روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۱۶ اردیبهشت
۱۳۹۹

Tue.5 May 2020
۱۱ رمضان ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۳۷-۱۶صفحه-۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

چراغ سبز مجلس برای حذف ۴ صفر از پول ملی

«تومان» واحد پولی ایران می‌شود

فرصت امروز: نمایندگان مجلس سرانجام پس از کش و قوس‌های شش ماهه به دولت اجازه دادند که در دوره گذار حداکثر سه ساله، چهار صفر از پول ملی...

۴

یادداشت

حذف ۴ صفر از پول ملی نمایشی و مخرب

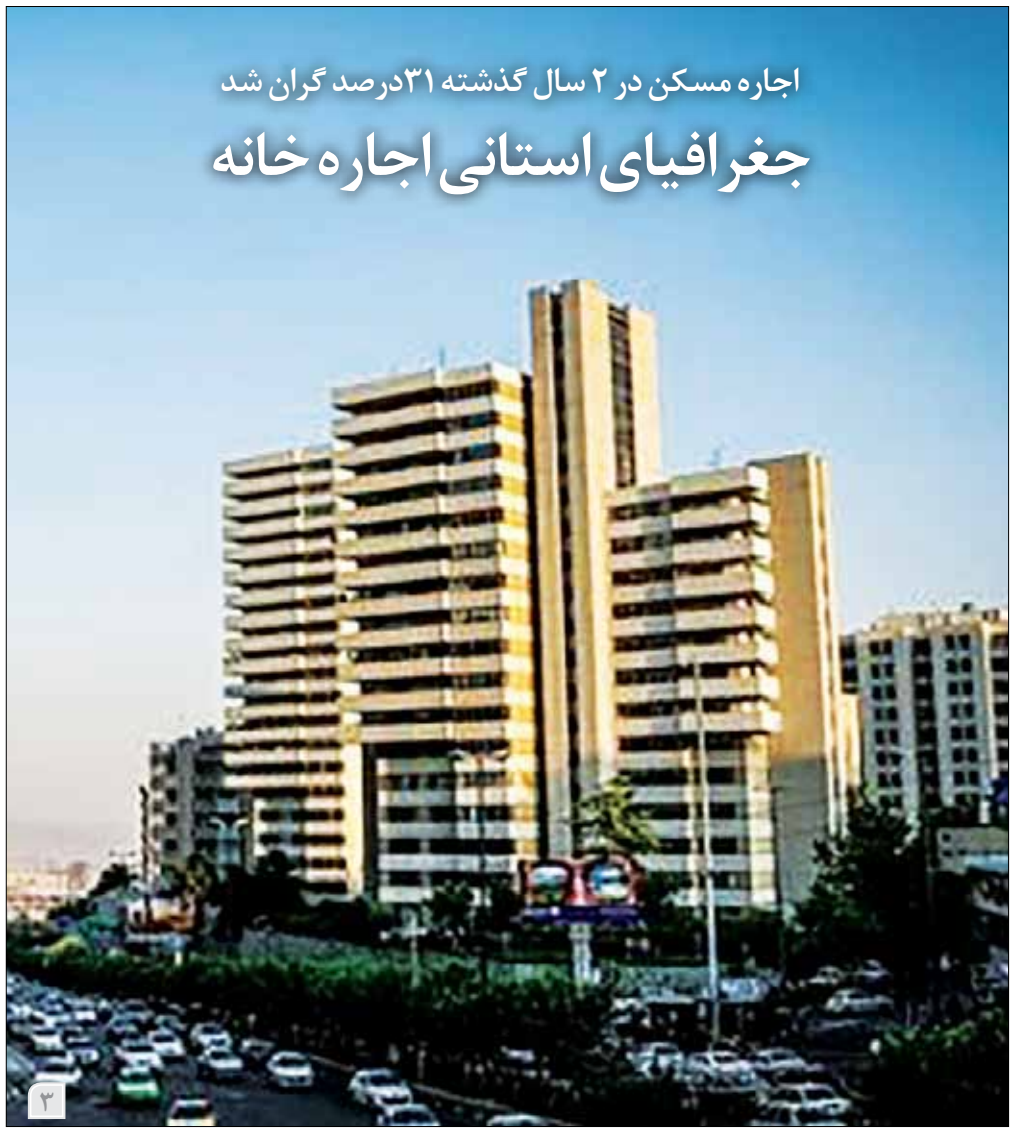
حسین سلاح‌ورزی
نایب رئیس اتاق ایران

گفت‌وگو و کار در مورد حذف چهار صفر از پول ملی در شرایط حاضر چیزی شبیه تجویز جراحی زیبایی برای بیمار مبتلا به سرطان است. دوستان صحبت از کاهش هزینه‌های حسابداری بر اثر این تغییر می‌کنند که در میان‌مدت حرف صحیحی است. البته در کوتاه‌مدت این اقدام، با توجه به لزوم اصلاح ارقام آمارها و صورت‌های مالی سال‌های گذشته، برای مقایسه‌پذیر شدن، هزینه‌زاست و شانس خطا هم در دوران تغییر، در محاسبات مالی بالا می‌رود، اما به طورکلی در مقیاس ناکارآمدی‌های نظام اقتصادی ایران، این اعداد و ارقام خنده‌آور است. در ایران، دولت تقریباً هم اندازه تولید ناخالص داخلی نومینال، سوبسید پیدا و پنهان توزیع می‌کند و این سوبسید در برخی حوزه‌ها همچون آب و انرژی، علاوه بر ایجاد ناکارآمدی اقتصادی شدید، اثرات مهمی بر ناپایدارکردن زیست‌بوم ایران دارد که بهای آن را نسل‌های بعدی به سختی خواهند ...

۴

اجاره مسکن در ۲ سال گذشته ۳۱درصد گران شد

جغرافیای استانی اجاره خانه



۳

بیشترین سودآوری در ۴۵ روز نخست امسال از آن بورس بوده است

بازدهی بازارهای مالی در نیمه بهار

آنطور که از روند تغییر قیمت‌ها در بازارهای طلا، سکه، دلار و بورس برمی‌آید، بیشترین سودآوری در میان بازارهای مالی از آن بورس بوده است و بازار سرمایه توانسته در مدت یک ماه و نیمی که از فصل بهار می‌گذرد، بیشترین سودآوری را برای سرمایه‌گذارانش به ارمغان بیاورد. به گزارش خبرآنلاین، هر چقدر از سال ۹۹ می‌گذرد، عددهایی که بازدهی بازارهای مالی را نشان می‌دهند، بیشتر نمایانگر آن است که امسال سال بازار سرمایه است. اگرچه در سال ۹۸ نیز بیشترین سودآوری در میان بازارهای مالی به بازار سرمایه اختصاص داشت و سود خوبی برای سرمایه‌گذاران خود به همراه آورد، اما در بهار سال جدید، بورس تهران تقریبا دو برابر جهش پیدا کرده است؛ اتفاقی که هیچ‌یک از بازارها در ۴۵ روز نخست سال ۹۹ تجربه نکرده‌اند. سرمایه‌گذاران کدام...

