹۸ براساس آمارهای مرکز آمار ایران پرداخته است. بر این اساس سهم بخش صنایع و معادن از ارزش افزوده فعالیت‌های اقتصادی طی ۹ ماهه ۹۸ معادل ۱۱۳۸ هزار میلیارد تومان، بخش خدمات ۱۰۹۳ هزار میلیارد تومان، صنعت (ساخت) ۴۷۴ هزار میلیارد تومان، نفت و گاز طبیعی ۳۶۷ هزار میلیارد تومان، کشاورزی ۲۱۶ هزار میلیارد تومان، ساختمان ۱۰۱ هزار میلیارد تومان و سایر معادن ۱۴ هزار میلیارد تومان بوده است. همچنین سهم هر یک از بخش‌های مختلف از مجموع تولید ناخالص داخلی طی ۹ ماهه به این شرح است: گروه کشاورزی ۸.۹درصد، گروه خدمات ۴۴.۹درصد، صنعت (ساخت) ۱۹.۴درصد، ساختمان ۴.۲درصد، نفت و گاز طبیعی ۱۵درصد، سایر معادن ۰.۶درصد و سایر ۷درصد. آمارهای منتشرشده نشان می‌دهند که سهم بخش کشاورزی در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از آن ۰.۱درصد رشد داشته ولی سهم بخش خدمات ۱.۲درصد کاهش یافته است. همچنین سهم بخش صنعت (ساخت) در مدت زمان مورد گزارش ۱.۳درصد و سهم بخش ساختمان ۰.۷درصد رشد داشته است، با این حال سهم بخش نفت و گاز طبیعی در این زمینه ۲.۶درصد کاهش یافته است. سهم سایر معادن در آمارهای ۹ ماهه GDP کشور نسبت به مدت مشابه سال قبل ثابت بوده و تغییری نداشته، اما سهم سایر موارد ۱.۶درصد افزایش را نشان می‌دهد.

صعود سکه به رقم ۶ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان

دلار باز هم قد کشید

قیمت دلار در صرافی‌های بانکی با عبور از سد مقاومتی در مرز ۱۴ هزار و ۸۰۰ تومان ایستاد. در چهارمین روز هفته، هر دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی به قیمت ۱۴ هزار و ۸۰۰ تومان فروخته شد که در قیاس با روز دوشنبه افزایشی ۵۰ تومانی را نشان می‌دهد. نرخ خرید دلار در این صرافی‌ها نیز ۱۴ هزار و ۷۰۰ تومان اعلام شد. هر یورو نیز با رشدی اندک در آستانه کانال ۱۶ هزار تومان متوقف شد. هر یورو در صرافی‌های بانکی درحالی به قیمت ۱۵ هزار و ۹۰۰ تومان فروخته شد که نرخ خرید یورو برابر با ۱۵ هزار و ۸۰۰ تومان اعلام شد. در همین حال، قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با افزایش ۳۰ هزار تومانی نسبت به روز دوشنبه به بهای ۶ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان فروخته شد. قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز به ۶ میلیون و ۵۰ هزار تومان به فروش رسید. نیم سکه نیز ۳میلیون و ۵۰ هزار تومان، ربع سکه یک میلیون و ۸۹۰ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی ۹۵۰ هزار تومان داد و ستد شد. همچنین هر گرم طلای خام ۱۸ عیار ۶۲۱ هزار تومان و هر مثقال طلا نیز ۲میلیون و ۶۹۳ هزار تومان به فروش رسید. رشد قیمت دلار و اونس مهم‌ترین عامل افزایش قیمت طلا و سکه هستند. قیمت دلار در روزهای اخیر به دلیل قرار گرفتن ایران در فهرست سیاه FATF رشد قابل توجهی را تجربه کرد. در این میان، صرافان می‌گویند بازار ارز به دلیل ترس از شیوع کرونا با خلوتی خاصی روبه‌روست و قیمت‌ها در شرایطی افزایش می‌یابد که مشتری چندانی در بازار نیست و در نتیجه خرید و فروش خاصی در این حوزه صورت نمی‌گیرد. منظور از مشتری، مشتریان خاصی است که با هدف سرمایه‌گذاری و مراقبت از ارزش پول خود وارد بازار می‌شوند. همتی نیز هشدار داده است که سرمایه‌گذاران مراقب ریسک موجود در بازار ارز باشند.

آنچه دیروز در بازارهای جهانی رخ داد

عقبگرد دلار در برابر سایر ارزها

ارزش دلار در برابر سایر همتایانش کاهش یافت. به گزارش رویترز، در جریان معملات روز سه‌شنبه، ارزهای امن در برابر دلار در موقعیت برتری قرار گرفتند و دلار به عقب رانده شد. گزارشات جدید حاکی از آن هستند که کرونا در حال ادامه پیشروی در مناطق مختلف جهان بوده و شمار بیشتری را نیز مبتلا کرده است. مو سیونگ، تحلیلگر بازار ارز در بانک مرکزی سنگاپور گفت: یک نوع جنگ احساسی در معاملات به چشم می‌خورد که در آن معامله‌گران نمی‌توانند نگرانی خود را مخفی نگه دارند. خیلی مهم است که چین برای حمایت از اقتصادش چه کاری انجام دهد و حمایت قوی باعث خواهد شد تا بازارها مجددا اوج بگیرند. همچنین ان اولیور، کارشناس مسائل اقتصادی در موسسه «آی ام پی» گفت: خبرهای بد جدیدی درخصوص کرونا داشتیم. شمار مبتلایان هنوز در حال بیشتر شدن است و اکنون روند شیوع بیماری در خارج چین نگران‌کننده شده است. بر این اساس، شاخص دلار که نرخ برابری آن در مقابل سبدی از ارزهای جهانی را اندازه می‌گیرد، در معاملات روز سه‌شنبه با صعود ۰.۵۱درصدی نسبت به روز قبل و در سطح ۹۹.۲۲۷ واحد بسته شد. نرخ برابری هر فرانک سوئیس معادل ۱.۰۲دلار اعلام شد. همچنین پوند با صعود ۰.۰۳درصدی نسبت به روز قبل خود و به ازای ۱.۲۹۳۲ دلار مبادله شد. یورو ۰.۳۱درصد بالا رفت اما با باقی ماندن در کانال ۱.۰۸ به ۱.۰۸۵۱ دلار رسید. همچنین نرخ برابری هر دلار آمریکا معادل ۱.۳۲۹۵ دلار کانادا اعلام شد. در برابر همتای سنگاپوری، هر دلار به ازای۱.۳۹۷۷ دلار سنگاپور مبادله شد.

از ورود ایران به لیست سیاه تا نگرانی از عملکرد پاکستان و توصیه به امارات

در آخرین نشست مجمع عمومی FATF چه گذشت؟

اجلاس هفته گذشته مجمع عمومی FATF در حالی به کار خود پایان داد که اقدامات چند کشور از جمله ایران، پاکستان، امارات و کره جنوبی، از موضوع‌های مهم این نشست بود و در پایان، ایران به دلیل تصویب نکردن قانون پالرمو(Palermo) و کنوانسیون مقابله با تامین مالی تروریسم (CFT) به فهرست سیاه بازگردانده شد.

در همین حال، تارنمای گروه ویژه اقدام مالی، گزارش نشست اخیر این نهاد را منتشر کرده است. در این اجلاس که شیانگمین لیو از چین، ریاست نشست را به عهده داشت، بیش از ۸۰۰ نماینده از ۲۰۵ کشور به همراه سازمان‌های بین‌المللی شرکت داشتند. از جمله اولویت‌های استراتژیک در این اجلاس، شناخت و شیوه کاربرد هویت دیجیتال با هدف محدودکردن پولشویی و خطرات تامین مالی تروریسم در دارایی‌های مجازی، ارزیابی متقابل از اقدامات جمهوری کره و امارات، گزارش پیگیری برای ارزیابی متقابل اقدامات آمریکا و کشورهایی بود که مشمول نظارت تشدید شده هستند.

همچنین کشورهایی که مشمول نظارت بیشترند، فعالانه به دنبال رفع نواقص و کمبودهای استراتژیک خود در زمینه برخورد با پولشویی، تامین مالی تروریسم و تامین مالی گسترش سلاح‌های هسته‌ای هستند. در واقع، وقتی FATF کشوری را مشمول نظارت بیشتر قرار می‌دهد به این معناست که آن کشور متعهد شده هرچه سریع‌تر نواقص استراتژیک شناسایی‌شده را در مهلت زمانی توافق شده حل‌وفصل کند و بر این اساس تحت نظارت بیشتر قرار دارد.

نگرانی گروه ویژه اقدام مالی از عملکرد پاکستان

به گزارش ایرنا، در ادامه گزارش گروه ویژه اقدام مالی آمده است: پاکستان از جمله کشورهایی است که باید اقدام‌هایی برای برطرف ساختن نواقص و کاستی‌هایش در مبارزه با پولشویی، تامین مالی تروریسم و تامین مالی جرائم اقتصادی انجام می‌داد. زیرا از سرزمین‌های پرخطر محسوب شده که مشمول فراخوان برای اقدام مقتضی هستند. در واقع مناطق پرخطر، کشورهایی محسوب می‌شوند که در زمینه برخورد با پولشویی، تامین مالی تروریسم و تامین مالی گسترش سلاح‌های هسته‌ای، نواقص و کاستی‌های عمده استراتژیک دارند.

در مورد کشورهایی که پرخطر تشخیص داده می‌شوند، FATF به همه اعضایش فراخوان می‌دهد و همه آنها را موظف می‌کند تا تلاش مقتضی در این موارد خاص به عمل آورند. در حادترین موارد، از کشورها خواسته می‌شود با اجرای برخی اقدامات متقابل، سیستم مالی بین‌المللی را از گزند پولشویی، تامین مالی تروریسم و تامین مالی گسترش سلاح‌های هسته‌ای محافظت کنند. براساس تاکیدات FATF، پولشویی، تامین مالی تروریسم و تامین مالی اشاعه سلاح‌های کشتار جمعی، خطرهایی است که از سوی کشورها متوجه نظام مالی بین‌المللی است.

پاکستان در ژوئن ۲۰۱۸ در سطوح عالی سیاسی خود تعهد داد که با FATF و APG (گروه آسیا و اقیانوس آرام در زمینه پولشویی) در زمینه تقویت رژیم مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریسم همکاری کرده و نواقص استراتژیک خود را در زمینه مبارزه با تامین مالی تروریسم برطرف کند. از آن زمان تاکنون، پاکستان در بخش‌هایی از برنامه اقدام خود به پیشرفت‌هایی رسیده که شامل نظارت برمبنای خطر، پیگیری همکاری داخلی و بین‌المللی برای شناسایی افرادی است که پول نقد با خود حمل می‌کنند. این کشور همچنین باید به فعالیت خود در برنامه اقدام در زمینه برطرف کردن کاستی‌های استراتژیکش ادامه دهد.

در پایان، همه ضرب‌الاجل‌ها برای برنامه اقدام مهلت پاکستان به پایان رسیده وFATF از اینکه چرا پاکستان با توجه به خطراتی که از ناحیه این کشور متوجه مبارزه با تامین مالی تروریسم است نتوانسته در چارچوب زمانی مقرر برنامه اقدامش را تکمیل کند، ابراز نگرانی کرد.

ورود ایران به لیست سیاه گروه ویژه اقدام مالی

در بخش بعدی این گزارش به اقدامات ایران اشاره شده و آمده است: در ژوئن ۲۰۱۶ ایران متعهد شد ضعف‌ها و نواقص استراتژیک خود را در زمینه مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریسم برطرف کند. مهلت برنامه اقدام ایران در ژانویه ۲۰۱۸ به پایان رسید. در اکتبر ۲۰۱۹ نهاد FATF به همه اعضایش فراخوان داد و همه کشورها را موظف به انجام سه اقدام کرد: افزایش نظارت برای شرکت‌های مستقر در ایران، گزارش منظم از معاملات مالی و افزایش الزامات حسابرسی برای گروه‌های مالی مستقر در ایران.

براساس این گزارش، در فوریه ۲۰۲۰، FATF به ایران یادآوری کرد که برنامه اقدام خود را تکمیل نکرده و قانون پالرمو و کنوانسیون مقابله با تامین مالی تروریسم(CFT) را هماهنگ با استانداردهای این نهاد تصویب نکرد. در نتیجه تعلیق اقدامات متقابل را لغو می‌کند و از همه اعضایش می‌خواهد اقدامات متقابل موثر منطبق با «توصیه‌نامه ۱۹» را به اجرا بگذارند. براساس توصیه‌نامه ۱۹ این نهاد، کشورها باید در صورت فراخوان FATF، اقدامات متقابل مناسبی را (با کشورهایی که در فهرست سیاه قرار می‌گیرند) به طور مستقل از هرگونه تماس FATF برای انجام این کار اعمال کنند. چنین اقدامات متقابل باید مؤثر و متناسب با خطرات باشد.

در این گزارش تاکید شده، ایران تا زمانی که «برنامه اقدام» را تکمیل نکرده است، همچنان در بیانیه «سرزمین‌های پرخطر مشمول فراخوان برای اقدام» باقی خواهد ماند. همچنین اگر ایران پالرمو و کنوانسیون مبارزه با تامین مالی تروریسم(CFT) را منطبق با استانداردهای FATF امضا نکند، این نهاد مالی در مورد برداشتن گام‌های بعدی تصمیم خواهد گرفت. از جمله تصمیم‌ها این خواهد بود که آیا اقدامات متقابل را معلق بگذارد یا نه.

FATF تصریح کرده، تا زمانی که ایران برای رفع نواقص شناسایی شده در موضوع مقابله با تأمین مالی تروریسم، دست به اقدامات لازم در برنامه عمل خود نزند، این نگرانی وجود دارد که در ایران تروریسم تامین مالی می‌شود و این یک تهدیدی علیه نظام مالی بین‌المللی است.

FATF در ژوئن سال ۲۰۱۶ از تعهدی که ایران در سطوح بالای سیاسی خود در این زمینه انجام داد استقبال کرد. این تعهد برای برطرف کردن نواقص و ضعف‌های استراتژیک ایران در زمینه مقابله با پولشویی و تامین مالی تروریسم و تامین مالی جرائم اقتصادی بود. در عین حال ایران تصمیم گرفت برای اجرای «برنامه اقدام» خود کمک فنی تقاضا کند.

از سال ۲۰۱۶، ایران یک سیستمی برای اعلان پول نقد خود راه‌اندازی کرد. همچنین اصلاحاتی در قانون تأمین مالی ضد تروریسم و قانون مبارزه با پولشویی انجام و آنها در کنار آیین‌نامه مبارزه با پولشویی تصویب کرد. این نهاد همچنین در فوریه ۲۰۲۰ یادآور شد، شش مورد دیگر باقیمانده که ایران باید کاملا آنها را تکمیل کند: هرگونه تامین مالی تروریسم را یک نوع «جرم» محسوب کند؛ شناسایی و توقیف دارایی‌های تروریست‌ها هماهنگ با قطعنامه‌های شورای امنیت سازمان ملل باشد؛ حصول اطمینان از اینکه یک برنامه متناسب و قابل اجرا به کار گرفته شده است تا در ارتباط با مشتریان به قانون عمل می‌شود؛ اثبات اینکه مسئولان کشور به چه ترتیب سازوکاری برای شناسایی افرادی تعیین کرده که بدون مجوز وجوه نقدی را جابه‌جا می‌کنند؛ تصویب و اجرای کنوانسیون‌های پالرمو و سی‌اف‌تی و شفاف‌سازی توانایی ارائه کمک‌های حقوقی متقابل؛ حصول اطمینان از اقدامات مؤسسه‌های مالی که نقل و انتقال‌های مالی (الکترونیکی) آنها حاوی اطلاعات کامل مبدأ و ذی‌نفع باشد.

از توجه به هویت دیجیتال تا محدودیت دارایی مجازی

همچنین یکی از اولویت‌های استراتژیک اعلام شده در این اجلاس، «درک و استفاده از هویت دیجیتال به عنوان یک اهرم قدرت» است. همه‌ساله بر شمار قراردادهای مالی الکترونیکی (دیجیتال) به طرز سرسام‌آوری افزوده می‌شود. این واقعیت ایجاب می‌کند شناخت بهتری داشته باشیم از اینکه خدمات مالی الکترونیکی به چه طریقی مشتریان‌شان را شناسایی و صحت آنها را تایید می‌کنند.

اجلاس مجمع عمومی FATF یک جزوه راهنما در مورد هویت الکترونیکی به تصویب رساند. این جزوه راهنما به موسسه‌های دولتی و سهامداران بخش خصوصی کمک می‌کند تا بهتر با شیوه کار سیستم‌های شناسایی آی.دی(ID) الکترونیکی آشنایی پیدا کنند. این جزوه راهنما، الزامات و نیازمندی‌های FATF را برای شناسایی و تایید و تصدیق مشتری و وظایف مقرر جاری توضیح می‌دهد که این اقدامات چگونه می‌تواند با اجزای اصلی سیستم‌های شناسایی الکترونیکی هماهنگ باشد.

FATF معتقد است که نوآوری، این پتانسیل را دارد که تلاش‌ها در راه مقابله با پولشویی و مبارزه با تامین مالی تروریسم را ارتقا دهد. سیستم‌های شناسایی قوی و غیرقابل نفوذ الکترونیکی می‌تواند در حوزه امور مالی، عوامل قابل اعتماد بودن، امنیت و کارآمدی را در شناسایی افراد بالا ببرد و از ضعفی که در کنترل انسانی وجود دارد بکاهد.

FATF همچنین از نزدیک بر روند اجرا و تأثیرگذاری استانداردهای جدید خود برای مقابله با خطرهای احتمالی پولشویی و تأمین مالی تروریسم دارایی‌های مجازی نظارت می‌کند. از جمله موارد مورد سنجش، پیشرفت‌های انجام‌شده در زمینه اجرای کامل «قانون سفر» بوده که نیازمند شفاف‌سازی در مورد مبدأ و ذی‌نفع پرداخت است. همچنین FATF به مدت ۱۲ ماه، اجرای الزامات و نیازهای جدید را در دست بازنگری قرار داد و در مجمع عمومی، پیشرفت‌هایی که در این زمینه به دست آمده است را مرور کرد و نقطه نظرات نمایندگان بخش خصوصی و راه‌حل‌های فنی پیشنهادی آنها را مورد بررسی قرار داد.

این نهاد قرار است گزارش کاملی از تحلیل و بررسی‌های خود در زمینه خطراتی که در راه مبارزه با پولشویی و مقابله با تامین مالی تروریسم وجود دارد را به همراه ارز الکترونیکی موسوم به «استیبل کوین» و همچنین کاربرد استانداردهای FATF در مورد آنها را به اجلاس آتی گروه ۲۰ در ژوئیه ۲۰۲۰ گزارش کند.

تاکید FATF به کره‌جنوبی و تکلیف امارات به بازنگری

همچنینFATF و گروه آسیا - پاسیفیک در امور مبارزه با پولشویی به طور مشترک به سنجش اقدامات کره‌جنوبی در مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریسم پرداختند. مجمع عمومی بعد از بررسی ارزیابی‌ها به این نتیجه رسید که کره‌جنوبی متوجه خطرات شده و از یک چارچوب سازمانی و قانونی درست و حسابی برخوردار است که نتایج خوبی را عرضه می‌کند. خطراتی که کره با آنها روبه‌روست شامل کاربرد موثر هوش مالی و توسعه آن و همچنین احیای درآمدهای جنایی است.

در این گزارش آمده است: کره باید اقدامات مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریسم را به کار ببندد و بر تجارت‌های غیرمالی نظارت داشته باشد، نظارت‌ها را تقویت کند و همه تمرکزش را روی جلوگیری از استفاده نادرست از شخصیت‌های حقوقی و سوءاستفاده از تمهیدات پولشویی و تامین مالی تروریسم، انجام تحقیقات در زمینه پولشویی و تعقیب قانونی در این زمینه قرار دهد.

مجمع عمومی در این اجلاس همچنین در مورد ارزیابی مشترک FATF و MENAFATF (کارگروه اقدام مالی خاورمیانه و شمال آفریقا) از امارات نیز بحث کرد و به این نتیجه رسید که این کشور بسیاری از اقداماتش در زمینه مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریسم را به اجرا درآورده است. از جمله این اقدامات، تاسیس یک اداره تشخیص مخاطرات ملی است. تهیه یک استراتژی کنوانسیون مقابله با تامین مالی تروریست(CFT) و مبارزه با پولشویی و اقدامات مؤثر برای انجام تحقیقات و پیگرد قانونی در زمینه تامین مالی تروریسم از دیگر اقدامات این کشور است.

در این گزارش تاکید شده، با این حال، امارات باید یک بازنگری و پالایش کلی در تصور خود از پولشویی و تامین مالی تروریسم انجام دهد. همچنین باید اقداماتش در زمینه تحقیق، پیگرد قانونی و همکاری بین‌المللی در زمینه پولشویی را تقویت کند.

در عین حال امارات باید همه تمرکزش را روی این بگذارد که از سوءاستفاده از اشخاص و ترتیبات حقوقی جلوگیری، بر روند گردش امور نظارت و اطمینان یابد دارایی‌های مرتبط با ترور و تامین مالی سلاح‌های کشتار جمعی، بی‌هیچ درنگ و تاخیری همه توقیف (فریز) شوند. این گزارش‌ها بعد از بازبینی کیفیت، قوت و استحکام در ماه آوریل(فروردین-اردیبهشت ۹۹) منتشر خواهد شد.

کدام کشورها مشمول نظارت بیشتر FATF شدند؟

براساس این گزارش، سرزمین‌هایی که مشمول نظارت بیشترند فعالانه با FATF کار می‌کنند تا نواقص استراتژیک خود را در مقابله با پولشویی، تامین مالی تروریسم و تامین مالی اشاعه سلاح‌های کشتارجمعی برطرف کنند. هرگاه FATF سرزمینی را در محدوده نظارت بیشتر قرار می‌دهد به این معناست که کشور موردنظر متعهد است به سرعت کم‌کاری‌های استراتژیک شناسایی‌شده را در چارچوب زمانی مورد توافق، برطرف کند. در واقع این رویکرد به معنای افزایش نظارت بر این کشورهاست.

باتوجه به این اقدامات، FATF به ترینیدادوتوباگو بابت پیشرفت قابل ملاحظه در برطرف کردن نواقص استراتژیک خود در زمینه مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریسم تبریک گفت. این نواقص پیشتر توسط FATF شناسایی شده و در برنامه اقدام گنجانده شده بود.

بر این اساس این کشور دیگر مشمول روند افزایش نظارت FATF نخواهد بود و با کارگروه اقدام مالی کارائیب که عضو آن است همکاری خواهد کرد تا برنامه‌های مقابله با تامین مالی تروریسم(CFT) و مبارزه با پولشویی(AML) را تقویت کند.

در این اجلاس کشورهای آلبانی، باربادوس، جامائیکا، موریشیوس، میانمار، نیکاراگوآ و اوگاندا مشمول تشدید نظارت شدند. این کشورها از سوی FATF به عنوان سرزمین‌های دارای نواقص استراتژیک در زمینه مقابله با تامین مالی تروریسم و مبارزه با پولشویی شناخته شده‌اند. هر کدام از آنها یک برنامه اقدام با FATF تهیه کرده‌اند تا حادترین نارسایی‌ها در این زمینه را رفع و رجوع کنند.

در ادامه این گزارش آمده است، همه کشورها الزاما باید آماده باشند هرگاه FATF آنها را موظف به انجام کاری می‌کند، باید بتوانند دست به اقدامات متقابل بزنند. همچنین کشورها باید قادر باشند به طور مستقل آنچه را که FATF از آنها خواسته، انجام دهند. این اقدامات متقابل، باید موثر و متناسب با خطرهای موردنظر باشد.

در این اجلاس مجمع عمومی FATF همچنین در زمینه پیشرفت‌هایی که این گروه در یکی از اولویت‌های این سازمان یعنی مبارزه با پولشویی درآمد حاصل از تجارت غیرقانونی حیات وحش، بحث و بررسی شد. موضوع‌های دیگری همچون «ترویج و تسهیل نظارت مؤثرتر در سطح ملی، بازبینی استراتژیک روندهای ارزیابی شبکه جهانی FATF و ریاست این نهاد بین سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۲، در اجلاس یادشده مورد بررسی قرار گرفت.

در این اجلاس، مارکاس پله‌یر از آلمان به عنوان رئیس آتی FATF انتخاب شد. تیم او از اول ژوئیه(۱۰ تیرماه) ۲۰۲۰ کار خود را در این گروه آغاز خواهد کرد. پله‌یر نخستین رئیس FATF خواهد بود که برای دو دوره ریاست این نهاد را برعهده خواهد داشت. او اکنون نایب رئیس FATF است. او تا نشستن بر مسند ریاست گروه در سمت کنونی‌اش انجام وظیفه خواهد کرد.

آنچه باید درباره سهام عدالت بدانید

پاسخ به ۳۵ سوال مهم درباره سهام عدالت

سازمان خصوصی‌سازی در راستای برطرف کردن ابهامات درباره سهام عدالت با انتشار گزارشی به ۳۵ سوال مهم پاسخ داد. طرح سهام عدالت در حالی از سال ۱۳۸۵ تاکنون در حال اجرا است که بیش از ۴۹ میلیون نفر از جمعیت کشور مشمول این سهام هستند. در این راستا، سازمان خصوصی‌سازی به منظور فرهنگ‌سازی بهتر و پاسخ به ابهامات و پرسش‌های موجود در این زمینه، اقدام به انتشار مطلبی شامل مهمترین پرسش‌های قابل طرح در زمینه سهام عدالت و پاسخ به آنها به شرح زیر کرده است:

* سهام عدالت چیست؟ سهام مربوط به ۴۹ شرکت سرمایه پذیر است که براساس مصوبات هیات وزیران به مشمولین سهام عدالت واگذار شده است. لیست و اطلاعات مربوط به شرکت‌های مزبور در سامانه اینترنتی سهام عدالت درج شده است.

* چه کسانی سهام عدالت دارند؟ به عبارت دیگر، چه گروه‌هایی مشمول سهام عدالت شدند؟ چرا؟ مرجع تشخیص مشمولین سهام عدالت کجا بوده؟ مشمولین سهام عدالت در مقاطع گذشته براساس مصوبات ستاد مرکزی توزیع سهام عدالت در ۱۸ گروه تعیین شده‌اند و نهادهای متولی این گروه‌ها نیز در ستاد مزبور مشخص گردیده‌اند که در نهایت براساس اطلاعات ماخوذه از نهادهای مذکور سهام عدالت به این گروه‌ها تخصیص داده شده است. در حال حاضر بیش از ۴۹ میلیون نفر مشمول سهام عدالت هستند.

* آیا همه کسانی که برگه‌های سهام عدالت را دارند سهامدار محسوب می‌شوند؟ خیر، برگه‌های سهام عدالت ملاک نیست. اشخاصی که با در دست داشتن برگه‌های دعوتنامه سهام عدالت و سایر مدارک لازم تشریفات ثبت نام را در بازه زمانی تعیین شده (تا پایان اسفندماه ۱۳۹۴) انجام داده و مشخصات آنها در سامانه سهام عدالت درج شده باشد مشمول سهام عدالت هستند.

* آیا سهام عدالت شامل همه افراد خانوار می‌شود و یا فقط سرپرست خانوار؟ سهام عدالت شامل تمام افرادی است که در زمان ثبت نام اولیه اسامی آنها در فرم جمع‌آوری اطلاعات تکمیل و ارسال گردیده و دعوتنامه سهام عدالت نیز برای‌شان صادر شده و فرآیند ثبت نام آنها طی شده است.

* ارزش سهام عدالت چقدر است؟ ارزش سهام عدالت کلیه مشمولین مطابق میزان اعلامی در صورتحساب مندرج در سامانه سهام عدالت به نشانی www.samanese.ir متفاوت بوده است.

* آیا برگه‌های سهام عدالت قابل خرید و فروش هستند؟ خیر، برگه‌های سهام عدالت فاقد هرگونه ارزشی هستند.

* چرا مبلغ سهام عدالت افراد متفاوت است؟ دلیل این تفاوت ناشی از تخفیفات اعطایی دولت به نهادهای حمایتی همچون کمیته امداد امام خمینی (ره) و سازمان بهزیستی، میزان مبالغ واریزی مشمولین بابت تتمه مبلغ بدهی و تعداد اعضای خانوار و ... است.

* آیا امکان انتقال سهام عدالت از پدر به فرزندان و یا برعکس وجود دارد؟ خیر، در حال حاضر در حالتی که هر دو در قید حیات باشند چنین امکانی وجود ندارد.

* سود سهام عدالت چگونه پرداخت می‌شود؟ به صورت سالیانه پرداخت می‌شود. پس از برگزاری مجامع عمومی ۴۹ شرکت سرمایه‌پذیر، دریافت سود از شرکت‌ها و مشخص شدن سود قابل تقسیم بین مشمولین پرداخت می‌شود.

* چرا ۱۰ سال اول هیچ سودی به سهام عدالت اختصاص نیافت؟ از بابت ثمن معامله سهام شرکت‌های سرمایه‌پذیر که به مشمولین واگذار شده است هیچ مبلغی از مشمولین دریافت نگردیده بود مقرر بود بهای مورد واگذاری به مشمولین از محل سود سالیانه شرکت‌ها تامین و تسویه گردد، بنابراین تمام سود دریافتی از شرکت‌ها در بازه ۱۰ ساله اول طرح، بابت تسویه اقساط کسر و اعمال گردیده است.

* چگونه متوجه بشویم که سهام عدالت داریم یا خیر؟ با مراجعه به سامانه اینترنتی سهام عدالت به نشانی www.samanese.ir و وارد کردن کد ملی می‌توان اطلاعات لازم را دریافت کرد.

* شماره شبا برای سود را کجا باید ارائه بدهیم؟ مشمولان می‌بایستی با مراجعه به سامانه اینترنتی سهام عدالت به نشانی www.samanese.ir و ثبت اطلاعات شناسنامه‌ای نسبت به ثبت شماره شبای بانکی اقدام کنند.

* آیا شماره شبا سرپرست خانوار برای همه افراد همان خانواده قابل قبول است؟ خیر، هر یک از اعضای خانوار می‌بایستی نسبت به ثبت شماره شبای بانکی خود در سامانه سهام عدالت اقدام کند.

* شماره شبا باید مربوط چه بانکی باشد؟ مشمولان سهام عدالت می‌توانند نسبت به ثبت شماره شبای بانکی خود نزد کلیه بانک‌ها و موسسات مالی دارای مجوز از بانک مرکزی اقدام کنند.

* تاکنون چه مقدار سود مربوط به سهام عدالت واریز شده است؟ پس از پایان دوره ۱۰ ساله؛ سود عملکرد سال ۱۳۹۵، ۱۳۹۶، ۱۳۹۷ شرکت‌های سرمایه‌پذیر بین مشمولین سهام عدالت تخصیص و پرداخت شده است.

* آیا مبلغ سود برای همه یکسان است؟ خیر، میزان سود به تناسب ارزش هر فرد در سامانه سهام عدالت برای هر مشمول تعیین می‌شود.

* کسانی که تاکنون سود دریافت نکرده‌اند چه باید بکنند؟ کلیه مشمولین سهام عدالت برای دریافت سود سهام عدالت می‌بایستی نسبت به ثبت شماره شبای بانکی خود در سامانه اینترنتی سهام عدالت اقدام کنند.

* از زمانی که شماره شبا در سامانه وارد شد تا زمان واریز سود چقدر طول می‌کشد؟ شماره شبای بانکی اعلامی مشمولین سهام عدالت پس از استعلام از بانک مرکزی و اخذ تاییدیه در سامانه درج و در لیست واریزی سود سهام عدالت قرار می‌گیرد.

* سهام افراد پس از فوت چه می‌شود؟ وراث متوفیان با مراجعه به دفاتر پیشخوان دولت الکترونیک و ارائه مدارک شناسایی و گواهی حصر وراثت می‌توانند نسبت به تسهیم و انتقال سهام بین وراث اقدام کنند.

* ارزش سهام عدالت در بازار چقدر است؟ در حال حاضر به دلیل عدم آزادسازی، سهام عدالت قابلیت معامله ندارد. براساس آخرین اطلاعات ماخوذه ارزش سهام عدالت هر مشمول حدود ۸ برابر است.

* ثبت نام جدید برای سهام عدالت کی آغاز می‌شود؟ در حال حاضر تمام سهام قابل تخصیص به گروه‌های هدف واگذار و نهایی شده است و سهمی برای واگذاری به افراد جدید از سبد سهام عدالت امکان‌پذیر نیست.

* چرا مددجویان بهزیستی سهام‌شان دو برابر بقیه است؟ براساس مفاد آیین‌نامه سهام عدالت مشمولان دو دهک پایین درآمدی (نهادهای تحت حمایت بهزیستی و کمیته امداد امام ره) شامل احتساب ۵۰درصد تخفیف در بهای واگذاری و به صورت اقساط ۱۰ ساله بوده‌اند.

* آیا کسانی که بسته معیشتی دریافت می‌کنند سهام عدالت هم می‌توانند بگیرند؟ بسته معیشتی ارتباطی به سهام عدالت ندارد.

* سود سهام عدالت شامل مالیات می‌شود؟ مالیات مربوط به سود سهام عدالت قبلا توسط شرکت‌های سرمایه‌پذیر محاسبه، کسر و پرداخت شده است و مالیات جدیدی ندارد.

* چه تعداد از افراد از سهام عدالت‌شان خبر ندارند؟ بیشتر چه کسانی هستند؟ از ۴۹ میلیون نفر مشمول سهام عدالت تاکنون حدود ۴۱ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر با مراجعه به سامانه اینترنتی سهام عدالت نسبت به ثبت شماره شبای بانکی مراجعه نموده‌اند. ضمنا حدود ۲،۵ میلیون نفر نیز از مشمولان در قید حیات نیستند.

* آیا شماره تلفن و شماره شبا باید حتما به نام فرد مشمول باشد؟ شماره شبای بانکی می‌بایستی حتما به نام خود مشمول باشد. همچنین در سامانه فعلا الزامی نسبت به ثبت شماره تلفن خود مشمول وجود ندارد ولی برای اقدامات و اطلاعیه‌های بعدی ثبت شماره تماس خود مشمول هم ضروری به نظر می‌رسد.

* برای اطلاعات بیشتر به کجا مراجعه کنیم؟ مشمولان سهام عدالت در اقصی نقاط ایران برای اطلاع از آخرین اخبار و اطلاعیه‌های لازم صرفا به سامانه اینترنتی سهام عدالت به نشانی www.samanese.ir مراجعه و کسب اطلاع نمایند. یا با شماه تلفن ۸۳۳۳۸-۰۲۱ تماس گرفته و سوالات خود را مطرح کنند.

* در شهرستان‌ها برای سهام عدالت به کجا باید مراجعه کرد؟ در حال حاضر نیازی به مراجعه حضوری نیست. مشمولان سهام عدالت در اقصی نقاط ایران برای اطلاع از آخرین اخبار و اطلاعیه‌های لازم صرفا به سامانه اینترنتی سهام عدالت به نشانی www.samanese.ir مراجعه و کسب اطلاع کنند یا با شماه تلفن ۸۳۳۳۸-۰۲۱ تماس گرفته و سوالات خود را مطرح کنند.

* سهام عدالت از چه زمانی قابلیت خرید و فروش پیدا می‌کند؟ لایحه ساماندهی سهام عدالت در دستور کار مجلس شورای اسلامی قرار دارد. بدیهی است که در صورت تصویب و ابلاغ لایحه مذکور سهام عدالت قابلیت خرید و فروش پیدا خواهد کرد.

* افرادی که ثبت نام آنها به صورت ناقص انجام شده است، آیا سهام عدالت به آنها تعلق خواهد گرفت؟ خیر، کسانی که ثبت نام آنها به صورت ناقص انجام شده، سهام عدالت به آنها تعلق نخواهد گرفت.

* آیا امکان افزایش سرمایه برای دارندگان سهام عدالت وجود دارد؟ خیر، امکان واریز برای افزایش میزان سهام عدالت مشمولین وجود ندارد.