۳

چرا واگذاری سهام شرکت‌های دولتی، چالش جدیدی برای خصوصی‌سازی است؟

مشکلات واگذاری به روش ETF

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- تاریک‌روشنای اقتصاددانش‌بنیان
- رستوران‌داری در دوران کرونا
- چالش بهبود سلامت در محیط‌های کاری
- توسعه کسب و کارهای کوچک در ۶ گام
- چالش طراحی متن در بازاریابی ویدئویی
- کرونا و تغییر فعالیت آژانس‌های بازاریابی

۸ تا ۱۶

وارن بافت آموزش چند ساعته تیم کوک را سپری کرد

«بلومبرگ بیزنس‌ویک» پاسخ داد

با شیوع کرونا چطور می‌توان مانع ورشکستگی کسب‌وکارها شد؟

«بلومبرگ بیزنس‌ویک» در گزارش تازه خود به این مسئله پرداخته است که چگونه می‌توان در مقابله با ویروس کرونا، مانع ورشکستگی کسب‌وکارها شد؟ این نشریه معتقد است که سیاست‌های اتخاذشده از سوی رهبران دنیا برای جلوگیری از شیوع کرونا بعضاً بر توقف ناگهانی فعالیت‌های اقتصادی متمرکز شده و می‌تواند کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را ورشکسته کند. از همین رو، «بلومبرگ بیزنس‌ویک» به بررسی راهکارهای جلوگیری از ورشکستگی کسب‌وکارها در دوره شیوع کرونا پرداخته و اینکه چطور می‌توان هم جلوی گسترش کرونا را گرفت و هم مانع ورشکستگی کسب‌وکارها شد. در این گزارش که آن را مرکز پژوهش‌های اتاق ایران ترجمه کرده است، می‌خوانیم:

«در دوران مبارزه با ویروس کرونا تجارت دچار وقفه شده است. در اینجا راه‌هایی برای کمک به شرکت‌ها برای بقا در دوران اپیدمی ارائه می‌شود. ما در اقتصاد سوگند بقراط نداریم که بگوید: «نخست از آسیب زدن پرهیز کنید.» اگر چنین سوگندنامه‌ای وجود داشت، باید گفت رهبران دنیا در حال زیر پا گذاشتن آن به شکلی جدی هستند. آنها با هدف مقدس نجات جان انسان‌ها به طور عمد در حال نیمه‌جان کردن اقتصاد جهانی هستند.

برنامه از این قرار است که فعالیت اقتصادی را برای چند هفته یا چند ماه به حالت حیات تعلیق درآورند تا از بدترین وضعیت شیوع کووید ۱۹ عبور کرده و سپس بیمار (اقتصاد جهانی) را دوباره احیا کنند. آیا این کار ضروری است؟ احتمالاً بله. خطرناک است؟ بدون تردید بله.

از آنجا که چنین کاری با این وسعت تاکنون صورت نگرفته است، ازاین‌رو ریش‌سفیدی هم وجود ندارد که ما را در این راه راهنمایی کند؛ بنابراین، قرار است همان‌طور که پیش می‌رویم برنامه‌ریزی کنیم و در مواجهه با واقعیات جدید با آزمون‌وخطا برنامه را اصلاح کنیم. چنانکه دکترها مات و مبهوت باید انتخاب کنند کدام بیمارها باید نجات داده شوند و کدام‌یک باید رها شوند، ما نیز باید درخصوص اینکه کدام بخش‌ها، کدام شرکت‌ها و کدام کارگران برای نجات اولویت یا شایستگی دارند، تصمیم بگیریم.

و نهایتاً ناگزیر خواهیم بود بین نجات جان انسان‌ها و نجات معیشت افراد، دست به انتخابی دردناک بزنیم. هرچه افراد بیشتری از طریق ایجاد محدودیت‌های سفت‌وسخت از شر ویروس کرونا نجات داده شوند، به همان نسبت معیشت‌های بیشتری آسیب می‌بینند که در برخی موارد این آسیب قابل‌ترمیم نخواهد بود. دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا در تاریخ ۲۴ مارس امسال گفت که تمایل دارد اقتصاد ایالات متحده «باز بماند و آماده برای شروع دوباره از عید پاک باشد» که مصادف با ۱۲ آوریل است. به‌هرحال، هرچه ما در مورد قرنطینه کردن و فاصله‌گذاری اجتماعی آسان‌تر بگیریم تا اقتصاد بتواند نفس بکشد، نفس بیماران بیشتری توسط این بیماری ترسناک گرفته خواهد شد. مارتین آیخنباوم از دانشگاه نورث وسترن و برخی دیگر از صاحب‌نظران در مقاله کاری جدیدی حساب کرده‌اند که در مقایسه با دست روی دست گذاشتن کامل، ایالات متحده می‌تواند از طریق اقدامات محدودکننده جدی، جان ۵۰۰ هزار نفر را نجات دهد، اما این کار به قیمت از دست رفتن ۱۰درصد بازده اقتصادی این کشور در سال ۲۰۲۰ تمام خواهد شد. تردیدی نیست که این مسئله چندان خوشایند نخواهد بود.

در اینجا سیاست‌گذارانی که به نمایندگی از ما تصمیم می‌گیرند، باید یک اصل را مدنظر قرار دهند: اگر شما ناگزیر باید به اقتصاد آسیب وارد کنید، لطفاً طوری باشد که قابلیت برگشت‌پذیری داشته باشد. آسیب وارد کنید، اما آن را نکشید. آن را خم کنید، اما نشکنید.

توقف ناگهانی می‌تواند صدها هزار کسب‌وکار کوچک و متوسط را از میدان به در کند؛ یعنی ورشکستگی. برخی به‌سرعت دوباره کمر راست خواهند کرد که خیلی خوب است اما در بسیاری از موارد، این مشکل همیشگی خواهد بود. گروه‌هایی با عملکرد بالا که سال‌ها طول کشیده تا شکل بگیرند، از هم خواهند پاشید. اشتراک مساعی‌ها از بین خواهد رفت. کارگرانی که در جایی خاص کار کرده و جا افتاده‌اند، به دردسر خواهند افتاد و در جست‌وجوی کار، در مواجهه با کارفرمایانی که نمی‌دانند آنها چه کسی هستند و چه کاری از دست‌شان برمی‌آید، با مشکل روبه‌رو خواهند شد.

جوزف استیگلیتز، اقتصاددان برنده جایزه نوبل در نشست انجمن اقتصاد بین‌الملل در کنار بحرالمیت اردن که در سال ۲۰۱۴ برگزار شد، در سخنرانی خود گفت: «بخش اعظم اطلاعات در جامعه ما در درون شرکت‌ها ادغام شده است. ورشکستگی یک شرکت منجر به از دست رفتن سرمایه سازمانی و اطلاعاتی با هم خواهد شد، این یعنی شوکی منفی برای اقتصاد.»

البته پاسخ این است: شرکت‌ها را تا حد امکان به حال خود بگذارید. اگر شرکت‌ها و بنگاه‌هایی که کالا تولید و خریدوفروش می‌کنند، آماده‌به‌کار باشند، راه‌اندازی دوباره اقتصاد پس از فروکش کردن شیوع ویروس کووید ۱۹ آسان‌تر خواهد بود. این مسئله نشانه‌ای از حسن نیت هم به حساب می‌آید: اقتصاددان دیوید لووی که خود رئیس یک کسب‌وکار خانوادگی به نام «مرکز پیش‌بینی جروم لوی» در مونت کیسکو نیویورک است، در ایمیلی با عنوان «رؤیاها نابود شدند، فرصت‌ها از دست رفتند، زندگی‌ها نابود شدند»، می‌نویسد: «رها کردن یک کسب‌وکار در راه سقوط به‌ویژه کسب‌وکاری که طی سالیان دراز شکل گرفته و سابقه‌ای طولانی دارد، به صاحبان این کسب‌وکارها و خانواده‌های ایشان که همیشه درگیر ماجرا هستند، ضربه‌ای ویرانگر وارد می‌کند.»

با این حساب چه باید کرد؟ یک راهکار خوب برای سر پا نگه داشتن شرکت‌ها، کورتزآربایت آلمانی یا همان ساعت کاری کم است. در این روش دولت برای حقوق کارکنان و کارگرانی که در غیر این صورت از کار بیکار می‌شدند، یارانه می‌دهد. مارکوس برونرمایر اقتصاددان آلمانی‌الاصل از دانشگاه پرینستون می‌گوید: «کورتزآربایت به آلمان کمک کرد سریع‌تر از سایر کشورهای اروپایی از بحران مالی فرار کند.» چند کشور در حوزه اسکاندیناوی از این رویه آلمان تبعیت کرده‌اند و بریتانیا هم در تاریخ ۲۰ مارس برنامه مشابهی را اعلام کرد.

راه‌حل جایگزین دیگر نیز وام دادن بی‌قیدوشرط و ارزان به کسب‌وکارها تا زمانی است که ویروس کرونا از بین برود. وقتی پای شرکت‌های بزرگ در میان باشد، فدرال رزرو برای تأمین مالی اوراق تجاری، کاملاً آمادگی دارد و در تاریخ ۲۳ مارس اعلام کرد که این صندوق حتی مستقیماً اقدام به خرید اوراق قرضه شرکتی خواهد کرد که این اقدام خود انحرافی بزرگ برای بانک مرکزی به‌حساب می‌آید (جورج روزناک، یکی از مدیران راهبرد درآمد ثابت در مؤسسه سرمایه‌گذاری ولز فارگو در تلویزیون بلومبرگ دراین‌باره می‌گوید: «به‌به، فقط به‌به»).

کمک‌رسانی به شرکت‌های کوچک‌تر که برای تأمین پول به‌جای بازار به بانک‌ها متکی هستند، مشکل دشوارتری است. لایحه ۲ تریلیون دلاری که در تاریخ ۲۵ مارس برای تصویب به کنگره ارائه شد، دربرگیرنده ۲۵۰ میلیارد دلار برای وام دادن به کسب‌وکارهای مزبور از طریق بانک‌هایی است که با اداره کسب‌وکارهای کوچک سر و کار دارند. ایده دیگر برونرمایر این است که فدرال رزرو برای بانک‌ها جهت هدایت وام‌ها به بنگاه‌های کوچک و متوسط نرخ سود منفی تعیین کند، یعنی از روزنه تنزیل به آنها پرداخت کند.

در یک رکود معمولی، تشویق بانک‌ها به «همیشه سبز» کردن وام‌های خود (دادن پول جدید به وام‌گیرندگان تا بتوانند سود وام‌های قدیمی خود را بپردازند) اشتباهی قابل‌توجه خواهد بود. این کار تضییع سرمایه‌ای ارزشمند برای زنده نگاه داشتن مشتی زامبی محسوب می‌شود، سرمایه‌ای که باید در جهت سرمایه‌گذاری اشتغال‌زا به کار گرفته شود. ولی شرایط امروز یک رکود عادی نیست. شرکت‌هایی که به کمک نیاز دارند، زامبی نیستند. سرپا نگه داشتن آنها نه‌تنها اشتباه و گناه نیست، بلکه یک ضرورت است. برونرمایر می‌گوید: «این تغییری ۱۸۰ درجه‌ای در ساختار ذهنی مردم است.»

استیگلیتز، برنده جایزه نوبل که در دانشگاه کلمبیا تدریس می‌کند، از یک فصل ۱۱ فوق‌العاده دفاع می‌کند که مانع از ورشکستگی گسترده می‌شود. او در مقاله‌ای در سال ۲۰۱۰ به همراه مارکوس میلر از دانشگاه وارویک می‌نویسد که نظام‌نامه ورشکستگی «ضرورتاً برای حوادث ویژه‌ای است که طی آنها می‌توان دارایی‌ها را به قیمت‌های بازاری فروخت» که طبیعتاً در بحرانی که در آن هیچ‌کس تمایلی برای گرفتن چاقوی در حال سقوط ندارد، صدق نمی‌کند. آنها درباره فصل ۱۱ فوق‌العاده می‌نویسند که یک مؤسسه تحت حمایت دولت «کسب‌وکارهای مشکل‌دار را در هم ادغام خواهد کرد و هم‌زمان تصمیم می‌گیرد (و این کلید حل معما است) که چگونه در یک رویه مشترک راجع به همه آنها تصمیم گرفته خواهد شد.» به عنوان مثال این رویه مشترک می‌تواند شامل پرداخت بدهی از طریق واگذاری سهام باشد.

دبورا لوکاس از مؤسسه فناوری ماساچوست (ام آی تی) بیشتر عمر کاری خود را صرف مطالعه و تحقیق درخصوص دولت فدرال به‌عنوان یک مؤسسه مالی کرده است. او اقتصاددان برتر در اداره بودجه کنگره بوده است و در حال حاضر مدیر مرکز گالوب برای تأمین مالی و سیاست‌گذاری در دانشکده مدیریت اسلوان دانشگاه ام آی تی است. لوکاس می‌گوید: «شما خواهان این نیستید که شرکت‌ها و مؤسسات فعال و پررونق را نابود کنید و در موقعیت کنونی همین بزرگ‌ترین ریسک است و ارزش آن را دارد که برای پرهیز از چنین کاری هزینه زیادی پرداخت کرد.»

او معتقد است که شرکت‌ها نباید به طور مستقیم در قالب هدیه کمک مالی دریافت کنند، چراکه هر شرکتی پول نقدی که پیشنهاد شده است را خواهد گرفت، حتی درصورتی‌که مدیران بدانند که موقعیت‌شان ناپایدار است. در این شرایط وام بهتر است. مدیران معمولاً وامی که می‌دانند توانایی پس دادنش را ندارند، نمی‌گیرند، چراکه یک عدم پرداخت می‌تواند در دادگاه ورشکستگی آنها را حسابی به دردسر بیندازد. لوکاس با اتکا به تجربه خود در بحران مالی بزرگ معتقد است که شرط گذاشتن برای وام‌ها، مثل الزام به حفظ کارگران بر سر کارشان، اشتباه است. او پیش‌بینی می‌کند که بسیاری از مدیران ترجیح می‌دهند بی‌خیال پول موردنظر شوند تا اینکه دست و پای خود را ببندند

کمک‌های مالی دولتی چندان محبوب نیستند. هنگامی‌که در مقاله‌ای پیش‌تر به این موضوع پرداختیم، در توییتر با واکنش‌هایی روبه‌رو شدیم مثل «یک پخش پول ورشکسته به لحاظ اخلاقی در میان طبقه سرمایه‌دار.» چپی‌ها خواهان کمک به کارگران هستند و نه سرمایه‌داران و یک بخشی از راست لیبرال شامل بسیاری از اقتصاددانان می‌گویند که بازار آزاد در به‌کارگیری مجدد منابع (یعنی کارگران، ماشین‌ها، پتنت‌ها، مارک‌های تجاری و ...) با سریع‌ترین و بالاترین ظرفیت در زمانی که یک شرکت سقوط می‌کند، عملکرد خوبی دارد. جفری میرون اقتصاددانی از دانشگاه هاروارد در مجله طرفدار آزادی کاتو در سال ۲۰۰۹ می‌نویسد: در بحران مالی بزرگ، «سیاست‌گذاران ایالات‌متحده باید به جای کمک مالی به بانک‌ها به آنها اجازه می‌دادند روند استاندارد ورشکستگی را طی کنند.»

افراد هم به کمک نیاز دارند. افزایش دادن عواید بیکاری و تمدید دوره زمانی آن یک امر مسلم است. شکیبایی در برابر بازپرداخت بدهی‌ها هم اقدام مناسبی است. روی هم رفته این تنها شرکت‌ها نیستند که باید از در هم شکستن آنها جلوگیری کرد، بلکه باید به معاش خانوارها هم توجه نمود. در این میان، فرآیند نجات شرکت‌ها می‌تواند به شکل وحشتناکی دچار انحراف شود. بن هانت، یکی از بنیان‌گذاران و از مدیران ارشد سرمایه‌گذاری در شرکای بنیاد دوم حساب می‌کند که بازخرید سهام شرکت در چهار تا از بزرگ‌ترین خطوط هوایی، از جریان آزاد پول نقد آنها بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹ بیشتر است، که این مسئله به ثروتمندشدن مدیران عامل و سهامداران انجامید اما درعین‌حال موجب شد شرکت‌های مزبور هیچ‌گونه آمادگی برای رویارویی با یک بحران را نداشته باشند. هانت در تاریخ ۱۹ مارس بر روی وب‌سایت خود، اپسیلون تئوری، می‌نویسد: «راکون‌ها و جامعه‌ستیزها با تمام قوا در این حوزه حضور دارند و به دنبال عمومی کردن زیان‌های خصوصی خود هستند و منافع شخصی‌شان کاملاً پوشیده و محفوظ می‌ماند.»