* آیا سهام عدالت برای افرادی که تازه به دنیا آمده‌اند تعلق می‌گیرد؟ خیر، دیگر ثبت نام جدید امکان‌پذیر نیست.

* چرا به همه اقشار جامعه سهام عدالت تعلق نگرفته است؟ براساس آیین‌نامه توزیع سهام عدالت، مشمولین طرح شامل شش دهک بوده‌اند که گروه‌های آن توسط ستاد مرکزی توزیع سهام عدالت در سال ۱۳۸۵ تعیین شده است.

* سود سهام عدالت هر چند وقت یکبار واریز می‌شود؟ سود سهام عدالت هر سال یکبار واریز می‌شود.

* سود سهام عدالت توسط شرکت‌ها در چه زمانی واریز می‌شود؟ سود شرکت‌ها ظرف مهلت قانونی مندرج در قانون تجارت (به مدت هشت ماه پس از برگزاری مجامع عمومی سالیانه) دریافت و برای توزیع تخصیص می‌یابد.

آگهی دعوت

بدینوسیله از کلیه شرکاء و اعضاء هیئت مدیره موسسه نظم آوران حفیظ به شماره ثبت ۳۳۴۱۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۳۹۰۵۶۷۷ جهت برگزاری مجمع عمومی فوق العاده در ساعت ۹ صبح مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۹ و مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده در ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۹ که در نشانی: تهران، تهران نو، خیابان شهید ناصر ترابی، بن بست اول، پلاک ۲، طبقه اول تشکیل می‌گردد خواهشمند است حضور بهم رسانید.
دستور جلسه مجمع عمومی فوق العادهک ورود شریک جدید و افزایش سرمایه، اصلاح ماده اساسنامه و مواردی که در صلاحیت مجمع می‌باشد.
دستور جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العادهک انتخاب مدیران، تعیین اعضای هیئت مدیره، تعیین وضعیت امضاء مجاز، تعیین سمت مدیران و انتخاب روزنامه کثیرالانتشار و مواردی که در صلاحیت مجمع می‌باشد.
مقام دعوت کننده: هیئت مدیره

نماگر بازار سهام

رشد ۱۴هزار واحدی شاخص بورس در روز سه‌شنبه

شاخص بورس، کانال ۵۱۸ هزار واحد را رد کرد

شاخص کل بورس در روز سه‌شنبه قدم به قدم رشد کرد و در حالی که در ساعات اولیه معاملات روی محور ۵۰۳ هزار واحد در حرکت بود، با گذشت زمان از ساعت معامله به ارقام ۵۱۰ هزار، ۵۱۲ هزار، ۵۱۷ هزار و در نهایت ۵۱۸ هزار واحد رسید. بر این اساس، شاخص کل در این روز ۱۴ هزار و ۷۷۸ واحد افزایش داشت و در نهایت به رقم ۵۱۸ هزار و ۵۱۳ واحد رسید.

همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۴هزار و ۷۱۰ واحد افزایش به ۱۷۰ هزار و ۹۴۴ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۳هزار و ۱۳۶ واحد رشد به ۱۱۳ هزار و ۸۰۳ واحد رسید. شاخص آزاد شناور نیز با ۱۸ هزار و ۸۶۵ واحد افزایش به رقم ۶۴۴ هزار و ۹۲۲ واحد رسید، شاخص بازار اول ۹ هزار و ۷۵۴ واحد و شاخص بازار دوم ۳۴ هزار و ۴۶۶ واحد افزایش داشتند.

در معاملات روز سه‌شنبه بیش از ۸میلیارد و ۱۶۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۵۲ هزار و ۹۱۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۳هزار و ۴۳۴ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با یک هزار و ۹۶معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با ۵۳۸ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۴۷۴ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۴۴۳ واحد و بانک ملت (وبملت) با ۴۳۰ واحد بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند. در مقابل، نمادهای پتروشیمی پارس (پارس) با ۳۶۳ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر [(وغدیر) با ۱۳۲ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با ۹۵ واحد، مخابرات ایران (اخابر) با ۶۷ واحد، پتروشیمی جم (جم) با ۵۰ واحد و پتروشیمی خارک (شخارک) با ۳۵ واحد از جمله گروه‌هایی بودند که افت شاخص بورس را رقم زدند.

همچنین نمادهای بانک ملت، سایپا، بانک تجارت، ایران خودرو، پالایش نفت اصفهان، ملی صنایع مس ایران و پالایش نفت تهران از جمله نمادهای پربیننده دیروز بودند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۶۲۳ میلیون و ۷۲۹ هزار برگه سهم به ارزش ۵هزار و ۵۳۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۱۳۹ واحد رشد داشت و بر روی کانال ۶ هزار و ۶۹۱ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲میلیارد و ۶۲۰ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۲۶ هزار و ۳۴۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

بیشترین تاثیر مثبت را در بین تمامی نمادها، نماد س. توسعه و هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، پتروشیمی مارون (مارون)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، فرابورس ایران (فرابورس)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس) و سنگ آهن گهرزمین (ککهر) بر شاخص این بازار داشتند. همچنین نماد جنرال مکانیک (رنیک)، بیمه کوثر (کوثر)، تولید برق عسلویه مپنا (بمپنا)، سرمایه‌گذاری مس سرچشمه (سرچشمه) و نفت پاسارگاد (شپاس) هم مانع از رشد بیشتر این شاخص شدند.

شرکت گاز استان کهگیلویه وبویراحمد

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۹۸/۳۶

نوبت دوم

- نام و نشانی دستگاه مناقصه گذار: شرکت گاز استان کهگیلویه وبویراحمد – به آدرس یاسوج ، بلوار مطهری ، خیابان راهداران ، پایین تر از اداره راه و شهرسازی ساختمان شماره دو شرکت گاز استان ، واحد امور پیمانها
- موضوع مناقصه خدمات گاز بان در سطح استان کهگیلویه وبویراحمد
- کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکات از طریق درگاه سامانه الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس: www.setadiran.ir انجام خواهد شد .
- میزان و نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار = ۲۲۷۳۲۰۲۰۰۰ ریال (دو میلیارد و دویست و هفتاد و سه میلیون و دویست و دو هزار ریال) می باشد که می بایست مطابق مصوبه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۷ هیات محترم وزیران و ضمائم مربوطه تهیه شود و در صورت نقدی به حساب شماره ۲۱۷۴۶۳۴۰۳۴۰۰۵ بانک ملی واریز گردد.
- زمان و مهلت توزیع اسناد مناقصه از طریق سامانه : ۹۸/۱۲/۱۰ لغایت ۹۸/۱۲/۱۴
- محل توزیع و نحوه ی دریافت اسناد : واریز مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ (پانصد هزار) ریال به حساب ۲۱۷۴۶۳۴۰۳۱۰۰۰ نزد بانک ملی و ارائه فیش به امور پیمانها
- زمان ، مهلت و محل تسلیم اسناد و پیشنهاد شرکت در مناقصه از طریق سامانه : ساعت ۱۶ مورخ ۹۸/۱۲/۲۵
- محل و زمان گشایش پیشنهادها ساختمان شماره دو شرکت گاز استان ، دفتر امور پیمانها راس ساعت ۱۴ مورخ ۹۸/۱۲/۲۶
- مبلغ برآورد شده معامله = ۴۵۴۶۴۰۳۲۱۸۱ (چهل و پنج میلیارد و چهارصد و شصت و چهار میلیون و سی دو هزار و یکصد و هشتاد و یک ریال) .
- سایر موارد لازم
- مدارک ثبتی شرکت حاوی تصاویر برابر با اصل (اساسنامه ، آگهی آخرین تغییرات شرکت ، آگهی تاسیس شرکت در روزنامه رسمی و ...)
- دارای کارت رتبه بندی معتبر از سازمان تعاون ، کار و رفاه اجتماعی در رابطه با موضوع فوق الذکر
- گواهی صلاحیت ایمنی کار از سازمان تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- سوابق کارهای مشابه به همراه تاییدیه های لازم
- از مناقصه گران جهت حضور درجلسه گشایش پیشنهادها دعوت به عمل می آید .
- ضمنا آگهی این مناقصه در پایگاه اینترنتی شرکت گاز استان کهگیلویه وبویراحمد nigc-kb.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات iets.mporg.ir قابل مشاهده می باشد .
- تلفکس واحد امور پیمانها ۳۳۳۳۶۲۷۷-۰۷۴

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۸/۱۲/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۱۲/۰۷
شماره مجوز : ۱۳۹۸.۷۵۱۴
روابط عمومی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد
۴۳۱

شرکت توزیع نیروی برق اهواز

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله ای شماره ۹۸/۷۸

نوبت دوم

شرکت توزیع نیروی برق اهواز در نظر دارد اجرای پروژه توسعه شبکه فشار متوسط و نصب ترانس روستای عوافی در حوزه عملیاتی خود را به پیمانکار واجد شرایط، از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید.
- میزان سپرده شرکت در مناقصه به مبلغ ۱۶۰/۵۰۰/۰۰۰ ریال می باشد، که بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر و یا وجه نقد به حساب بانک مرکزی به شماره ۴۰۰۱۱۲۵۷۰۷۱۴۵۷۳۲ به نام شرکت توزیع نیروی برق اهواز به مناقصه گزار تسلیم گردد.
- زمان و محل و نحوه دریافت اسناد :از تاریخ درج آخرین آگهی بمدت ۵ روز با در دست داشتن فیش واریزی به مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به حساب بانک تجارت شعبه شهید چمران به شماره ۱۰۲۸۰۴۰۰۲۰ به آدرسهای زیر مراجعه نمایند:
- پایگاه اینترنتی شرکت توزیع برق اهواز : WWW.AEPDCO.IR
- پایگاه اینترنتی توانیر: WWW.TAVANIR.ORG.IR
- پایگاه اینترنتی ملی اطلاع رسانی مناقصات www.iets.mporg.ir
- سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir
- تلفن تماس : ۴۴۹۰۷۰۰ ۰۶۱۳ داخلی ۳۲۴۵
- آخرین مهلت و محل تحویل و بازگشایی پاکات : حداکثر تا ساعت ۱۲:۰۰ مورخ ۹۸/۱۲/۲۴ به دبیرخانه مرکزی شرکت : اهواز – بلوار پاسداران – روبروی بیمارستان ابوذر – جنب شهرک صنعتی تسلیم گردد. بازگشایی راس ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۹۸/۱۲/۲۴ می باشد.
- به پیشنهادهای فاقد سپرده و امضاء ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل می شود، مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- سایر اطلاعات و جزییات در اسناد مناقصه مندرج است .

امور تدارکات
۴۳۳

ذخایر کالاهای بهداشتی کافی است، مردم احتکار نکنند

قائم‌مقام وزیر در امور بازرگانی گفت ذخایر کالاهای بهداشتی ما کافی است، ولی مردم نباید برای خرید آنها هجوم ببرند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، حسین مدرس خیابانی در نشست خبری که روز گذشـــته برگزار شد، اظهار کرد: تامین بازار امسال عملکرد خوبی از خود نشان داده و توانسته از اتفاقاتی مثل بنزین، کرونا و نوسانات ارزی عبور کند، اما این فرآیند زمانی تکمیل می‌شود که نظارت و کنترل کافی بر بازار وجود داشته باشد.

او با اشـــاره به وضعیت مناســـب تولیـــد و و برنامه‌ریزی‌های مناســـب انجام‌شده، گفت: دپوی کالاهای اساسی در بنادر شمالی و جنوبی نشانگر این است که مشکلی در تامین کالاهای اساسی وجود ندارد.

مدرس خیابانی با اشـــاره به اقدامات انجام‌شـــده برای افزایش تقاضای پایان سال تصریح کرد: مجموع کالاهایی که برای نمایشگاه‌های بهاره در نظر گرفته بودیم که برگزاری آنها با دســـتور وزارت بهداشت کنسل شد؛ این کالاها به شبکه‌های توزیع، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و میادین میوه و تره بار تزریق می‌شود.

قائم‌مقام وزیر در امور بازرگانی تصریح کرد: هیچ‌گاه ویروســـی با وجهه سیاسی همراه نبوده است اما یک مقام آمریکایی اعلام کرده است که ما با رشد این ویروس به دنبال کنترل و توقف اقتصاد چین هستیم و شاید برای ایران هم به همین صورت باشد.

او گفـــت: بخشـــی از نگرانی مردم بـــرای مدیریت بـــرای ویروس کرونا طبیعی و قابل درک است، اما فشار فضای مجازی و رسانه‌های خارجی بر این ماجرا دامن می‌زند. ذخایر کالاهای بهداشتی ما کافی است ولی مردم نباید برای خرید آنها هجوم ببرند؛ این مواد تاریخ استفاده محدودی داشته و خرید بیش از نیاز فقط مشکل برای سایرین ایجاد می‌کند.

مـــدرس خیابانی بیان کرد: کالاها بدون محدودیت تزریق می‌شـــوند و ذخیره‌ای بیش از نیاز کشور داریم؛ دخایر استراتژیک ما بیش از دو برابر نیاز کشـــور اســـت. برنامه‌های تنظیم بازاری هم از دی ماه کلید خورده و مشکلی ایجاد نخواهد شد.

قائم‌مقام وزیر در امور بازرگانی تصریح کرد: اســـتان‌ها باید روی مراکز نگهداری کالا تمرکز و به تخلفاتی مثل احتکار و امتنان از عرصه رسیدگی کنند. تمام انبارهای بزرگ کشـــور رصد می‌شود؛ لیست کالاهایی که ارز ۴۲۰۰ تومانی دریافت کرده‌اند هم به ســـازمان تعزیرات حکومتی ارسال شده است.

دلالان، کمر بازار آهن اسفنجی را خم کردند

کارشـــناس بازار سرمایه گفت خروج آهن اسفنجی از چرخه عرضه در بورس، زمینه را برای ظهور دلالان در بازار فولاد فراهم کرده است.

یاســـر مؤمنی، کارشناس بازار سرمایه در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، بیـــان کرد: وقتی کالایی از بورس خارج می‌شـــود، تولیدکننده به هر قیمتی که خواست محصولاتش را می‌فروشد همچنین این فروش می‌تواند به هر کسی که فروشنده مایل باشد، انجام شود.

او اضافه می‌کند: در شـــرایط فعلی وزارت صمت، اقدام دیرهنگام، اما خوبی را انجام داده اســـت البته اگر این اقدام به‌صورت مقطعی نباشـــد و تمرکز آن روی این صنعت بیشتر باشد. نه اینکه به جهت نزدیکی به روزهای پایانی سال، چنین تصمیمی گرفته شـــده باشـــد. اگر این تصمیم درست اجرا شـــود، مصرف‌کننده نهایی می‌تواند منتفع شود.

مؤمنـــی هـــم بر ضرورت عرضـــه انواع فـــولاد در بورس کالا تأکیـــد می‌کند و می‌گوید: آنچه مشـــخص است، عدم عرضه آهن اســـفنجی در بورس سبب بروز مشـــکلات، معاملات غیرشفاف و التهاب بازار شد. اگر می‌خواهیم شفافیتی ایجاد شود و همه افراد در هر مکانی ببینند که این محصول به‌درستی روی تابلو عرضه شـــده است و قیمت‌های عرضه جلوی چشم همگان باشد، باید آهن اسفنجی در بورس به فروش برســـد. بدون تعارف باید بگوییم که در بازار غیررســـمی، پشت فاکتورها ممکن اســـت مسائلی باشـــد که برای پایان دادن به شائبه‌ای و سلامت اقتصادی، بهترین راه، عرضه در بورس کالا است.

آهن اسفنجی، کالایی نهایی نیست

در ادامه علیرضا کدیور، کارشـــناس بازار ســـرمایه اظهار کرد: آهن اســـفنجی، کالایی اســـت که در واقع، ماده اولیه تولید فولاد اســـت یعنی شـــمش فولاد یا ورق فولاد و صنایع پایین‌دســـتی از آن استفاده می‌کنند. درواقع، آهن اسفنجی، کالایـــی نهایی نیســـت. از ســـوی دیگر آهن اســـفنجی، کالایی هم نیســـت که مصرف‌کننده زیادی داشـــته باشـــد و واحدهای پایین‌دستی فولادی هستند که مشتری آن استفاده می‌کنند.

او اضافـــه می‌کنـــد: تصمیـــم وزارت صمـــت زمانی منطقی می‌شـــد که عرضه آهن اســـفنجی در بورس کالا انجام می‌شـــد، ولی محدودیت خرید را صرفا برای واحدهای پایین‌دستی می‌گذاشتند تا حداقل شفافیت از بازار حذف نشود.

امـــا آیا این تصمیم وزارت صمـــت می‌تواند دلال‌بازی را در بازار فولاد پایان دهد؟

گفتنی اســـت، وحید یعقوبی مدیر اجرایی انجمن فولاد صدور بخشنامه وزارت صمـــت را مثبت ارزیابی می‌کنـــد و می‌گوید: یکی از دلایل التهاب بازار فولاد در این چند وقت این است که نقدینگی به بازار فولاد هجوم آورده است.

فولاد؛ کالایی با ماندگاری بالاســـت و قدرت نقدشوندگی دارد، به همین دلیل توجـــه تجـــار را به خود جلب کرده و بـــه فعال بازار تبدیل شـــده‌اند و در چنین شـــرایطی، آهن اسفنجی به دســـت واحدهای تولیدی نمی‌رســـد و التهاب بازار بالا می‌رود.

یعقوبی اضافه می‌کند: تا شـــش ماه پیش تقاضا برای آهن اســـفنجی کمتر از عرضه بود، اما هر چقدر به پایان ســـال نزدیک می‌شویم، تقاضا برای آهن اســـفنجی بالا می‌رود. دلیل افزایش تقاضـــا، ورود واحدهای القایی به چرخه مصرف است. با افزایش تقاضا تجار به موضوع ورود پیدا کردند و قیمت‌ها را بالا بردند.

او ادامه می‌دهد: پیش از این، واحدهای القایی بیشـــتر از آهن‌قراضه اســـتفاده می‌کردنـــد که در حال حاضر میزان عرضه آهن‌قراضه در کشـــور کاهش یافته و قیمت آن با افزایش مواجه شده است. ساماندهی مناسبی هم در بازار آهن‌قراضه وجـــود ندارد و به همیـــن دلیل واحدهای القایی به مصرف آهن اســـفنجی روی آورده‌اند و تقاضا برای این محصول بالا رفته است.

واردات گندم، نان را گران می‌کند!

اعتراض‌ها به نرخ خرید تضمینی گندم

اصرار مسئولان شورای اقتصاد به قیمت فعلی خرید تضمینی گندم و اجتناب کشاورزان در تحویل محصول عاملی برای گرانی نان می‌شود.

به گزارش باشـــگاه خبرنگاران جوان، علی رغـــم تاکید مقام معظم رهبری بر خودکفایی محصولات اســـتراتژیک و امنیت غذایی کشـــور، اما تکرار بی‌توجهی مســـئولان شـــورای اقتصاد به اصلاح نرخ خرید تضمینی و مشـــکلات متعدد در تامین نهاده موردنیاز کشـــاورزان کار را به جایی می‌رســـاند که برای تامین نان موردنیاز کشـــور چاره‌ای جز واردات گندم نداشته باشیم. این در حالی است که با وجود شـــرایط مســـاعد اقلیمی و پراکنش بارش تنها در ســـایه حمایت دولت، خودکفایی برای چندمین سال متوالی محقق خواهد شد.

براساس تبصره ۶ قانون خرید تضمینی محصولات اساسی دولت موظف است که نرخ خرید تضمینی محصولات را قبل از شروع فصل کشت به گونه‌ای تعیین کند که میزان افزایش آن هیچ‌گاه از تورم اعلام‌شده بانک مرکزی کمتر نباشد.

بســـیاری از مســـئولان بر این باورند که امســـال برای چندمین ســـال متوالی مسئولان شـــورای اقتصاد در اعلام قیمت منطقی خرید تضمینی گندم کوتاهی کردند که اگر هرچه ســـریع نســـبت به اصلاح نرخ اقدام نکنند به سبب اجتناب کشـــاورزان در تحویل گندم تولیدی به مراکز دولتی، تامین نان موردنیاز کشـــور دچار چالش می‌شود که این امر موجب شده تا پای گندم‌های وارداتی به کشور باز شود.

حال به ســـراغ مســـئول ذی‌ربط می‌رویم تا از آخریـــن وضعیت اصلاح قیمت خرید تضمینی گندم باخبر شویم:

نگرانی‌ها از حیث تامین نان مصرفی کشور

عطاالله هاشـــمی، رئیس بنیاد ملی گندمکاران، با اشـــاره به اینکه مشـــکلی در تامین گندم موردنیاز داخل وجود ندارد، اظهار کرد: با توجه به شـــرایط مســـاعد اقلیمی، کمبودی در ارتباط با تولید گندم داخل و تامین نیاز کشور وجود ندارد.

وی با اشـــاره به اینکـــه در تامین گندم موردنیاز نان مصرفـــی مردم نیازی به واردات نداریم، افزود: با وجود بارندگی‌های مناسب و پراکنش بارش، تولید گندم به مراتب بهتر از ســـال‌های گذشـــته اســـت که با این وجود خللی در تامین نان موردنیاز آحاد جامعه وجود ندارد.

هاشـــمی قیمت واقعی خرید تضمینی هر کیلو گندم را ۲ هزار و ۵۰۰ تومان اعـــلام کـــرد و گفت: علی رغـــم افزایش هزینه‌هـــای تولید، تشـــکل‌ها و اتحادیه همچنـــان بر نرخ ۲ هزار و ۵۰۰ تومانی خرید تضمینی گندم اصرار دارند که اگر بنا به هر دلیلی شورای اقتصاد اقدام به اصلاح قیمت تضمینی گندم نکند، برای تامین نان موردنیاز چاره‌ای جز واردات نداریم.

این مقام مسئول ادامه داد: اگر بنا به هر دلیلی مسئولان شورای اقتصاد حاضر به اصلاح قیمت خرید تضمینی گندم برای سال زراعی آینده نشوند، بدون تردید در بحث خرید همانند امسال دچار مشکل خواهیم شد.

رئیس بنیاد ملی گندمکاران با اشـــاره به اینکه کشـــاورزان چشم به راه اصلاح قیمت خرید تضمینی گندم هســـتند، تصریح کرد: با وجود شرایط مساعد کشت انتظار می‌رود که هرچه ســـریع‌تر قیمت خرید تضمینی برابر با هزینه‌های تولید و تـــورم افزایش یابد، در غیر این صـــورت خودکفایی گندم در ورطه نابودی قرار می‌گیرد.

هاشـــمی ادامه داد: برآوردها حاکی از آن است که امسال همانند سال گذشته میـــزان تولید گنـــدم حداقل به ۱۳.۵ میلیون تن برســـد کـــه در صورت اصلاح قیمت و اشـــتیاق کشـــاورزان نســـبت به تحویل گندم به مراکـــز خرید نیازی به واردات نداریم.

اخبـــار

زنجبیل کیلویی ۱۲۰ هزار تومان!

ترکش ویروس کرونا علاوه بر بازار تجهیزات بهداشـــتی، بازار برخی اقلام خوراکی را نیز هدف قرار داده اســـت؛ به طوری کـــه برخی از اقلام در بازار صیفی‌جات در چند روز اخیر با افزایش قیمت بی‌سابقه‌ای همراه شده است.

به گزارش ایســـنا، پس از شـــیوع ویروس کرونـــا در ایران برخی از پزشکان و متخصصان حوزه ســـلامت به شهروندان توصیه کردند که برای افزایش ایمنی و مقاومت بدن‌شـــان در برابر این ویروس، حتما از ویتامین‌های مختلف از جمله ویتامیـــن ث و مواد غذایی دارای طبع گرم اســـتفاده کنند. حتی در برخی از شبکه‌های مجازی توصیه‌هایی مبنی بر افزایش مصرف لیموترش، ســـیر و زنجبیل به شهروندان شد؛ توصیه‌هایی که به ســـرعت دست به دست چرخید و ظرف مدت چند روز مردم نگران از ابتلا به ویروس کرونا را وادار به خرید سیر، زنجبیل، لیموترش و لیموشیرین با قیمت‌های گزاف کرد.

با داغ شـــدن بازار این اقلام قیمت‌ها نیز ســـیر صعودی به خود گرفت؛ به طوری که زنجبیل، ســـیر، لیموترش در حال حاضر جزو کالاهای لوکس به شـــمار می‌رود. براساس مشـــاهدات میدانی، زنجبیل تازه در خرده‌فروشی‌ها کیلویی ۱۲۰ هزارتومان و لیموترش و ســـیر نیز کیلویی ۵۰ هزار تومان به فروش می‌رسد.

این افزایش قیمت ناگهانی علاوه بر اینکه مصرف‌کنندگان را نگران کرده، باعث نارضایتی فروشندگان میوه و سبزی نیز شده است. آنها معتقدند برای خریـــد این محصولات به صورت عمده از میادین میوه و تره بار بهای زیادی می‌پردازند؛ در حالی که مشـــتریان تصور می‌کنند که خود مغازه‌داران برای سود بیشتر قیمت‌ها را بالا برده‌اند.

در این باره رئیس اتحادیه فروشـــندگان میوه و سبزی درباره گرانی سیر و زنجبیل و لیموترش به ایســـنا، گفت: وقتی در مقطع کوتاهی تقاضا برای محصولی بیشـــتر می‌شـــود، عده‌ای برای ســـودجویی از این فرصت استفاده می‌کنند و به تبع آن قیمت‌ها بالا می‌رود.

اســـدالله کارگـــر با بیان اینکه اتحادیه خرده‌فروشـــی میوه و ســـبزی پل ارتباطی بین بار فروش و مصرف‌کننده است و در تعیین قیمت نقشی ندارد، اظهار کرد: نقش اتحادیه این اســـت که با اعمال سود مصوب، محصولات را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهـــد، بنابراین اینکه قیمت این محصولات در مبدأ گران می‌شود، برعهده بخش‌های دیگر است.

رئیس اتحادیه فروشـــندگان میوه و ســـبزی اضافه کرد: در اینگونه مواقع متاســـفانه فروشـــنده متهم اصلی شناخته می‌شـــود، زیرا مردم برای خرید کالا با فروشـــندگان مواجه‌اند، اما حقیقت این اســـت که خود فروشنده هم محصولاتـــش را از مبدأ گران می‌خرد. حتی در بعضی مواقع قیمت کالا به حدی بالا می‌رود که فروشندگان سود مصوب‌شان را در کمترین حد ممکن اعمال می‌کنند.

وی افزود: براســـاس کشـــف قیمت میدان مرکزی میوه و تره‌بار، زنجبیل تازه تا ۱۱۰ هزارتومان هم به فروش رســـیده است و اگر قرار باشد با اعمال ســـود ۳۵درصدی در خرده‌فروشـــی‌ها عرضه شـــود قیمت آن به ۱۴۰ هزار تومان می‌رسد.

او با بیان اینکه ما نیز از این افزایش قیمت انتقاد داریم، گفت: براســـاس کشـــف قیمـــت در میادیـــن مرکزی میـــوه و تره‌بار، قیمت لیمـــو ترش ۵۰ هزارتومان، سیر ۳۵ هزار تومان و لیمو شیرین ۹۰۰۰ تومان است.

مجوز واردات ماسک تنفسی صادر شد

وزیر صنعت، معدن و تجارت (صمت) از صدور مجوز برای واردات ماســـک‌های تنفســـی خبر داد و گفت به بانک مرکزی ابلاغ کردیم که واردات ماسک اولویت اول دریافت ارز است و در کنار آن مجوز موقت برای تغییر خطوط تولیدی برخی کارخانه‌ها نیز صادر شـــده است.

به گزارش ایسنا، رضا رحمانی روز سه‌شنبه در نشست هماهنگی طرح نظارت و بازرسی ویژه نوروز و ماه مبارک رمضان، با بیان اینکه ظرفیت‌های تولیدی مناسبی در حوزه صنایع غذایی وجود دارد، از افزایش ۲۰درصدی تولید مواد غذایی در ۱۰ ماهه امســـال خبر داد و گفت: بخشـــی از کالاهای اساســـی وارداتی نیز بیشتر از سال‌های قبل وارد شده است.

افزایش قیمت مواد بهداشتی در این شرایط طبیعی است

وی بـــا بیان اینکه شـــیوع ویـــروس کرونا بـــه دو حالت در بـــازار اثرگذار بوده اســـت، تصریح کرد: تحت تاثیر شـــیوع ویروس کرونا و فضاسازی‌های رســـانه‌ای، قیمت برخـــی کالاها افزایش یافته اســـت. از طرف دیگر مصرف برخی اقلام بهداشتی نیز به شدت افزایش یافته که طبیعی است.

رحمانـــی ادامـــه داد: شـــیوع ویـــروس کرونا بـــرای برخی دشـــمنان این فرصت‌طلبـــی را ایجـــاد کـــرد کـــه بـــازار را به هـــم بریزند. البتـــه برخی از فروشـــندگان نیز از ایـــن موضوع به عنوان یک فرصت یـــاد کردند و کالا را احتکار یا گرانفروشی کردند.

وزیر صمت از اســـتان‌های کشور درخواست کرد که جلسات ستاد تنظیم بازار را به صورت مســـتمر با حضور اســـتانداران برگزار کنند و گفت: تلاش داریم بتوانیم تولید اقلام بهداشتی را که این روزها بیشتر مورد توجه و نیاز مردم است، افزایش دهیم.

کمبود شکر نداریم

رحمانی در ادامه با تاکید بر اینکه کمبودی در زمینه شـــکر وجود ندارد، تصریح کرد: اگر عرضه با وقفه ایجاد شـــود، برخی به ســـمت احتکار حرکت می‌کنند. البته شـــکر به اندازه کافی در کشور وجود دارد و حتی ما متهم به این بودیم که چرا اینقدر شـــکر ذخیره‌سازی شـــده است بنابراین فقط باید این کالا در بازار عرضه شود.

استقرار نماینده وزارت صمت در واحدهای تولید مواد ضدعفونی

وزیر صمت از فعالیت ۱۴ واحد فعال بزرگ در بخش مواد ضدعفونی‌کننده خبر داد و گفت: اکنون نمایندگان وزارت صمت در این کارخانه‌ها مســـتقر شـــده‌اند تا مشکلات‌شـــان را رفع کنند بنابراین مشکلی برای کالارسانی در بازار نداریم.

صدور مجوز کوتاه‌مدت تغییر خط تولید برای محصولات بهداشتی

وی همچنین از هماهنگی با وزارت بهداشت برای صدور مجوزهای کوتاه مـــدت به برخی واحدهای تولیدی بـــرای تغییر خط تولیدی خبر داد تا آنها بتوانند محصولات موردنیاز پزشکی را تولید کنند.

به گفته این مقام مســـئول، در حال حاضر ۷۰ واحد تولیدی مواد شوینده در کشور فعال است که ۲۵۰ هزار تن ظرفیت تولید دارند. مواد اولیه این محصولات نیز داخلی است و سال گذشته تنها نیمی از آن مصرف شده است.

وزیر راه و شهرسازی اعلام کرد

تلاش برای تکمیل آزادراه تهران – شمال تا پایان دولت

وزیر راه و شهرسازی گفت با توجه به دستور ویژه رئیس‌جمهور، همه تلاش‌مان را می‌کنیم که آزادراه تهران - شمال تا پایان دولت دوازدهم تکمیل شود و مردم بتوانند راحت‌تر مسیر تهران - شمال را طی کنند.

به گزارش پایگاه خبری«عصرخودرو» به نقل از ایسنا، محمد اسلامی امروز (سه‌شنبه) در حاشیه مراسم افتتاح قطعه نخست آزادراه تهران - شمال اظهار کرد: همیشه برای مردم ایران رفتن به شمال از مسیر جاده قدیم تهران - چالوس دغدغه و پرزحمت بوده است که اکنون علاوه بر قطعه چهارم، قطعه یک آن راه‌اندازی شد.

وی خطـاب به رئیس جمهـور اظهار امیدواری کرد با دسـتوری که درباره راه‌اندازی باند رفت از قطعه دوم آزادراه تهران - شـمال تا پایان دولت دوازدهم صادر شـده و از سـوی دیگر آغاز عملیات سـاخت باند دوم ۱۵ کیلومتر از مرزن‌آباد تا دزدبن، مردم بتوانند سـریع‌تر و روان‌تر مسافت تهران تا شمال را طی کنند.

وزیـر راه و شهرسـازی بـا بیان اینکه یکـی از مهم‌تریـن قطعات و بخش‌های آزادراه - تهران شـمال قطعه نخسـت آن است، ادامه داد: با افتتـاح این قطعه نه‌تنها حدود ۶۰ کیلومتر از مسـیر تهران تا چالوس کوتاه شـد، بلکه حداقل یک سـاعت و نیم از زمان سفر مردم نیز کمتر می‌شـود. همچنین براسـاس برآوردهای اولیه صورت گرفته حدود ۸۶ میلیون لیتر مصرف بنزین در سال ناشی از افتتاح این پروژه صرفه‌جویی خواهد شـد. وی با اشاره به اینکه همه دسـت‌اندرکاران در این آزادراه از وزارت راه و شهرسـازی تا بنیاد مسـتضعفان و شرکت‌های راهسازی فعـال، تلاش‌شـان را انجام می‌دهند تا دسـتور رئیس جمهـور درباره تکمیل آزادراه تهران - شمال اجرایی شود، گفت: در حال حاضر در هر اسـتانی که وارد می‌شویم، آنجا تبدیل به کارگاه راهسازی شده است و همه شرکت‌ها خوشـبختانه فعال هستند و سازمان برنامه و بودجه نیز به صورت ویژه از این طرح‌ها پشتیبانی کرده است.

اسلامی با بیان اینکه تا پایان دولت دوازدهم ۵۸۵ کیلومتر آزادراه به شـبکه آزادراهی کشور اضافه خواهد شـد، اعلام کرد: تاکنون در دولت تدبیر و امید ۳۰۰ کیلومتر آزادراه سـاخته شـده است و نهایتاً تا پایان دولـت با این عملکـرد می‌توانیم ۳۵درصد طول آزادراه‌های کشـور را افزایش دهیم. وزیر راه و شهرسـازی با اشاره به توسعه زیربناهای حمل و نقل در راستای کاهش حجم ترافیک و حوادث جاده‌ای گفت: امسال ۷۳۲ کیلومتـر بزرگراه به بزرگراه‌های کشـور اضافـه کرده‌ایم که البته شـامل احداث بزرگراه‌های جدیـد و تبدیل راه‌های اصلـی به بزرگراه اسـت. همچنین در زمینه راه‌های روستایی تاکنون ۱۰۰۰ کیلومتر راه روستایی احداث و تکمیل شده است و هزار کیلومتر دیگر نیز در دست اجرا بوده که نزولات آسـمانی، قدری سرعت ما را در این زمینه کاهش داده اسـت. وی در ادامه صحبت‌های خود از عملکرد وزیر سـابق راه و شهرسازی و همچنین رئیس سـابق بنیاد مستضعفان، مسئولان سابق شرکت سـاخت و توسـعه زیربناهای حمل و نقل کشور و شرکت‌های خصوصی فعال در این پروژه برای پیگیری ساخت و تکمیل این آزادراه قدردانی کرد.

مطالبات از خودروسازان به ۳۱ هزار میلیارد تومان رسید

دبیـر انجمن صنایـع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سـازان گفـت کل مطالبات زنجیـره تامین داخلی از خودروسـازان به رقم ۳۱ هزار میلیارد تومان رسـیده که ۱۴ هزار میلیارد تومان آن مطالبات معوق است و در صورت پرداخت نشدن تسهیلات ۵هزار میلیارد تومانی وعده داده شده، «بحران ملی خودرو» گریبانگیر کشور خواهد شد.

«آرش محبی‌نژاد» روز سه‌شـنبه در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا افزود: افزایش تیراژ تولید در ماه‌های گذشـته، افزایش قیمت قطعات و نداشـتن منابع کافی از سـوی خودروسـازان برای پرداخت مطالبات، دلایل اصلی افزایش این ارقام است و پرداخت نشـدن مبلغ ۵هزار میلیارد تومان یادشده به بروز شرایط بحرانی قطعه‌سازان منجر خواهد شد.