منطقی است که برای کمک به شرکت‌ها شرط و شروطی گذاشته شود، همان‌طور که لایحه جدید این کار را می‌کند. هانت برای فوق‌العاده مدیریت مدیران عامل سقف قاطعی تعیین می‌کند، اعضای هیأت مدیره را اخراج و جایگزین می‌کند؛ از شرکت‌ها می‌خواهد که با فروش سهام خود حتی به قیمت‌های نامطلوب امروزی، پول تهیه کنند و تا زمانی که بازپرداخت وام‌های دولتی به اتمام نرسیده است، بازخرید سهام خود و پرداخت سود سهام را ممنوع می‌کند. مشارکت در تملک شرکت‌ها در ازای کمک اضطراری (چنان‌که وزیر خزانه‌داری استیون منوچین با درایت درخواست کرده است) به قیمت کمی نزدیک‌تر کردن ایالات‌متحده به سوسیالیسم برنی سندرز، به مالیات‌دهندگان مقداری دست بالا را می‌دهد. همچنین منطقی است که برای نجات از میان صنایع دست به انتخاب بزنیم. خطوط هوایی ممکن است زیرساختی حیاتی باشند اما کازینوها و خطوط کشتیرانی تفریحی از زیرساخت‌های حیاتی به‌حساب نمی‌آیند.

در راستای پایبندی به فلسفه خم کن و نشکن، کمک‌ها باید روی آسیب‌پذیرترین گونه از شرکت‌ها متمرکز شوند که بار چندانی به دارایی‌های فیزیکی تحمیل نمی‌کنند. وقتی کارکنان شرکت‌های با دارایی سبک پراکنده شوند، ارزشی ناچیز برای شرکت باقی می‌ماند یا اصلاً ارزشی برایش نمی‌ماند. کسب‌وکارهای کوچکی که تقریباً نیمی از نیروی کار ایالات‌متحده را در استخدام خود دارند، احتمالاً بیشتر از شرکت‌های بزرگ از نوع دارایی سبک هستند. شرکت‌های برخوردار از دارایی‌های فیزیکی ارزشمند می‌توانند به‌راحتی به کار برگردند. شکست یک تولیدکننده نفت شیل به هیدروکربن‌هایی که هنوز استخراج نشده‌اند آسیبی نمی‌زند. خطوط کشتیرانی تفریحی هنوز کشتی‌های خود را دارند، خطوط هواپیمایی هواپیماهای خود را دارند و کازینوها هنوز سالن‌های قمار خود را دارند که با پایان یافتن تهدید ویروس کرونا به‌سرعت می‌توانند کار خود را از سر بگیرند.

نقش سیاست در تصمیم‌گیری درخصوص کمک‌های مالی باید تا حد ممکن کمرنگ باشد. البته گفتن این حرف ساده و عمل کردن به آن دشوار است. برایان دیز، استیون شافران و دَن جستر که برنامه‌ها را طراحی کرده‌اند در فصلی از کتاب «اولین واکنشگران» که توسط کسانی که بحران مالی را تجربه کرده‌اند نوشته و ویراستاری شده است، نوشته‌اند: در سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹ هنگامی‌که دولت‌های بوش و اوباما در تلاش بودند کمپانی جنرال موتورز و شرکت مسئولیت محدود کرایسلر را نجات دهند، «ما سعی می‌کردیم تلاش‌های افراد ذی‌نفع در همه جوانب امر برای دخالت در تصمیمات خرد درخصوص اینکه کدام بنگاه باید بسته شود یا کدام کارخانه تعطیل شود را خنثی کنیم.» لابی‌کننده‌ها بار دیگر دست به‌کار شده و به نمایندگی همگان از دامداران تا صاحبان سالن‌های تئاتر تا کارخانجات تولید پوشاک ورزشی مشغول فعالیت شده‌اند. دولت ترامپ نیز پذیرفت که بررسی کمک مالی برای حمایت از شرکت‌ها به‌صورت مستقل انجام شود.

کمک‌های مالی دولت به شرکت‌ها و کمک به افراد به شکل عجیبی گران خواهد بود. فرصت خوبی است که افراد بیشتری از برنامه تشویقی مورد بحث در ساختمان کنگره در تاریخ ۲۴ مارس تبعیت کنند. البته این بدان خاطر است که تاکنون نیاز برای گرویدن به چنین برنامه‌ای بیشتر از این نبوده است. دستور دولت برای تعطیل کردن اقتصاد را به‌منزله سکته قلبی (یا اگر بخواهیم از استعاره امروزی‌تر استفاده کنیم) سندروم حاد تنفسی اقتصاد در نظر بگیرید. درمان چنین بیماری برای موفقیت باید تهاجمی باشد و اقدامات نیمه‌کاره و اقتصادی کردن این روند را قطع نمی‌کند.

هر کاری که لازم است انجام شود باید به‌سرعت صورت پذیرد. بیکاری‌ها از همین حالا هم شروع شده است. هرچه کسب‌وکارها بیشتر آسیب ببینند، سرپا شدن دوباره آنها دشوارتر خواهد بود. چنان‌که بیانیه ۲۴ مارس ترامپ نشان می‌دهد، فشار سیاسی برای تداوم فعالیت اقتصادی نرمال روزبه‌روز افزایش پیدا می‌کند. مطمئن‌ترین راه برای حفظ حمایت از محدودیت‌هایی که از عموم مردم در برابر کووید ۱۹ محافظت می‌کند، تخفیف خسارتی است که این محدودیت‌ها به اقتصاد وارد می‌کنند.»

نگاه

پیش‌بینی مجمع جهانی اقتصاد از دهه آینده

خشم زمین علیه اقتصاد جهانی

فرصت امروز: با اینکه نادانسته‌های ما درباره ویروس کرونا هنوز از میزان دانسته‌های ما بیشتر است، اما به نظر می‌رسد منشأ کروناویروس از بازار حیوانات شهر ووهان چین بوده است. اگرچه برخی از اظهارنظرهای سیاسی، منشأ ویروس کووید-۱۹ را آزمایشگاهی مخفی در شهر ووهان قلمداد می‌کنند، اما سازمان بهداشت جهانی رسما اعلام کرده که ویروس کرونا منشأ طبیعی دارد. امکان سرایت ویروس از حیوانات وحشی به انسان در حال حاضر قانع‌کننده‌ترین فرضیه‌ای است که در ارتباط با منشأ کرونا در دسترس ماست و این مهم به ما نشان می‌دهد دست درازی انسان به طبیعت و آنچه که به عنوان مثال در بازار مواد غذایی شهر ووهان رخ می‌داد، چه بهای سنگینی می‌تواند برای جامعه بشری به همراه داشته باشد بنابراین شیوع کرونا تلنگری برای تفکر در این مسئله است که آدمی با طبیعت چه کرده است؛ آنچه که می‌توان آن را «خشم زمین علیه اقتصاد جهانی» با شیوع کرونا تعبیر کرد.

در این راستا، پس از یک سال سیل و خشکسالی در نقاط مختلف جهان، در سالی که بخش بزرگی از جنگل‌های استرالیا و آمازون در آتش سوخت و در سالی که یک فعال نوجوان محیط‌زیست چهره برگزیده سال مجله «تایم» شد، شاید خیلی عجیب نباشد که مجمع جهانی اقتصاد برای اولین بار مشکلات محیط زیست را بزرگ‌ترین ریسک پیش روی اقتصاد دنیا در دهه پیش‌رو معرفی کند.

مجمع جهانی اقتصاد هر ژانویه در آستانه کنفرانس سالانه داووس سوئیس، گزارش مفصلی درباره ریسک‌های پیش‌روی اقتصاد جهان در سال و دهه آینده منتشر می‌کند. امسال برای اولین بار از سال ۲۰۰۶ (سال آغاز این پیش‌بینی‌ها) ریسک‌های مربوط به آب و هوا توانسته‌اند به مهم‌ترین و محتمل‌ترین ریسک‌های پیش روی اقتصاد جهانی طی دهه آینده تبدیل شوند.