وی بیان داشـت: از شهریورماه تاکنون ده‌ها جلسه با حضور مسئولان مختلف کشـور در این زمینه برگزار شـده و بیش از ۱۰۰ برگ مکاتبه انجام شـده و در نهایت اواسط بهمن ماه مبلغ ۵هزار میلیارد تومان مصوب شد.

بـه گزارش ایرنا، در ماه‌های گذشـته هیات دولت تزریـق نقدینگی ۱۰ هزار میلیـارد تومانـی به صنعت خـودرو را مصوب کرد. پس از آن در جلسـه‌ای در کمیسـیون صنایع مجلس که در آن وزیر صنعت، نمایندگان بانک مرکزی، وزیر اقتصاد و نمایندگان بانک‌های عامل حضور داشـتند اعطـای نیمی از این مبلغ یعنی ۵هزار میلیارد تومان به هر خودروسـاز بـرای تزریق به زنجیره تامین آن صورت‌جلسه شد.

در نهایت با تصویب شـورای پول و اعتبـار بیش از ۷هزار میلیارد تومان برای دو خودروساز بزرگ کشور مصوب و مقرر شد ۵هزار میلیارد تومان آن به صورت تسـهیلات بانکی در اختیار خودروسـازان قرار بگیرد تا به قطعه‌سازان بدهند و ۲هزار میلیارد تومان دیگر خودروسـازان پس از اصلاح سـاختار مالی‌شان اوراق مشارکت بفروشند تا از بازار سرمایه جذب نقدینگی داشته باشند.

محبی‌نـژاد گفت: با اینکه ۱۳ بهمن ماه بخشـنامه بانک مرکزی به بانک‌های عامل برای پرداخت این مبلغ انجام شد، اما تا امروز فقط ۱۵درصد این تسهیلات آن هم فقط به یک خودروساز (ایران خودرو) پرداخت شد.

این مقام صنفی ادامه داد: اعمال سـلیقه از سـوی بانک‌هـای عامل که یکی تسـهیلات را پرداخـت کرده و دیگـری انجـام نمی‌دهد، به مشـکلی فراروی قطعه‌سازان تبدیل شده است.

وی اضافه کرد: مطابق آخرین توافق انجام‌شـده، مقرر بود ۵۰درصد این خط اعتباری از سوی بانک مرکزی تامین شده و منابع آن در اختیار بانک‌های عامل قرار گیرد، اما تاکنون بانک مرکزی قدم مثبتی در این راستا برنداشته است.

محبی‌نژاد یادآور شـد: اکنون به جز بحران تحریم‌های خارجی، قطعه‌سازان با غول کرونا هم درگیر شـده‌اند که خالی شدن موجودی کالاها و قطعات سفارش داده شـده از چین و سایر کشورها را برای‌شان به دنبال داشته و بیم آن می‌رود که صنایع کشور با تعطیلی مواجه شوند.

وی گفت: برخی شـنیده‌ها نیز حاکی اسـت که بانک مرکزی در پی تعطیلی احتمالی واحدها ناشی از ویروس کرونا، به دنبال پرداخت نکردن این مبلغ است که نتیجه قطعی آن تعطیل شدن و توقف تولید خودرو است.

دبیـر انجمن صنایع همگـن نیرومحرکه و قطعه‌سـازان تاکید کـرد: برآورد تخصصی کارشناسان انجمن این است که اگر تا یازدهم اسفندماه این تسهیلات پرداخت نشـود، قطعه‌سـازان با مشکلات حاد مواجه شـود و انتظار داریم بانک مرکزی به فوریت مصوبه شورای پول و اعتبار را اجرایی کند.

وی اظهار داشـت: هنوز حدود ۱۵۰ هزار نفر از نیروهای تعدیل شـده صنعت قطعه‌سـازی که در پی تحریم‌ها از کار بیکار شده بودند، به سر کار بازنگشته‌اند و اگر کارخانجات قطعه‌سـازی تعطیل شود، بخش خصوصی قادر به نگه داشتن نیروهایش نیست و بحران ملی خودرو گریبان کشور را خواهد گرفت.

تخصیص ۵درصد درآمد عوارض پارک حاشیه‌ای سال ۹۹ به پلیس راهور

اعضای شـورای شـهر تهران بـا تخصیص ۵درصد درآمـد حاصل از عوارض پارک حاشیه‌ای به پلیس راهور موافقت کردند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از باشـگاه خبرنگاران جوان، بررسـی اعتـراض هیأت تطبیـق فرمانداری تهـران در تعیین نرخ عوارض پارک حاشـیه‌ای در سـال ۹۹ و تعییـن ضوابط واگذاری بهره‌برداری از پارکینگ‌های عمومی شـهرداری تهران در دسـتور کار دویست و یکمین جلسه علنی شورای شهر تهران قرار گرفت.

در ابتدای بررسی این دستور محمد علیخانی رئیس کمیسیون عمران و حمل و نقل شورای شهر تهران گفت: بند یک و دو اعتراض فرمانداری را قبـول نکردیم، اما بند سـوم اعتراض (۵درصـد درآمد صرف هزینه لجستیک و انسانی پلیس راهور) را قبول کردیم.

علیخانـی ادامه داد: یکی دیگر از مباحث این بود که اگر خودروهایی که دوبله در محل پارک حاشـیه‌ای توقف می‌کنند، دوربین تخلف آنها را ثبـت کنـد، این جریمه ربطی به پارک حاشـیه‌ای ندارد و ما نیز آن را قبول کردیم.

او ادامه داد: اصلاح عبارت دیگری را انجام دادیم که براسـاس آن تصور نشود شـهرداری با ایجـاد محل‌هایی برای اخـذ عوارض پارک حاشـیه‌ای محل‌های عمومی را تملک کرده است.

کمیسـیون عمران و حمل و نقل شورای شهر تهران گفت: یکی دیگر از موارد این بود که به شـهرداری تهران اجازه داده می‌شـود با اسـتفاده از نرم‌افزارهای مربوطه زمان رزرو را یک ساعت در نظر بگیرد (پیش‌تر در مصوبه این زمان سه ساعت در نظر گرفته شده بود).

در ادامه محسن هاشمی، رئیس شورای شهر تهران گفت: نقش پلیس را نباید در مطالبـات و درآمدها در حوزه ترافیک کمرنگ دید و این موضوع که چرا باید به پلیس پول بدهیم جلوه خوبی در مدیریت شـهری ندارد و هماهنگی ترافیک و راهور یک امر ضروری است که باید شکل گیرد.

بند ۱ و ۲ گزارش کمیسـیون عمران و حمل و نقل شـورای شـهر تهران در صحن شـورا به رأی گذاشته شـد و اعضا با ۱۶ رأی موافق بر مصوبه خود اصرار کردند و اعضای شورای شهر تهران با تخصیص ۵درصد درآمد این محل (عوارض پارک حاشیه‌ای در سال ۹۹) به پلیس راهور موافقت کردند.

اخبار

«کاهش ساعت طرح ترافیک» منوط به تصمیم شورای عالی ترافیک است

رئیس مرکـز ارتباطات و امور بین‌الملل شـهرداری تهران اعلام کرد که کاهش ساعت اجرای طرح ترافیک در حوزه اختیارات شورای عالی ترافیک اسـت. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، غلامحسین محمدی درخصوص انتشـار برخی اخبار مبنی بر احتمال کاهش سـاعت اجرای طرح ترافیک در پی مشاهده مواردی از کروناویروس و استفاده مردم از حمل و نقل شـخصی، گفـت: تصمیم‌گیری درخصوص کاهش یا افزایش ساعت اجرای طرح ترافیک منوط به تصمیم شورای عالی ترافیک است.

وی بـا بیان اینکه شـهرداری تهـران اختیاری در این خصـوص ندارد و شـورای عالی ترافیـک باید در این خصـوص تصمیم بگیرد، افـزود: البته پیشـنهاداتی در این خصوص ارائه شده اسـت اما از آنجایی که اجرای این تصمیم نیازمند همکاری بین بخشـی اسـت باید مراجـع ذی‌صلاح در این خصوص تصمیم بگیرند.

تولید ۳۰۰۰ موتورسیکلت برقی برای پستچی‌ها

با ارائه تسـهیلات سـازمان حمل و نقل و ترافیک، ۳۰۰۰ موتورسیکلت برقـی تولیـد و به‌منظور کاهش آلودگی هوا و مدیریت مصرف سـوخت در اختیار توزیع‌کنندگان شرکت ملی پست قرار می‌گیرد.

بـه گـزارش پایـگاه خبـری «عصر خـودرو» به نقـل از ایسـنا، طی تفاهم‌نامه‌ای چهارجانبه فی مابین سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران، معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، شـرکت ملی پسـت و شـرکت تولیدکننده موتورسـیکلت‌های برقی، تولید ۳۰۰۰ موتورسـیکلت برقی برای پستچی‌های پایتخت در دستور کار قرار گرفت.

سـازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران با هدف کمک به کاهش آلودگی هوا و اسـتقرار مدیریت سبز، اعطای تسـهیلات با کارمزد ۴درصد تا سـقف ۱۵۰ میلیون ریـال برای هر موتورسـیکلت (نیمی از قیمت کل) را برعهده گرفته اسـت و فرصت جایگزینی موتورسیکلت‌های برقی را برای توزیع‌کنندگان شرکت ملی پست فراهم می‌کند.

بر این اسـاس ۳۰۰۰ موتورسـیکلت برقی با مشـخصات فنی موردتایید شـرکت ملی پسـت تولید و طی دو مرحله در اختیار قـرار می‌گیرد که در مرحله نخسـت ۵۰ دسـتگاه از این موتورسـیکلت‌ها تولید و پس از تایید قابلیت‌هـای موردنظـر از قبیـل میزان پیمایـش، توان باتـری، کارآمدی موتورسـیکلت و سـایر موارد، بقیه موتورسـیکلت‌های تعهدشـده (۲۹۵۰ دستگاه موتورسیکلت برقی دیگر) نیز تولید و آماده تحویل می‌شود.

جایگزین کردن موتورسـیکلت‌های برقی با بنزینی، سـالانه ۲۱۰۰ لیتر به ازای هر دسـتگاه، کاهش مصرف سـوخت به همراه خواهد داشـت و با پیاده‌سـازی طرح جایگزینی موتورسـیکلت‌های برقی با بنزینی برای ۳۰۰ هزار دسـتگاه موتورسـیکلت در تهران حدود ۱٫۵ میلیون تن آلایندگی از فضای شهری کاهش می‌یابد.

به گزارش روابط عمومی معاونت حمل ونقل و ترافیک شـهرداری تهران تفاهم‌نامه همکاری چهارجانبه به امضای یوسف حجت - سرپرست معاونت و مدیرعامـل سـازمان حمل و نقل و ترافیک شـهرداری تهـران، منوچهر منطقـی - دبیر توسـعه فناوری‌های حوزه قضایی و حمل و نقل پیشـرفته معاونـت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، جلیـل مجاهد - رئیس هیأت مدیره شرکت نیرو موتور سهند و حسین نعمتی - معاون وزیر، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت ملی پست رسید.

تقاضا در بازار خودرو چگونه مدیریت خواهد شد؟

دبیر انجمن خودروسـازان ایران اعلام کرد نقدینگی سـرگردان، افزایش قیمت ارز و دسـتوری بودن قیمت خودرو از عوامل موثر بر اختلاف قیمت کارخانه و بازار و التهاب بازار خودرو است.

احمـد نعمت‌بخش در گفت‌وگو با خبرنگار «خبرخودرو»، اظهار داشـت: بارها اعلام کرده‌ایم که دلیل اصلی اختلاف قیمت بین کارخانه خودروسازی و بازار، وجود ۲٫۳ میلیارد میلیون تومان نقدینگی سرگردان در جامعه است؛ همچنین انتظارات تورمی، افزایش قیمت ارز و دستوری بودن قیمت خودرو از عوامل موثر بر اختلاف قیمت کارخانه و بازار و التهاب بازار خودرو است.

دبیر انجمن خودروسـازان ایران تصریح کرد: از بهمن ماه گذشـته ایجاد اختلاف بین قیمت کارخانه و بازار موجب وضعیت فعلی بازار خودرو شـده اسـت. در بهمن ماه گذشته سازمان حمایت قیمت تمام‌شده پراید را معادل با ۳۹ میلیون تومان برآورد کرد که لازم است مطابق با فرمول، سود کارخانه و ۹درصد ارزش افزوده و ۳درصد بابت شـماره‌گذاری و حدود ۳درصد بیمه شـخص ثالث به آن افزوده شـود، به این ترتیب پراید باید با قیمتی حدود ۴۷ میلیون تومان توسـط خودروساز به فروش رسد، این در حالی است که به خودروسـاز تکلیف شـد خودرو پراید را با قیمت ۳۷٫۵ میلیون تومان به فروش رسـاند. ما همان زمان به این شیوه قیمت‌گذاری توسط ستاد تنظیم بازار و کمیته خودرو اعتراض کردیم.

نعمت‌بخـش گفت: این اختلاف قیمت طبیعتا موجب هجوم نقدینگی به بازار خودرو شـده و از بهمن ماه گذشـته این شیوه ادامه داشته است، البته وزارت صمت برای کوتاه کردن دسـت دلالان تدابیری را در نظر گرفت، اما صف خرید خودرو همچنان به قوت خود باقی است.

وی گفـت: شـرکت بازرسـی کیفیـت و اسـتاندارد ایـران خودروهای خریداری‌شـده توسـط مردم را به لحاظ خدمات پـس از فروش و کیفیت خدمات در دوران گارانتی و سرویس اولیه رصد می‌کند که در این تماس‌ها مشـخص می‌شود بیش از ۷۰درصد خریداران، خودرو موردنظر را به فروش رسـانده‌اند؛ این موضوع نشـان می‌دهد اکثر خریداران، خودرو را به منظور سـرمایه‌گذاری خریداری می‌کنند زیرا بیـن کارخانه و بازار اختلاف قیمت وجود دارد. دبیر انجمن خودروسـازان ایران گفت: تنها راه حل این معضل، به کارگیری تجربه دهه ۷۰ و فروش خودرو براساس حاشیه بازار است.

نعمت‌بخـش افزود: قیمت هر کالایی را عرضه و تقاضا مشـخص می‌کند. ایران خودرو و سـایپا در حـال حاضر تلاش دارند هر کـدام روزانه ۲ هزار دسـتگاه خودرو تولیـد و عرضه کنند و ما امکان تولیـد بیش از این تعداد را در شـرایط فعلی نداریم بنابراین باید تقاضا مدیریت شود. اگر خودروساز براساس حاشیه بازار اقدام به فروش خودرو کند قطعا دلالان و کسانی که به قصد کسب سود وارد عرصه خرید خودرو می‌شوند از خرید خودرو منصرف شـده و تقاضا کاهـش می‌یابد. کاهش تقاضا موجـب کاهش قیمت خودرو خواهـد شـد و مثلا قیمت خودرو پراید به مرور و ظـرف کمتر از دو ماه به حدود ۴۸ میلیون تومان خواهد رسید.

دانش‌بنیان‌های تولیدکننده عطر بازار خود را توسعه می‌دهند

کشـور عطـر و رایحـه، بهمن‌مـاه امسـال میزبـان یک هیـات تجاری و فنـاور از دانش‌بنیان‌های کشـورمان بود؛ دانش‌بنیان‌هایی که با سـفر به کشـور فرانسـه ضمن آشـنایی با زنجیره ارزش عطر و رایحه این کشـور، به دنبال توسعه بازار تولیدات خود در این کشور بودند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسـانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، جمعـی از برترین شـرکت‌های بخش گیاهـان دارویی و معطر ایران بـا حمایت مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، با سـفر به کشـور فرانسه از معروف‌ترین شـرکت‌های خصوصی فعال فرانسوی، مراکز علمی و آموزشـی مرتبط و همچنین سـندیکا و قطب رقابتی عطر، رایحه و آرایشی و بهداشتی این کشور (در جنوب و مرکز فرانسه) بازدید کردند.

دریچـــه

تسهیلات ارزان‌قیمت، راهکاری برای رونق تولید

در این اوضاع برخی از بانک‌ها تلاش کردند با ارائه ابتکارهایی به راه حل‌های خلاقانه‌ای برسـند تا صاحبان کسب و کار کشور بتوانند با نرخ مناسب و بدون پیچیدگی خاصی و طی یک روال سـاده تسـهیلات دریافت کنند. یکی از بهترین خدمات در این خصوص که به همه فعالان اقتصادی پیشنهاد می‌شود تسهیلات ارزان‌قیمت بانک پاسارگاد است.

به گزارش ایلنا، فقدان سـرمایه مناسـب یکی از موانع بسیار اصلی در عدم به ثمر نشسـتن بسیاری از ایده‌ها و یا کند شدن توسعه بنگاه‌های اقتصادی به شمار می‌آید. در تمام دنیا صاحبان ایده و کسـب و کار به اشـکال مختلف به دنبال جذب سرمایه هستند تا کسب و کار خود را راه‌اندازی کنند و یا توسعه دهند. شتاب‌دهنده‌ها، سرمایه‌گذاران فرشته، بازار سرمایه و بانک‌ها از مهم‌ترین تأمین‌کنندگان سرمایه در تمام دنیا هستند. در کشور ما بدون شـک بار اصلی به دوش سیستم بانکی است. زیرا هنوز شـتاب‌دهنده‌ها توسـعه نیافته‌اند و بازار سـرمایه نیز به نسبت کشورهای توسعه‌یافته آنقدر عمق ندارد.

علاوه بر این سـرمایه‌گذاران شـخصی غالبا در ایران به دلایل فرهنگی هنوز آمادگی سـرمایه‌گذاری مستقیم روی پروژه‌های دیگـران را ندارند. بنا بـه این دلایل فعـالان اقتصادی نیازمند سرمایه، چشم امید اصلی‌شان به شبکه بانکی است، اما متاسفانه بسیار شـنیده‌ایم و دیده‌ایم که اخذ تسـهیلات از شبکه بانکی بسـیار پیچیده و زمان‌بر اسـت. نیاز به وثیقه‌های سـنگین و یا ضامنین بسیار معتبر، سخت‌گیری بانک‌ها درخصوص طرح‌های توجیهی و اعتبارسـنجی مشـتریان و بوروکراسی حاکم بر این روند از مهم‌ترین مشـکلات تسـهیلات‌دهی بانک‌ها اسـت. به همیـن دلیل واسـطه‌هایی میان بانک و متقاضی در کشـور ما ظهـور و بروز پیـدا کردند که بـه راحتی می‌تـوان آگهی‌های تبلیغاتی آنها را در نیازمندی‌های آفلاین و آنلاین دید.

پرسـش این اسـت که چرا باید اینچنین باشد. اگر همه چیز مبتنـی بر یک روال شـفاف و بدون رانت باشـد آیـا نیازی به این‌گونه واسـطه‌ها وجود دارد؟ قاعدتا هـر متقاضی باید بتواند به شـعبه‌ای که در آن حسـاب دارد مراجعه کند و از شـرایط و ضوابـط مطلع شـده و مـدارک مورد نیاز بانـک را تهیه کند و وام موردنظر را دریافت کند. یا مشـمول می‌شـود و یا خیر؟ اگر شـرایطش را ندارد هیچ واسـطه دیگری نیز نمی‌تواند برای ایـن فعـال اقتصادی کاری انجـام دهد. در یک دنیای شـفاف همـه بانک‌ها باید انواع تسـهیلات و مقررات مربـوط به آنها را روی سـایت بانک منتشر کنند و افراد متناسب با شرایط و نیاز خود نسـبت به اخذ آنها اقدام کنند، اما گذشته از این موضوع، قیمت تسـهیلات و یـا همان نرخ بهره وام‌ها نیـز یکی دیگر از موانع و مشـکلات فعالان اقتصادی کشـور اسـت. از یک طرف به دلیل نرخ تورم بالا نمی‌توان نرخ سـود سـپرده‌های بانکی را خیلی کاهش داد و به همین دلیل نیز نمی‌توان نرخ تسـهیلات ارائه‌شـده به متقاضیان را کم کرد. این نرخ همواره مورد گلایه بسیاری از کارشناسـان و بازیگردانان اقتصادی کشور است، اما راه‌حل جامعی نیز در این خصوص ارائه نمی‌شود. از طرف دیگر کارمزدهـا و نرخ‌های پنهانی هم وجود دارد که منجر به افزایش نرخ بهره تسهیلات می‌شود. بیش از آن چیزی که در ابتدا و در ظاهر به متقاضی اعلام می‌شود.

در این اوضاع برخی از بانک‌ها تلاش کردند با ارائه ابتکارهایی به راه حل‌های خلاقانه‌ای برسـند تا صاحبان کسب و کار کشور بتوانند با نرخ مناسب و بدون پیچیدگی خاصی و طی یک روال سـاده تسـهیلات دریافت کنند. یکی از بهترین خدمات در این خصوص که به همه فعالان اقتصادی پیشنهاد می‌شود تسهیلات ارزان‌قیمت بانک پاسـارگاد اسـت. این بانک با هدف کمک به رشد و شـکوفایی چرخه اقتصاد کشور و افزایش دامنه خدمات بانکی، اقدام به اعطای تسهیلات ارزان‌قیمت کرده است. براساس این طرح، مشـتریان متناسب با ضریب امتیازشان در بانک و با حداقـل مانده روزانه یک میلیون ریال در حسـاب‌های جاری و کوتاه‌مدت خود مشـمول برخورداری از این تسهیلات می‌شوند. شـایان ذکر است به هر یک میلیون ریال در حساب‌های جاری یا کوتاه‌مدت مشـتری روزانـه یک امتیاز تعلـق می‌گیرد. نرخ این تسـهیلات ۹ الی ۱۸درصد برای حسـاب‌های جاری و ۱۸ درصد برای حسـاب‌های کوتاه‌مدت عادی اسـت. حداقل مبلغ تسـهیلات اعطایی برای اشـخاص حقیقی ۲۰۰ میلیون ریال و برای اشـخاص حقوقی ۵۰۰ میلیون ریال تعیین شـده اسـت. اشخاص حقوقی، صاحبان مشاغل، فعالان اقتصادی، پذیرندگان فعال دسـتگاه‌های کارت‌خـوان بانک (دارای مجـوز فعالیت)، مخاطبان اصلی ایـن طرح هسـتند و بانـک پاسـارگاد آماده ارائـه تسـهیلات ارزان‌قیمـت بـه این اشخاص است.

از مزیت‌هـای مهم طـرح بانک پاسـارگاد تسـهیلات بدون محدودیـت و تنـوع در نـرخ تسـهیلات اسـت. از مهم‌تریـن مزیت‌هـای دیگـر خدمـات بانک پاسـارگاد در ایـن خصوص مسدودنشدن سپرده متقاضی است. در برخی از بانک‌های دیگر با طرح‌های مشـابه سـپرده افراد مسدود می‌شـود و این بسیار مورد اعتراض صاحبان کسب و کار است. همچنین افراد مختلف شـرایط گوناگونی دارند و قادر نیستند با یک شرایط و مقررات خاص تسـهیلات دریافتی را برگردانند. از مهم‌ترین مزیت‌های دیگر طرح تسـهیلات ارزان‌قیمت بانک پاسـارگاد تنوع در نوع بازپرداخت وام دریافتی طبق خواسته مشتری است.

در زمینه برخورداری از امتیازهای این طرح و نحوه اسـتفاده از آن نیـز بایـد اشـاره کنیـم که دارا بـودن یکـی از انـواع حسـاب‌های قـرض‌الحسـنه جـاری یـا سـپرده سـرمایه‌گذاری کوتـاه‌مـدت عـادی نـزد شـعبه‌های بانـک و همچنین دارابـودن امتیـاز لازم در حسـاب‌های قـرض‌الحسـنه جـاری یـا سـپرده سـرمایه‌گذاری کوتـاه‌مـدت عـادی از شـرایط دریافت این تسـهیلات است. بدیهی اسـت ارائه مدارک لازم، ارائه تضمین یا وثیقـه موردقبول بانک و گواهی فعالیت صنفی و اعتبارسـنجی از سـوی بانک از دیگر مقررات استفاده از طرح تسهیلات ارزان‌قیمت بانک پاسارگاد است.

با توجه به نیاز شدید بنگاه‌های اقتصادی، استارت‌آپ‌ها و صاحبان کسـب و کار به نقدینگی و سـرمایه امیدواریم سـایر بانک‌ها نیز طرح‌های مشابهی را ارائه کنند تا بخشی از مشکلات اهالی کسب و کار در شرایط سخت کنونی اقتصاد کشور برطرف شود.

اوبر روی سقف تاکسی‌های خ

اوبر به‌زودی برنامه‌ای را برای نمایش تبلیغات روی سقف تاکسی‌های خود شروع می‌کند که درآمد جدیدی برای رانندگان به همراه خواهد داشت. به گزارش زومیت، اوبر تصمیم گرفته است واحد کسب‌وکاری جدیدی راه‌اندازی کند که هزاران تبلیغ دیجیتال را روی سقف خودروهای طرف قرارداد با این شرکت نمایش می‌دهد. ادویک (AdWeek) در گزارشـی جزییات واحد تبلیغاتی اوبر موسـوم به Uber OOH Powered by Adomni را شـرح داد که در مرحله ابتدایی اسـت و از آغاز آوریل سال جاری، تبلیغات را روی خودروهای فعال در آتلانتا و دالاس و فینیکس آمریکا نمایش می‌دهد. باتوجه به زمان انتشـار گزارش و خبر، احتمال اینکه با دروغ آوریل روبه‌رو باشیم، بسیار اندک خواهد بود. به‌هرحال تصمیم اوبر برای ورود به دنیای تبلیغات (تقریبا) سـنتی، جذاب و جالب به‌نظر می‌رسد. رانندگان اوبر و Uber Eats در مرحله ابتدایی، برای نصب بیلبورد دیجیتالی روی سـقف خودروهای‌شـان ۳۰۰ دلار و در ادامه، به‌ازای بیش از ۲۰ ساعت رانندگی با بیلبورد در هر هفته ۱۰۰ دلار دریافت می‌کنند. نمایشگرها علاوه بر نشان‌دادن تصاویر ثابت هشت‌ثانیه‌ای، ویدئوهای تبلیغاتی نیز نمایش می‌دهند. ادویک در بخشـی از گزارش خود می‌نویسـد هم‌اکنون برخی از خودروهای فعال در سه منطقه آزمایشی اوبر، به بیلبوردهای تبلیغاتی مجهز هستند. آنها درحال‌حاضر فقط اعلامیه‌های عمومی را نمایش می‌دهند تا به‌مرور خودر Uber OOH (مخففOut Of Home) به‌دنبال د شـروع شـد، اما اوبر درآمدی از آن کسب نکرد. یکی ا ۲۰۱۸ شـروع به کار کرد و به رانندگان اوبر و لیفت ام دهند. استارت‌آپ مذکور اکنون به‌نام Firefly در پنج ش می‌شود غول تاکسی‌های اینترنتی به جریان درآمدی سـهام خود را به‌صورت عمومی عرضه کرد، از آن زمان سـوده پشت‌سر گذاشت. آنها با ساختارشکنی جهانی کسب‌وکار خود جذب کردند. البته اوبر هنوز به سودآو خسـارت ۵میلیارددلاری گزارش کرده است. آنها در س می‌کنند و اخیرا نیز مجبور شده‌اند ۳۵۰ نفر از نیروهای درآمد اهمیت دارد، توسعه جریان درآمدی جدید اهم

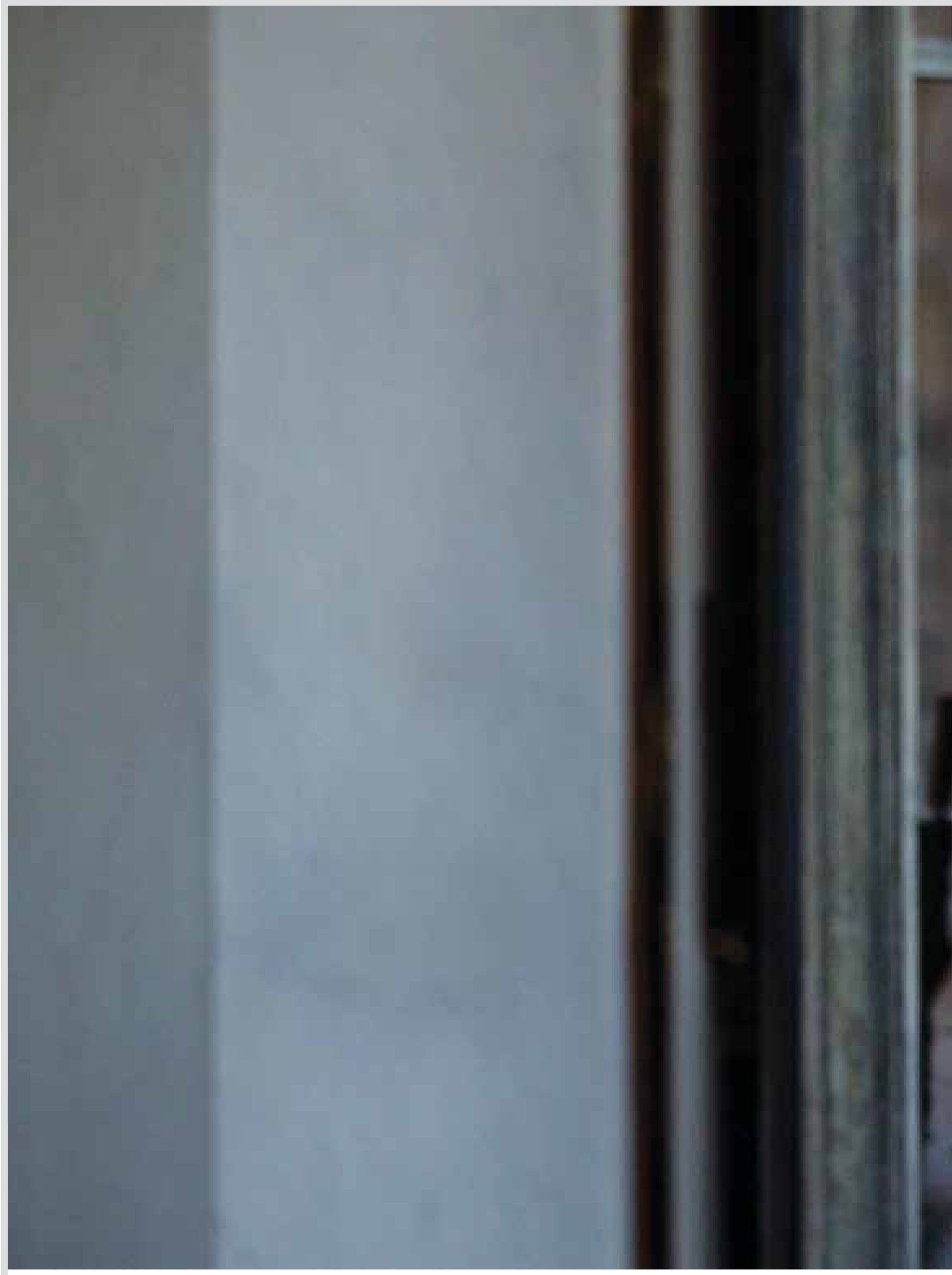
شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور در پردیس کارآفرینی پذیرش می‌شوند

پـارک فناوری پردیس معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهـوری، تعدادی از قطعات اراضی فاز سـوم خود را که پردیس کارآفرینی نامگذاری شده و ۲۱ هکتار وسـعت دارد را واگذار می‌کند. هدف اصلی از تاسـیس این پـارک بزرگ فناوری در شـمال شـرق شـهر تهران، بیـش از هر چیز تجاری‌سـازی فناوری و کمک سرمایه‌گذاران برای ورود به کسـب و کارهـای دانش‌بنیان و فناور بوده اسـت. هم‌اکنون فـاز اول پارک فنـاوری پردیس (پردیس نوآوری) به بهره‌برداری رسـیده است و فاز دوم (پردیـس دانش) قطعاتش به متقاضیان واگذار شـده و از سـال آینده نیز به بهره‌برداری می‌رسد. این مجموعه بزرگ که از سـال ۸۴ فعالیت خودش را با اسـتقرار اولین شرکت آغاز کرد، اکنون میزبان بیش از ۲۰۰ شرکت فعال در حوزه مختلف فناوری اسـت. در حال حاضر حدود ۴۵۰۰ نفر در مجموعه شرکت‌های مستقر در پارک فناوری پردیس اشتغال دارند. حسین صابری، قائم‌مقام ریاست پارک فناوری پردیس معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اظهار کرد: زیست بوم شکل‌گرفته در درون ایـن مجموعه حاصل کنار هم قرار گرفتن افراد خلاق، شـرکت‌های نوپا، شرکت‌های سرمایه‌گذار و شرکت‌های دانش‌بنیانی است که غالبا از نیروهای جوان تشکیل شده‌اند. فراهم آوردن مزیت‌های قانونی، بخش دیگری از جذابیت‌های این مجموعه است که به نوبه خود باعث توسعه کسب و کارهای نوین خواهد شد. وی افـزود: در حال حاضر، پارک فناوری پردیس برای واگذاری اراضی فاز سـوم خود، موسوم به پردیس کارآفرینی با وسعت ۲۱ هکتار، اعلام فراخوان کرده است. قائم‌مقام رئیس پارک در توضیح مسائل مربوط به قطعات آماده شده جهت واگذاری در پردیس کارآفرینی، اظهار کرد: در این فراخـوان تعدادی از قطعات این فاز واگذار خواهد شد. مساحت این قطعات براساس نیاز متقاضیان بین ۵۵۰ تا ۲۵۰۰ مترمربع اسـت. وی همچنین درخصوص اولویت واگذاری این اراضی توضیح داد: «ما به دنبال جذب شرکت‌های با ظرفیت رشد بالا هستیم؛ چه از لحاظ دانش و فناوری و چه ظرفیت سـودآوری اقتصادی. در این فراخوان حوزه‌هایی مانند تجهیزات پزشکی پیشرفته، فناوری اطلاعات و ارتباطـات، الکترونیک، کنتـرل و ابزار دقیق و خدمات آزمایشـگاهی و کارگاهی، در اولویت واگذاری خواهند بود» براسـاس این فراخوان، متقاضیان می‌توانند با مراجعه به وبگاه پارک فناوری پردیس به نشـانی techpark.ir از ۶ بهمن تا ۱۵ اسفند درخواست خود را ثبت کنند.

پذیره‌نویسی صندوق «سرمایه‌گذاری خصوصی اعتبار سرمایه‌نوآفرین»

صندوق «سـرمایه‌گذاری خصوصی اعتبار سرمایه نوآفرین» به عنوان اولین صندوق خصوصی با دوره فعالیت هفت سال آغاز به پذیره‌نویسی می‌کند.

این صندوق از روز سه‌شـنبه ششـم مـاه جاری لغایت بیسـتم به مدت ۱۰ روز کاری پذیره‌نویسـی می‌کنـد. سـرمایه تشـکیل این صندوق ۵۰ میلیارد تومان اسـت کـه ۳۵ درصـد آن تادیه شـده اسـت. تعداد کل واحدهـای سـرمایه‌گذاری ایـن صنـدوق ۵۰۰۰۰۰ واحـد اسـت کـه ارزش مبنـای هر واحـد سـرمایه‌گذاری ۱۰۰۰۰۰ تومان اسـت. حداقل تعداد واحد قابل خریداری توسط هر کد معاملاتی حقیقی و حقوقی ۱۰۰۰ واحد اسـت. «مشاور سـرمایه‌گذاری فراز ایده نوآفرین تک» مدیریت این صندوق را برعهده دارد. موسسـین صندوق سرمایه‌گذاری خصوصی اعتبار سرمایه نوآفرین، صندوق مالی توسـعه تکنولوژی ایران، صنـدوق توسـعه فناوری‌های نویـن، هلدینگ مالی صندوق بازنشستگی کشوری، صندوق پژوهش و فناوری توسعه صادرات و تبادل تکنولوژی و صندوق پژوهش و فناوری دانشگاه تهران هستند که مجموعا ۳۰درصد از سرمایه صندوق را تامین کرده‌اند و ۷۰درصد سرمایه نیز از عموم مردم پذیره‌نویسی می‌شود. صندوق‌های سرمایه‌گذاری خصوصی (Private Equity Fund)، گونـه ای از طرح‌های سـرمایه‌گذاری جمعی هسـتند که بر مبادلات سـهام اختصاصی متمرکز اسـت. هدف از تشـکیل این صندوق‌هـا، جمع‌آوری سـرمایه از سـرمایه‌گذاران و سـرمایه‌گذاری در شـرکت‌های دارای پتانسیل رشـد زیاد با هدف کسب بیشـترین بازده اقتصادی ممکن در برابر پذیرش ریسـک است. علاوه بر کسب بازدهی از سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت در این زمینه، کمک به رشـد اقتصادی، کارآفرینی و ایجاد اشـتغال، اصلاح ساختار مالی شرکت‌ها، شفاف‌سـازی عملکردها و راهبری آن از دیگر اهـداف ایـن نـوع صندوق‌ها اسـت. موضوع فعالیـت ایـن صندوق‌هـا، جمـع‌آوری منابع مالی و تخصیص عمده آن به سـرمایه‌گذاری در سهام یا سـهم الشرکه شرکت‌ها با موضوع فعالیت در صنایع دانش‌بنیان با فناوری بالا از قبیل داروسـازی و تجهیزات پزشـکی، فناوری اطلاعات و نرم‌افزارهای رایانه‌ای، فناوری زیستی، کشاورزی و دامپروری، معادن و فلزات، ماشین‌آلات و تجهیزات و ساخت قطعات و محصولات شیمیایی است.