ریسک‌های طبیعی؛ از قدرت تاثیر تا احتمال رخداد

این گزارش به صورت نظرسنجی از ۱۰۴۷ نفر از سیاستمداران، جامعه‌شناسان و فعالان اقتصادی تهیه شده و همگی آنها روی یک موضوع توافق دارند: گرم‌شدن زمین مهم‌ترین ریسک بلندمدتی است که جهان با آن روبه‌روست. این گزارش ریسک‌های بلندمدت را به دو بخش تقسیم کرده: ریسک‌هایی که احتمال‌شان بالاست و ریسک‌هایی که تاثیر بزرگی بر اقتصاد جهان می‌گذارند.

به گفته مجمع جهانی اقتصاد، پنج ریسکی که احتمال رخدادن‌شان بالاست، عبارتند از: آب و هوای غیرقابل پیش‌بینی، شدید و غیرفصلی؛ ناتوانی جهان در رسیدن به هدف کاهش تولید گازهای گلخانه‌ای؛ بلایای طبیعی؛ نابودی تنوع زیستی و بلایای محیط‌زیستی با منشأ انسانی. همچنین پنج ریسکی که قدرت تاثیر بالایی دارند، شامل ناتوانی جهان در رسیدن به هدف کاهش تولید گازهای گلخانه‌ای؛ سلاح‌های کشتار جمعی؛ نابودی تنوع زیستی؛ آب و هوای غیرقابل پیش‌بینی، شدید و غیرفصلی و بحران آب است.

طی سال ۲۰۱۹ جهان متوجه شد ضربه تغییرات آب و هوایی شدیدتر از چیزی بوده که تعداد زیادی از مردم پیش‌بینی کرده بودند و روند بدتر شدن اوضاع هم سریع‌تر از اکثر پیش‌بینی‌ها بوده است. تلاش‌های دولتی برای جلوگیری از انتشار بیشتر گازهای گلخانه‌ای و گرم‌تر شدن زمین در سال ۲۰۱۹ کاهش یافت و کشورهای بیشتری بی‌سر و صدا تعهدات خود را رها کردند. مجمع جهانی اقتصاد بزرگ‌ترین تهدید کوتاه‌مدت بر اقتصاد جهان را زیرساخت‌های شکننده اقتصاد کلان و نابرابری مالی عنوان کرده که احتمالا باعث رکود اقتصاد در سال ۲۰۲۰ می‌شوند. دیگر تهدید پیش روی اقتصاد جهان طی سال ۲۰۲۰ گسترش فضای دوقطبی سیاسی در جوامع مختلف خواهد بود. تنش‌های بازرگانی میان کشورها و دردسرهای ژئوپلیتیک هم به بی‌ثباتی اقتصادی اضافه خواهند کرد. طبق این پیش‌بینی انتظار می‌رود حملات سایبری در سال ۲۰۲۰ مداوم‌تر و ویرانگرتر بشوند و این هم به ضرر اقتصاد دنیا خواهد بود. حملات سایبری نیز قرار است زیرساخت‌های رقیب را هدف قرار دهند و این یعنی جنگ‌های دیجیتال وارد مرحله‌ای تازه می‌شوند.

در این گزارش همچنین به این نکته اشاره شده که چطور ریسک‌هایی که آرام آرام شکل گرفته‌اند حالا هم‌زمان با هم قدرتمند شده‌اند. اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۰ وارد رکود می‌شود و هم‌زمان در این سال وارد یکی از گرم‌ترین سال‌های دهه‌های اخیر می‌شویم. این دو را اضافه کنید به محیط ژئوپلیتیک بی‌ثبات دنیا تا ببینید که چطور جهان امسال با چالش‌هایی جدی روبه‌روست. طبق این گزارش «درست حالا که چالش‌های پیش روی ما نیازمند اقدام سریع جمعی است، شکاف میان جامعه جهانی در حال گسترش است. اگر منتظر بمانیم که این غبار ژئوپلیتیکی و تنش اقتصادی فروبنشیند و بعد دست به عمل بزنیم، به احتمال زیاد فرصتی حیاتی را از دست خواهیم داد» و ممکن است برای مقابله با گرم‌شدن واقعا دیر شود.

سال ۲۰۲۰ میلادی؛ سال نقطه‌عطف سایبری

در حال حاضر بیش از نیمی از جمعیت جهان آنلاین هستند و روزانه حدودا یک میلیون نفر به تعداد کاربران اینترنت اضافه می‌شود. دوسوم جمعیت زمین امروز صاحب یک دستگاه موبایل است. در سال ۲۰۲۰ حرکت انقلاب چهارم صنعتی به سمت دیجیتالیزه‌شدن صنایع و دسترسی مداوم به اینترنت ادامه خواهد یافت. اما همچنان که این تکنولوژی‌ها باعث پیشرفت‌هایی در حوزه‌های اقتصادی-اجتماعی می‌شوند، تعداد حملات سایبری بالاتر خواهد رفت و ریسک‌های ناشی از آن تقویت خواهد شد.

همچنین سال ۲۰۲۰ اولین سالی است که در بخش‌هایی از جهان اینترنت نسل پنجم به راه خواهد افتاد و این به معنای دسترسی گسترده‌تر مردم به اینترنت فوق سریع موبایل است. چنین سرعتی به شرکت‌ها این اجازه را می‌دهد که اینترنت اشیا را به طور جدی امتحان کنند. از این پس علاوه بر افراد، خودروها و دستگاه‌های برقی هم به اینترنت وصل خواهند شد.

با افزایش قدرت و اهمیت تکنولوژی‌های دیجیتال، جمله «استراتژی سایبر همان استراتژی تجاری است» کاملا درست به نظر می‌رسد. یک نظرسنجی از رهبران تجاری نشان می‌دهد آنها در آستانه دهه جدید معتقدند که ریسک‌های حوزه امنیت سایبری که شرکت‌شان را تهدید می‌کند رو به افزایش است. برای درک بهتر این ریسک‌ها و مواجهه با آنها این رهبران باید دانش خود را در این حوزه بالا ببرند و از ابزارها و افراد حرفه‌ای در این بخش استفاده کنند. جهان وارد مرحله‌ای شده که فقط دو گزینه پیش روی شرکت‌هاست: یا ریسک امنیت سایبری را مدیریت کنند یا به آن بی‌توجهی کنند و ضربه‌اش را بخورند. بخش امنیت سایبری از این پس به اندازه بخش‌های امور مالی یا منابع انسانی اهمیت دارد. شرکت‌ها از این پس برای همکاری با شرکت‌های دیگر به وضع امنیت سایبری آنها نگاه خواهند کرد چون نمی‌خواهند با شراکت با یک شرکت پرریسک، امنیت خود را به خطر بیندازند.

چرا واگذاری سهام شرکت‌های دولتی، چالش جدیدی برای خصوصی‌سازی است؟

مشکلات واگذاری به روش ETF

فرصت امروز: سوم اردیبهشت‌ماه بود که رئیس‌جمهور از واگذاری سهام شرکت‌های مهم بیمه‌ای و بانکی در قالب صندوق «ETF» خبر داد. سپس وزیر اقتصاد اعلام کرد که اولین صندوق قابل معامله در بورس شامل سهام سه بانک به ارزش ۱۶ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان است. در نتیجه پذیره‌نویسی صندوق‌های قابل معامله ETF از روز یکشنبه ۱۴ اردیبهشت آغاز شد و تا ۳۱ این ماه ادامه دارد.

این نخستین صندوق از صندوق‌های سه‌گانه دولتی است که واحدهای آن به عموم فروخته می‌شود و این اقدام به دنبال اعلام دولت برای فروش باقیمانده سهامش در شرکت‌هایی که سهام‌شان در بورس مبادله می‌شود، کلید خورده است. براساس این طرح، باقیمانده سهام دولت در بانک‌ها، بیمه‌ها، شرکت‌های پتروشیمی، پالایشگاه‌ها، خودروسازی‌ها و شرکت‌های فلزی در قالب سه صندوق به ارزش ۵۵هزار میلیارد تومان فروخته می‌شود و نخستین صندوقی که عرضه آن شروع شده به سهام دولت در بانک‌ها و بیمه‌ها تعلق دارد و با نام صندوق «واسطه‌گری‌های مالی» معرفی شده و متقاضیان می‌توانند با پرداخت حداکثر ۲میلیون تومان تا ۳۱ اردیبهشت در این پذیره‌نویسی مشارکت کنند.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله چیست؟

صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس، یکی از انواع صندوق‌های سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه است که در آنها، دارایی‌هایی عموماً از جنس سهام، ممزوج و به‌عنوان دارایی‌های صندوق در نظر گرفته می‌شود و در قبال آن واحدهای صندوق در بازار سرمایه مبادله خواهد شد. هرچند بهره‌مندی از موج رونق بازار سهام به لحاظ تأمین مالی برای دولت و اقتصاد گام مهمی محسوب می‌شود و حتی می‌تواند به متعادل شدن بازار سهام کمک کند، اما نکته مغفول آن است که این نوع از واگذاری‌ها می‌تواند پیامدهای منفی بلندمدتی داشته باشد.

به عبارت دیگر، اگرچه این پذیره‌نویسی می‌تواند به رونق اقتصادی در کوتاه مدت، خصوصی‌سازی در کشور و جبران کسری بودجه دولت منجر شود، اما نگرانی‌هایی را هم به دنبال داشته است که به سازوکار واگذاری در قالب صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله باز می‌گردد.

در روزهای گذشته برخی از اقتصاددانان نسبت به سازوکار واگذاری سهام این شرکت‌های دولتی هشدار داده‌اند و نهاد پژوهشی مجلس هم در گزارشی اعلام کرده که این نوع واگذاری می‌تواند «حکمرانی» این شرکت‌ها و مجموعه‌ها را در آینده با چالش‌های جدی رو به رو کند.

البته تجربه خصوصی‌سازی در سال‌های پس از تصویب قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی همواره با موارد چالش‌برانگیزی همراه بوده است که این چالش‌ها عموماً به نقایصی در روش‌های واگذاری، قیمت‌گذاری و اهلیت خریداران باز می‌گردد. شواهد امر نشان می‌دهد که تجربیات ناموفق در امر واگذاری و مسائل اجتماعی ایجادشده در پی آنها، موجب شده تا دولتمردان برای اجتناب از بروز چالش‌های بالقوه در برخی ابعاد واگذاری‌ها مانند اهلیت خریدار، به راهکارهایی مانند واگذاری از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس روی آورند.

انتقاد مرکز پژوهش‌ها به واگذاری با روش ETF

مجوز این نوع واگذاری به میزان ۶۷۰۰ میلیارد تومان در بند الف تبصره ۲ قانون بودجه سال ۱۳۹۹ به دولت داده شده است. البته مرکز پژوهش‌های مجلس در زمان بررسی لایحه بودجه در کمیسیون تلفیق مجلس شورای اسلامی اعلام کرد که به دلیل وجود نقایص جدی در سازوکار طراحی شده، این رویکرد با مشکلات متعددی مواجه خواهد بود، اما به هر حال با توجه به شرایط کشور این موضوع در سقف تعیین‌شده به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید.

در همین حال، بازوی کارشناسی مجلس در گزارشی که چند روز قبل درباره چالش‌های واگذاری با روش ETF منتشر کرد، بار دیگر نسبت به تبعات این سازوکار برای واگذاری سهام شرکت‌های دولتی، هشدار داد و نوشت: «با توجه به گستردگی ابعاد موضوع، این رویکرد می‌تواند تبعات نامناسبی در اداره شرکت‌های منتقل‌شده به صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس و نیز عملکرد بخش‌های اقتصادی که این شرکت‌ها در آنها حضور دارند مثل بخش بانکداری به دنبال داشته باشد و از سوی دیگر منجر به تضییع حقوق مردم و اموال عمومی شده و به یک گره جدید در مسیر حکمرانی اقتصادی کشور تبدیل شود.»

اما در شرایطی که پذیره‌نویسی صندوق‌های قابل معامله ETF از روز یکشنبه این هفته آغاز شده، مرکز پژوهش‌ها در پایان گزارش خود از دولت خواسته است که فعلا این واگذاری را متوقف کند. به اعتقاد مرکز پژوهش‌ها، «با عنایت به اهمیت موضوع و ابعاد گوناگون آن از یک سو و وجود راهکارهای مختلف برای واگذاری سهام دولت از سوی دیگر، پیشنهاد اکید آن است که به منظور اجتناب از آثار نامناسب اقتصادی در آینده، از تصمیم شتابزده در این خصوص خودداری شده و این تصمیم برای بررسی بیشتر و اجماع کارشناسی فعلا به تعویق افتد.»

واگذاری به روش ETF؛ جدید اما پرچالش است

سید حسین سلیمی، عضو هیات نمایندگان اتاق ایران ازجمله کارشناسانی است که اعتقاد دارد این سازوکار واگذاری، چالش جدیدی برای خصوصی‌سازی ایرانی خواهد بود. او معتقد است که واگذاری و خصوصی‌سازی از طریق ETF روش جدیدی است که دولت به دنبال اجرای آن است اما این روند بایستی به‌تدریج صورت گیرد.

سلیمی با اشاره به تاریخچه خصوصی‌سازی ایرانی به«پایگاه خبری اتاق ایران» می‌گوید: خصوصی‌سازی در همه جای دنیا روند متفاوتی را طی کرده است، اما در ایران، به‌رغم تأکید مقام معظم رهبری، مجلس و دولت و دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های مصوب، اما هنوز اتفاق جدی در این زمینه نیفتاده است و هر زمان که شاهد بودیم دولت‌ها اقدام به خصوصی‌سازی کردند، نتیجه‌ای جز فساد نداشته و همیشه اهلیت واگذاری‌ها مورد مناقشه بوده است.

به گفته سلیمی، تاریخچه کشورهای موفق در زمینه خصوصی‌سازی نشان می‌دهد که برای خصوصی‌سازی موفق، این کشورها به بودجه و ساختار معین در مدت‌زمانی مشخص هم‌زمان توجه نشان دادند. «تروی هند» داستان بزرگ‌ترین خصوصی‌سازی تاریخ است. در این مدل شرکت‌ها طولانی‌مدت به بخش خصوصی واگذار و به آنها زمان داده می‌شود تا بتوانند به سود برسند. در آن زمان، چند برابر صنایع سنگینی فعلی ما ظرف مدت‌زمانی کوتاه واگذار شدند و بعد از ۴- ۳ سال هم همان واحدها به تولید رسیدند و دولت از محل مالیات بودجه اختصاص داده‌شده برای واگذاری را جبران کند.

وی ادامه می‌دهد: در چند سال گذشته که دولت تصمیم به خصوصی‌سازی و واگذاری گرفته شاهد اتخاذ تصمیم‌هایی هستیم که عواقب آن معمولاً در نظر گرفته نمی‌شود. واگذاری و خصوصی‌سازی از طریق ETF ها هرچند جدید است اما می‌تواند چالش‌هایی ایجاد کند. اینکه دولت تصور کند یک فرد یا مجموعه گروهی می‌تواند عهده‌دار این صندوق‌های بزرگ شود، قطعاً ما را با مشکلاتی بعد از واگذاری مواجه خواهد کرد. بحث بر سر ۷ هزار میلیارد تومان دارایی‌های دولت است که دولت قصد دارد تنها ۲۰درصد آن را که معادل ۱۴۰۰ هزار میلیارد تومان است واگذار کند؛ این ارقام برای اقتصاد کوچک ما درعین‌حال بزرگ است و سرنوشت‌ساز.