...خود تبلیغات نمایش می‌دهد

...روهای جدید هم به برنامه اضافه شــوند. زیرمجموعه
...رآمدزایی از جریان تبلیغاتی است که از مدت‌ها پیش
...ز اســتارت‌آپ‌های مستقر در سان‌فرانسیسکو از سال
...کان داد روی سقف خودروهای‌شان، تبلیغات نمایش
...نهر فعالیت می‌کند. به‌هرحال، برنامه جدید اوبر باعث
...تازه وارد شود و از آن بهره ببرد. اوبر که در مه ۲۰۱۹
...دشــواری‌های متعددی برای تبدیل به کسب‌وکاری
...در صنعت تاکســیرانی، نیروی کار ارزان‌قیمت را به
...ری نرسیده است و تنها در یک فصل از سال ۲۰۱۸،
...ســرویس تحویل غذای خود با خسارت کامل فعالیت
...خود را تعدیل کنند. درنهایت در موقعیتی که هر دلار
...یت زیادی خواهد داشت و شاید تبلیغات روی سقف

تاکســی‌ها، اهمیت زیادی برای اوبر پیدا کند. درحال‌حاضر، شرکت Adomni روی تاکسی‌های سنتی در سرتاسر آمریکا تبلیغات نمایش می‌دهد و برای نشان‌دادن نحوه نمایش تبلیغات روی سقف خودروهای اوبر، ویدئوهای تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی منتشر می‌کند. تبلیغ‌دهندگان می‌توانند نمایش تبلیغ را به‌صورت آنلاین و برای خودروهای در دسترس بخرند. سپس، محتوای تبلیغاتی از طریق اینترنت برای بیلبورد روی خودرو طرف قرارداد ارسال می‌شود. برت بیکر، مدیر برنامه جدید تبلیغاتی اوبر، در ایمیلی به رسانه‌ها درباره استراتژی جدید گفت: پس از بررســی ایده که تقریبا بیش از یک ســال طول کشید، به این نتیجه رسیدیم که اکنون بهترین زمان برای رونمایی شبکه تبلیغاتی جدید است و هیچ شریکی هم بهتر از Adomni نبود. تخصص آنها در کسب‌وکار نمایش تبلیغات و فروش برنامه‌ریزی‌شده تبلیغات ارزش زیادی برای ما دارد.

برنامه جدید اوبر به نوعی شبیه به زنده‌شدن مفهومی قدیمی به نظر می‌رسد. اولین تاکسی‌ها در آمریکا در دهه ۱۹۱۰ متولد شدند و اوبر حدود یک قرن بعد و با ایده اپلیکیشن، در کسب‌وکار آنها ساختارشکنی کرد. تبلیغاتی که روی تاکســی‌ها نمایش داده می‌شدند، از ســال ۱۹۹۰ در آمریکا وجود داشتند و ایده جدیدی نیستند. دراین‌میان، اوبر نمی‌خواهد از بازار پردرآمد آنها بی‌بهره بماند.

برگزاری دوره آموزشی مجازی حمایت‌های بین‌المللی از اختراعات

دوره آموزشی مجازی «آشنایی با حمایت‌های بین‌المللی از اختراعات» ویژه مستعدان‌برتر تحت حمایت بنیاد ملی نخبگان در سطح ملی برگزار می‌شود. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، بنیاد نخبگان اســتان البرز با هدف آشــنایی فناوران و پژوهشــگران با چگونگی و انواع حمایت‌های بین‌المللی از اختراع و معاهده همکاری ثبت اختراع (PCT)، دوره آموزشی مجازی «آشنایی با حمایت‌های بین‌المللی از اختراعات» را ویژه مستعدان‌برتر تحت حمایت بنیاد ملی نخبگان در ســطح ملی برگــزار می‌کند. تاریخچه نیاز به حمایت بین‌المللی از اختراعات، آشــنایی با سازمان جهانی مالکیت فکری WIPO، انواع حمایت بین‌المللی از اختراعات، آشنایی با معاهده همکاری PCT، جست‌وجوی اختراعات در پایگاه Patent Scope، مــدارک موردنیاز جهت ثبت اختراع در PCT و فرآیند ثبت اختراع در PCT از مهم‌ترین محورهای این برنامه است.

یادداشــت

ویروس کرونا تحلیل‌های زنجیره تأمین کسب‌وکارها را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد

کســب‌وکارهای گوناگون در دنیای فناوری تحت‌تأثیر شــیوع ویروس کرونا جدید هســتند و زنجیره تأمین بسیاری از آنها در خطر قرار دارد.

شــیوع ویــروس کرونا تأثیــری عمیق روی کســب‌وکارهایی گذاشته است که زنجیره تأمین بین‌المللی دارند. چینی‌ها تصمیم گرفته‌اند برای جبران خسارت‌های ناشی از شیوع ویروس، تولید را در کارخانه‌های خود افزایش دهند. کســب‌وکارهای وابســته به زنجیــره تأمین چین، هنوز در وضعیت نامشــخص و ناایمن قــرار دارند. درواقع، تحلیل‌ها و برنامه‌ریزی‌های آنها برای تأمین قطعات و مواد اولیه بسیار تحت‌تأثیر تصمیم چینی‌ها قرار دارد.

کسب‌وکارهای امروزی در مقایسه با گذشته دیدگاه روشن‌تری دربــاره زنجیره تأمین خود دارند. آنها پیش‌بینی‌های عمیق‌تری در برنامه‌ریزی‌ها می‌کنند و توانایی زیادی در پیش‌بینی رخدادها پیدا کرده‌اند. البته درنهایت، می‌توان ادعا کرد سهم کمی از آنها برای رخدادهای غیرمنتظره آماده هســتند و می‌توانند واکنش نشــان دهند. ویروس کرونا جدید یکــی از رخدادهای عجیب و شوکه‌کننده در سال‌های اخیر محسوب می‌شود که تأثیر زیادی روی فرآیندهای عرضه و تقاضا در زنجیره‌های تأمین گذاشــته و بســیاری از کســب‌وکارها را در سرتاسر جهان تحت‌تأثیر قرار داده است.

جلســه‌های گوناگــون گــزارش درآمدی در صنعــت فناوری و صنایــع دیگر، نشــان‌دهنده بی‌اعتمــادی مدیران بــه آینده کســب‌وکارها در ســال جاری هســتند. پیش‌بینی ســودآوری بسیاری از شرکت‌ها کاهش یافته است و بازه احتمالی سودآوری نیــز در آنهــا به صورت بزرگ‌تــری تدوین می‌شــود. درنهایت، کسب‌وکارها با وجود استفاده از جدیدترین فناوری‌های تحلیلی و آماری، نمی‌توانند پیش‌بینی‌های درستی ارائه کنند.

رخداد پیش‌آمده ســؤال جالبی درباره استفاده از فناوری‌های مــدرن در کســب‌وکار به‌وجود مــی‌آورد: آیا هــوش مصنوعی، یادگیری ماشــین، اینترنت اشــیا، تحلیل‌های تجویزی و تمامی عبارت‌هــای جذاب دنیای فناوری می‌توانند آینده را در وضعیت بی‌ســابقه پیش‌بینی کنند؟ احتمالا خیــر. مدل‌هایی که امروزه در پیش‌بینی عملکرد کســب‌وکار استفاده می‌شوند، متغیرهای بی‌شــماری دارند و نمی‌توانند به‌طور قطعی درآمد شرکت‌ها را پیش‌بینی کنند.

اپل مانند بســیاری از شــرکت‌های بزرگ جهان درباره کرونا می‌گویــد نگرانی اصلــی‌اش ســلامت کارمنــدان و کارگران و شرکای‌شان در چین است. کوپرتینویی‌ها می‌گویند درآمد فصل جاری با پیش‌بینی‌های گذشــته همــگام نخواهد بود، اما رقم و بازه مشخصی نیز ارائه نکرده‌اند. با گسترش شیوع ویروس کرونا و پیاده‌سازی سیاست‌های متعدد پیشگیری و قرنطینه، اپل هم مانند بســیاری از شرکت‌ها با مشــکلات زنجیره تأمین و تقاضا روبه‌رو می‌شود.

اپــل در بیانیــه‌ای دربــاره وضعیت کنونی عملکــرد در چین می‌گوید:

ادامه فعالیت به‌مرور در سراســر کشــور شروع شده است، اما نرخ بازگشــت به کار آهسته‌تری در مقایســه با پیش‌بینی‌های خود مشــاهده می‌کنیم. درنتیجه به دو دلیــل انتظار نداریم به پیش‌بینی‌های‌مان برای فصل منتهی به مارس دست پیدا کنیم: ۱. تأمیــن جهانی آیفــون به‌صورت موقت محدود می‌شــود؛ ۲. کاهش تقاضا برای محصولات ما در چین دیده می‌شــود. تمامی فروشــگاه‌های‌مان در چین و بســیاری از فروشــگاه‌های همکار تعطیل شده‌اند.

جودیــث مک‌کنــا، مدیرعامل والمارت اینترنشــنال، وضعیت تأمین را در کشورش تقریبا مناسب تحلیل می‌کند:

در ســال‌های گذشــته، با تأمین جهانی نیازهــای خود نکات متعددی آموختیم. فروشــنده‌های ما اکنــون جزییات زیادی از جریان پروژه‌های تأمین دارند و می‌دانند هر ســفارش در کدام کارخانه قرار دارد و وضعیت تحویل آن را نیز مشاهده می‌کنند. از دیــدگاه من، توجه بــه جزییات در جریان پیش‌آمده بســیار اهمیت دارد. اگرچه وضعیت کنونی بسیار متغیر و سیال به نظر می‌رسد، توجه به جزییات کمک می‌کند دید شفاف‌تری درباره مســائل داشته باشــیم و تأثیر آن بر کسب‌وکار خود را در آینده تحلیل کنیم.

از شرکت‌های مشابه می‌توان Analog Devices را مثال زد که مدیر مالی آنها تأثیر کاهش تقاضا در چین را روی کسب‌وکار تأییــد می‌کند. او پیش‌بینــی می‌کند شــرکتش در فصل دوم خسارتی حدود ۷۰ میلیون دلار متحمل شود. به‌علاوه، تغییر در وضعیت تأمین نیروی انســانی باعث کاهش سرعت پیاده‌سازی شــبکه 5G می‌شــود که روی فروش محصولات این شرکت و فعالان مشابه تأثیر می‌گذارد. درمجموع، هر سه شرکت امیدوار هســتند ضربه سنگین فوریه در ماه‌های پیش رو جبران شود و زمان زیاد باقی مانده تا پایان سال ۲۰۲۰، خسارت‌های یک ماه را جبران کند.

مشــکل اصلی شــرکت‌های دارای زنجیره تأمین جهانی در زمان و چگونگی بازگشــت نیروی انسانی به کار دیده می‌شود. بسیاری از کارشناســان آینده تقاضای صنعت و زنجیره تأمین را نامشــخص می‌داننــد. تنهــا نکتــه مشــخص و مطمئن در پیش‌بینی‌ها این اســت که قطعا رفتــار خرید در چین پس از شیوع ویروس کرونا تغییر خواهد کرد. یونگ ژانگ، مدیرعامل علی‌بابا، دراین‌باره می‌گوید:

۱۷ ســال پیــش، کســب‌وکار تجــارت الکترونیــک پــس از همه‌گیری ســارس رشد بی‌ســابقه‌ای تجربه کرد. اعتقاد داریم ســختی‌های کنونــی با تغییر رفتــار در میــان مصرف‌کننده‌ها و کســب‌وکارها همراه خواهد بود و البتــه فرصت‌های جدیدی ایجاد می‌کند. روزبه‌روز مصرف‌کننده‌های بیشتری می‌بینیم که از ابزارهــای دیجیتال برای رفع نیازهای روزمره خود آســان‌تر اســتفاده می‌کنند. با اطمینان‌خاطــر می‌گوییم اقتصاد و جامعه چین بیشــتر به‌سمت دیجیتالی‌شــدن پیش می‌رود و به‌زودی فرصت بــرای ســاختن بنیادهای رشد طولانی‌مــدت اقتصاد دیجیتالی علی‌بابا فراهم می‌شود.

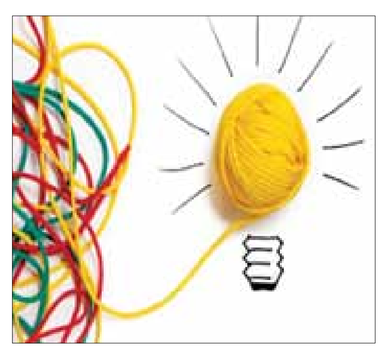
منبع: ZDNET/zoomit

فراخوان شرکت در نمایشگاه خلاقیت و نوآوری ایران منتشر شد

«اکســیر» عنوان رویدادی است که توسط کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود تا مسیر با برگزاری نمایشگاه خلاقیت و نوآوری ایران زمینه نمایش و معرفی اختراعات برگزیده فراهم شود.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رســانی معاونت علمی و فناوری ریاســت جمهوری، فراخــوان شــرکت در نمایشــگاه خلاقیت و نوآوری ایران توســط کانــون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری منتشر شد. علاقه‌مندان برای حضور در بخش اختراعات برگزیده این رویداد تا ۲۹ اســفندماه ســال جاری فرصت دارند.

این رویداد همچون ویترینی برای نمایش و معرفی اختراعات برگزیده به سرمایه‌گذاران محسوب می‌شــود. همچنین کانون پتنت با برگزاری آن فرصتی برای توسعه مهارت‌های خلاقانه استعدادهای جوان و نوجوان فراهم کرده است.



ارائــه دیدگاه‌ها، انتقال تجربیــات و به اشــتراک‌گذاری رویکردهای فعالان زیست بوم نوآوری از اهدافی است که برگزاری این رویداد دنبال می‌کنــد تا همچون پنجره‌ای برای نمایشــی متفــاوت و هیجان‌انگیز از برترین اختراعات تاریخ بشر باشد.

کانون پتنــت معاونت علمی و فناوری ریاســت جمهوری این رویداد را با عنوان «اکســیر» برگــزار می‌کند. این رویداد جامع با مشــارکت تمامی بازیگران زنجیــره اختراع تا تجاری‌ســازی و با تکیه بــر رویکردهــای آموزشــی، ترویجــی و شبکه‌ســازی برگزار می‌شــود تــا راهکاری برای فعال‌ســازی ظرفیت‌هــای بالقوه این حوزه باشد.

ترویج و آموزش در مسیر خلاقیت منتهی بــه اختراع برای جامعه جوان و پژوهشــگر ایرانــی، معرفی ظرفیت‌های عملیاتی پتنت بــرای جامعــه ســرمایه‌گذار کشــور، خلق فرصتــی بــرای الهام‌بخشــی، گفت‌وگــو و همفکری بین بازیگران زیســت‌بوم نوآوری کشور با محوریت پتنت و معتبرسازی مجدد مفهوم پتنت برای بازیگران دولتی و غیردولتی زیست‌بوم نوآوری در کشور برخی از کارکردهای این رویداد معرفی شده است.

شرکت‌های دانش‌بنیان بر روی تحریم‌ها پل می‌زنند

شــرکت‌های دانش‌بنیــان و فناور حاضــر در نمایشــگاه توانمندی‌های فنی و مهندســی ایرانی با محوریت رونق تولید، با حضور ســورنا ستاری معاون علمی و فنــاوری رئیس جمهوری، آخرین دســتاوردهای خود را به بازدیدکنندگان عرضه کردنــد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رســانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نزدیک به ۵۰۰ شرکت در رشته‌های مختلف کاری در این رویداد پنج روزه، توانمندی‌ها و محصولات خود را عرضه کردند. در این بازدید، تولیدکنندگان مختلف دغدغه‌های خود را با معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در میان گذاشــتند. «راه و شهرســازی، نفت، گاز و پالایش و پتروشــیمی، نیرو و ICT از جمله رشــته‌هایی بود که شرکت‌های دانش‌بنیان، فناور و ســایر تولیدکنندگان، فعــال در آن حوزه، محصولات ایران ســاخت خود را را به شرکت‌های متقاضی و بازدیدکنندگان عرضه کردند. همچنین در این رویداد، بخش ویژه‌ای برای «مسئولیت‌های اجتماعی» شــرکت‌ها و هلدینگ‌هــای حاضر در این رویداد در نظر گرفته شــد. امضای یک قرارداد چندجانبه با حضور قرارگاه خاتم‌الانبیا(ص)، شرکت ذوب آهن اصفهان و چند نهاد دولتی از جمله رویدادهای جنبی این نمایشگاه بود. براساس ایــن قرارداد، قرارگاه خاتم بــا توجه به پروژه ریل ملی، با اســتفاده از توانمندی شــرکت‌های دانش‌بنیان، انجام برخی پروژه‌های ریلی، خصوصا خط آهن چابهار، را برعهده می‌گیرد. برگزاری نشست‌های ارائه نیازمندی‌های فناورانه هلدینگ‌های تخصصی قرارگاه خاتم‌الانبیا با حضور شرکت‌های دانش‌بنیــان، فناور و ... از جمله دیگر بخش‌هایی بــود کــه در حاشــیه نمایشــگاه برگــزار شــد. شــرکت‌های دانش‌بنیان و فناور مــورد حمایت معاونــت علمــی و فناوری ریاســت جمهوری به منظور داخلی‌ســازی محصولات و نیازمندی‌های صنایع مختلف و عبــور از برخی محدودیت‌های تحریمــی، توانمندی‌های خود را با هلدینگ‌های بزرگ صنعتی و پیمانکاران پروژه‌های مختلف، به اشتراک گذاشتند. همچنین با حضور رئیس بنیاد ملی نخبگان، قراردادی میان قرارگاه ســازندگی خاتم‌الانبیــا و انجمن ســازندگان صنعتی ایران (ســتصا)، منعقد شد. نمایشــگاه توانمندی‌های فنــی و مهندســی ایرانی با محوریت تحقق شــعار ســال «رونق تولیــد»، از روز شــنبه (ســوم اســفندماه) به مدت پنج روز در محل شبستان ۱ و ۲ مصلای امام خمینی(ره) تهران در حال برگزاری است.

کارگاه برندینگ

کرونا عامل کاهش ۹۲درصدی فروش خودرو در کشور چین

به قلم: مارک سوانی روزنامه‌نگار
مترجم: امیر آل‌علی

کرونـا نه‌تنها مردم، بلکه کسـب‌وکارها را نیز بـا تهدیدی جدی مواجه ساخته است. این مسئله تنها به کشور چین محدود نبوده و تمام جهان را تحت تاثیر قرار داده است. علت این امر به این خاطر اسـت که به علت نیروی کار ارزان، تقریبـا تمامی برندهای مطرح جهـان در این کشـور کارخانه و نمایندگی فـروش دارند. فراموش نکنید که چین به عنوان پرجمعیت‌ترین کشـور جهان معرفی شده و این امر باعث می‌شود تا حضور در بازار این کشور برای هر برندی دارای اهمیت باشـد، با این حال طی چند روز اخیر خبری منتشر شده است که نگرانی بسیاری را به همراه داشته و از آن تحت عنوان بحران صنعت خودروسازی در کشور چین نام برده می-شود. طبق آمارها میزان فروش خودرو پس از انتشـار ویروس کرونا در مقایسه با سال گذشته کاهشی ۹۲درصدی داشته است که رقمی بی‌سابقه محسـوب می‌شـود. به همین خاطر بسـیاری از برندهای بزرگ به دنبـال راهکاری برای وضع موجود هسـتند که در این بین فروش اینترنتی، بهترین گزینه محسـوب می شود. درواقع تمامی مراحل خرید خودرو کاملا به صورت اینترنتی مهیا خواهد بود تا افراد سریعا پس از خرید در درب منزل خود، سـفارش را دریافت کنند. اگرچه بعید اسـت که تحت شـرایط فعلی، افراد تمایلـی به خرید خودرو جدید داشـته باشـند، با این حال می‌تواند کمی بـه بهبود اوضاع کمک کند. مشـکل بعدی این اسـت که بسـیاری از کارخانه‌های تعطیل شـده، تولیدکننده لوازم و قطعات خـودرو بوده‌اند که این موضوع باعث شـده اسـت تا زنجیره تامین این صنعت با مشـکلی جدی مواجه شـود. درواقع همگان منتظر ساخت واکسن و نابودی این ویروس هسـتند تا اوضاع به شرایط عادی خود بازگردد، با این حـال در رابطـه با زمان دقیق ایـن اتفاق نمی‌تـوان نظر قطعی را داشـت. درواقع اگر این شرایط برای دو ماه دیگر ادامه داشته باشد، با بحران مالی جدی بسیاری از برندها مواجه خواهیم شد.

منبع: theguardian.com

همه آن‌چیزی که باید در رابطه با ساعت کاری شناور بدانیم

به قلم: سرنا جیمز کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

این امر که سـاعت کاری براساس خواست افراد و شرایط مختلف تغییر پیدا کند، اقدامی است که از آن تحت عنوان ساعت شناور یاد می‌شـود. اقدام مذکور باعث خواهد شد تا امکان ایجاد تعادل میان کار و زندگی شخصی نیز ساده‌تر باشد. همچنین این امر به افزایش رضایت شغلی کارمندان نیز منجر خواهد شد. آمارها نیز حاکی آن اسـت که کیفیت انجام کارها با این سیاست چندین برابر می‌شود، با این حال سـوالی که مطرح می‌شود این است که چگونه نکاتی را باید مورد توجه قرار دهیم.

۱-وظایف روزانه را تعیین کنید

در برنامه شناور، زمان حضور و خروج در شرکت کاملا به خواست کارمند بسـتگی دارد، با این حال شـما باید اطمینان داشته باشید که کارها به بهترین شکل ممکن انجام خواهد شد. به همین خاطر ضروری اسـت تا وظایف را تعیین کرده و کارمند خود را در نحوه و زمان انجام آن آزاد بگذارید. این امر باعث می‌شود تا آنها از اجباری بیهوده فاصله گرفته و حتی از طریق دورکاری نیز بتوانند بسـیاری از اقدامات خود را انجام دهند.

۲-شرایط خاص را مورد توجه قرار دهید

در برخی از شـرایط ضروری است تا تمامی کارمندان در شرکت حضور داشته باشند. برای مثال نیاز به یک کار تیمی برای مدیریت یک نمایشگاه، از جمله این موارد محسوب می‌شود. به همین خاطر نباید به نحوی رفتار کنید که کارمندان سـاعت کاری شـناور را به حقـی برای خود تلقی کنند. همچنین در صورتی که عملکرد یکی از کارمندان تضعیف شده است، لازم است تا این امکان را از وی تا زمانی که بتواند اعتمادسازی دوباره‌ای را انجام دهد، پس بگیرید.

۳-برنامه‌ریزی داشته باشید

این امر که به یک باره تعداد زیادی از کارمندان در شرکت حضور نداشته باشند، شرایط را سخت خواهد کرد. به همین خاطر ضروری اسـت تا هماهنگی‌های لازم از شب قبل با شـما انجام شده باشد. درواقع در بسیاری از شـرایط شما باید با این اقدام مخالفت کنید. در این رابطه بسیاری از شرکت‌ها امکان ساعت کاری شناور افراد را محدود می‌کنند. برای مثال سه بار در هفته، یکی از استانداردهای رایج محسوب می‌شـود. این امر باعث خواهد شد تا نظم کاری نیز دچار مشکل نشود.

در نهایت بررسـی اقدامات انجام‌شـده از سـوی سـایر مدیران می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی برای شما باشد.

منبع: lawdonut.co

بازنمایی ارزش‌های مک دونالد در کمپین تازه تبلیغاتی‌اش

اهمیت هویت بصری در تبلیغات تازه مک دونالد

به‌قلم: ناتالی کولون کارشناس تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

برخی از برندها بسیار جذاب و خاطره‌انگیز هستند. آنها به خوبی از نحوه فعالیت در حوزه بازاریابی و تبلیغات آگاهی دارند. به همین خاطر نیاز چندانی به استفاده از الگوهای عجیب و غریب تبلیغاتی پیدا نمی‌کنند. این برندها حتی بدون لوگو یا نام‌شـان نیز توانایی کسـب موفقیت در عرصه تبلیغات را دارند. این امر ایده اصلی مـک دونالد برای طراحی تبلیغات تازه‌اش محسـوب می‌شـود. آنهـا در تازه‌ترین تصمیم‌شان از بیلبوردهای مختلف در سراسر جهان برای توسعه کمپین تازه خود استفاده کرده‌اند. نکته مهم درباره کمپین تبلیغاتی تازه این برند فقدان کمان‌های طلایی مشهور مک دونالد و شعار ویژه‌اش است. به این ترتیب در نگاه نخست شاید تبلیغ موردنظر هرگز قابل تشـخیص نباشـد، در عوض تیم بازاریابی مک دونالد از عبارت‌های کوتـاه برای بیان اهمیت ارزش‌های مرکزی برندش و میزان آشـنایی مخاطب هدف با آنها اسـتفاده کرده اسـت. وقتی یک برند شـهرت بسیار زیادی در حوزه کسـب و کار داشته باشد، تبلیغاتش بدون نیاز به استفاده از لوگو و شعار تبلیغاتی رسـمی نیز قابل تشخیص خواهد بود. شاید بسیاری از طرفدارهای مک دونالد برای کمپین‌های تازه تبلیغاتی این غول دنیای فست فود به دنبال رونمایی از نسـخه‌های تازه برگر یا سـایر بخش‌های منوی این رستوران باشند، با این حال مک دونالد در کمپین تازه‌اش هیچ محصول تازه‌ای نیز معرفی نکرده است. آنها به سـاده‌ترین شکل ممکن در تلاش برای جلب توجه مخاطب هدف هستند. این امر بدون اسـتفاده از لوگو یا هر المان مشـخص و مرتبط با مک دونالد صورت گرفته اسـت. این الگوی بازاریابی و تبلیغات در دنیای کنونی کمتر آشناسـت. بسـیاری از برندها هزینه‌های سرسـام‌آوری برای جلب نظـر مخاطب هدف انجام می‌دهند بنابراین استفاده از الگویی متفاوت از سوی مک دونالد شاید عجیب به نظر برسد.

چارلز نیکس یکی از مشهورترین بازاریاب‌های چند دهه اخیر محسوب می‌شود. همکاری بـا برندهای بزرگ در کمپین‌های موفق از وی چهره‌ای جهانی سـاخته است. به همین خاطر درباره کمپین تازه مک دونالد به گفت‌وگو با وی پرداخته‌ایم. نیکس در ابتدای گفت‌وگو به نکته جالبی درباره ایده مک دونالد اشاره کرد: «امروزه کلمات اهمیت بسیار زیادی دارند. اگر ما مطابق شعارها و کلمات مورد استفاده در تبلیغات‌مان عمل کنیم، هیچ مانعی جلودار ما نخواهد بود.»

بدون تردید کمپین تازه مک دونالد سر و صدای زیادی در دنیای تبلیغات به پا کرده است. به همین خاطر در ادامه برخی از نکات مهم درباره ایده تیم بازاریابی این غول عرصه فست فود را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

تحول از عرصه تبلیغات به اثر هنری

اسـتفاده از طرح‌های هنری و تغییر در الگوی تبلیغات با فعالیت برند جت ست در سـال ۲۰۰۱ شروع شد. در آن زمان از تیشرت‌هایی با طرح‌های هنری مختلف برای نمایش خلاقیت برند موردنظر استفاده می‌شد. بی‌تردید از آن زمان تا به حال فناوری در دسـترس برندها و بازاریاب‌ها تغییر بسـیار زیادی کرده است. بر همین اسـاس نحوه فعالیت مک دونالد نیز بسیار شاخص‌تر است. اگر قصد بررسی بیشتر در زمینه اسـتفاده از طرح‌های هنری برای رونمایی از محصولات یا خدمات تازه را داشته باشیم، باید به سراغ گروه موسیقی بیتلز برویم. این گروه موسیقی در دهه ۶۰ میلادی تحولی شگرف در نحوه رونمایی از آلبوم‌های موسیقی ایجاد کرد. استراتژی کنونی مک دونالد ادامه منطقی و هنری همان خط فکری محسوب می‌شود.

کمپین تازه مک دونالد با همکاری مشـترک موسسـه لئو بارنت و دیوید شون، طراح مشهور تبلیغات، ساماندهی شده است. در این الگوی تبلیغاتی از عبارت‌های کوتاه و تاثیرگذار برای جلب نظر مخاطب هدف اسـتفاده می‌شـود. حوزه تبلیغات همیشـه عرصه نوآوری‌های تازه است. بسیاری از برندها با استفاده از همین شیوه موفق به ثبت نام‌شان در میان برندهای بزرگ و افسانه‌ای شده‌اند بنابراین مشاهده جهت‌گیری مک دونالد امر عجیبی نخواهد بود.

یکی از نکات مهم درباره تبلیغات مک دونالد ظاهر ساده‌شـان اسـت. شاید ما از یک تبلیغ که ادعای اثر هنری را دارد، انتظار بیشـتری داشـته باشـیم. نیکس در این زمینه اظهارنظر جالبی دارد: «وقتی ما در اتوبان یا خیابان‌ها در حال رانندگی هسـتیم، دقت چندانی به فضای بیرون مسـیر نخواهیم داشـت. به همین خاطر طراحی بیلبوردهای دارای جزییات فراوان هیچ مزیتی برای مک دونالد در راستای جلب نظر مخاطب هدف محسوب نمی‌شود» بنابراین اثر مک دونالد همچنان یک تبلیغات مینیمالیستی محسوب می‌شود.

هدف اصلی مک دونالـد در زمینه طراحی کمپین تازه‌اش جلب توجه مخاطب هدف به سـاده‌ترین شکل ممکن بود. بدون تردید ارزیابی یکی از بیلبوردهای این برند بحث پیش روی را روشـن‌تر خواهد کـرد. یکی از بیلبوردهای اصلی این برند دارای کلماتی به این صورت اسـت: «مافین، تخم مرغ، سس، پنیر، مافین.» اگر از طرفدارهای مک دونالد و منوی میان وعده یا صبحانه‌اش باشید، به خوبی با مفهوم این عبارت‌ها آشـنایی خواهید داشت بنابراین نیازی به درج لوگو یا نام مک دونالد در این بیلبورد وجود ندارد.

یکـی از نکات مهـم در زمینه بیلبوردهای مـک دونالد تکلیف افراد ناآشـنا با محصولات این برند اسـت. در ایـن صورت به احتمال زیاد انگیـزه چنین افرادی بـرای پرس و جو درباره محصول موردنظـر افزایش خواهد یافت. به این ترتیب ما موقعیـت بهتری برای رونمایـی از محصولات‌مان یا تعامل با مخاطب هدف جدید خواهیم داشت. بسیاری از برندها در زمینه طراحی تبلیغات فقط به فکر جلب نظر مشـتریان تازه هستند. به این ترتیب مشتریان قدیمی در عمل به دست فراموشی سـپرده می‌شوند. استراتژی تبلیغاتی مک دونالد درست برعکس این روند است. بر این اساس تمرکز اصلی بر روی مخاطب هدف قدیمی برند قرار دارد. این امر امکان تعامل هرچه نزدیک‌تر با مشـتریان ثابت را فراهم خواهد ساخت. در حقیقت برند مک دونالد به خوبی از اهمیت مشتریان ثابت برند آگاهی دارد. به همین خاطر به دنبال ایجاد تغییرات گسترده در نحوه تعامل با آنها نیست. در عوض آنها بیشتر در تلاش برای حفظ مشتریان ثابت و سپس جلب نظر مشتریان تازه هستند.

مـک دونالد در زمینه تبلیغـات بر روی ایجاد فرهنگ منحصـر به فرد برندش تاکید دارد. این امر تبلیغات آنها را بسیار جذاب می‌سازد. همچنین اینگونه تبلیغات به راحتی از سـوی مشـتریان مورد شناسـایی قرار خواهد گرفت. امروزه یکی از دغدغه‌های برندها ناتوانی در زمینه اثبات تعلق تبلیغات‌شان به خود است. شاید در نگاه نخسـت این امر عجیب به نظر برسد، اما دلیل آن بی‌توجهی به ایجاد فرهنگ منحصر به فرد برند اسـت. به این ترتیب مـا در عمل مزیت و تفاوتی با دیگر رقبا نخواهیم داشت.

بدون تردید رسـتوران‌های دیگری نیز در حال تولید فسـت فودهای خوشمزه هسـتند. با این حـال هیچ‌کدام به اندازه مک دونالد در میان مشـتریان شـهرت ندارند. چنین تفاوتی بدون کاربسـت شـیوه‌های مختلف بازاریابی و از همه مهم‌تر فرهنگ‌سازی از سوی مسئولان این برند امکان‌پذیر نیست. ما با هر سلیقه و پسندی در زمینـه کسـب و کار به عنوان مخاطب هدف برندها نسـبت به تلاش تیم‌های بازاریابی برای توسعه فرهنگ خاص هر شرکت واکنش مثبتی خواهیم داشت. این امر باید به طور ویژه‌ای مدنظر بازاریاب‌ها و سایر برندها قرار گیرد.

منبع: marketingdive.com

موفقیت در برندسازی با چاشنی گیم

برندسازی با همکاری صنعت گیم

به قلم: کریس ورن کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

صنعت گیم در طول دهه‌های اخیر رشـد بسـیار زیادی داشـته است. براساس پیش‌بینی انجمن بازی‌های دیجیتال ایالات متحده تا سال ۲۰۲۵ ارزش ایـن حوزه بـه ۳۰۰ میلیارد دلار خواهد رسـید. همین امر موجب افزایش تمایل غول‌های بزرگی نظیر گوگل و اپل برای راه‌اندازی پلتفرم‌های گیم شـده است. نکته جالب اینکه هر دو آنها دارای پلتفرم‌های فعال گیم هسـتند. برندهای هوشـمند به خوبی از تاثیر صنعت گیم بر روی زندگی روزمره مردم آگاهی دارند. آنها از همین نکته برای تغییر شیوه برندسازی و ارتباط نزدیک‌تر با مخاطب هدف استفاده می‌کنند.

موسسه JWT در آخرین گزارش‌اش از افزایش تمایل برندهای مختلف به حضور در صنعت گیم خبر داده اسـت. یکی از نشـانه‌های افزایش اهمیت این صنعت در نگاه برندها حضور سلبریتی‌های مختلف در بازی‌های ویدئویی است. شاید تا پیش از این ما چندان انتظاری از سلبریتی‌ها برای حضور در صنعت گیم نداشتیم، با این حال افزایش جذابیت‌های این حوزه و سـود سرشار برندها موجب حضور گسترده سلبریتی‌ها شده است.

شاید هیچ بازی به اندازه فورتنایت برای مخاطب امروزی جذابیت نداشته باشد. این بازی آنلاین امکان رقابت با دیگر بازیکنان از سراسر دنیا را فراهم می‌سازد. نکته جالب این بازی امکان دسترسـی به آن از طریق تمام کنسـول‌های بازی است. به این ترتیب حتی در اتوبوس و از طریق گوشی‌های همراه نیز امکان شرکت در این بازی وجود دارد. برند آدیداس در پی افزایش محبوبیت این بازی اقدام به همکاری تجاری نزدیک با تیم طراحی فورتنایت کرده است. به این ترتیب باید انتظار مشاهده تبلیغات بیشتر از این برند در جریان بازی را داشته باشیم.

برند نایک همیشه در عرصه برندسازی سلیقه منحصر به فردی داشته است. این برند در طول سـال‌های اخیر به طور جدی در فکر ایجاد بسـتری برای حضور در صنعت گیم بوده است. به این ترتیب در دهه پیش روی ما شاهد نخستین پلتفرم بازی از سوی نایک خواهیم بود. اگرچه در این زمینه اخبار رسمی وجود ندارد، اما شـایعه‌های قوی در مورد طراحی یک پلتفرم بازی از سوی این غول دنیای ورزش شنیده می‌شود.

برندهای حوزه تولید لوازم بهداشتی و آرایشی نیز در زمینه همکاری با برندهای مشـهور صنعت گیم فعالیـت زیادی دارند. این امر شـامل همـکاری با برخی از گیمرهای حرفه‌ای برای تبلیغ محصولات یا حتی طراحی بنر برای تبلیغات درون بازی‌هاسـت. جالب‌ترین نمونه تبلیغاتی در این زمینه مربوط به تعیین جایزه برای برندگان بازی‌های آنلاین تحت عنوان بن تخفیف گسترده برای محصولات برندهای آرایشی و بهداشتی است.

برندهای گوناگون با زمینه‌های فعالیت مختلف در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف هستند. این امر شـامل حضور گسترده در صنعت گیم نیز می‌شود بنابراین مشاهده همکاری هرچه بیشتر برندها با شرکت‌های تولید گیم عجیب نخواهد بود. نکته مهم در این میان آگاهی از نحوه همکاری مناسـب با برندهای فعال در حوزه گیم اسـت. ما باید سـرمایه‌گذاری مطمئنی در این حوزه انجام دهیم. در غیر این صـورت بودجه بازاریابی و تبلیغاتی‌مـان را به هدر خواهیم داد. همچنین کمترین نتیجه دلخواه در زمینه برندسازی را نیز کسب خواهیم کرد.

برندسازی موفق با حضور در صنعت گیم

شـاید در نگاه نخست همکاری برندها با تیم‌های طراحی گیم غیرممکن به نظر برسـد، با این حال در طول سال‌های اخیر موارد بسیار زیادی از این همکاری‌ها را مشـاهده کرده‌ایم. بدون تردید همکاری میان برندهای تجاری و تیم‌های فعال در صنعت گیم به همین سـادگی‌ها هم نیسـت. به همین خاطر بسیاری از برندها در عمل در زمینه چنین همکاری‌هایی شکسـت می‌خورنـد. وقتی ما در تلاش برای همکاری با چنین تیم‌هایی هستیم، باید به نکات مختلفی توجه داشته باشیم. برخی از این نکات مهم به شرح ذیل است:

• شـناخت مخاطب هدف: ما باید شـناخت درستی از مخاطب هدف‌مان داشته باشـیم. اشتباه برخی از برندها تلاش برای همکاری با یک تیم طراحی بازی بدون شناسایی سلیقه مخاطب هدف‌شان است. شاید مخاطب هدف ما علاقه چندانی به بازی مورد نظر نداشته باشد. در این صورت سرمایه‌گذاری ما بی‌نتیجه باقی خواهند ماند. همچنین اگر در تلاش برای همکاری با گیمرهای حرفه‌ای هستید، هماهنگی میان شخصیت آنها و ویژگی‌های برندتان را مدنظر قرار دهید.

• خلاقیت حداکثری: برندها به هنگام تلاش برای حضور در کنار تیم‌های بازاریابی یا حمایت مالی از آنها باید خلاقیت بیشتری به خرج دهند. درج بنرهای تبلیغاتی درون بازی ایده کافی برای جلب نظر گیمرها نیست بنابراین ما در این زمینه نیاز به خلاقیت و نوآوری بیشتری خواهیم داشت.

• ایده‌های کوچک همیشـه بد نیسـت: در دنیای گیم نکات کوچک نیز مدنظر گیمرها قرار می‌گیرد بنابراین ما با طراحی ایده‌های کوچک نیز امکان کسب موفقیت در حوزه برندسـازی را خواهیم داشت. اشتباه برخی از برندها تلاش برای موفقیت با اسـتفاده از ایده‌های بزرگ و پرهزینه اسـت. این امر اغلب به دلیل عدم آشنایی بازاریاب‌هـا و برندها با ویژگی‌های صنعت گیم همراه با ناکامی خواهد بود بنابراین پیـش از طراحی یا اجرای ایده‌های برندسـازی‌تان به نحوه تاثیرگذاری‌اش بر روی مخاطب هدف فکر کنید.

منبع: brandingstrategyinsider.com

بررسی ۵ راهکار افزایش سرعت سایت خرده‌فروشی

چالش افزایش سرعت سایت خرده‌فروشی‌ها

به قلم: جرمی موزر کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

سرعت سایت یکی از معیارهای مهم برای موفقیت خرده‌فروشی‌های آنلاین محسوب می‌شود. امروزه خرده‌فروشی‌های بسیار زیادی در فضای آنلاین فعالیت دارند. بدون تردید استقبال مشتریان نسبت به آنها یکسان نیست، بنابراین باید به دنبال معیارهای مشتریان برای انتخاب یک خرده‌فروشی آنلاین بر دیگران باشیم. در میان معیارهای مختلف، سرعت سایت اهمیت قابل توجهی دارد. اگر سایت خرده‌فروشی ما سرعت پایینی داشته باشد، کاربران پیش از بارگذاری صفحات از سایت‌مان خارج خواهند شد. امروزه پیشرفت‌های بسیار زیادی در زمینه افزایش سرعت بارگذاری صفحات صورت گرفته است بنابراین کاربران سرعت پایین سایت‌ها را تحمل نخواهند کرد. این امر در زمینه خرده‌فروشی، به دلیل وجود گزینه‌های مختلف، شدت بیشتری دارد.

براساس گزارش گوگل، سرعت مطلوب برای بارگذاری صفحات سایت حداکثر سه ثانیه است. اگر صفحات سایت ما در حالت استاندارد بیشتر از این زمان را نیاز دارد، باید به دنبال راهکارهایی برای رفع مشکلات موجود باشیم. الگوریتم گوگل در زمینه رتبه‌بندی سایت‌ها نسبت به سرعت بارگذاری صفحات توجه ویژه‌ای دارد بنابراین با بهبود وضعیت خرده‌فروشی‌مان در این زمینه شانس‌مان برای افزایش مشتریان بیشتر خواهد شد.

بدون تردید بسیاری از کارآفرینان و صاحبان خرده‌فروشی‌ها نسبت به ضرورت افزایش سرعت سایت آگاهی دارند. نکته مهم در این میان چگونگی شروع کار است. در این مقاله پنج راهکار ساده برای افزایش سرعت سایت خرده‌فروشی‌ها را مورد بررسی قرار خواهیم داد. موارد مورد بررسی در این مقاله امکان پیاده‌سازی سریع در کمترین زمان ممکن، حداکثر یک روز، را خواهد داشت.

۱.چالش حجم تصاویر محصولات

بدون تردید خرده‌فروشی‌های آنلاین دارای تعداد بسیار زیادی محصول برای ارائه به مشتریان هستند. هر کدام از محصولات نیز به طور طبیعی دارای تصاویر متعدد و باکیفیتی خواهد بود. این امر موجب افزایش فضای ابری موردنیاز برای بارگذاری تصاویر می‌شود. همچنین به طور طبیعی سرعت بارگذاری صفحات در پی آپلود تصاویر سنگین و باکیفیت افزایش خواهد یافت.

مشتریان در دنیای خرید آنلاین علاقه بسیار زیادی به مشاهده تصاویر محصولات دارند. این امر همیشه باید مدنظر مشتریان قرار داشته باشد. اگر شما در سال ۲۰۲۰ در تلاش برای فروش آنلاین محصولات بدون استفاده از تصاویر شفاف از آنها هستید، بدون تردید شکست خواهید خورد. برخی از خرده‌فروشی‌های آنلاین به دلیل بارگذاری تصاویر بی‌کیفیت از محصولات مورد بی‌توجهی مشتریان قرار می‌گیرند. این امر اغلب خرده‌فروشی‌ها را به سوی استفاده از عکس‌های حرفه‌ای سوق داده است. نکته منفی ماجرا کاهش شدید سرعت بارگذاری صفحات در پی استفاده از تصاویر باکیفیت است.

تصاویر باکیفیت حجم بالایی، تا شش مگابایت، دارند. این امر تاثیر قابل توجهی بر روی سرعت بارگذاری صفحات خواهد داشت بنابراین مشاهده سرعت بارگذاری پایین برخی از صفحات خرده‌فروشی‌ها بی‌علت نیست. برخی از خرده‌فروشی‌ها در تلاش برای کاهش حجم تصاویر اقدام به برش یا کاهش شدید کیفیت تصاویر می‌کنند. این راهکارها نتیجه مثبتی در پی ندارد. وقتی کیفیت عکس ما بسیار پایین باشد، مخاطب هدف انگیزه‌ای برای خرید را از دست خواهد داد. تکنیک منطقی در این بخش تلاش برای همگام‌سازی تصاویر برای بارگذاری در فضای آنلاین است. این امر با کاهش کیفیت عکس متناسب با مرورگرهای مختلف امکان افزایش سرعت سایت را به برندها خواهد داد. به عنوان مثال، اگر در تلاش برای فروش زین دوچرخه هستید، تصویر اصلی شاید ۵۵ کیلو بایت حجم داشته باشد. این حجم شاید در نگاه نخست چندان زیاد نباشد، اما همگام‌سازی تصویر موردنظر تاثیر محسوسی بر روی سرعت بارگذاری صفحه خواهد داشت. پس از همگام‌سازی همین تصویر حجم آن به ۲۳ کیلو بایت کاهش خواهد یافت. این امر در مقیاس حجم‌های بالا به معنای امکان نصف ساختن حجم خواهد بود.

نکته مهم درباره همگام‌سازی تصاویر برای مرورگرها عدم افت کیفیت تصاویر به طور محسوس است بنابراین ما علاوه بر افزایش سرعت بارگذاری تصاویر به کیفیت خرده‌فروشی‌مان نیز صدمه‌ای نخواهیم زد. دوربین‌های حرفه‌ای جزییات بسیار زیادی را به نمایش درمی‌آورد. ما در حوزه خرده‌فروشی نیازی به این جزییات فراوان نداریم بنابراین تلاش برای حذف برخی از موارد غیرضروری تصاویر کمک شایانی به ما خواهد کرد.

۲. آزمایش سرعت سایت

هنگامی که بحث از افزایش سرعت سایت می‌شود، هیچ راهکار یگانه‌ای برای موفقیت وجود نخواهد داشت بنابراین ما باید راهکارهای مختلفی را امتحان کنیم. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از چندین راهکار در کنار هم است. به این ترتیب شانس ما برای افزایش سرعت سایت در کوتاه‌ترین زمان ممکن بیشتر می‌شود. هر سایتی دارای برخی از ایرادهای مهم است. این امر تاثیر محسوسی بر روی سرعت بارگذاری صفحات خواهد داشت بنابراین باید به سرعت ایرادهای موجود در سایت‌مان را رفع کنیم.

خوشبختانه امروزه سایت‌های بسیار زیادی در زمینه آزمایش سرعت سایت‌های مختلف فعالیت دارد. این فرآیند به سادگی با درج نام سایت‌مان در بخش اصلی سایت یا موسسه‌های موردنظر صورت می‌گیرد. برخی از نمونه‌های پیشرفته آزمایش سرعت سایت حتی ایرادهای موجود را به تفکیک بیان می‌کند بنابراین کار ما برای افزایش سرعت سایت ساده‌تر از هر زمانی خواهد شد.

سایت‌های آزمایش سرعت سایت‌ها به طور معمول از ۱۰۰ نمره می‌دهند. اگر سایت شما نمره ۹۰ یا بالاتر را کسب کرد، این امر به معنای موفقیت شما در زمینه افزایش مناسب سرعت سایت‌تان است. در غیر این صورت باید به دنبال رفع ایرادهای موجود باشیم. نکته مهم در این میان استفاده از چند سایت آزمایش سرعت است. به این ترتیب ما آگاهی معتبری در زمینه وضعیت سایت‌مان خواهیم داشت. همیشه احتمال بروز خطا در ارزیابی سایت‌ها را مدنظر داشته باشید. این نگرانی با استفاده از چند سایت ارزیابی سرعت سایت رفع خواهد شد.

۳. استفاده از تکنیک‌های مدیریت سئو

استفاده از راهکارهای مدیریت سئو در زمینه افزایش سرعت بارگذاری صفحات اهمیت خاصی دارد. برخی از خرده‌فروشی‌ها در راستای جلب نظر بیشتر مخاطب از کلیدواژه‌های پرتعداد استفاده می‌کنند. این امر تاثیر قابل توجهی بر روی سرعت بارگذاری صفحات خواهد داشت. سایت ما به طور کل هرچه دارای صفحات کم‌حجم‌تری باشد، سرعت بارگذاری بیشتر خواهد داشت بنابراین ما در زمینه هر اقدامی برای سایت‌مان باید به این نکته مهم توجه داشته باشیم.

بسیاری از خرده‌فروشی‌ها دارای سازگاری لازم با موتورهای جست‌وجو نیستند. این امر موجب افزایش هزینه‌های تبلیغات و بازاریابی برای خرده‌فروشی‌های موردنظر می‌شود. اگر ما به خوبی با کلیدواژه‌ها و ترندهای حوزه خرده‌فروشی آشنایی داشته باشیم، مدیریت سئو امر دشواری نخواهد بود. ایراد اصلی اغلب خرده‌فروشی‌ها عدم تلاش برای آشنایی با رویدادهای تازه در حوزه خرده‌فروشی و ترندهای داغ در این حوزه است. به این ترتیب آنها توانایی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهند داشت. آشنایی با حوزه مدیریت سئو دردسر زیادی ندارد. نکته مهم در این زمینه تلاش برای آشنایی هرچه بیشتر با اصطلاح‌های تخصصی کسب و کارمان و همچنین ساده‌سازی مفاهیم بیش از اندازه گنگ و تخصصی برای مخاطب هدف است.

۴.ساده‌سازی محتوای موبایلی

بدون تردید محتوای سایت ما از طریق دستگاه‌های هوشمند مختلفی مورد بازدید قرار می‌گیرد. امروزه کاربران از دستگاه‌های متنوعی برای جست‌وجو در فضای آنلاین استفاده می‌کنند. یکی از موارد محبوب در میان کاربران استفاده از گوشی‌های هوشمند است. خرده‌فروشی ما باید آمادگی لازم در راستای نمایش محتوای مخصوص برای گوشی‌های هوشمند را داشته باشد. در غیر این صورت بخش قابل توجهی از مخاطب هدف‌مان از دست می‌رود.

وقتی سایت برند ما دارای المان‌های سنگین و پرحجم باشد، تجربه کاربران دارای گوشی‌های هوشمند همراه با کندی بسیار زیادی خواهد بود. این امر نتیجه طبیعی استفاده از المان‌های پرحجم است. خوشبختانه امروزه امکان طراحی قالب‌های سایت مخصوص کاربران گوشی همراه وجود دارد. به این ترتیب چنین قالب‌هایی معمولا دارای حجم کمتری در مقایسه با نسخه اصلی سایت خواهد بود. کاربران در این صورت دیگر نیازی به انتظار برای بارگذاری صفحات نخواهند داشت. بارگذاری سریع صفحات مزیت‌های زیادی برای برندها دارد. نخستین مزیت آن امکان جلب نظر کاربران گوشی‌های همراه به منظور استفاده از اپ رسمی‌شان است. وقتی کاربران از اپ رسمی ما استفاده کنند، بسیاری از دغدغه‌های‌مان در زمینه سرعت بارگذاری صفحات خرده‌فروشی کاهش می‌یابد.

بازاریاب‌ها در زمینه طراحی محتوا برای کاربران گوشی‌های هوشمند باید به کاهش حجم هرچه بیشتر المان‌های صفحه توجه داشته باشند. اشتباه برخی از خرده‌فروشی‌ها کاهش معنادار کیفیت تصاویر است. این امر تجربه کاربری مخاطب هدف را دستخوش تغییرات منفی خواهد کرد. امروزه گوشی‌های هوشمند توانایی بسیار زیادی دارند. این امر شامل نمایش تصاویر باکیفیت بسیار بالا نیز می‌شود. به این ترتیب ما نباید با کاهش کیفیت تصاویر تجربه کاربری مخاطب هدف را دستخوش تغییرات منفی کنیم.

۵. ضرورت سازگاری با مرورگرهای محبوب

کاربران برای جست‌وجوی محتوا یا بازدید از سایت‌ها در فضای آنلاین از مرورگرهای مختلفی استفاده می‌کنند. هر مرورگر دارای ویژگی‌های خاصی است. این امر شامل استفاده از الگوریتم‌های متفاوت برای افزایش سرعت سایت‌ها می‌شود. به این ترتیب ما باید شناخت مناسبی از الگوریتم جست‌وجوی هر مرورگر داشته باشیم. خوشبختانه الگوریتم اغلب مرورگرهای پرطرفدار دارای شباهت‌های بسیار زیادی است بنابراین ما در عمل کار دشواری نخواهیم داشت.

نکته مهم در زمینه بهبود سرعت بارگذاری صفحات سایت‌مان توجه به توصیه‌های هر مرورگر است. همچنین باید کاربران را با حذف فایل‌های اضافی مرورگر آشنا کنیم. وقتی ما به عنوان کاربر در تلاش برای جست‌وجوی محتوای مختلف در فضای آنلاین هستیم، حافظه موقت مرورگر به سرعت پر خواهد شد بنابراین باید به طور مداوم نسبت به حذف این حافظه اقدام کنیم. در غیر این صورت تجربه کاربری‌مان به مرور زمان همراه با کاهش سرعت خواهد شد. خوشبختانه امروزه به راحتی امکان فعال‌سازی گزینه پاکسازی خودکار حافظه موقت در مرورگرها وجود دارد بنابراین آشناسازی مخاطب هدف با این امر نکته مهمی محسوب می‌شود.

جمع‌بندی

افزایش سرعت سایت در حوزه خرده‌فروشی اهمیت بسیار زیادی دارد. بسیاری از برندها نسبت به این نکته آگاهی دارند، اما شیوه‌های مناسب برای شروع فرآیند موردنظر را نمی‌شناسند. همچنین باید به علاقه خرده‌فروشی‌ها برای مشاهده سریع تاثیرات افزایش سرعت سایت نیز اشاره کرد. در این مقاله هدف اصلی ایجاد پیوند میان این دو نیاز اصلی خرده‌فروشی‌ها بود، بنابراین با استفاده از راهکارهای مورد بحث علاوه بر افزایش سرعت سایت امکان مشاهده سریع نتایج نیز وجود خواهد داشت. نکته پایانی مقاله حاضر ضرورت توجه به استفاده از تکنیک‌های مورد بحث در این مقاله به صورت یکجا و همزمان است. در غیر این صورت ما نتیجه دلخواه را کسب نخواهیم کرد. همانطور که در ابتدای مقاله نیز اشاره شد، هیچ راهکار یگانه‌ای برای افزایش سرعت سایت وجود ندارد بنابراین ما باید از راهکارهای مختلف در کنار هم استفاده کنیم.

منبع: volusion.com

ایستگاه بازاریابی

استراتژی اینستاگرام برای کسب درآمد بیشتر از IGTV

به قلم: ساهیل پاتل کارشناس فناوری و کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

اینستاگرام در طول یک دهه اخیر به عنوان پرطرفدارترین شبکه اجتماعی عکس‌محور فعالیت داشته است. ایده جذاب اینستاگرام پس از اندکی توسعه از سوی فیس‌بوک خریداری شد. فیس‌بوک از آن زمان تا به حال نوآوری‌های قابل توجهی در وضعیت استارت‌آپ اینستاگرام ایجاد کرده است. به عنوان مثال، افزودن امکان بارگذاری ویدئوهای کوتاه یکی از این نوآوری‌های جذاب محسوب می‌شود. پس از اینکه تیم فنی اینستاگرام در سال ۲۰۱۸ امکان بارگذاری محتوای ویدئویی طولانی در قالب IGTV را فراهم کرد، نگاه بسیاری از کارشناس‌ها نسبت به این پلتفرم تغییر کرد. بر این اساس طبق اخبار به دست آمده از سوی وال استریت ژورنال تیم بازاریابی فیس‌بوک در تلاش برای همکاری با چندین تولیدکننده حرفه‌ای ویدئو به منظور افزایش امکانات و جذابیت‌های بخش IGTV است. استراتژی اصلی فیس‌بوک افزایش درآمد ناشی از تبلیغات در بخش IGTV است. این امر با توجه به افزایش روزافزون تمایل برندها برای فعالیت در این حوزه محتمل به نظر می‌رسد.

نوآوری تیم فیس‌بوک در بخش IGTV شامل آزمایش راهکارهای مختلف برای تولیدکنندگان حرفه‌ای ویدئو به منظور درآمدزایی است. محورهای اصلی این استراتژی امکان بارگذاری ویدئوهای تبلیغاتی شخصی‌سازی شده‌تر و همچنین مجموعه ویدئوهای تخصصی مانند آنچه در سایر پلتفرم‌های مشهور قابل دسترسی است، خواهد بود. بر این اساس سازندگان ویدئوهای حرفه‌ای امکان همکاری با برندهای مختلف برای نمایش تبلیغات‌شان در قالب ویدئوهای خود را خواهند داشت. سود نهایی نیز میان برند موردنظر و تیم سازنده ویدئو تقسیم خواهد شد.

سرویس IGTV نخستین بار در سال ۲۰۱۸ برای افزایش مدت‌زمان بارگذاری ویدئو در پلتفرم اینستاگرام رونمایی شد. هدف اصلی اینستاگرام ترغیب سازندگان ویدئو به صورت حرفه‌ای و آماتور برای حضور در پلتفرم‌اش بود. با توجه به افزایش بازدید کاربران از محتوای IGTV باید استراتژی کلی اینستاگرام را موفق ارزیابی کرد. این بخش برای اینستاگرام اهمیت بسیار ویژه‌ای دارد. امروزه اینستاگرام رقبای سرسختی مانند تیک تاک نیز دارد بنابراین سرمایه‌گذاری هرچه بیشتر بر روی نمایش محتوای ویدئویی آنلاین ضروری خواهد بود. نکته مهم در این میان ضرورت یافتن راهکاری از سوی اینستاگرام برای درآمدزایی تولیدکنندگان ویدئو در بخش IGTV است. در غیر این صورت انگیزه آنها برای حضور در این بخش به شدت کاهش خواهد یافت.

نکته مهم در بخش IGTV فعالیت برخی از فیلمسازهای نسبتا حرفه‌ای در آن است. بسیاری از برندها برای ساخت ویدئوی تبلیغاتی از همین تولیدکنندگان استفاده می‌کنند. به این ترتیب تیم بازاریابی برخی از برندهای بزرگ نیز در زمینه تولید ویدئو برای بخش IGTV کاملا منفعلانه عمل می‌کند. این امر تا حدودی ناشی از تخصص بالای تولیدکنندگان ویدئو در اینستاگرام است، اما بخش قابل توجهی از آن نیز به بی‌توجهی برندها نسبت به اهمیت این بخش مربوط می‌شود بنابراین فیس‌بوک در زمینه افزایش محبوبیت بخش IGTV باید انگیزه برندها را نیز تقویت کند.

اینستاگرام از سال گذشته اقدام به همکاری با برخی از سازندگان ویدئوهای حرفه‌ای، اینفلوئنسرها و سلبریتی‌ها برای تولید مجموعه محتوای ویدئویی در بخش IGTV کرده است. اگرچه این پروژه تازه در ابتدای راه است، اما نوید نمایش آثار جذابی در این بخش را می‌دهد. هدف اصلی اینستاگرام پرهیز از دریافت حق اشتراک برای مشاهده ویدئوهای خاص در IGTV است بنابراین باید زمینه همکاری تبلیغاتی سازندگان ویدئو و برندهای علاقه‌مند تقویت شود. به این ترتیب کاربران امکان مشاهده محتوای جذاب به صورت رایگان را خواهند داشت.

بدون تردید میزان درآمد اینستاگرام از تبلیغات بسیار زیاد است. این امر به طور کامل مربوط به انگیزه برندها برای صرف دلارهای بیشتر در این پلتفرم است بنابراین اینستاگرام فرصت مناسبی در راستای بهبود وضعیت پلتفرم‌اش با بهبود رابطه میان تولیدکنندگان محتوا و اسپانسرها خواهد داشت. این امر موقعیت بهتری برای آنها در رقابت با تیک تاک ایجاد می‌کند.

یکی از مقامات ارشد فیس‌بوک در مصاحبه با وال استریت ژورنال پیرامون استراتژی تازه این برند برای اینستاگرام اینگونه اظهارنظر کرده است: «هیچ چیز در طول زمان ثابت نخواهد ماند. ما نیز در تلاش برای ارتقای کیفیت اینستاگرام برای نمایش ویدئوهای حرفه‌ای هستیم. هدف اصلی ما ایجاد شرایط بهتر برای فعالیت تولیدکنندگان حرفه‌ای ویدئو و اسپانسرهای‌شان به طور همزمان است.» بدون تردید برنامه فیس‌بوک تاثیر مثبتی بر روی آینده اینستاگرام خواهد داشت. نکته مهم در این میان ضرورت تسریع فرآیند افزایش امکانات بخش IGTV است. رقبای سرسخت فیس‌بوک، به ویژه تیک تاک، در طول چند سال اخیر شهرت و محبوبیت بسیار زیادی کسب کرده‌اند. یکی از نمودهای اصلی این بحث مشاهده ویدئوهای تولیدشده در تیک تاک در صفحه‌های مختلف اینستاگرام است. این امر برای مدیران ارشد فیس‌بوک زنگ خطر را به صدا درآورده است. به همین خاطر استراتژی اصلی مسئولان فیس‌بوک افزایش سریع و به موقع امکانات تبلیغاتی، به ویژه در بخش IGTV است.

براساس اعلام رسمی فیس‌بوک در سال جاری شاهد سرمایه‌گذاری ۱,۴ میلیارد دلاری این برند بر روی بخش نمایش ویدئوهای آنلاین خواهیم بود. بخش قابل توجهی از این هزینه‌ها شامل پشتیبانی از پخش رویدادهای مهم دنیای هنر و ورزش به صورت زنده خواهد بود. به این ترتیب بخشی از استراتژی فیس‌بوک برای مقابله با رقبا استفاده از حق پخش رویدادهای مهم خواهد بود. تیک تاک در این زمینه برنامه خاصی ندارد. به همین خاطر اقدام به موقع فیس‌بوک به عنوان مزیتی رقابتی محسوب می‌شود. بدون تردید فیس‌بوک دیگر مانند گذشته تنها پلتفرم بزرگ در دنیای شبکه‌های اجتماعی نیست. این امر ضرورت نوآوری سریع و همه جانبه را مطرح می‌کند. اگر مدیران ارشد فیس‌بوک و اینستاگرام به سرعت در پی بهبود وضعیت تبلیغاتی پلتفرم‌های‌شان نباشند، به زودی شاهد کاهش درآمدشان و حضور رقبای سرسخت بیشتری مانند تیک تاک خواهند بود.

بخش اصلی درآمد اینستاگرام از تبلیغات برندها حاصل می‌شود. مدیران این پلتفرم به خوبی از شکست احتمالی در صورت دریافت حق پخش از کاربران برای مشاهده محتوای ویدئویی آگاه هستند بنابراین استراتژی اصلی آنها حضور به عنوان اسپانسر اصلی برخی از مجموعه ویدئوهای جذاب و تقسیم سود نهایی با سازندگان از طریق جلب تبلیغات جانبی است. این امر با توجه به دامنه وسیع روابط اینستاگرام با برندهای مختلف منطقی‌ترین شیوه ممکن به نظر می‌رسد. بسیاری از تولیدکنندگان ویدئو، مانند اینفلوئنسرها، ارتباط گسترده‌ای با برندهای مختلف در سراسر جهان ندارند. همین امر فرآیند همکاری تبلیغاتی برای آنها را دشوار خواهد کرد. نکته مهم درخصوص استراتژی تازه اینستاگرام پرهیز تیم فیس‌بوک از ارائه هر زمان مشخصی برای رونمایی از تغییرات تازه است، با این حال به احتمال زیاد تا پایان سال جاری شاهد به‌روز رسانی‌های مهمی در این پلتفرم خواهیم بود. این امر آینده فعالیت تبلیغاتی برندها در شبکه‌های اجتماعی را تحت تاثیر قرار خواهد داد.

منبع: وال استریت ژورنال

رهبری

پیشنهاد ۷۰۴ میلیون دلاری پپسی برای خرید یک خرده‌فروشی چینی

استراتژی پپسی برای سلطه بر بازار چین

به قلم: لورا هی کارشناس کسب و کار در CNN
ترجمه: علی آل‌علی

برند پپسی در آستانه خرید یک خرده‌فروشی آنلاین در چین است. این خرده‌فروشی در زمینه ارائه اسنک‌های مختلف به مشتریان فعالیت دارد. هدف اصلی پپسی از این اقدام کسب سهم بیشتر از بازار غذا و تنقلات در سراسر دنیاست. بدون شک چین یکی از اهداف تجاری مهم برای برندهای اروپایی و آمریکایی محسوب می‌شود. جمعیت بالا و سطح مطلوب فناوری امکانات مناسبی در اختیار مدیران برندهای خارجی برای فعالیت در این بازار قرار می‌دهد.

براساس اظهارنظر رسمی مسئولان پپسی توافقات اولیه برای خرید خرده‌فروشی Be & Cheery با ارزش حدودی ۷۰۵ میلیون دلار انجام شده است. البته رقم مورد بحث هنوز به طور رسمی اعلام نشده است، با این حال پیش‌بینی کارشناس‌های کسب و کار حاکی از ارزش ۷۰۰ تا ۸۰۰ میلیون دلاری این خرده‌فروشی آنلاین است.

ارزش بازار اسنک در کشور چین در طول سال‌های اخیر به شدت افزایش پیدا کرده است. این بازار در بین سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۶ معادل ۴۰۰درصد رشد داشته است. براساس گزارش وزارت اقتصاد و دارایی چین این نرخ رشد بالا در سال ۲۰۱۹ نیز ادامه داشت. این امر ارزش بازار اسنک چین را به ۳ تریلیون یوآن، معادل ۴۲۷ میلیارد دلار، رسانده است بنابراین مشاهده تلاش برندهای بزرگ برای حضور در این بازار پرسود تعجب‌برانگیز نخواهد بود.

بازگشت دوباره پپسی به بازار چین پس از تعطیلی چند هفته‌ای کسب و کار این برند صورت می‌گیرد. این امر ناشی از افت اوایل سال میلادی بازار کسب و کار در چین بود. بنابراین پپسی برای حضور دوباره در بازار پرسود چین به فکر خرید یکی از خرده‌فروشی‌های محبوب افتاده است. این امر جایگاه پپسی در بازار موردنظر را محکم‌تر خواهد کرد.

همانطور که در اخبار متعدد بیان شده است، اکنون کشور چین با ویروس کرونا دست و پنجه نرم می‌کند. یکی از توصیه‌های رسمی مقامات در پی تلاش برای کنترل این ویروس واگیردار خرید آنلاین وسایل موردنیاز شهروندان این کشور است. به این ترتیب در طول چند هفته اخیر بازار فعالیت خرده‌فروشی‌های آنلاین در چین رونق بالایی یافته است.

خرده‌فروشی Be & Cheery شعبه مرکزی خود را در شهر هانگژو تاسیس کرده است. این خرده‌فروشی بیشتر در زمینه عرضه میوه‌های خشک شده و دیگر اسنک‌ها به صورت آنلاین فعالیت دارد. این برند در سال گذشته رکورد ۱۷۱ میلیون یوآن، معادل ۲۴,۳ میلیون دلار، سود خالص را بر جای گذاشته است. به این ترتیب در مقایسه با سال ۲۰۱۸ رشد ۳۲درصدی را تجربه کرده است.

موسسه غذای بهداشتی هاوژیانگنی، صاحب کنونی خرده‌فروشی Be & Cheery، در سال ۲۰۱۶ با پیشنهادی ۹۶۰ میلیون یوآنی، معادل ۱۳۶,۵ میلیون دلار، این خرده‌فروشی را خریداری کرده است. رقم پیشنهادی برند پپسی برای خرید این خرده‌فروشی بیانگر رشد پنج برابری ارزش این فروشگاه آنلاین در طول سال‌های اخیر است. به این ترتیب سود سرشاری از فروش Be & Cheery در انتظار مسئولان موسسه هاوژیانگنی خواهد بود.

برند پپسی ده‌های متمادی در بازار چین حضور داشته است بنابراین آنها از قواعد معامله در این کشور بی‌اطلاع نیستند. این برند در سال‌های گذشته نیز اقدام به انجام معامله‌های مختلف با برندهای چینی کرده است. ورود پپسی به عرصه مواد غذایی سالم در پی افزایش فشار بر آنها و دیگر برندهای فعال در زمینه تولید نوشابه‌های گازدار برای افزایش استانداردهای تولید صورت گرفته است. امروزه بسیاری از اسنک‌ها و نوشیدنی‌های مورد علاقه مردم دارای مواد مضر زیادی‌اند. این امر اغلب موسسه‌های بهداشتی و جنبش‌های زیست محیطی را بر علیه پپسی و دیگر برندهای مشابه متحد کرده است بنابراین پپسی در عمل با مشکلات بسیار زیادی برای جلب نظر مخاطب هدف و تعامل سازنده با نهادهای مدنی مختلف مواجه است.

براساس اظهارنظر رسمی مسئولان پپسی در آغاز ماه جاری امکان رکوردشکنی آنها در زمینه کسب سود و دو برابر شدن آن در مقایسه با میانگین دهه گذشته وجود دارد. در این صورت پپسی برنامه‌های بسیار بیشتری برای تسلط بر بازار چین و به طور کلی شرق آسیا خواهد داشت. هیچ کارآفرینی از ارزش بازار شرق آسیا بی‌اطلاع نیست بنابراین پپسی با آمادگی کامل برای رقابت بر سر این بازار باارزش وارد میدان شده است.

منبع: CNN

چالش مدیریت امور مالی کسب و کارهای کوچک

توصیه‌های مالی برای صاحبان کسب و کارهای کوچک

به قلم: گرگ شوارتز کارشناس امور مالی و کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

یکی از قوانین اصلی در حوزه کارآفرینی تلاش برای تفکیک امور مالی شرکت و حوزه شخصی است. بسیاری از برندها به دلیل ناتوانی در زمینه محاسبه دقیق هزینه‌های برندشان و فقدان برنامه مشخص در این زمینه با شکست مواجه می‌شوند. اغلب اوقات صاحبان کسب و کار مسیر کاملا متفاوتی در زمینه مدیریت امور مالی در پیش می‌گیرند. به این ترتیب بسیاری از آنها در عمل حوزه مالی کاری و خصوصی‌شان را ترکیب می‌کنند. ایراد اصلی این امر کاهش توانایی محاسبه وضعیت مالی برند خواهد بود. امروزه مدیریت امور مالی بدل به چالشی مهم برای کارآفرینان شده است. این امر اهمیت ویژه‌ای برای صاحبان کسب و کارهای کوچک دارد بنابراین اگر شما نیز در زمینه کسب و کارهای کوچک فعالیت دارید، باید به وضعیت مالی برندتان توجه ویژه داشته باشید.