چشم‌انداز بورس با واگذاری به روش ETF

بازار سرمایه از اوایل سال گذشته تاکنون داغ‌ترین دوران تاریخ خود را سپری می‌کند؛ بورس به انتخاب اول جامعه برای سرمایه‌گذاری تبدیل شده و رکوردها در بخش‌های مختلف هر روز جابه‌جا می‌شوند. در این میان، سؤال بزرگی که ذهن بسیاری از مردم را مشغول کرده، این است که رشد شاخص بورس تا کجا واقعی است و آیا سناریوی تلخ ریزش یک‌باره نرخ ارز در یک روز که سال گذشته رقم خورد و عده‌ای را متضرر کرد، برای این بازار هم اتفاق می‌افتد؟

سلیمی در پاسخ به این سوال می‌گوید: ساختار بورس ریسک‌پذیر است؛ نه در ایران، بلکه در همه جای دنیا. در مقاطعی که به‌اصطلاح اقتصاد شکوفا شده است، به همان نسبت هم بازار بورس رشد داشته و بالعکس هر زمان که با بحران‌های غیرقابل‌پیش‌بینی مواجه بودیم، شاهدیم که چطور بورس متأثر از این وقایع افت کرده است بنابراین همیشه سهامدار بورس باید پذیرای ریسک باشد.

به اعتقاد سلیمی، یکی از مهم‌ترین نقطه‌ضعف‌های بازار سرمایه ایران در مقایسه با دیگر کشورها، پایین بودن دانش اقتصاد و بالاخص دانش بورس است که منجر به تصمیم‌های هیجانی می‌شود.

عضو هیات نمایندگان اتاق ایران بر ضرورت آموزش و اطلاع‌رسانی در این حوزه تاکید می‌کند و در پایان می‌گوید: از ابتدای سال که دولت تاکید بر مشارکت مردم در بورس دارد یکی از مهم‌ترین وظایف صدا و سیما این است که دانش مردم را درباره بورس بالا ببرد تا مردم سطح توقع خود را از بورس مشخص کنند و حساب شده قدم بردارند.

واگذاری شرکت‌های دولتی به روش ETF خصوصی‌سازی نیست

نیمه پنهان واگذاری

این روزها با واگذاری سهام شرکت‌های دولتی به روش ETF، این سوال مطرح شده که آیا این سازوکار واگذاری همان خصوصی‌سازی است؟ در پاسخ به این سوال، علی دینی ترکمانی عضو هیأت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی معتقد است که صندوق‌های قابل معامله یا همان ETF که دولت پذیره‌نویسی آن را از این هفته آغاز کرده، خصوصی‌سازی نیست. او در گفت‌وگو با فارو می‌گوید: من این شیوه را برای کنترل، رصد و پایش مدیریت شرکت‌های دولتی که قرار است واگذار شوند، مناسب نمی‌دانم. همچنین ممکن است در این صندوق‌ها مخاطرات اخلاقی به وجود آید، به این معنا که مدیران برای رضایت سهامداران صورت‌های مالی مناسب و مثبتی را اراده دهند، اما در عمل شاهد باشیم که چنین چیزی در واقعیت وجود ندارد.

به اعتقاد این اقتصاددان، اینکه مقامات دولت می‌گویند این واگذاری‌ها خصوصی‌سازی است، پذیرفته نیست. واگذاری‌های این‌چنین در دنیا همواره با مسائل مختلفی روبه‌رو بوده که این امر در ایران با پیچیدگی‌های بیشتری همراه است.

دینی ترکمانی با تاکید بر اینکه ما در بورس با دو بازار اولیه و ثانویه روبه‌رو هستیم، گفت: بازار اولیه بدین قرار است که محل تامین مالی بوده، به عنوان مثال همین عرضه اولیه سهام شستا یا همین صندوق‌هایی که در حال حاضر پذیره‌نویسی می‌شود، یک سهامی عرضه می‌شود و در قبال آن نیز نقدینگی جذب می‌شود، به‌خصوص الان که تقاضای بسیار بالایی در بورس وجود دارد. اینکه گفته شود الان یک دارایی فروخته می‌شود و بعد نیز اتفاقی نمی‌افتد، حرف غلطی است، وقتی شما یک سهام را عرضه می‌کنید، باید منابع حاصل از آن را صرف فعالیت‌های مولد و سرمایه‌گذاری کنید تا بتوانید سود این پول را محقق سازید، نه این شما این منابع را صرف امور جاری کنید.

این کارشناس مسائل اقتصادی ادامه داد: در حال حاضر دولت با کسری بودجه روبه‌رو است و شاید این منابع بخشی از هزینه‌های شرکت‌ها و بنگاه‌های واگذارشده را پوشش دهد، اما این امر در بلندمدت اگر صرف موارد جاری شود و مولد نباشد خطرزا است، به بیان دیگر، این اقدام فرقی با استقراض دولت از بانک مرکزی برای جبران کسری بودجه ندارد، منتهی عوارض تورمی و چاپ پول استقراض را ندارد، اما نوعی تولید بدهی است و تنها نوع بدهی متفاوت است، بنابراین باید این سرمایه‌ها بتواند سودساز باشد و اصل سرمایه سهامداران را برگرداند، در غیر این صورت در بلندمدت این سهام‌فروشی‌ها عوارض بسیار خطرناکی به همراه خود دارد.

عضو هیأت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی با بیان اینکه بازار ثانویه بورس نیز همین عرصه خرید و فروش سهام توسط سرمایه‌داران خرد است، اضافه کرد: الان که تنور بورس بسیار داغ است و بیشتر نقدینگی موجود در اقتصاد سرازیر به این بازار است، باید گفت: این بازار تا یک جایی کار می‌کند و از یک جایی به بعد دیگر جواب نخواهد داد، در حال حاضر عرضه نمی‌تواند تقاضا را جوابگو باشد و با هر عرضه اولیه‌ای که صورت می‌گیرد، به سرعت نقدینگی جذب می‌شود، در این رابطه کاهش نرخ سود بانکی نیز بسیار مهم بود و کمک کرد سرعت ورود پول به بورس شتاب بگیرد و این سرعت گردش پول باعث شده بورس بسیار داغ شود.

دینی ترکمانی ادامه داد: این بازار تا جایی سود می‌دهد و بعد از آن نیز ممکن است با کاهش قیمت سهام روبه‌رو شود، از سویی این روند توجه به بورس ناشی از آن است که هیچ تعادلی در اقتصاد ما وجود ندارد و به دلیل اینکه بخش واقعی اقتصاد کارکرد درستی ندارد، سیل نقدینگی به بورس هجوم می‌برد، به بیانی هیچ‌گونه تعادلی بین بخش مالی با بخش واقعی اقتصاد کشور وجود ندارد و نتیجه این موضوع نیز آن است که امروز در بورس مشاهده می‌کنید. او با تاکید بر اینکه سقوط بورس در اقتصادهای جهان همواره وجود داشته است، تصریح کرد: مصداق این موضوع، بحران ۲۰۰۸ آمریکا است که بورس این کشور با سقوط وحشتناکی روبه‌رو شد، شاخص‌های اقتصادی آمریکا نیز آن موقع وضعیت درستی نداشتند و این امر موجب شد که بورس این کشور با ریزش تاریخی روبه‌رو شود.

این اقتصاددان با اشاره به اینکه برای ادامه رشد بورس نمی‌توان زمان تعیین کرد، گفت: با توجه به قدرت نقدینگی در چنین بازاری، هر زمان که سهامداران احساس کنند که دیگر ممکن است روند منفی آغاز شود، آن موقع است که باید احساس نگرانی کرد، بنابراین اینکه شما بخواهید بدانید این روند صعودی و شتابان بورس تا چه زمانی ادامه دارد، می‌توان گفت: بسته به رفتار سرمایه‌گذاران است، اما این نیز یک امر قطعی است که هر چقدر این صعود ادامه داشته باشد، ریسک سهامداری به تبع آن نیز افزایش پیدا خواهد کرد. به اعتقاد وی، دولت نیز این روزها از بورس حمایت می‌کند و ترجیحش این است که نقدینگی به بورس وارد شود، تا اینکه در بازار دلار باشد، زیرا که رابطه بین نرخ ارز و نرخ تورم یک رابطه مستقیم است و با افزایش قیمت دلار تورم نیز افزایش پیدا می‌کند، بنابراین دولت دوست دارد، نقدینگی در بورس وجود داشته باشد، تا قیمت ارز دیرتر با رشد همراه باشد، اما تجربه‌های مختلف نشان داده رشد بورس همیشگی نیست.