بسیاری از ما تجربه ملاقات یا همکاری با کارآفرینان مشهور و در عین حال بی‌توجه به مسئله مالی برندشان را داشته‌ایم. توجه به سرنوشت اغلب این برندها درس مهمی در زمینه اهمیت مدیریت امور مالی به صورت دقیق دارد. گاهی اوقات ما از نظر توانایی‌های شخصی در سطح بسیار بالایی قرار داریم، اما به دلیل مشکلات مالی استارت‌آپ‌ها و ایده‌های‌شان شکست می‌خورند. چنین وضعیتی برای هیچ کارآفرینی ساده نیست. امروزه برخی از سختکوش‌ترین کارآفرینان نیز به دلیل تنبلی در زمینه مدیریت مالی درست کسب و کار با مشکلات زیادی مواجه می‌شوند. این امر موجب افزایش توجه برندها به مسئله مدیریت امور مالی و تلاش برای ساماندهی وضعیت سرمایه‌گذاری‌شان شده است.

مشکل اصلی در زمینه بی‌توجهی به مدیریت مالی امکان غافلگیری در هر لحظه است. اگر ما با حساب بر روی پس‌انداز بانکی شرکت اقدام به طراحی یک کمپین بازاریابی کنیم، به طور طبیعی انتظار وجود مقداری پول در حساب شرکت را خواهیم داشت. این امر با مشاهده حساب خالی یا بودجه کمتر از حد انتظار موجب بر هم خوردن برنامه‌های ما خواهد شد. این اتفاق بیشتر برای کسب و کارهای کوچک روی می‌دهد. برندهای بزرگ در طول زمان به خوبی شرایط فعالیت در حوزه کسب و کار و دشواری‌های آن را درک کرده‌اند بنابراین به خوبی با تکنیک‌های برنامه‌ریزی‌ها و مدیریت حساب‌های شرکت آشنا هستند.

اگر شما صاحب یک کسب و کار کوچک هستید، بخش قابل توجهی از آینده برندتان بستگی به نحوه مدیریت مالی دارد. به همین خاطر در ادامه مقاله کنونی برخی از نکات مهم در زمینه مدیریت امور مالی در کسب و کارهای کوچک مورد بررسی قرار خواهد گرفت. مدیریت مالی صحیح در کسب و کارهای کوچک امکان توسعه برند به صورت منسجم و ایجاد بسترهای مناسب برای توسعه برند را فراهم خواهد کرد.

ایجاد بودجه مالی اضطراری

یکی از قوانین عام در زمینه مدیریت مالی آمادگی برای مواجهه با بحران است. هر برندی در طور دوران فعالیتش با مشکلات مالی مواجه می‌شود. اشتباه برخی از کارآفرینان تلقی بحران‌های مالی به مثابه اتفاق‌هایی نادر است. ما هر لحظه امکان مواجهه با کسری بودجه یا بحران‌های مالی را داریم. نکته مهم در این میان آمادگی لازم برای کنار آمدن با چنین شرایطی است. متاسفانه اغلب کارآفرینان با چنین مفهومی آشنایی ندارند. به همین خاطر در صورت مواجهه با مشکل مالی در عمل فاقد برنامه خواهند بود.

توصیه کاربردی این بخش شامل ایجاد بودجه مالی اضطراری است. وقتی ما در شرایط بحرانی نیاز به پول داشته باشیم، پر کردن حساب‌ها در سریع‌ترین زمان ممکن اهمیت خواهد داشت. برخی از شرکت‌ها به دلیل تاخیر در تامین مالی تا آستانه ورشکستگی نیز پیش می‌روند. در چنین شرایطی استفاده از بودجه اضطراری برای رفع مشکلات راهگشا خواهد بود. وقتی از بودجه اضطراری صحبت می‌کنیم، باید در طول زمان به دنبال پس‌انداز مقداری از درآمدمان باشیم. اشتباه برخی از برندها ایجاد حساب بانکی تحت عنوان بودجه اضطراری و عدم توجه کافی به آن است. به این ترتیب در زمان موردنیاز هیچ مبلغ قابل توجهی در حساب موردنظر نخواهد بود.

ایجاد بودجه اضطراری در طول زمان کار دشواری نیست. راهکارهای زیادی در این زمینه وجود دارد. شما براساس ماهیت و توانایی برندتان باید دست به انتخاب از میان الگوهای مختلف ایجاد حساب اضطراری بزنید. برخی از برندها هر سه ماه یکبار نیمی از درآمد یک ماه را به بودجه اضطراری اختصاص می‌دهند. همچنین برخی دیگر از برندها نیز این فرآیند را هر شش ما یکبار دنبال می‌کنند بنابراین در صورت تمایل برای تاسیس بودجه اضطراری یکی از راهکارهای مطرح در این بخش را مدنظر قرار دهید. انتخاب شما پیوند تنگاتنگی با توانایی مالی‌تان خواهد داشت بنابراین انتخاب‌تان باید به صورت واقع‌بینانه انجام شود. در غیر این صورت در نیمه راه حساب بودجه اضطراری کاملا خالی خواهد شد.

بسیاری از کارآفرینان نسبت به اهمیت بودجه اضطراری بی‌توجه هستند. اگر شما به طور ناگهانی بزرگ‌ترین مشتری‌تان را از دست دهید، چه سرنوشتی در انتظار کسب و کارتان خواهد بود؟ بسیاری از کارآفرینان در کسب و کارهای کوچک حتی به این مسئله فکر نیز نمی‌کنند. به این ترتیب ناگهان با مشکلی بزرگ و ویران‌کننده مواجه می‌شوند. در چنین شرایطی ما نیاز به مقداری پس‌انداز برای مدیریت امور کسب و کار تا زمان یافتن مشتری جایگزین داریم. اگر از ابتدا به دنبال ایجاد حساب اضطراری نباشیم، در چنین موقعیت‌هایی با مشکلات فراوانی مواجه خواهیم شد.

مدیریت حساب‌های شخصی

مدیریت حساب‌های شخصی اهمیت زیادی دارد. ما در صورت مواجهه با بحران‌های مالی عمده در زندگی شخصی امکان مدیریت مناسب کسب و کارمان را نخواهیم داشت. اشتباه نخست کارآفرینان در این زمینه ترکیب حساب کاری و شخصی است. به این ترتیب وضعیت دو بخش زندگی آنها هرگز از هم تفکیک نمی‌شود. ما باید همیشه آمار دقیق از وضعیت مالی شخصی و حرفه‌ای‌مان داشته باشیم. در غیر این صورت برنامه‌ریزی غیرممکن خواهد شد.

مدیریت حساب‌های شخصی در گام نخست به معنای ایجاد دست کم یک حساب رسمی برای زندگی شخصی‌مان است. تمام حقوق‌های دریافتی‌مان از محل کار باید در این حساب قرار گیرد. حساب رسمی شرکت باید فقط مخصوص بودجه‌ها باشد. در غیر این صورت ما به برداشت بیش از حد از حساب شرکت برای هزینه‌های شخصی متمایل خواهیم شد.

بسیاری از کارآفرینان با وعده پس‌انداز بیشتر در ماه آینده از حساب رسمی شرکت مبالغ قابل توجهی برداشت می‌کنند. این امر یکی از ایرادهای اصلی ترکیب حساب شخصی و کسب و کار است. وقتی حساب رسمی ما جداگانه باشد، انگیزه‌مان برای برداشت غیرمجاز از آن کاهش خواهد یافت. این امر مدیریت امور شخصی زندگی را نیز ساده‌تر خواهد کرد.

یکی دیگر از ایرادهای اصلی ترکیب حساب شخصی و کسب و کار امکان دریافت مالیات بیشتر است. شرکت‌های مالیاتی در زمینه محاسبه مالیات برندها به حساب‌های رسمی‌شان هم توجه می‌کنند بنابراین در صورت وجود مبالغ بالا در حساب‌مان باید آماده پرداخت مالیات بیشتر نیز باشیم. از آنجایی که نرخ مالیات کسب و کارها با افراد خصوصی تفاوت دارد، ترکیب دو حساب موردنظر به هیچ وجه اقدام منطقی نخواهد بود.

مدیریت حساب‌های شخصی به صورت جداگانه تاثیر انکارناپذیری بر روی بهبود روحیه‌مان در محیط کار دارد. به این ترتیب ما توانایی بیشتری برای کار باانگیزه و تعهد به محیط کار خواهیم داشت. وقتی ما دغدغه‌های فراوانی در زمینه زندگی شخصی داشته باشیم، تلاش برای تمرکز بر روی یک پروژه دشوار خواهد شد. بسیاری از مدیران در چنین شرایطی اقدام به ترک محل کار می‌کنند. اگر به موقع حوزه مالی خصوصی و تجاری را جدا نکنیم، شاید کسب و کارمان با بحران‌های بسیار جدی مواجه شود. این امر هرگز نتیجه مناسبی برای ما در پی نخواهد داشت.

ضرورت پس‌انداز برای دوران بازنشستگی

صاحبان کسب و کارهای کوچک به طور معمول مقدار زیادی از سود برندشان را در زمینه سرمایه‌گذاری تجاری صرف می‌کنند. انگار کارآفرینان جوان هرگز به فکر بازنشستگی نیستند. این امر به طور ویژه در سال‌های ابتدایی فعالیت قابل مشاهده خواهد بود. نکته مهم در زمینه پس‌انداز پول برای دوران بازنشستگی عدم نیاز به پرداخت مالیات است. این امر نیازمند افتتاح حساب ویژه بازنشستگی در یک بانک است. به این ترتیب دیگر نیازی به پرداخت مالیات برای پس‌انداز موردنظر نخواهیم داشت.

هر کارآفرینی در نهایت باید بازنشسته شود. این امر سرنوشت حتمی همه ماست. برخی از کارآفرینان از همان سال‌های ابتدایی فعالیت به دنبال پس‌انداز بخشی از درآمدشان برای سال‌های بازنشستگی هستند، با این حال برخی دیگر هرگز به این موضوع فکر نیز نمی‌کنند بنابراین مشاهده مشکلات مالی برای کارآفرینان در دوران بازنشستگی امر عجیبی نخواهد بود.

مدیریت مالی هوشمندانه شامل برآورد درآمد خالص برند و همچنین خودمان به عنوان صاحب آن است. این نکته به ما در زمینه برنامه‌ریزی بهتر برای سال‌های بازنشستگی کمک خواهد کرد. بسیاری از کارآفرینان پس از بازنشستگی هیچ برنامه‌ای ندارند. به همین خاطر اغلب دوباره به سراغ فعالیت کاری می‌روند. اگر ما علاقه‌مند به دوران بازنشستگی بی‌دغدغه هستیم، باید از همین الان به فکر پس‌انداز بخشی از درآمدمان باشیم. همچنین تلاش برای سرمایه‌گذاری‌های مطمئن در حوزه‌های کم‌خطر نیز منطقی خواهد بود.

اشتباه برخی از برندها و صاحبان آنها سرمایه‌گذاری تمام درآمدشان در حوزه کسب و کار است. نکته مهم در این میان مسئولیت یک برند در برابر کارمندانش است بنابراین ما باید به فکر دوران بازنشستگی کارمندان‌مان نیز باشیم. در غیر این صورت انگیزه آنها برای ادامه همکاری با ما کاهش خواهد یافت.

سرمایه‌گذاری بر روی کاهش ریسک‌های شرکت

برخی از موسسه‌های تخصصی در زمینه کاهش ریسک‌های کسب و کار فعالیت دارند. وظیفه اصلی آنها بررسی وضعیت یک شرکت و ارائه راهکارهای مناسب برای مقابله با ریسک‌های موجود یا احتمالی است. بسیاری از صاحبان کسب و کار تا پیش از مواجهه با مشکلات و ریسک‌های بزرگ به دنبال راهکاری برای حل‌شان نیستند. همانطور که در زمینه پزشکی فرآیند پیشگیری اهمیت بسیار زیادی دارد، در دنیای کسب و کار نیز باید از بروز مشکلات کاری پیشگیری کرد در غیر این صورت هزینه‌های بسیار زیادی بر برند ما تحمیل خواهد شد.

برخی از کارآفرینان جوان علاقه بسیار زیادی به ریسک‌پذیری دارند. شاید این نوع مدیریت کسب و کار در نهایت موجب موفقیت آنها شود، اما در نهایت یک چالش و مشکل بزرگ مانع‌شان خواهد شد. فعالیت بی‌دردسر با استفاده از تحلیل اطلاعات موجود در عرصه کسب و کار امکان‌پذیر است. به این ترتیب برند ما نیازی به نگرانی از وضعیت بازار و ریسک‌های احتمالی نخواهد داشت.

صاحبان کسب و کار چه زمانی اقدام به پذیرش ریسک‌های بزرگ می‌کنند؟ اغلب زمانی که اطلاعات معتبری در دسترس ما نباشد، چنین اقدای از سوی ما روی خواهد داد. بنابراین تلاش برای سرمایه‌گذاری برای شناسایی بهتر وضعیت کسب و کار و بازارهای مختلف در نهایت به سود ما خواهد بود.

یکی از اهداف مهم در حوزه مدیریت مالی تلاش برای کاهش هزینه‌های برند است. مواجهه با مشکلات کاری همیشه هزینه بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد بنابراین در صورت پیشگیری از بروز چنین اتفاقاتی امکان کسب موفقیت بیشتر فراهم خواهد شد. متاسفانه کارآفرینان جوان هرگز به فکر روزهای دشوار کسب و کار نیستند بنابراین همیشه ایده‌های ساده و سطحی برای این امر دارند. اگر ما نگاهی دقیق‌تر به دنبال کسب و کار داشته باشیم، امکان درک بهتر واقعیت‌های موجود در این عرصه را خواهیم یافت. این امر کمک قابل توجهی به ما خواهد کرد. عدم واقع‌گرایی در زمینه مدیریت کسب و کار و امور مالی همیشه موجب شکست برندها می‌شود. شاید شما با ریسک‌پذیری‌های عجیب و غریب در کوتاه مدت به موفقیت برسید، اما سرنوشت نهایی شما در صورت ادامه چنین مسیری شکست و حذف از دنیای کسب و کار خواهد بود.

تلاش برای استفاده از کمک‌های حرفه‌ای

برنامه‌ریزی مالی هرگز کار ساده‌ای نیست بنابراین در زمینه مدیریت امور مالی کسب و کار نیاز به مشاوره با افراد متخصص طبیعی خواهد بود. تلاش برای مدیریت تمام بخش‌های کسب و کار بدون استفاده از کمک دیگران یکی از اشتباه‌های رایج کارآفرینان محسوب می‌شود. ما باید ناتوانی‌مان در زمینه مدیریت امور کسب و کار به طور کامل را بپذیریم. فقط در این صورت امکان مدیریت بهینه تمام بخش‌ها برای ما فراهم خواهد شد. برخی از کارآفرینان استفاده از کمک دیگران را غیرمنطقی یا بیانگر ضعف‌شان می‌دانند. این نوع برداشت با واقعیت‌های کنونی عرصه کسب و کار هماهنگی لازم را ندارد بنابراین یکی از اقدامات مهم برای هر کارآفرینی تغییر نوع نگاه‌اش به حوزه کسب و کار خواهد بود.

مدیریت امور مالی در بسیاری از موارد نیازمند مهارت‌های چندگانه است. اغلب کارآفرینان دارای مجموعه مهارت‌ها و دانش‌های موردنیاز در این عرصه نیستند بنابراین تلاش برای استفاده از افراد حرفه‌ای طبیعی خواهد بود. نکته مهم در این میان همکاری یا استفاده از کمک افراد متعدد است. به این ترتیب ما دیدی وسیع نسبت به وضعیت کسب و کارمان و امور مالی‌اش پیدا می‌کنیم. یکی از ایرادهای اصلی کارآفرینان در زمینه کسب و کار ناتوانی در تهیه اطلاعات معتبر از منابع گوناگون است. وقتی ما فقط یک منبع اطلاعاتی داشته باشیم، به طور طبیعی بخشی از حوزه کسب و کار را مورد بی‌توجهی قرار خواهیم داد. این امر در حوزه مدیریت امور مالی نیز صحت دارد.

منبع: فوربس

اخبار

کاشت ۱۶۹۳۶ اصله نهال جنگلی از محل مجازات های جایگزین حبس در کلاله

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: عملیات جنگلکاری توسط متهمان و محکومین در مراجع قضایی تحت عنوان مجازات های جایگزین حبس در شهرستان کلاله آغاز شد.محمدصادق بشکوفه رییس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری شهرستان کلاله اظهارداشت: از ابتدای سال جاری تاکنون تعداد۲۶ فقره رای دادگاه از مراجع قضایی شهرستان کلاله مبنی بر کشت نهال های جنگلی توسط افراد خاطی که به نوعی موجب تخریب اراضی ملی و جنگلی گردیده بودند، صادر شده است.وی در ادامه گفت: طبق مفاد، ۲۶ فقره حکم دادگاه متهمان می بایست تعداد ۱۵۵۸۶ اصله نهال جنگلی و تعداد ۱۳۵۰ بوته آتریپلکس در اراضی ملی و تخریب شده غرس نمایند و به مدت دوسال نیز عملیات مراقبت و نگهداری را انجام دهند.بشکوفه اظهار کرد: این تعداد اصله نهال در سطح حدود ۲۷ هزار متر مربع از گونه های ون، سنجد تلخ ،سرو و چنار در اراضی منابع ملی و همچنین حاشیه جاده ها و بوستان های محلی در روستاها غرس می گردد.ایشان ضمن اعلام آمادگی جهت اجرای دقیق احکام قضایی عنوان کرد: این نوع مجازات های جایگزین حبس ضمن توسعه فضای سبز و افزایش سرانه جنگل باعث خشنودی و رضایت مندی متهمان گردیده است.وی افزود: در این زمینه از تلاش بی شائبه مجموعه اداره منابع طبیعی و آبخیزداری شهرستان کلاله ، ریاست محترم دادگستری و دادستان و قضاتی که در این زمینه فعالیت داشتند کمال تشکر و قدردانی می شود.

جلسه ستاد هفته منابع طبیعی برگزار شد.

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان جلسه ستاد هفته منابع طبیعی برگزار شد.جلسه ستاد هفته منابع طبیعی با حضور مختار مهاجر رئیس سازمان جهاد کشاورزی گلستان، ابوطالب قزل سفلو مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان ،نماینده مرکز تحقیقات کشاورزی،سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری گرگان،کارشناس دفتر امور روستایی استانداری،کارشناس محیط زیست و جمعی از معاونان و روسای ادارات ستادی در محل دفتر ریاست سازمان جهاد کشاورزی استان تشکیل شد.مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان در این نشست گفت: هدف اصلی سازمان جنگل ها، مراتع و آبخیزداری کشور حفاظت، احیا، توسعه، اصلاح و بهره برداری انفال الهی است.قزل سفلو افزود:شعار هفته منابع طبیعی امسال "نهالکاری همگانی ،برای ایرانی سرسبز" میباشد.رئیس سازمان جهاد کشاورزی گلستان نیز در ادامه جلسه تصریح کرد: جلسات هفته منابع طبیعی با دستور و هدف مشخص برگزار شود.مختار مهاجر افزود: طبق فرمایش گوهربار مقام معظم رهبری که فرهنگ منابع طبیعی باید به معارف عمومی تبدیل شود اطلاع رسانی و در اختیار گذاشتن آگاهی صحیح به مردم از طریق رسانه ها وجراید حائز اهمیت است.وی ضمن ارزیابی مثبت از تلاش ها و اقدامات منابع طبیعی و آبخیز داری گلستان از مدیریت و کارکنان پرتلاش این اداره کل تشکر کرد و اظهار داشت: به منظور تولید چوب ، طرح های زراعت چوب که در حال حاضر مورد توجه بسیاری از عموم قرار گرفته باید گسترش پیدا کند.

افزایش صدور مجوزهای پشتیبان مشاغل خانگی در همدان

همدان – خبرنگار فرصت امروز: رئیس اداره اشتغال و هدایت نیروی کار اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان همدان از افزایش صدور مجوزهای پشتیبان مشاغل خانگی در این استان خبر داد و گفت: امسال با عنایت به طرح ملی مشاغل خانگی و در راستای تقویت بخش پشتیبان‌های مشاغل خانگی، بیش از ۱۸۰ نفر پشتیبان مشاغل خانگی شناسایی و مجوز صادرشده است.

به گزارش خبرنگار همدان و به نقل از ایسنا، اسماعیل قهرمانی گفت: قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در سال ۱۳۸۹ تصویب‌شده است. وی اظهارکرد: از سال ۱۳۹۰ دستگاه‌های اجرایی استان همدان شامل سازمان جهاد کشاورزی، میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، سازمان صنعت، معدن و تجارت، فرهنگ و ارشاد اسلامی، کمیته امداد، بهزیستی، بنیاد شهید و صندوق کارآفرینی با همکاری اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی مبادرت به صدور مجوز مشاغل خانگی کردند.

وی گفت: امسال ۳۲۰ نوع رشته مشاغل خانگی از ستاد تهران به استان‌ها اعلام شده که دستگاه‌های اجرایی با توجه به نوع رشته امورات مربوط به متقاضیان مشاغل خانگی را انجام می‌دهند. قهرمانی بیان کرد: مجوزهای مشاغل خانگی به دو صورت مستقل (توسط یک نفر) و پشتیبان (توسط یک فرد توانمند که مسئولیت پشتیبانی از چند نفر را دارد) صادر می‌شود. خاطرنشان کرد: بیشترین تعداد صدور مجوز مشاغل خانگی متعلق به سازمان صنعت، معدن تجارت و جهاد کشاورزی است که از ابتدای امسال تاکنون ۱۲۰۵ نفر مجوز مشاغل خانگی دریافت کرده‌اند.

وی با اشاره به این‌که ۱۰۶۰ نفر به‌صورت مستقل و ۱۴۵ نفر پشتیبان با ۸۸۵ نفر تحت پوشش مجوز دریافت کرده‌اند، یادآور شد: از ابتدای امسال ۶۹۶ فقره تسهیلات به مبلغ ۷۱ هزار و ۱۷۶ میلیون ریال از محل مانده اعتبار سال ۹۷ و همچنین اعتبار سال ۹۸ به متقاضیان مشاغل خانگی پرداخت‌شده است. رئیس اداره اشتغال و هدایت نیروی کار اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان همدان در پایان بیان کرد: بیش از ۷۰ درصد آمار مربوط به صدور مجوز و ارائه تسهیلات مربوط به بانوان است.

سه انتصاب در برق منطقه ای خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند: مراسم تودیع و معارفه مدیر دفتر هیئت مدیره، مدیرعامل و حسابرسی داخلی شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار شد. با حکم مدیرعامل این شرکت؛ مهرداد حیدری ارجلو به عنوان مدیر دفتر هیئت مدیره، مدیرعامل و حسابرسی داخلی منصوب شد. همچنین در این مراسم از خدمات عبدالرسول زرگر در طول تصدی سرپرستی دفتر هیئت مدیره تقدیر و تشکر شد. در احکام دیگری نیز سید جلیل موسوی به عنوان مدیر امور انبارها و غلامرضا اسکندری به عنوان مدیر دفتر مدیریت استراتژیک و بهره وری در شرکت منصوب شدند.

در بندر شهید رجایی صورت می گیرد :

اجرای ممیزی نظارت برفرآیندهای جاری مراکزHSE

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: معاون امور بندری و اقتصادی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان نظارت دقیق بر اقدامات مراکز HSE وفرآیندهای جاری و انطباق با الزامات و دستورالعمل های ابلاغی را مهمترین هدف در اجرای طرح ۴۵ روزه ممیزی شرکت های بندر شهید رجایی عنوان کرد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان، "منصور خرمشکوه" با بیان اینکه قواعد حضور در دنیای رقابتی امروز و بازارهای داخلی و جهانی براساس اصل نوین مدیریت HSE وضع می شود اظهارداشت: در تمام فعالیتها، تامین انتظار ذینفعان، کارکنان و کسب رضایت آنها در زمینه هایی نظیر پیشگیری از وقوع حوادث، بیماریهای شغلی و نیز جلوگیری از آلودگی های محیط زیستی رعایت اصول HSE که ملاک عمل و انتخاب است. معاون امور بندری و اقتصادی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان با اشاره به ضرورت اهمیت اجرای الزامات ایمنی و بهداشت محیط زیست در مجتمع بندری شهید رجایی افزود: نظارت دقیق بر اقدامات مراکز HSE و فرآیندهای جاری در شرکت های مجتمع بندری شهید رجایی براساس الزامات و دستورالعمل های ابلاغی، امری مهم و اجتناب ناپذیر است که بشکل مستمر توسط همکاران HSE بندر مورد ارزیابی و پایش قرار می گیرد. این مقام مسئول با بیان اینکه ممیزی و ارزیابی عملکرد HSE پیمانکاران در بخش های مختلف تخلیه و بارگیری تعمیر و نگهداری تجهیزات دریایی و بندری، توسعه عمرانی و امثالهم انجام می شود تصریح کرد: براساس برنامه ریزی صورت گرفته ۲۸ ممیز مبرز طی مدت ۴۵ روز بخش های یاد شده را مورد بررسی و بررسی قرار می دهند . خرمشکوه دست یافتن به بهبود مستمر و ارائه راهکارهای مدیریتی در راستای پیشبرد اهداف مراکز HSE ، همچنین نظارت دقیق بر اقدامات این مراکز، فرآیندهای جاری و انطباق آن با الزامات و دستورالعمل های ابلاغی را مهمترین اهداف در اجرای این ممیزی برشمرد و خاطر نشان کرد: نتایج حاصله از ارزیابی در رتبه بندی شرکتها بسیار موثر بوده و نقش بسزایی را در تعریف و اجرای اقدامات اصلاحی و تبیین سیاست های بهبود کوتاه مدت و بلند مدت درسال آینده ایفا خواهد کرد.

پیام شهردار قم به مناسبت گرامیداشت روز مهندس

قم – خبرنگار فرصت امروز: شهردار قم با صدور پیامی پنجم اسفند ماه زاد روز خواجه نصیرالدین طوسی و روز ملی مهندس را گرامی داشت. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم ، دکتر سقائیان‌نژاد با صدور پیامی پنجم اسفند ماه زادروز خواجه نصیرالدین طوسی و روز ملی مهندس را گرامی داشت. متن پیام شهردار قم به این شرح است:

بسمه تعالی

افتخار آفرینی پیوست خلاقیت مهندس است و زمان نمی شناسد و پنجم اسفند بهانه‌ای برای تجلیل در قالب تبریک است. تمدن بشری مدیون ایده‌های مهندسین تلاشگر بوده و دستاوردهای علمی، برایند مهندسی فکر و پدیدارسازی ایده‌هاست و ایده پردازی محصول غنی سازی فکر است. ساختار ذهنی و سازه‌های فهمی مهندسین؛ تضمین کننده استحکام بنای ساخت و تولید است و استحکام ریشه در بنای افکار مهندس دارد. مهندس از زمان خود پیشی می‌گیرد که با آینده انگاری و استخدام فکر و قلم، نمود عینی را در قالب تولید نمایان می‌سازد و باهم آوای دانش، دقت و سرعت؛ زیباشناسی در خلق، مهندسی در تولید و تحیر در مشاهده را رقم می زند و می‌توان گفت: افتخار آفرینی پیوست خلاقیت مهندس است و زمان نمی شناسد و پنجم اسفند بهانه‌ای برای تجلیل در قالب تبریک است. ادبیات توسعه و پیشرفت بر عمق و دامنه سطح دانش علمی مهندس گواهی می‌دهد و بهارنوآوری، مدیون بارش افکار موزون مهندسی است و افکار مهندس نیازمند

اکتشاف بوده و اکتشاف، مشتاقانه مترصد ایده‌های نوین و بدیع مهندسین است. مهندسین و اندیشمندان با صعود به قله‌های رفیع علم و فهم بلندای نظم در طبیعت؛ نسبت به کیفیت خلقت سر تعظیم فرود می آورند و وجدان مبتنی بر فطرت‌شان بر وحدانیت گواهی می‌دهد. بی شک نماد معرفی حق تعالی با نمود مهندسی خلقت همراه است و می توان گفت خالق هستی، اولین مهندس خلقت است. نظم منظومه‌ی خلقت نشانه‌ای از توحید است. فهم فلسفه مهندسی در خلقت افزایش عمق و دامنه سطح معرفت و بینش است که و ما خلقت الجن و الانس الا لیعبدون بوده و عبادت مبتنی بر شناخت است. هرچه معرفت، عمیق و سطحش توسعه می‌یابد تواضع در بندگی تبلور یافته و نمودش ظاهرتر می گردد.

مهر تایید فَتَبَارَکَ اللهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِینَ برخلقت انسان، گواهی بر این امر است که مهندس نَاظِر کمیت و کیفیت کار مهندس ساخت و تولید را به زیبائی تحسین و تشریح ساخته و نقطه عطفی برای کنترل کیفیت گردیده و برایند تجمع نظام مهندسی تاریخ اعتراف به تحیر است تا توان ارزیابی؛ متریال‌ها و زیرساخت‌های بگونه‌ای نظامندند که فرا فهمی بوده و عقلای عالم توان همگامی در ادراک را ندارند و توانمندیش مقیاس پذیر نیست و تبحر و استادیش میکرو و ماکرو بردار نبوده و تجزیه و تحلیل انسانی در خصوص خلقت بدون استمداد از آیات و روایات سر درگم است. اتزعم انک جرم صغیر و فیک انطوی العالم الاکبر رونمائی از موجودیست که مراحل ساخت آن در قران با فرازهای زیبا و نورانی ثُمَّ خَلَقْنَا النُّطْفَةَ عَلَقَةً فَخَلَقْنَا الْعَلَقَةَ مُضْغَةً فَخَلَقْنَا الْمُضْغَةَ عِظَامًا فَكَسَوْنَا الْعِظَامَ لَحْمًا ثُمَّ أَنشَأْنَاهُ خَلْقًا آخَرَ تشریح گشته و مهندسی ژنتیک را به فکر فرو برده که قبل از رشد علمی بشر چگونه قران این سلسله و زنجیره خلقت انسان را به خوبی تشریح ساخته است. اینجانب به برکت توفیق همجواری حضرت فاطمه معصومه(سلام الله علیها) پنجم اسفند را که سالروز تولد خواجه نصیرالدین طوسی و روز مهندس است تبریک عرض نموده و موفقیت و سربلندی را برای همگان بخصوص مهندسین عزیزدر سایه عنایات خاصه امام زمان (عجل الله تعالی فرجه الشریف) جهت سربلندی ایران اسلامی با تحقق فرامین و منویات مقام معظم رهبری را از درگاه خالق هستی و مهندس خلقت آرزومندم.

سید مرتضی سقائیان نژاد – شهردار قم

با صدور پیام؛

شهردار بندرعباس ۵ اسفندماه، روز مهندس را تبریک گفت

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: شهردار بندرعباس با صدور پیامی به مناسبت پنجم اسفندماه«روز مهندس» را تبریک گفت.

به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس، عباس امینی‌زاده در این پیام آورده است: از زمان پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی ایران تا به امروز فعالیت‌ها و اقدامات گسترده‌ای در حوزه مهندسی صورت گرفته و در واقع مهندسان به عنوان سرمایه تخصصی کشور قادرند با بهره‌مندی از قدرت تحلیل و تضارب آراء مطروحه در عرصه‌های علمی، جامعه را در رسیدن به توسعه پایدار یاری کنند.

وی افزود: بدون شک نامگذاری پنج اسفند به عنوان روز برزگداشت خواجه نصیرالدین طوسی شاعر، فیلسوف، متکلم، فقیه، دانشمند، ریاضی‌دان و منجم

برجسته ایرانی به نام روز مهندس نشانگر اهمیت این روز در برنامه‌ریزی‌های کلان کشوری دارد.

شهردار بندرعباس در ادامه این پیام نیز با بیان اینکه روز مهندس در واقع روز پاسداشت خلاقیت، ابتکار، نوآوری و ابداع در عرصه اندیشه ورزی و عملگرایی در جهت پیشرفت و سازندگی کشور است، آورده است: فرصت را مغتنم شمرده، ضمن تقدیر و تشکر از زحمات تلاش‌گران عرصه مهندسی کشور، این روز پرافتخار را به همه مهندسان متعهد شهر و خصوصا مهندسین شهرداری بندرعباس تبریک گفته، توفیقات روزافزون این قشر پرتوان را در کمک به توسعه و پیشرفت کشور از درگاه خداوند متعال خواستارم.

امینی‌زاده در بخش دیگری از این پیام همچنین عنوان کرد: اندیشه ژرف و ذهن پویای مهندسین، کاشف ارجمند نظم شگرف نظام هستی است که با پویش مستمر عمر خود را صرف تدبر و تامل در راستای کشف و تبیین روابط منطقی جهان و الهام‌گیری از نظم الهی در ساخت سازه‌های پایدار در راستای آرامش آدمی و رقم زدن توسعه و پیشرفت امروز و فردای ایران اسلامی نموده‌اند.

عباس امینی‌زاده – شهردار بندرعباس

معاون روابط کار اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی:

۲۲ خدمت غیرحضوری به کارگران و کارفرمایان ارائه خواهد شد

تبریز – ماهان فلاح: معاون روابط کار اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی عنوان کرد: در راستای توسعه دولت الکترونیک ۲۲ خدمت غیر حضوری از طریق سامانه جامع روابط کار به کارگران و کارفرمایان ارائه خواهد شد

معاون روابط کار اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی ایران شرقی در جلسه اجرایی نمودن سامانه روابط کار که با حضور نمایندگان تشکلات کارگری و کارفرمایی برگزار شد گفت: سامانه وب سایت جامع روابط کار به منظور تسریع و تسهیل و شفافیت در روند ارائه خدمات به کارگران کارفرمایان و دریافت خدمات بدون نیاز به حضور افراد در ادارات تعاون کار در این استان راه اندازی شده است. vحسین فتحی ادامه داد: سامانه جامع روابط کار دارای ۴۸ زیرسامانه است که در ابتدا ۲۴

سامانه آن که زیر مجموعه های روابط کار هستند به خدمت می‌پردازند وی راه اندازی سامانه جامع روابط کار را اقدامی در راستای توسعه خدمات دولت الکترونیک و تسهیل گری در ارائه خدمات و کارها دانست که در وقت و هزینه کارگر و کارفرما صرفه‌جویی می‌کند.

معاون روابط کار اداره کل تصریح‌کرد: کارگران و کارفرمایان برای استفاده از این سامانه باید یکبار به دفاتر پیشخوان دولت مراجعه کرده تا هویت آنان تایید شود و نام کاربری و رمز عبور دریافت کنند

وی تصریح کرد: ثبت قراردادهای کار و تمامی مراحل دادرسی کار از طرح دادخواست تعیین وقت رسیدگی، ارائه لوایح مربوط و ابلاغ رای از طریق این سامانه انجام خواهد شد.

مدیریت منابع آب شهرستان نکا، بهشهر و گلوگاه خبر داد :

لایروبی و تعریض ۱۷ کیلومتر از بستر رودخانه نکارود

ساری – دهقان : به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی آب منطقه‌ای مازندران: سینا هاشمی مدیریت منابع آب شهرستان نکا، بهشهر و گلوگاه از لایروبی و تعریض بستر جاری رودخانه نکارود از ابتدای شهر نکا به طول ۱۷ کیلومتر به سمت شمال این رودخانه تا محدوده سد انحرافی واقع در روستای بایع‌کلا خبر داد.

ایشان با اشاره به ضرورت لایروبی و تعریض بستر رودخانه در این محدوده گفت: هرساله تعدادی از روستاها از جمله حاجی‌محله گیل‌آباد، هلمسر، بزمین‌آباد و باغات و اراضی کشاورزی آنها دچار خسارات ناشی از آبگرفتگی و طغیان سیل می‌شدند که با این اقدام (لایروبی و تعریض)،

سیلاب های قانونی (سیلاب هایی که دوره بازگشت آنها کمتر از ۲۵ سال است) به راحتی از رودخانه عبور کرده و خسارتی متوجه مجاورین نخواهد شد.

مهندس هاشمی طول این بازه را حدود ۱۷ کیلومتر اعلام کرد و گفت: تاکنون ۷۰درصد از عملیات لایروبی و تعریض این بازه انجام شد که امیدواریم با تلاش شبانه‌روزی که در حال انجام است، این پروژه را تا پایان اردیبهشت ۹۹ به اتمام برسد

ایشان در پایان تصریح کرد: برای اجرای این پروژه علاوه بر بهره‌گیری از اعتبارات دولتی از مشارکت بخش خصوصی نیز استفاده شد که جا دارد از عوامل اجرایی این پروژه، همراهی و همکاری مردم و مشارکت بخش خصوصی قدردانی شود.

تست بلک استارت واحد های نیروگاه آبادان با موفقیت انجام شد

اهواز – شبنم قجاوند: سرپرست معاونت بهره برداری شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: آزمایشات خود راه انداز "تست بلک استارت" واحدهای نیروگاه سیکل ترکیبی آبادان با موفقیت انجام شد. رامین گلشنی راد بیان کرد: تست خود راه انداز "بلک استارت" که از مهمترین تست های پایداری شبکه های انتقال می باشد در حضور نمایندگان دیسپاچینگ ملی با انجام عملیات های خاص و بسیار حساس بهره برداری، با موفقیت و رضایت تمام انجام گردید.

وی تصریح کرد: آزمایشات خود راه انداز نیروگاه ها یکی از تست های مهم و حساس جهت بازیابی شبکه برق می باشد که

در زمان خاموشی های گسترده و با اتکا به بلک استارت نیروگاه انجام می شود.

سرپرست معاونت بهره برداری شرکت برق منطقه ای خوزستان در اهیمت خود راه انداز نیروگاه ها، افزود: در هر زمانی که خاموشی گسترده در شبکه اتفاق می افتد و نیروگاه دسترسی به شبکه برق ندارد با استفاده از دیزل خود راه انداز واحد، راه اندازی واحد نیروگاهی صورت می گیرد و بدین ترتیب بصورت داخلی و محلی نیروگاه را برقدار و پس از آن شبکه و برق مشترکین تأمین می گردد.

گلشنی راد ادامه داد: با انجام سلسه آزمایشات فوق پایداری و آمادگی شبکه های انتقال و نیروگاهی در برق منطقه ای خوزستان برای مقابله با بحرانهای احتمالی افزایش یافت.

با همت و خودباوری متخصصان پتروشیمی شازند، پلی پروپیلن گرید RP۸۰۱ تولیدی این شرکت به عنوان نوآوری محصول برتر ایرانی شناخته شد

اراک – مینورستمی: به گزارش روابط عمومی و امور بین الملل شرکت پتروشیمی شازند، چهارمین جشنواره ملی نوآوری محصول برتر ایرانی از سوی پژوهشکده سیاست گذاری دانشگاه صنعتی شریف و با حمایت ستاد توسعه فرهنگ علم، فناوری و اقتصاد دانش بنیان معاونت علم و فناوری دانش بنیان ریاست جمهوری روز پنج شنبه ۱۷ بهمن ماه با حضور جمعی از مدیران عامل و متخصصان حوزه های صنعت، علم و فناوری کشور و همچنین با حضور مهندس ولدخانی مدیرعامل پتروشیمی شازند در محل سالن جابر بن حیان دانشگاه صنعتی شریف برگزار شد. در این جشنواره بر اساس ارزیابی های انجام شده مبتنی بر مدل مرجع نوآوری محصول (PRIM) پلی پروپیلن گرید RP۸۰۱ تولید شده در واحد PP شرکت پتروشیمی شازند مفتخر به کسب عنوان نوآوری محصول برتر ایرانی در سال ۱۳۹۸ گردید و لوح زرین و گواهینامه نوآوری محصول برتر ایرانی به جناب آقای مهندس ولدخانی اهدا شد.

رهبری

۷ اشتباه مخرب در بازاریابی محتوا

امروزه بازاریابی محتوا یکی از پیش‌نیازهای اصلی تبلیغ محصول است، اما در این روش از چه خطاهایی باید خودداری کرد؟

شاید بازاریابی محتوا، مفهوم جدیدی به‌نظر برسد، اما این روش از صدها سال قبل کاربرد داشته است. داستان‌گویی یکی از قدیمی‌ترین شکل‌های ارتباطی است. برای مثال بنجامین فرانکلین، با انتشـــار کتابی به‌نام سالنامه ریچارد فقیر، به کسب‌وکار چـاپ خود کمک کرد. امروزه، بازاریابی محتوا یکی از پیش‌نیازهای افزایش فروش است. بازاریابی محتوا نه‌تنها بر بهبود کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد بلکه سه برابر بیشتر از بازاریابی خروجی به نتیجه می‌رسد و هزینه‌ها را تا سقف ۶۲درصد کاهش می‌دهد و از نظر نرخ تبدیل، شش برابر سودمندتر از روش‌های دیگر است. بازاریابی محتوا یکی از بهترین روش‌ها برای جلب اعتماد، جذب مخاطب و بهبود خدمات مشتری اســت، اما اگر می‌خواهید فروش خود را از طریق بازاریابی محتوا بهبود دهید، لازم است از چند خطای متداول دوری کنید.

۱. استفاده از دستورالعمل یکسان برای همه

برای افزایش فروش از طریق بازاریابی محتوا، نباید برای تمام افراد از دستورالعمل یکســانی اســتفاده کنید. برای مثال نیاز به تولید محتوایی برای جذب مخاطب و افزایش مصرف دارید. این کار مانند پختن غذا برای گروه بزرگی از افراد است. ممکن است استیک بپزید اما اگر در میان مخاطبان‌تان افراد گیاهخوار یا وگان وجود داشته باشند، آنها نمی‌توانند از چنین غذایی لذت ببرند.

مثال: برای رســیدن به استراتژی مناســب بازاریابی محتوا باید با بررسی دقیق داده‌ها و توسعه شخصیت مشتری قبل از توسعه تقویم محتوا، برای شناخت مخاطب وقت بگذارید. به این ترتیب می‌توانید با کفش آنها راه بروید و محتوای مناســب را در زمان مناســب از طریق کانال مناسب منتقل کنید. قبل از قرار دادن گوشت‌ها در فر، خواسته‌ها، نیازها، علایق و انگیزه‌های مخاطب را بشنوید. اگر اغلب میهمانان شما گیاهخوار هستند، غذای بدون گوشت بپزید. به یاد داشته باشید نیاز مخاطب اهمیت دارد نه شما.

۲. تأکید بیش از حد روی فروش

بازاریابی محتوا نوعی دســتورالعمل فروش نیست. بلکه به‌معنای اشتراک‌گذاری اطلاعات ســودمندی اســت که بتوانند به پرســش‌های مخاطبان پاسخ دهند یا مشکلات آنها را حل کنند. برای مثال، اگر نیاز به دستورالعمل برگر گیاهی داشته باشید، ممکن است بتوانید در وب‌سایت وسایل آشپزخانه به پاسخ خود برسید، اما اگر آن وب‌ســایت بدون هیچ دستورالعمل مشخصی، تنها محصولات خود را برای فروش گذاشــته باشد چه حسی پیدا می‌کنید؟ شــاید به سایت دیگری بروید که اطلاعات موردنیاز شــما را داشته باشد. پس از ایجاد کتابخانه محتوایی با اطلاعات سودمند، نگاهی به سازماندهی اطلاعات بیندازید و آن را به گزینه سودمندی برای مخاطب خود تبدیل کنید. برای مثال شــرکت Nurx دارای یک بلاگ معمولی و بخشی برای پرسش و پاسخ است که محتوا را به مرکز اطلاعاتی قابل جست‌وجویی برای عناوین مرتبط با سلامت روابط تبدیل کرده است.

۳. نادیده گرفتن کیفیت و بهبود محتوا

در بحث تولید محتوا، تعادل اهمیت زیادی دارد. انتشار سالیانه پست‌ها کمکی به بهبود محصول یا خدمات شما نمی‌کند. از طرفی انتشار پنج مقاله غیرآموزنده و پر از اشتباه در روز هم روش مؤثری نیست. در عوض سعی کنید وقت خود را صرف تولید محتوای جذاب کنید حتی اگر هفته‌ای یک بار آن را منتشر کنید. همیشه بهتر است بر کیفیت تمرکز کنید تا کمیت.

عــلاوه بر ایــن، محتوای جــذاب می‌تواند به مدت ســال‌ها مرجع افراد باشــد. سرمایه‌گذاری اولیه بالاخره منجر به پاداش می‌شود. برای رسیدن به حداکثر سود از محتوای خود، می‌توانید آن را به‌صورت اینفوگرافیک یا فصلی از کتابی الکترونیکی، بازنشر کنید. یکی از دیگر مزایای تولید محتوای باکیفیت، اشتراک‌گذاری انبوه آن است. اگر شخصی محتوای شما را مفید ببیند، تمایل بیشتری به اشتراک‌گذاری آن خواهد داشت، با این حال نباید از بهبود محتوا غافل شد. محتوا برخلاف رویاها به خودی خود ساخته نمی‌شوند.

۴. نداشتن CTA

فراخوان عمل(CTA)، هدفی ساده دارد: راهنمایی مخاطبان خود برای رسیدن به انتظارات آینده. فراخوان عمل می‌تواند در قالب یک پست، به‌روزرسانی شبکه‌های اجتماعی یا ایمیل باشد. CTA مرتبط برای ترغیب مخاطب به گام‌های آینده، حائز اهمیت است. فراخوان عمل قوی می‌تواند گزینه «اضافه کردن به کارت» یا «تست ۳۰ روزه رایگان» باشد. در هر صورت CTA به افراد برای ادامه راه انگیزه می‌دهد.

۵. نادیده‌گرفتن توصیه‌ها

محتوای کاربری از جمله نقد و توصیه، هرگز نباید نادیده گرفته شوند. محتوای کاربری نه‌تنها به تولید محتوای بیشتر کمک می‌کنند بلکه اعتماد مخاطب را هم افزایش می‌دهند. درواقع براساس بازاریابی هینز و G2، تقریبا ۹۲درصد از خریداران B۲B پس از خواندن نقدی مطمئن به خرید می‌پردازند.

عــلاوه بر این، توصیه‌نامه‌ها بهتر می‌توانند خدمات، محصــولات و مزایای آن را توصیف کنند. توصیه‌نامه‌ها همچنین می‌توانند تمایز شما از رقبا را پررنگ کنند و از ادعاهای شما در محتویات قبلی حمایت کنند. تأیید شدن از سوی دیگران، هدیه‌ای ارزشمند در بازاریابی محتوا است.

۶. عدم درک ۴ گام چرخه خرید

چهار مرحلــه در چرخه خرید وجود دارد: آگاهی، پژوهش، درک و خرید. اولین مرحله ایجاد آگاهی زمانی است که مشتری از وجود راه‌حل برای مشکل خود آگاه نیست. مرحله پژوهش زمانی است که مشتری از وجود راه‌حل آگاه است و به‌دنبال اطلاعات می‌رود. ســومین مرحله درک اســت که به مقایسه محصولات و خدمات اختصاص می‌یابد و در نهایت چهارمین مرحله، خرید است که به‌معنای تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری بر راه‌حل است.

هر بازاریاب محتوایی باید از چرخه خرید آگاه باشد. همچنین باید محتوایی را برای هر کدام از بخش‌های فروش، تولید کند. برای مثال، محتوای آموزشــی برای آگاهی مفید اســت، اما محتوایی مثل مطالعات موردی می‌تواند به توسعه رابطه با خریدار در مرحله جمع‌آوری اطلاعات تا مراحل بعدی کمک کند. محتوای شــما نه‌تنها می‌تواند مشتری ایده‌آل را تعیین کند بلکه می‌تواند سطح آن را هم تعیین کند

۷. از خودراضی بودن

حتی اگر به استراتژی مناســبی برای بازاریابی محتوا دست یافتید، برای دیدن نتایج و جبران زحمات باید عملکرد اســتراتژی خود را تست کنید. در صورتی که چیزی مطابق انتظارتان پیش نرفت، باید کل دوره را تغییر داده و بر افزایش تغییرها و بهبود کار تمرکز کنید.

علاوه بر این، باید براساس آخرین اخبار و روندها خود را به‌روز نگه دارید. به یاد داشته باشید، مشتری طعم تغییر را می‌چشد؛ فناوری هم با سرعت بالایی در حال تکامل اســت. در صورتی که از روش‌های منســوخ اســتفاده کنید و محتوا را روی پلتفرم‌های کم‌طرفدار منتشر کنید، پیشرفت چشمگیری نخواهید داشت. ارتباط ایده‌ها، هم در محتوا و هم در روش‌ها حائز اهمیت است.

بازاریابی محتوا یکی از مؤثرترین روش‌ها برای بهبود کســب‌وکار اســت، اما در صورتی به نتیجه می‌رسید که از خطاهای فوق دوری کنید. اگر مراقب نباشید، حتی سخت‌کوشی شما هم می‌تواند منجر به رکود فروش شود. خروجی ضعیف می‌تواند به‌معنای اتلاف وقت باشد، حتی اگر از بهترین روش‌ها استفاده کرده باشید.

منبع: FORBES/zoomit

۵ نشانه برای ساخت برند شخصی خودتان

از ســال ۲۰۰۸ برندینگ شخصی یکی از موضوعات باب روز در میان مردم بوده و ســاخت یک برند شــخصی برای گسترش تجارت و کسب درآمدی بیشتر توصیه می‌شود، اما این کار برای هر کسی ممکن نیست.

آیا برندینگ شــخصی برای شــما مناسب اســت؟ چگونه می‌توان به این موضوع پی برد؟ برندینگ شــخصی کاملا به شــخص شــما مربوط نمی‌شــود، بلکــه به مردم بســتگی دارد، اما پایه و اســاس فروش برند شــخصی‌تان به شما بستگی دارد بنابراین شــما برای برند خود به یک داستانی نیاز دارید که برای افراد دیگر سودمند باشد.

نویســنده ســایت Entrepreneur در ادامه می‌گویــد که من برند شــخصی خود را با این ایده شــروع کردم که تجــارت خود را هنگامی که دانشــجوی دندان‌پزشکی بودم تاســیس کردم. طبیعتا ساخت برند شــخصی‌ام و وقت کمی که به دلیل دانشــگاه داشــتم باعث پرســیدن سوالات زیادی از طرف مردم شد.

من افراد زیادی را یافتم که شــنیدن داســتان ساخت برند شخصی‌ام بــرای آنها جالب بود و می‌خواســتند بدانند کــه در تجارت جدید من چه می‌گذرد. اگر افراد دیگر بتوانند از داســتان شــما بهره ببرند، شــما مســئولیت دارید تا داستان خود را با آنها به اشتراک بگذارید. نوشته‌ای که من بر روی آن کار می‌کردم تبدیل به اولین پست من در سایت شد و افراد بسیاری را به خود جذب کرد.

نشــانه‌هایی وجود داشــت که باعث شــد من به ساخت برند شخصی خود فکر کنم. اگر شما نیز این نشانه‌ها را مشاهده کردید، بهتر است که ساخت برند شخصی خود را شروع کنید. اما سوال این است که چگونه می‌توان این نشانه‌ها را شناسایی کرد؟

۱. شما نسبت به کمک کردن به مردم مصر هستید

برندینگ شــخصی کاملا به شما مربوط نمی‌شود، بلکه به افرادی که به آنها خدمت می‌کنید بســتگی دارد. شــما برای ساخت برند شخصی خودتان نیاز دارید تا نســبت به کمک به مردم مصر باشــید. اگر شــما صادق و مصر نباشید، چرا مردم باید به دنبال شما و برند شما باشند؟ به نظر می‌رسد که اغلب مردم دوست دارند که با دیگر افراد معاشرت کنند و از شرکت‌های بزرگی که اهمیتی به آنها نمی‌دهند خوش‌شان نمی‌آید.

شــما باید خود را در موقعیتی قرار دهید که در آن شــخصی صادق و مصر باشــید که به مردم اهمیت می‌دهد. اگر شــما نســبت به کمک به دیگران مصر و صادق نباشــید برندینگ شــخصی برای شما مناسب نخواهد بود.

۲. شما به درازمدت فکر می‌کنید، نه کوتاه‌مدت

کاملا مشــخص است که ساخت برند شــخصی در کوتاه مدت تقریبا هیچ نتیجه‌ای ندارد. ســاخت یک برند و جــذب مردم به آن برند زمان می‌برد. شما تا زمانی که پیروان خوبی نداشته باشید از برند خود سودی نخواهید برد. شــما همچنین ممکن اســت فرآیندی را شروع کنید که مقیاس‌ناپذیر بوده و در کوتاه‌مدت ارزشی نداشته باشد.

اگر شما شخصی هستید که فقط به کوتاه مدت فکر می‌کنید برندینگ شخصی برای شما مناسب نخواهد بود، اما اگر شما شخصی هستید که به ســمت کاری درازمدت حرکت می‌کنید، این سرمایه‌گذاری می‌تواند بهترین سرمایه‌گذاری شما باشد. اینکه شما مدت زمانی را بر روی برند شــخصی خود کار کنید بســیار موثر بوده و آن زمان است که برند شما برای‌تان سودمند خواهد بود.

۳. فرصت‌های دیگر در برابر چشمان شما ظاهر می‌شوند

اگر شــما تصمیم بگیرید که یک تجارت مربیگری و مشــاوره دادن را انتخــاب کنید، شــما باید به اندازه‌ای بر روی تجــارت خود کار کنید تا تمامی وقت شما برای ماه‌ها پر باشد.

شــما سودی را که در کوتاه‌مدت به دست می‌آورید نخواهید دید، اما هنگامی که زمان گذاشته و تلاش و پشتکار به خرج دهید در درازمدت مشاهده خواهید کرد که تمامی این تلاش‌های ارزشمند بوده است.

۴. شما دائما اقدام به کار می‌کنید و برای انجام آن زمان دارید

همان‌طور که گفته شــد برندینگ شــخصی یک استراتژی درازمدت است و نیاز دارد که شما به طور خالصانه به مردم کمک کنید. شما نیاز دارید که دائما برای ساخت برند خود تلاش کرده و به طور خالصانه به مردم کمک کنید، اما شــما برای ساخت برند خود به زمان نیاز دارید تا برند شخصی خود را توسعه دهید.

شــما باید از سرگرمی‌ها و خواسته‌های شخصی خود زده و نسبت به زمانــی که دارید احتیاط بیشــتری به خرج دهیــد. مهم‌ترین کاری که هنگام ساخت برند خود باید انجام دهید کار کردن و تلاش کردن برای برندتان اســت، اما اگر وقت شــما پر بوده و هفته‌ای حداقل ۱۵ الی ۲۰ ســاعت نتوانید برای برند خود وقت بگذارید، بهتر اســت به دنبال کار دیگری باشید.

۵. شما یک رهبر هستید

در واقع رهبری یا مدیریت یک برند، یک معیار بسیار مهم است. شما در اصل در حال ســاخت یک قبیله هســتید و یــک اجتماع را در برند خود به وجود نمی‌آورید و همان‌گونه که ســت گودین گفته است «یک اجتماع، قبیله‌ای بدون یک رهبر است.»

اگر می‌خواهید یک قبیله داشــته باشید، شما نیاز دارید که یک رهبر باشــید و قبیله خــود را رهبری کنید. اگر فکــر می‌کنید که نمی‌توانید نقش یک رهبر را به عهده بگیرید، به فکر ســاخت یک برند شــخصی نباشید.

اینترنت به افراد با پشتکار نیاز دارد و نیازی به شرکت‌های ناشناخته ندارد

اگر فکر می‌کنید که معیارهای ســاخت یک برند شــخصی را دارید، بنابراین برای ساخت برند شخصی خودتان اقدام کنید و یکی از بهترین ســخنان ســت گودین درباره این موضوع این اســت که «وب می‌تواند کارهای اعجاب‌انگیــزی را انجام دهد اما نمی‌تواند مدیریت و رهبری را به ارمغان بیاورد، برای مدیریت و رهبری به فردی مشــتاق و با پشتکار نیاز اســت.» اگر شما فردی مشتاق و با پشــتکار هستید مدیریت را از همین حالا آغاز کنید و برند شخصی خود را بسازید.

منبع: Entrepreneur/ucan

ارتباطات؛ مهم‌ترین رکن موفقیت در کسب و کار

بســیاری از کســب و کارها فکر می‌کنند با مشــکلات زیادی دست و پنجــه نرم می‌کنند، در حالی که نمی‌دانند تنها یک مشــکل وجود دارد کــه مانع پیشــرفت کارها می‌شــود: ارتباطات. نکته اینجاســت که رفع این مشــکل، آنقدرها هم ســخت نیســت، اما بگذارید این مشکل را اول بشناســیم تا بتوانیم راه‌حلی برای حل آن ارائه دهیم. با ما همراه باشید تا مشــکل ارتباطات در شــرکت‌ها را حــل کنیم. اگر کمــی با دقت به این قضیه نگاه کنید، متوجه می‌شــوید که اکثر مشــکلات شرکت‌ها در ارتباطات خلاصه می‌شود. احتمالا بارها به این مسئله برخورده‌اید: مدیر شــما می‌خواهد پروژه‌ای را انجام دهید و شــما بی‌درنگ به ســراغ آن می‌روید و با تمام وجود و انرژی، آن کار را پس از مدتی انجام می‌دهید. در حالــی کــه پیروزمندانه و با اعتماد به نفس نتایــج کار را به مدیرتان نشان می‌دهید و انتظار دارید که با تعریف و تمجید رو به رو شوید، اخم مدیر تنها چیزی است که گیرتان می‌آید. مدیر شما می‌گوید «کار بسیار خوبی انجام داده‌ای ولی این اصلا چیزی نبود که از تو می‌خواستم.» در نتیجه نه تنها وقت شما هدر رفت، بلکه احتمالا زیانی نیز به شرکت خود وارد کرده‌اید و ســرافکنده تر از گذشــته به میز خود باز می‌گردید. علت این امر، مشــکل در نوع ارتباطات است. اگر همان موقع چیزی که مدیر از شما خواسته بود را برای او بازگو می‌کردید یا حتی مدیرتان در حین انجام پروژه پیگیر کارتان می‌شد، هیچ کدام از این اتفاقات نمی‌افتاد.

با این حال برای جلوگیری از رخ دادن این اتفاق‌ها باید راه‌هایی وجود داشته باشد. در ادامه با سه راه‌حل برای از بین بردن مشکلات ارتباطات آشنا می‌شوید که اکوسیستم کاری شما را تحت تاثیر قرار خواهد داد.

نظرات همه را جویا شوید

آن کارمند دون پایه‌ای که در گوشــه اتاق کز می‌کند یا در جلســات ماهیانه شما همیشه ساکت می‌نشیند، ممکن است راه‌حل فوق‌العاده‌ای برای حل مشــکل شرکت‌تان داشته باشــد، اما آیا او می‌تواند نظرش را بــه راحتی در میان بگذارد؟ یا اینکه ســاختار کمپانی شــما به گونه‌ای است که حتی اگر کارمندی مشکلی را پیدا کند، باید ساکت بنشیند و مسئولان و دیگر مدیران را به چالش نکشد؟

بســیار مهم اســت تا محیط کاری مناســبی را خلق کنیــد تا در آن کارمندان بدون در نظر گرفتن جایگاه خود بتوانند ایده‌ها و نظرات‌شان را بیان کنند، با این کار شــما احتمال برطرف کردن مشکلات سخت و در ظاهر غیر قابل حل را تا حد زیادی افزایش می‌دهید.

مطمئن شوید کارمندان از وظایف یکدیگر باخبرند

همواره این ایده را در نظر داشته باشید که کارمندان خود را از وظایف یکدیگــر آگاه نگه دارید. زمانی که کارمندان ندانند همکاران‌شــان چه وظایفی دارند یا حیطه تخصصی‌شــان چیست، ســرعت انجام پروژه‌ها پایین می‌آید، زیرا انگار هر کارمندی به یک زبان بیگانه حرف می‌زند. با افزایش آگاهی کارمندان نسبت به وظایف همکاران‌شان، کارایی آنها نیز بیشتر می‌شود. مثال زیر به خوبی می‌تواند این موضوع را توضیح دهد:

تصور کنید که کارفرمایی از کارمند شــما ســوالی می‌کند که مربوط به بخش دیگری از کمپانی شماســت. اگر کارمندتان بتواند بدون کمک شخص دیگری به سوال پاسخ دهد، زمان زیادی صرفه‌جویی می‌شود و دیگر نیاز نیســت تا یک نفر از هر تیمی را در جلســه کاری خود داشته باشید.

دسته‌بندی کارمندان را فراموش کنید

بســیاری از شــرکت‌ها و ســازمان‌ها علاقه دارند تا کارمندان خود را براســاس تخصص، دسته‌بندی کنند. مثلا اعضای گروه مارکتینگ همه در بخــش مارکتینگ و اعضــای گروه مالی، در بخش مخصوص به خود فعالیت کنند. تا حدودی ممکن اســت این نظریه جواب دهد ولی بهتر است در این روند، تجدیدنظر کنید.

ایــن رویه ممکن اســت به درد ســازمان‌هایی بخــورد که اعضای آن بــرای یک هــدف و اولویت فعالیت نکنند و اطلاعــات را با دیگر بخش‌های آن ســازمان به اشــتراک نگذارند. این دسته‌بندی و عدم اشــتراک اطلاعات، مشــکلاتی مانند ناکارآمدی سازمانی را به دنبال دارد. یکی از شــایع‌ترین مشکلات در اینگونه سازمان‌ها، رقابت است که جایگزین همکاری تیمی می‌شــود. همچنین دسته‌بندی براساس وظایف کارمندان باعث می‌شــود تا پیدا کردن مقصر برای ســرزنش کردن نیز ساده‌تر شود و این آخرین چیزی است که شما در شرکت خود می‌خواهید.

به جای جدا کردن کارمندان، آنها را در گروه‌هایی قرار دهید که برای رســیدن به یک هدف تلاش می‌کنند. این کار به شما کمک می‌کند تا جابه‌جایی کارها را با کارایی بهتری میان کارمندان انجام دهید.

نتیجه‌گیری

اگر اعضای شــرکت شــما بخواهند به صورت پویا و بهینه با یکدیگر کار کنند، باید ارتباطات خوب را در شرکت خود نهادینه کنید. فرهنگ شرکت شما باید به گونه‌ای باشد که ارتباطات درست را سرلوحه کارها قرار دهد و به گونه‌ای نباشد که با مرزبندی‌های مختلف، اعضای شرکت را از هم دور کند؛ پس بهتر اســت از همین الان به دنبال ایجاد فضای مناســب با ارتباطات درســت باشــید تا بعدها پس از ضررهای فراوان، حسرت نخورید.

منبع: Forbes/digiato

چند مهارت ارتباطی که شما را در شغل‌تان به موفقیت می‌رساند!

بـرای موفقیت در هر شـغلی نیاز به تجربـه و مهارت‌های تخصصی دارید، اما این کافی نیسـت. گفته می‌شود روابط عمومی یا مهارت‌های ارتباطی نیز نقش مؤثری در موفقیت شغلی ما دارند.

دیویـد پارنـل (David Parnell)، نویسـنده و مشـاور در زمینه ارتباطـات، می‌گوید: مهارت برقـراری ارتباط یا همان روابط عمومی به معنای داشتن ویژگی‌هایی مختلفی است که فرد از طریق آنها می‌تواند با دیگران ارتباط خوبی برقرار کند. به عقیده او، گاهی این ویژگی‌ها در قالب «دوست داشتنی بودن» یا «شخصیت خوب داشتن» معنا می‌یابد. البته برای داشـتن این ویژگی‌ها بایـد برخی صفات دیگر را در خود به وجود آورید تا ارتباطی مثبت و سازنده با دیگران داشته باشید.

در ادامه قصد داریم شـما را با اصلی‌ترین مهارت‌های ارتباطی آشـنا کنیم که برای موفقیت شغلی نیاز است.

لیـن تیلـور (Lyn Taylor)، مشـاور ارتباطی و نویسـنده کتاب «روش‌هـای کنترل رفتارهـای رئیس‌گرایانه» مهارت‌هـای مذکور را «ارتباطـی مؤثر با در نظر گرفتن مصلحـت طرفین» معرفی می‌کند. او دربـاره رفتار در محیط‌های کاری می‌گوید: «کارمندان تمایل دارند در محیط‌های دوسـتانه کار کنند؛ زیـرا محیط‌های جدی، بازدهی و راندمان آنها را پایین می‌آورد. با تقویت مهارت‌های ارتباطی می‌توانید بـازده کار را بالا ببرید. کسـانی که هوش اجتماعـی بالایی دارند، در محیـط کار به مدیرانی مقتدر و با نفوذ تبدیل می‌شـوند. آنها به این بـاور رسـیده‌اند که اعتماد بـه روابطی که بر پایه احترام اسـت، رمز موفقیت شغلی و افزایش بهره‌وری است. با ایجاد مهارت‌های ارتباطی، رفتارهای منفی‌گرایانـه کاهش می‌یابد و می‌توان جلوی تمام تنش‌ها و اختلافات را گرفت.»

مهارت برقراری ارتباط با دیگران

یکـی از مهارت‌های ارتباطی مهم در زمینه کاری، ارتباط با دیگران و درک موقعیت و نظرات آنهاست. گاهی به راحتی می‌توان ارتباط برقرار کرد؛ همین که می‌توانیم موافقت یا مخالفت خود را به راحتی با دیگران در میـان بگذاریم در واقع با آنها ارتباط برقـرار کرده‌ایم. اگر باتجربه و باهوش باشید، با هر فردی می‌توانید ارتباط برقرار کنید.

ایجاد مهارت سخنوری

مهارت حرف زدن در جمـع را می‌توان یکی از مهم‌ترین مهارت‌های ارتباطی در نظر گرفت. تسـلط ما بر بیان موضـوع، تأثیر فوق‌العاده‌ای روی مخاطب می‌گذارد و سبب می‌شود برای شنیدن نظرات و ایده‌های ما رغبت بیشـتری داشته باشد. تیلور درباره مهارت سخنوری می‌گوید: «اگر اسـتعداد لازم را در شـیوه گفتاری و نوشـتاری داشـته باشـید، موفقیت به شـما نزدیک خواهد بود. در جهانی که به سـبب پیشرفت تکنولوژی، امکان ارتباط دائم فراهم شـده، بسیار مهم است که نظرات خود را واضح و روشن بیان کنید.»

پارنل در این باره می‌گوید: «هر فردی جهان‌بینی و درک متفاوتی از مسـائل دارد، پس باید کلام‌مان روشن باشد و از ایجاد ابهامات معنایی اجتناب کنیم. کسـانی که بـه اصول ارتباطی پایبند هسـتند با گفتار شفاف خود از بروز هر ابهامی جلوگیری می‌کنند.»

مدارا با دیگران

یکی از مهارت‌های ارتباطی، مدارا کردن اسـت. کسانی که اهل مدارا هسـتند، صبر بیشـتری از خود نشـان می‌دهند و در شرایط سخت و تنش‌زا می‌توانند خونسردی خود را حفظ کنند. اگر نتوانید این شرایط را به خوبی مدیریت کنید، قطعا خبری از موفقیت شـغلی نخواهد بود. مدارا با دیگران و تحمل کردن وضعیت، ویژگی مثبتی است که در نظر رئیس‌تان می‌آید.

اعتماد کنید

یـک رابطه مثبت و مؤثر بر پایه اعتماد شـکل می‌گیرد. اعتماد یکی از مهارت‌های ارتباطی اسـت که نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد. وقتی به موفقیت شـغلی می‌رسـید که قابل اعتماد باشید و به مخاطب خود احساس امنیت دهید.

در زمان مناسب، همدلی و مهربانی خود را بروز دهید

وقتـی می‌توانیـم موقعیت طرف مقابـل را درک کنیم که خود را در جایـگاه او بگذاریم. پس شـرایط را از دید دیگران بررسـی کنید و هر جـا نیاز بـود، از کمک و همدلی دریغ نکنیـد. در محیط کار و زندگی شخصی، حمایت و همدلی خود را به اطرافیان‌تان نشان دهید، زیرا این رفتارها احساس مثبتی را در مخاطب شما به وجود می‌آورد.

اگر در محل کار رفتارهای مناسـبی نداشـته باشـید، ارتباطات‌تان محدود شـده و به پیشرفت شغلی نخواهید رسید. پس می‌توان همدلی را ارزشمندترین مهارت ارتباطی دانست.

هـر فردی در زندگی خود با مشـکلات و چالش‌های زیادی رو به رو اسـت، برای داشـتن رابطه‌ای مؤثر و سـازنده باید بدانیم چه زمانی به دیگران کمک برسانیم.

خوب گوش دهید

قبل از اینکه سـخنران موفقی باشیم باید مهارت گوش دادن را در خود به وجود آوریم. گوش دادن تأثیر بسـزایی در تقویت ارتباطات ما دارد. شـنونده خوب به مخاطب خود توجه می‌کند. او زمانی را به تحلیل گفته‌های طرف مقابل اختصاص داده و سـپس به حرف‌های او واکنش نشـان می‌دهد. شـنونده خوب بودن مهارتی اسـت که با تمرین به دسـت می‌آیـد و بازخورد مثبتی را در دیگـران به دنبال خواهد داشت.

به مخاطب‌تان توجه کنید

وقتـی ارتباطی مثبت و مؤثر خواهید داشـت کـه طرف مقابل توجه شـما را نسـبت به خودش درک کند. اگر می‌خواهید تظاهر کنید به او توجه دارید، هیچ شانسـی برای موفقیت شـغلی نخواهید داشت. یکی از راهکارهایی که علاقه شـما را به طرف مقابل نشـان می‌دهد، به یاد داشتن تاریخ‌ها و رویدادهای مهم زندگی است.

منعطف باشید

«دوست داشتنی بودن» و «داشتن شخصیت خوب» به هم وابسته‌اند. تصـور کنید یک فرد معتاد یا زندانی شـخصیت قابل قبولی در جامعه ندارد، اما این فرد اگر توانایی خوبی در برقراری ارتباط داشـته باشـد، می‌توانـد توجه دیگـران را به خود جلب کند و شـرایط را به نفع خود تغییر دهد. پس اگر بتوانید در زندگی خود فردی انعطاف‌پذیر باشـید، به یک شخصیت دوست داشتنی تبدیل خواهید شد.

قضاوت عادلانه

یکـی از مهارت‌های ارتباطی قضاوت درسـت و عادلانه اسـت. برای دسـتیابی بـه این مهـارت باید گوش شـنوا داشـته باشـیم و جهان پیرامـون خود را به دقت ببینیم. خیلـی از تصمیمات و واکنش‌های ما به قضاوت‌های‌مان وابسـته اسـت، حتی این مهارت در انتخاب دوست مناسب نیز به ما کمک می‌رساند.

مذاکره کنید

وقتی شـناخت کافـی از مخاطب خود به دسـت آوردیـد و مهارت سـخنوری را کسـب کردید، حالا زمان آن اسـت تا با بیانی قدرتمند در مقابـل طرف مقابل قرار گیرید و او را به انجام آنچه که می‌خواهید، متقاعـد کنید. مهـارت مذاکره به ما کمک می کند تا در پیشـنهادات کاری و دریافـت حقـوق و مزایای بهتر به هدف‌مان برسـیم. وقتی به عنوان ویزیتور یا بازاریاب مشـغول فعالیت هسـتید، مهارت مذاکره به شـما کمک می‌کند تا مشتری را ترغیب کنید محصول یا خدمت شما بهترین انتخاب برای او است.

روشن‌فکر باشید

وقتی روشـن‌فکر باشـید و در مقابل هیچ ایده و نظـری از خود واکنش نشان ندهید، فردی منعطف به نظر می‌رسید و افراد بیشتری تمایل خواهند داشت با شما کار کنند. برای ایجاد احترام و اعتماد در دیگران باید به آنها اطمینان دهید نظرشان برای شما مهم است و به کار گرفته می‌شود.

بیشتر بخندید!

افرادی که روحیه شـاد دارند، به دنبـال تنش و جر و بحث نخواهند بود. حتی می‌توانید فشـار کار را با خندیدن و شـوخ‌طبعی کمتر کنید و به موفقیت شـغلی برسید. پس در محیط کار شاد باشید تا ارتباطات سازنده‌تری را تجربه کنید.

طرف مقابل‌تان را بشناسید

لازم اسـت مخاطب خود را به خوبی بشناسـید و مطابق با شرایط او حرف بزنید. شـاید این مهارت خیلی به چشـم نیاید اما می‌تواند روابط شما را به شکست برساند.

صداقت داشته باشید

رابطه مثبت و نتیجه‌بخش بر پایه اعتماد شکل می‌گیرد و برای ایجاد اعتماد نیز صداقت لازم اسـت. در هر رابطه‌ای، صداقت داشته باشید تا به موفقیت برسید.

از زبان بدن کمک بگیرید

زبان بدن اهمیت بسیاری در ارتباطات ما دارد. در واقع بخش زیادی از روابـط مـا از زبان بدن تأثیر می‌پذیرد و به عنـوان یکی از مهم‌ترین مهارت‌های ارتباطی معرفی می‌شـود. جالب اسـت بدانید، حتی وقتی کـه با طرف مقابل حرف نمی‌زنیم، باز هم در حال برقراری ارتباط با او هسـتیم. پس برای داشـتن ارتباطی مؤثر باید مراقب حالت بدن، طرز بیان، ظاهر و صدای خود باشیم.

رفتار مناسب

برای ارتباطی تأثیرگـذار باید از کلمات احترام‌آمیز همانند «لطفا» و «متشـکرم» اسـتفاده کنید. بیان این کلمات به همراه لبخند به طرف مقابل می‌فهماند روند انجام کار از نتیجه آن مهم‌تر است.

روش حل مسئله

همیشه مسائل زیادی در پیش روی ما وجود دارد. مهم این است بتوانیم برخورد درسـتی با آنها داشته باشیم و شیوه حل مسئله را یاد بگیریم. اگر در محل کار فعال باشـید، فشـار کاری کمتری به همـکاران خود وارد می‌کنید و این تأثیر زیادی در ارتباطات شـما خواهد داشت.

حامی خوبی باشید

هر کسـی دوسـت دارد دیگران توانایی‌های او را باور داشـته باشند. وقتی با تشویق از طرف مقابل خود حمایت می‌کنید، به او انگیزه کافی برای رسـیدن به هدفـش را می‌دهید. در محل کار همـکاران خود را تشویق کنید و به آنها انگیزه دهید. مطمئن باشید همکاران‌تان دوست دارند با افراد باانگیزه و پرانرژی همانند شما کار کنند.

با استفاده از نکات بالا می‌توانید مهارت‌های ارتباطی را در خود تقویت کنید. کسانی که شناخت بهتری از احساسات و روحیات اطرافیان خود دارند، در کارشان موفق‌ترند. استفاده از مهارت‌های ارتباطی، ما را زودتر بـه اهداف‌مان می‌رسـاند. البته باید مهارت‌هـای ارتباطی‌مان اصولی و درست باشد.

منبع: Forbes/ucan

آگهی تغییرات شرکت مهندسی و بازرگانی ابزار صنعت لیان با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۴۸۹۸۲۱ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۷۴۹۱۵۱

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۸،۱۱،۰۶ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : محل شرکت به آدرس تهران، خیابان شهیددکتر بهشتی، نبش خیابان اندیشه،برج اندیشه،پلاک ۷۲،طبقه ۹،واحد ۴، کدپستی ۱۵۶۹۷۵۵۴۶۸ تغییر یافت و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید.

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۷۸۰۸۴۹)

اجرائیه

محکوم له: محمد خیری – محکوم علیه : رضا شادکام مجهول المکان – محکوم به : بموجب دادنامه شماره۱۰۷/۹۸ مورخ ۹۸/۴/۳۰ شورای حل اختلاف ۱۱شهریار محکوم علیه محکوم به پرداخت ۷۲ میلیون ریال بابت اصل خواسته و ۹۹۰ ریال بابت هزینه دادرسی وخسارت تاخیر تادیه از تاریخ ۹۵/۳/۱۵ لغایت وصول آن در حق خواهان صادر ونیم عشر دولتی در صندوق دولت محفوظ است– محکوم علیه مکلف است از تاریخ ابلاغ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز ان را بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/ مالی معرفی کند که اجرا حکم و استیفاء محکوم به از آن میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاد اجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت تسلیم کند۴/ علاوه بر موارد بالا که قسمتی ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ توجه نموده و به آن عمل نمایید.

رئیس حوزه ۱۱ شورای حل اختلاف شهریار [۷۷۰۰]

دادنامه

رای قاضی شورا- در خصوص دعوی موحد خواجویه به نمایندگی از بانک قرض الحسنه رسالت بطرفیت ۱-امیر میرزایی فرزند محمد علی۲- مجتبی عبداله فرزند عبدالعلی هر دو مجهول المکان . به خواسته مطالبه ۲۰ میلیون ریال بابت یک فقره سفته به شماره خزانه دار کل ۷۸۲۶۶۳ به انضمام خسارات وارده باتوجه به عرضحال تسلیمی و مستندات پرونده و ملاحظه نظریه مشورتی اعضای شورای حل اختلاف و اقدامات بعمل امده از سوی آن شورا نظر به اینکه وجود اصل سفته در ید خواهان حکایت از استقرار دین به میزان خواسته و اشغال ذمه خواندگان و استحقاق خواهان در مطالبه وجه دارد و با توجه به مجهول المکان بودن خواندگان حسب در خواست خواهان و به تجویز ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی مفاد دادخواست و وقت رسیدگی از طریق نشراگهی در روزنامه کثیر الانتشار ابلاغ گردیده لیکن دلیلی مدلول بر ایراء ذمه یا اداء دین ارائه واقامه ننموده لهذا قاضی شورا با استصحاب بقای دین و مصون ماندن دعوی و مستندات خواهان از هرگونه ایراد و خدشه دعوی مطروحه را محمول به صحت تلقی و با اختیار حاصله از ماده ۹ قانون شوراهای حل اختلاف مصوب ۹۴/۸/۱۰ مستندا به قانون تجارت و مواد ۱۹۸ – ۵۱۹ – ۵۲۲ قانون آیین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور مدنی و تبصره الحاقی به ماده ۲ قانون صدور چک به محکومیت خواندگان بصورت تضامنی به پرداخت ۷۲ میلیون ریال بابت اصل خواسته و مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه از تاریخ ۹۶/۱۱/۷ لغایت وصول آن و در حق خواهان صادر واعلام می دارد رای صادره غیابی و ظرف ۲۰ روز قابل واخواهی در همین حوزه وسپس ۲۰ روز قابل تجدید نظر خواهی در محاکم دادگستری شهریار می باشد.

حسین زاده – قاضی حوزه ۴ شورای حل اختلاف شهریار [۷۷۰۳]

دادنامه

رای قاضی شورا- در خصوص دعوی موحد خواجویه به نمایندگی از بانک قرض الحسنه رسالت بطرفیت ۱-رسول نظری فرزند علی ۲- ثریا محمدی فرزند شریف ۳- علی لطفی فرزند یار نظر هر سه مجهول المکان . به خواسته مطالبه ۱۵میلیون ریال بابت یک فقره چک به شماره ۷۴۱۳۱۸ مورخ ۹۴/۱۱/۲۰ به میزان ۵۵ میلیون ریال در عهده بانک ملی شعبه ۵۸۷۳ کهواره به انضمام خسارات وارده باتوجه به عرضحال تسلیمی و مستندات پرونده و ملاحظه نظریه مشورتی اعضای شورای حل اختلاف و اقدامات بعمل امده از سوی آن شورا نظر به اینکه وجود اصل چک در ید خواهان حکایت از استقرار دین به میزان خواسته و اشغال ذمه خواندگان و استحقاق خواهان در مطالبه وجه دارد و با توجه به مجهول المکان بودن خواندگان حسب در خواست خواهان و به تجویز ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی مفاد دادخواست و وقت رسیدگی از طریق نشراگهی در روزنامه کثیر الانتشار ابلاغ گردیده لیکن دلیلی مدلول بر ایراء ذمه یا اداء دین ارائه واقامه ننموده لهذا قاضی شورا با استصحاب بقای دین و مصون ماندن دعوی و مستندات خواهان از هرگونه ایراد و خدشه دعوی مطروحه را محمول به صحت تلقی و با اختیار حاصله از ماده ۹ قانون شوراهای حل اختلاف مصوب ۹۴/۸/۱۰ مستندا به مواد۳۱۰ – ۳۱۳ قانون تجارت و مواد ۱۹۸ – ۵۱۹ – ۵۲۲ قانون آیین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور مدنی و تبصره الحاقی به ماده ۲ قانون صدور چک حکم به محکومیت خواندگان بصورت تضامنی به پرداخت ۱۵ میلیون ریال ونسبت به مازاد و چک موصوف رای به بی حقی خواهان بابت اصل خواسته و مبلغ ۱۴۷۰۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه از تاریخ صدور چک لغایت وصول آن و در حق خواهان صادر واعلام می دارد رای صادره غیابی و ظرف ۲۰ روز قابل واخواهی در همین حوزه وسپس ۲۰ روز قابل تجدید نظر خواهی در محاکم دادگستری شهریار می باشد.

حسین زاده – قاضی حوزه ۴ شورای حل اختلاف شهریار [۷۷۰۴]

اجرائیه

محکوم له: بانک قرض الحسنه به مدیر عاملی محمد حسین حسین زاده و نماینده قانونی محمد جواد جلالی – محکوم علیه : ۱/ مهناز معروفی۲/ ناصر اسلامی ۳/ رجبعلی کداعلی هرسه مجهول المکان - محکوم به : بموجب دادنامه شماره ۳۳۷ مورخ ۹۷/۳/۳۰شورای حل اختلاف ۱شهریارحکم به محکومیت محکوم علیها بصورت تضامنی به پرداخت ۵۰میلیون ریال بابت اصل خواسته و ۱۶۰۰۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی وخسارت تاخیر تادیه از تاریخ ۹۶/۱۱/۲۵ لغایت وصول آن در حق خواهان صادر ونیم عشر دولتی در صندوق دولت محفوظ است–محکوم علیه مکلف است از تاریخ ابلاغ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز ان را بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/ مالی معرفی کند که اجرا حکم و استیفاء محکوم به از آن میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاد اجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت تسلیم کند۴/ علاوه بر موارد بالا که قسمتی ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ توجه نموده و به آن عمل نمایید.

رئیس حوزه ۱ شورای حل اختلاف شهریار [۷۷۰۱]

اجرائیه

محکوم له: بانک قرض الحسنه به مدیر عاملی محمد حسین حسین زاده و نماینده قانونی محمد جواد جلالی – محکوم علیه : ۱/ مهدی فرامرزی ۲/ مهدی شیر محمدی هر دو مجهول المکان ۳/ رضا فرامرزی به نشانی امیریه خ معلم ۵ بن بست صادق پ۱۳ - محکوم به : بموجب دادنامه شماره ۶۹۸ مورخ ۹۷/۷/۱۷ شورای حل اختلاف ۱شهریارحکم به محکومیت محکوم علیها بصورت تضامنی به پرداخت ۶۰میلیون ریال بابت اصل خواسته و ۱۱۵۰۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی وخسارت تاخیر تادیه از تاریخ ۹۷/۳/۲۹ لغایت وصول آن در حق خواهان صادر ونیم عشر دولتی در صندوق دولت محفوظ است.–محکوم علیه مکلف است از تاریخ ابلاغ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز ان را بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/ مالی معرفی کند که اجرا حکم و استیفاء محکوم به از آن میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاد اجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت تسلیم کند۴/ علاوه بر موارد بالا که قسمتی ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ توجه نموده و به آن عمل نمایید.

رئیس حوزه ۱ شورای حل اختلاف شهریار [۷۷۰۲]

آگهی ابلاغ اجرائیه

آگهی ابلاغ اجرائیه به آقای سلیمان کریمی تبار فرزند نور محمد و طهمورث شجاعی نژاد فرزند خلیفه و حسین کمالی زاده فرزند غریب

بدین وسیله به آقای سلیمان کریمی تبار فرزند نور محمد شناسنامه شماره - ۴۲۲۰۰۲۶۴۵۲ و آقای طهمورث شجاعی نژاد فرزند خلیفه به شماره شناسنامه ۱۰۲۸ و شماره ملی ۴۲۳۱۳۸۱۸۲۸ و آقای حسین کمالی زاده فرزند غریب به شماره شناسنامه ۱۰۴۹ و شماره ملی ۴۲۳۱۳۸۲۰۳۴ که فعلا مجهول المکان می باشند ، ابلاغ می شود که بانک کشاورزی باسوج جهت وصول طلب خود به استناد قرارداد بانکی شماره ۷۷۶۶۴۰۱۳۱-۱۳۹۳/۰۶/۰۴ علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائی به کلاسه ۹۶۰۰۳۶۲ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۱۳۹۶/۰۷/۰۲ مامور پست ، محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده ، لذا بنا به تقاضای بستانکار طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیرالانتشارمحلی آگهی می شود و چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز ازتاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد، نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید ، عملیات اجرائی علیه شما پیگیری خواهد شد .

رئیس اداره اجرای اسناد رسمی یاسوج
حشمت اله زمانی زاده

متن آگهی

شماره بایگانی پرونده:۹۸۰۸۲۲– در خصوص پرونده کلاسه فوق موضوع محکومیت آقای توفیق سعیدی فرزند یاسین بپرداخت مبلغ ۶۱۰/۱۶۰/۰۰۰ ریال در حق آقای محمد شهابی فرزند مجید و نیز پرداخت مبلغ ۳۰/۵۰۷/۲۰۰ ریال بابت نیم عشر اجرائیه در حق صندوق دولت که در راستای وصول محکوم به یکدستگاه خودروی پراید ۱۱۱ توقیف و پس از ارجاع امر به کارشناس اینگونه توصیف گردیده که

شماره انتظامی :۱۷۱ ط ۸۳ – ایران ۱۴ نوع:سواری سیستم و تیپ:پراید هاچ بک ۱۱۱ مدل:۱۳۹۰ رنگ:آبی سیر متالیک شماره موتور ۴۲۴۵۴۹۶ شماره شاسی S۵۴۳۰۰۹۰۰۶۵۷۹۳ تعداد محور :۲ تعداد سیلندر:۴ نوع سوخت :بنزین ظرفیت :۴ نفر

ب)وضعیت ظاهری و فنی خودرو (در زمان بازدید)اطاق (بدنه):آثار تصادف در جلو و عقب و طرفین دارد و فاقد سیر جلو میباشد داشبورد :سالم صندلی و تودوزی :سالم تجهیزات :سالم موتور :سالم گیربکس : سالم تایرها:

۵۰٪ با عائیت به مراتب فوق و با در نظر گرفتن مدل خودرو در مقایسه با خودرو هم مدل بدون(آثار تصادف و رنگ) ارزش پایه خودرو مذکور فاقد بیمه معتبر شخص ثالث و بدون محاسبه سایر دیون دولتی مبلغ ۴۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال معادل بیست و پنج میلیون تومان تعیین و براورد می گردد که نظربه ارزیابی به طرفین ابلاغ و بدلیل عدم وصول اعتراض نسبت به نظریه کارشناسی و عدم اعتراض طرفین وقت مزایده برای روز سه شنبه مورخ ۹۸/۱۲/۲۰ ساعت ۱۰ تعیین می شود از کلیه کسانیکه که قصد شرکت در مزایده را دارند دعوت می شود تا در وقت مقرر در محل شعبه اول اجرای احکام حقوقی مجتمع شهید تندگویان اهواز حاضر شوند قیمت پایه از مبلغ کارشناسی شروع و برنده مزایده کسی است که بالاترین قیمت را پیشنهاد نماید. و در این صورت ده درصد قیمت را طی یک فقره چک تضمینی فی المجلس تقدیم دادگاه نماید در غیر اینصورت از حضور کسانی که چک تضمینی به همراه ندارند خودداری می گردد ضمنا کسانی که قصد شرکت در مزایده را دارند می توانند ۵ روز قبل از برگزاری مزایده با هماهنگی قبلی از اموال مذکور با هماهنگی لازم با دفتر اجرا و حضور در محل بازدید نمایند و خریدار می بایست مابقی قیمت اموال خریداری شده را ظرف یکماه تودیع نماید.

مدیر اجرای احکام حقوقی شعبه اول اهواز- صباغی

مفقودی

برگ کمپانی و برگ سبز وسیله نقلیه نوع: سواری هاچ بک سایپا ۱۱۱SE برنگ : سفیدروغنی مدل ۱۳۹۷ به شماره موتور ۶۱۸۱۱۹۵/M۱۳ به شماره شاسی NAS۴۳۱۱۰۰J۱۰۳۶۵۵۳ به شماره پلاک ۷۹-۸۴۹ق۷۴ بنام رفعت کریمی صادق مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی مفقودی

کارت هوشمند ناوگان به شماره کارت ۳۰۰۱۹۲۹ متعلق به کامیون بنز به شماره انتظامی ۲۸۵ ع ۲۶ ایران ۸۷ تعویض پلاک به شماره ۷۵۹ ع ۴۱ ایران ۸۷ مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

زنجان

۴۳۵

چگونه دفتر کار منظمی داشته باشیم؟

به قلم: جنا سیپراس کارآفرین مستقل و کارشناس کسب و کار
ترجمه:علی آل‌علی

فعالیت در دفتر کار بخش قابل توجهی از روز بسیاری از ما را تشکیل می‌دهد. این امر ساعت‌های زیادی از روز را شامل شده، بسیاری از تعاملات و ارتباط‌های حرفه‌ای‌مان را شکل می‌دهد. سهولت استفاده از امکانات دفتر کار و راحتی فعالیت در محیط آن اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر کارمندان یا مدیران در دفتر کار احساس راحتی نداشته باشند، کیفیت عملکردشان به مرور زمان کاهش خواهد یافت. ساماندهی دفترهای کار در ظاهر امر ساده‌ای به نظر می‌رسد. ما همیشه نسبت به برخی از امور تلقی ایده‌انگارانه داریم، با این حال فقط پس از مشاهده دقیق آنها به پیچیدگی‌های‌شان پی خواهیم برد. بدون تردید در هر دفتر کاری تعداد بسیار زیادی وسیله مانند میز، رایانه و تجهیزات نورپردازی وجود دارد. ما به عنوان مدیر یا رئیس یک بخش باید توانایی مطلوبی در زمینه ساماندهی دفتر کار داشته باشیم. در غیر این صورت کیفیت عملکرد همه افراد حاضر در دفتر کاهش خواهد یافت. یک دفتر سازمان‌یافته و منظم ایده‌آل هر مدیری محسوب می‌شود. ما برای تحقق این ایده‌آل باید به طور شخصی دست به کار شویم. برخی از مدیران در انتظار ساماندهی و نظم‌بخشی به دفتر کار از سوی دیگران هستند. به این ترتیب وضعیت دفتر شرکت در طول مدت طولانی بی‌تغییر باقی می‌ماند. در این مقاله برخی از نکات مهم در زمینه ساماندهی و نظم‌بخشی به دفترهای کاری را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱.اهمیت اقدام نخست

اهمیت دفتر منظم و دارای ساماندهی مطلوب در چیست؟ بسیاری از کارآفرینان پاسخ مشخصی برای این پرسش ندارند. بدون تردید امکان یافتن پاسخ‌های بسیار زیادی در این بخش وجود دارد، اما مهم‌ترین نکته از نظر من امکان تاثیرگذاری اولیه مطلوب بر روی کارمندان، شرکا و مشتریان است. دفتر کار یک برند نکات بسیار زیادی درباره فعالیت آنها ارائه می‌کند. این امر در زمینه برندسازی نیز اهمیت دارد. دفتر کار هر برند نمایی تمام عیار از وضعیت آن ارائه می‌کند.

۲.توانایی تمرکز بیشتر

استفاده از دفتر کار منظم امکان بهبود تمرکز را فراهم می‌سازد. بسیاری از کارآفرینان و کارمندان در محیط کار با مشکل حواس‌پرتی مداوم مواجه هستند. تنها راهکار مناسب در این میان تلاش برای ساماندهی دفتر کار به گونه‌ای مطلوب است. شاید در نگاه نخست کاهش شلوغی دفتر کار غیرممکن به نظر برسد، اما در صورت تلاش برای استفاده از تمام فضای در دسترس دفتر این امر با سادگی امکان‌پذیر خواهد بود.

۳.ضرورت دسترسی ساده به امکانات

کارآفرینان در دفتر کار نیازمند امکانات متنوعی هستند. مهم‌ترین نکته در ساماندهی دفتر کار سهولت دسترسی به بخش‌های مختلف و امکانات گوناگون است بنابراین ما علاوه بر استفاده از تمام فضاهای موجود نباید دسترسی کارمندان به بخش‌های مختلف را مسدود کنیم. استفاده از نرم‌افزارهای طراحی دکوراسیون برای ساماندهی بهتر محیط کار منطقی به نظر می‌رسد. این امر زاویه دید بازتری در اختیار ما قرار خواهد داد. به این ترتیب تصمیم‌گیری ما برای دفتر کار براساس معیارهای درست و مشاهده تمام جزییات خواهد بود. نکته جالب اینکه برخی از نرم‌افزارهای طراحی دکوراسیون به طور کامل رایگان در دسترس علاقه‌مندان قرار دارد بنابراین ما نیازی به صرف هزینه برای طراحی دکور دفتر کارمان نخواهیم داشت.

۴.اولویت تمیزی

دفتر کار باید همیشه تمیز باشد. بسیاری از برندها در زمینه توجه به نظافت دفترهای کار کم‌کاری می‌کنند. این امر موجب مشاهده دفترهای کار شلخته و تقریبا کثیف می‌شود. وقتی دفتر کار، نظم و تمیزی لازم را نداشته باشد میزان تمرکز کارمندان به طور قابل توجهی کاهش خواهد یافت. این امر باید در زمینه نظم‌بخشی به هر دفتر کاری مدنظر قرار گیرد. در غیر این صورت مدیریت کارمندان دشوار خواهد شد.

۵. قرار دادن هر وسیله در جای مشخص

یکی از راهکارهای مناسب برای کاهش بی‌نظمی و شلختگی دفتر کار تعیین مکانی مشخص برای هر وسیله است. برخی از کارمندان در طول روز عادت به جا به جایی وسایل با خود دارند. این امر استفاده از وسایل موردنظر از سوی سایر کارمندان را دشوار می‌سازد. بنابراین ما باید همیشه محلی مناسب برای وسایل مختلف تعیین کنیم. به عنوان مثال، بخش پرونده‌های کاری باید در یک قفسه مشخص باشد. در غیر این صورت برای یافتن یک پرونده باید میز کار تمام کارمندان را جست‌وجو کنیم. این امر زمان زیادی از ما به هدر خواهد داد. به این ترتیب از نقطه نظر مدیریت زمان تلاش برای ساماندهی دفتر کار مناسب حیاتی خواهد بود. وقتی هر وسیله‌ای جای مشخصی داشته باشد، انرژی کارمندان برای یافتن وسایل مورد نیازشان هدر نخواهد رفت. این امر امکان افزایش بهره‌وری کلی شرکت را فراهم خواهد ساخت.

۶.کاهش وسایل روی میز

میز کار نباید بیش از اندازه شلوغ باشد. این امر تمرکز ما را به شدت بر هم خواهد زد. هرچه میز کاری ساده‌تر باشد، امکان استفاده بهتر و راحت‌تر از آن افزایش خواهد یافت. وجود وسایل و ابزارهای مختلف بر روی میز فرآیند کار کردن را دشوار خواهد کرد. به هر حال در چنین شرایطی همیشه عاملی برای حواس‌پرتی وجود خواهد داشت. به این ترتیب ما در عمل کیفیت مناسبی از خود در زمینه کاری نشان نخواهیم داد.

شاید شلوغی میز کار علت بسیار ساده‌ای در زمینه کاهش تمرکز کارمندان محسوب شود. بسیاری از برندها با چنین بهانه‌هایی از کاهش ابزارهای موجود بر روی میز شانه خالی می‌کنند. نکته مهم در این میان اهمیت نکات کوچک در ساماندهی دفتر کار و بالطبع مدیریت بهینه کسب و کار است. تفاوت برندهای بزرگ و کوچک همیشه در نحوه نگاه به مسائل مختلف نهفته است. اگر ما دقت کافی به فرآیندها و نکات کوچک نداشته باشیم، هرگز به جایگاه برندهای بزرگ نخواهیم رسید.

۷.توسعه سیستم کاغذی

امروزه در دفترهای کاری به مانند گذشته کاغذ استفاده نمی‌شود. شاید تا همین دو دهه پیش بخش قابل توجهی از هزینه‌های جاری برندها معطوف به تهیه کاغذ بود. اکنون استفاده از رایانه‌ها و سیستم‌های ارتباطی میان بخش‌های مختلف شرکت توسعه بسیار زیادی پیدا کرده است بنابراین دیگر نیازی به استفاده زیاد از کاغذ وجود ندارد. نکته مهم در این میان استمرار استفاده از کاغذ از سوی برخی برندهاست. این امر علاوه بر افزایش هزینه‌ها موجب بی‌نظمی بسیار زیادی در دفتر کار نیز خواهد شد. مشاهده برگه‌های مختلف بر روی میز کاری موجب نگرانی و حتی خستگی بیش از حد کارمندان خواهد شد بنابراین ما باید برنامه مشخصی برای کاهش میزان استفاده از کاغذ در محیط کار داشته باشیم. در غیر این صورت به سرعت بودجه برندمان کاهش خواهد یافت. همچنین از نقطه نظر نظم‌دهی به دفتر کار نیز مشاهده حجم وسیعی از کاغذ دردسرساز خواهد بود.

۸ اختصاص ۵ دقیقه پایان روز به مرتب‌سازی میز

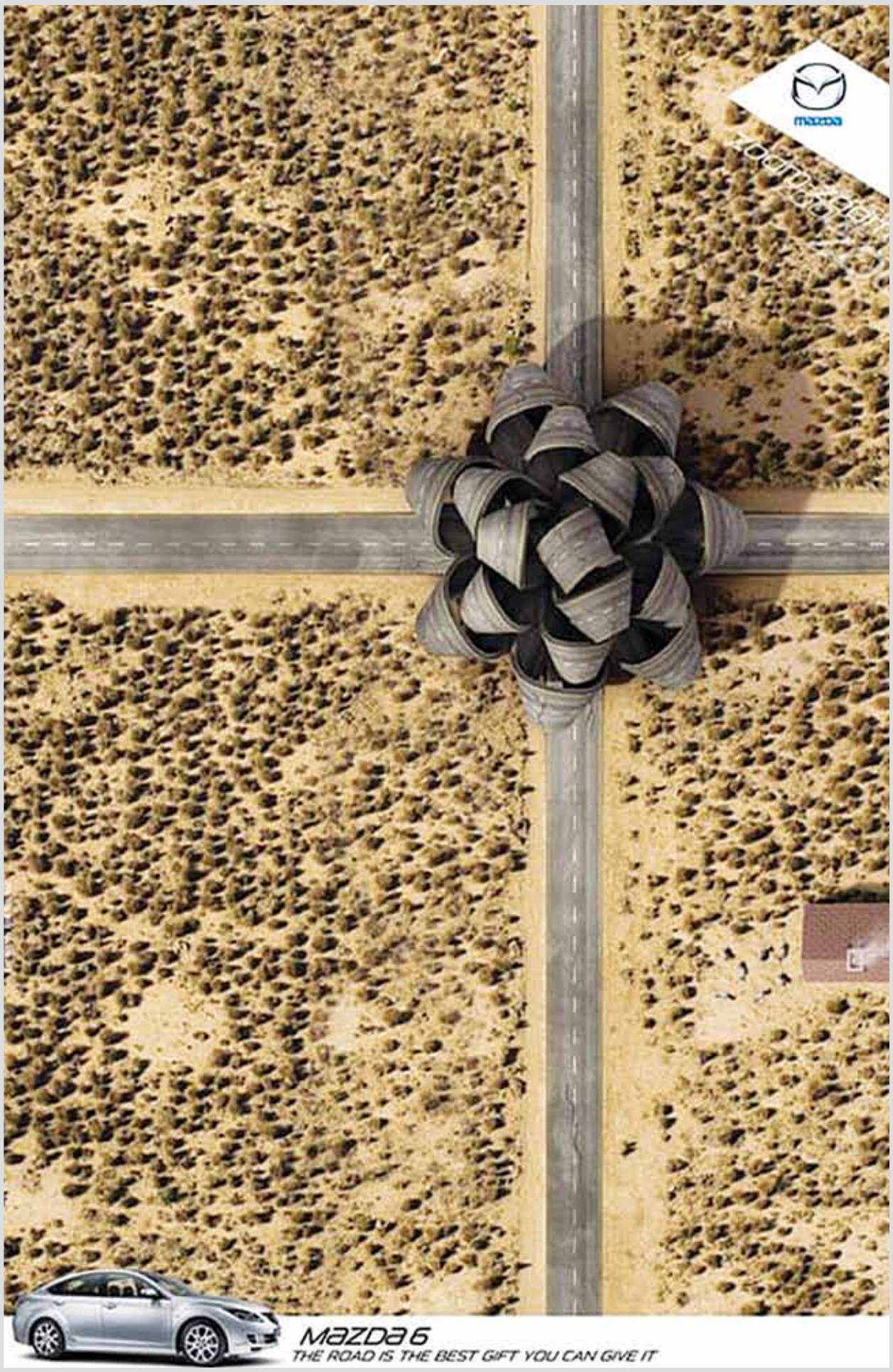
مدیریت بهینه دفتر کار بدون همکاری کارمندان امکان‌ناپذیر است. ما باید برنامه مشخصی برای جلب همکاری کارمندان در راستای نظم‌بخشی به دفتر کار داشته باشیم. اختصاص پنج دقیقه پایانی هر روز به منظم ساختن میز کار از سوی هر کارمند بهترین گزینه برای کاهش دردسرهای مدیریت دفتر کار خواهد بود. به این ترتیب هر کارمند با اختصاص زمانی کوتاه به مدیریت میزش نیاز به فردی دیگر برای مرتب‌سازی تمام میزها را از بین می‌برد. مزیت اصلی منظم ساختن میز کار از سوی هر کارمند امکان شخصی‌سازی آن است. بدون تردید هر کارمند به طور ویژه‌ای از میز و کشوهای آن استفاده می‌کند بنابراین تمیز کردن هر میز از سوی همان کارمند به شخصی‌سازی هرچه بهتر فضای میز کمک خواهد کرد.

۹.اهمیت توجه به رایانه‌ها

استفاده از رایانه در محیط کار امری عادی است. برخی از کارآفرینان از لپ‌تاپ برای سهولت جا به جایی در دفتر کار یا دیگر مکان‌ها استفاده می‌کنند. نکته مهم در این میان قرار دادن رایانه‌ها یا لپ‌تاپ‌ها در محلی مشخص در پایان روز است. این امر نظم خاصی به دفتر خواهد داد. در غیر این صورت ما باید همیشه به دنبال یافتن رایانه یا تجهیزات جانبی آن در بخش‌های مختلف دفتر باشیم.

منبع: noobpreneur.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
| چهارشنبه | ۷ اسفند ۱۳۹۸ | شماره ۱۵۰۲ | 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



چگونه خلاقیت بیشتری را در کار خود داشته باشیم

به قلم: کایلی کراکو کارآفرین
مترجم:امیر آل‌علی

خلاقیت برگ برنده موفقیت در کار محسوب شده و لازم است تا برای افزایش سطح آن، اقداماتی را انجام دهیم، با این حال بسیاری از افراد در این زمینه اقداماتی مخرب و یا بدون تاثیری انجام می‌دهند که عدم آگاهی کافی در این زمینه را به اثبات می‌رساند. فراموش نکنید که اگر تلاش-های شما با نتیجه لازم همراه نباشد، ممکن است روحیه خود را از دست بدهید. به همین خاطر ضروری است تا هزینه فرصت خود را تنها صرف اقدامات مفید کرده و رسیدن به خلاقیت را خواسته-ای بسیار بزرگ تلقی نکنید. در همین راستا به بررسی هفت راهکار بسیار ساده و در عین حال کارآمد خواهیم پرداخت.

۱-کنجکاو باشید

خلاق‌ترین افراد، کنجکاوترین آنها هستند. این امر که دقت عمل بالایی را نسبت به همه چیز داشته باشید و به دنبال پیداکردن دلایل بروید، به خوبی خلاقیت شما را تقویت خواهد کرد. فراموش نکنید که تمامی خلاقیت‌ها و نوآوری‌های تاریخ، از دل یک کنجکاوی بیرون آمده است.

۲-نسبت به هیچ‌چیز اطمینان نداشته باشید

این موضوع باعث خواهد شد تا همواره با تردید به مسائل مختلف نگریسته و توجه بیشتری را کنید. درواقع هنگامی که در دنیای قطعیت به سر می‌برید، هیچ‌گاه به دنبال موردی جدید و خلق یک خلاقیت نخواهید بود. همچنین عدم خو گرفتن با شرایط، به شما کمک خواهد کرد تا به صورت کاملا مصمم به دنبال راه حل باشید.

۳-قوانین را کنار بگذارید

انجام کارها به یک شیوه مشخص، باعث می‌شود تا نتایجی مشابه را نیز به دست آورید. با این حال اگر شما خواهان رسیدن به یک خلاقیت هستید، ضروری است تا در این رابطه تفاوت‌هایی را ایجاد کنید. این موضوع باعث خواهد شد تا در نهایت به خلاقیتی نتیجه‌بخش دست پیدا کنید. درواقع شما باید مرزی را میان یک کار متفاوت و یک خلاقیت ارزشمند قائل شوید و هر اقدام متفاوتی را در این دسته قرار ندهید.

۴-متفاوت باشید

برای خلق یک اتفاق متفاوت، شما باید خودتان نیز انسانی متفاوت باشید. به همین خاطر تلاش کنید تا تفاوت‌هایی را با شیوه رایج زندگی افراد داشته باشید. در این رابطه فراموش نکنید که انتخاب‌های شما باید شامل موارد مثبت باشد. در غیر این صورت با نتیجه‌ای بسیار بد مواجه خواهید شد. در نهایت فراموش نکنید که برای خلق یک خلاقیت، حتما نیاز به انجام کاری بیش از حد بزرگ نبوده و با تغییرات کوچک نیز می‌توان تاثیر خوبی را بر روی مخاطبین به همراه داشت. همچنین مشاهده مداوم انواع خلاقیت‌های ارائه‌شده از سوی سایر افراد، می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی برای شما باشد. همچنین می‌توانید روش‌های آنها را تقلید کنید.

۵-محیط خود را عوض کنید

این امر که در فضاهای جدیدی حضور داشته باشید، ذهن شما را آزاد خواهد کرد. خلاقیت درست برعکس رکود بوده و حتی اگر در حال حرکت باشید، عملکرد مغز شما به مراتب بهتر خواهد شد. به همین خاطر نیز امروزه از ابزارهایی نظیر میزهای تردمیلی برای بهبود عملکرد کارمندان استفاده می‌شود. همچنین این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که خلاقیت ممکن است در هر لحظه‌ای به ذهن شما خطور کند. به همین خاطر خود را محدود به زمان و مکانی مشخص نکنید. درواقع بسیاری از مدیران، سفرهایی را ترتیب می‌دهند تا ذهن خود را آزاد کرده و بهتر فکر کنند.

۶-به خودتان زمان و فرصت کافی بدهید

حتی اگر به خلاقیت‌های اولیه خوش‌فکرترین کارآفرینان حال حاضر جهان نیز نگاهی بیندازید، بدون شک متوجه سطح پایین آنها خواهید شد. درواقع رسیدن به این مهارت ابدا یک شبه نبوده و لازم است تا تمرین زیادی را داشته باشید. به همین خاطر ضروری است تا زمان و فرصت کافی به خودتان داده و نظرات منفی دیگران را مورد توجه قرار ندهید. در نهایت مشورت گرفتن از افراد توانا، به شما کمک می‌کند تا سریعا متوجه بسیاری از اشتباهات خود شده و به سطحی بالاتر دست پیدا کنید.

۷-ایده‌های موفق را مورد بررسی قرار دهید

تحلیل و بررسی ایده‌های موفق به شما کمک خواهد کرد تا به نقاط قوت و ضعف آنها پی برده و ذهنی آماده‌تر داشته باشید. در نهایت فراموش نکنید که نباید به خودتان بیش از حد سخت بگیرید. درواقع این امر طبیعی است که حتی بیش از نیمی از ایده‌های شما با نتیجه لازم همراه نباشد.

منبع: business۲community.com