بیشترین سودآوری در ۴۵ روز نخست امسال از آن بورس بوده است

بازدهی بازارهای مالی در نیمه بهار

آنطور که از روند تغییر قیمت‌ها در بازارهای طلا، سکه، دلار و بورس برمی‌آید، بیشترین سودآوری در میان بازارهای مالی از آن بورس بوده است و بازار سرمایه توانسته در مدت یک ماه و نیمی که از فصل بهار می‌گذرد، بیشترین سودآوری را برای سرمایه‌گذارانش به ارمغان بیاورد.

به گزارش خبرآنلاین، هر چقدر از سال ۹۹ می‌گذرد، عددهایی که بازدهی بازارهای مالی را نشان می‌دهند، بیشتر نمایانگر آن است که امسال سال بازار سرمایه است. اگرچه در سال ۹۸ نیز بیشترین سودآوری در میان بازارهای مالی به بازار سرمایه اختصاص داشت و سود خوبی برای سرمایه‌گذاران خود به همراه آورد، اما در بهار سال جدید، بورس تهران تقریبا دو برابر جهش پیدا کرده است؛ اتفاقی که هیچ‌یک از بازارها در ۴۵ روز نخست سال ۹۹ تجربه نکرده‌اند.

سرمایه‌گذاران کدام بازارها سود بیشتری کردند؟

شاخص کل بازار سرمایه با گذشت یک‌ماه و نیم از فصل بهار، از رشد ۸۶٫۴درصد برخوردار بوده است؛ به طوری که از عدد ۵۱۲ هزار و ۹۰۰ واحد در آخرین روز کاری سال ۹۸ به عدد ۹۵۶۱۹۲ واحد افزایش یافته است. کارشناسان معتقدند دو تصمیم راهبردی دولت، یعنی آزادسازی سهام عدالت و عرضه سهام شرکت‌های بزرگ دولتی باعث شده تا بورس تهران به مرکز ثقل اقتصاد ایران در سال ۹۹ تبدیل شود. به همین دلیل اکنون بخش عمده‌ای از بحث‌های اقتصادی در داخل و خارج به سمت وضع حال و آینده بورس ایران رفته است. تحلیلگران بازار سرمایه، عرضه سهام بزرگ دولتی‌ها و حتی آمدن سهام عدالت به بورس را اتفاقی مثبت می‌بینند، زیرا خروجی و نتیجه این اتفاقات، در بلندمدت به توسعه و عمق یافتن بازار منجر می‌شود؛ ضمن آنکه مجوز بالاترین مقام نظام برای عرضه سهام عدالت، تضمینی مهم برای ایمنی بازار و آرامش خاطر سهامداران است. در این باره فرهاد دژپسند، وزیر اقتصاد گفته است که عرضه‌های اولیه و حمایت از بازار سرمایه ادامه خواهد داشت، در نیمه دوم سال نیز عرضه‌هایی خواهیم داشت و بنابراین مردم نباید در خرید سهام شتاب‌زده عمل کنند. همچنین بررسی بازدهی بازارهای مالی نشان می‌دهد که پس از بازار سرمایه در ۴۵ روزه نخست امسال، بیشترین بازدهی به سکه تعلق داشته و بازار سکه توانسته سودآوری خوبی به همراه داشته باشد. روند تغییر قیمت‌ها در بازار سکه نشان می‌دهد در حالی که در روز پایانی سال ۹۸ هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با قیمت ۶ میلیون و ۲۸ هزار تومان به فروش می‌رفت، در حال حاضر نرخ آن به ۶ میلیون و ۴۲۴ هزار تومان افزایش یافته است بنابراین این تغییر قیمت از رشد ۶٫۵درصدی قیمت سکه در ۴۵ روز اول سال ۹۹ حکایت دارد.

از بازدهی ۶درصدی طلا تا رشد ۴درصدی دلار

در مدت ۴۵ روز نخست سال ۹۹ به نظر می‌رسد که پیامدهای اقتصادی کرونا روی بازارها و به خصوص بازار جهانی طلا، در رشد قیمت طلا در بازار ایران نیز بی‌تاثیر نبوده است؛ به طوری که در این مدت نرخ هر گرم طلای ۱۸عیار با رشد ۶درصدی روبه‌رو شده است. آن‌طور که از گزارش‌ها برمی‌آید، در حالی در روز پایانی اسفندماه ۹۸ نرخ هر گرم طلای ۱۸عیار برابر با ۶۰۲ هزار و ۶۰۰ تومان بود که در حال حاضر قیمت آن به ۶۳۹ هزار و ۳۰۰ تومان افزایش یافته است.

ابراهیم محمدولی، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران درباره وضعیت بازار طلا گفته است که بازار طلا به دلیل شیوع ویروس کرونا، هنوز شرایط آرام و باثبات خود را باز نیافته است. او درباره چشم‌انداز بازار طلا در ماه مبارک رمضان نیز معتقد است که تقاضای خرید طلا در ماه مبارک رمضان کاهش می‌یابد و به همین دلیل پیش‌بینی می‌شود که شاهد وضعیتی آرام در بازار طلا باشیم.

از سوی دیگر، بررسی تغییرات قیمت‌ها در مدت ۴۵ روز گذشته نشان می‌دهد که نرخ دلار در این بازه زمانی از رشد ۴٫۶درصدی برخوردار بوده است. هر دلار آمریکا در آخرین روز کاری اسفند ۹۸ در حالی با نرخ ۱۴ هزار و ۹۰۳ تومان به فروش رفت که در حال حاضر قیمت آن به حدود ۱۵ هزار و ۶۰۰ تومان افزایش یافته است.

آنچه باعث ثبات و آرامش بازار ارز شد

همچنین آخرین خبرها از بازار سکه و ارز در سومین روز این هفته نشان‌دهنده صعود ۱۲۰ هزار تومانی نرخ سکه و تداوم آرامش بازار ارز است، چنانچه هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار آزاد تهران با رشد ۱۲۰ هزار تومانی قیمت نسبت به روز قبل به مبلغ ۶ میلیون و ۵۱۵ هزار تومان فروخته شد. هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۶ میلیون و ۳۸۰ هزار تومان قیمت‌گذاری شد.

همچنین نیم سکه ۳ میلیون و ۲۸۰ هزار تومان، ربع سکه یک میلیون و ۸۲۰ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی ۹۸۰ هزار تومان قیمت خورد. هر گرم طلای خام ۱۸ عیار ۶۴۴ هزار تومان و هر مثقال طلا نیز ۲ میلیون و ۷۹۴ هزار تومان ارزش‌گذاری شد. اونس طلا هم با رشد حدود ۵ دلاری به بهای یک هزار و ۷۰۸ دلار معامله شد.

قیمت دلار نیز در صرافی‌های بانکی بدون تغییر قیمت به همان نرخ ۱۵ هزار و ۶۰۰ تومان فروخته شد. نرخ خرید هر دلار طی روز دوشنبه در تابلوی صرافی‌های بانکی ۱۵ هزار و ۵۵۰ تومان و فروش ۱۵ هزار و ۶۰۰ تومان بود. قیمت خرید هر یورو نیز ۱۷ هزار تومان و نرخ فروش آن ۱۷ هزار و ۱۰۰ تومان شد.

به گفته کارشناسان، رشد بی‌سابقه شاخص بورس، واگذاری سهام شرکت‌های دولتی، کاهش تقاضای دلار و افزایش عرضه باعث کاهش سفته‌بازی و برقراری ثبات و آرامش در بازار ارز شده است، در نتیجه بازار ارز در این روزها نوسان‌های اندکی را تجربه می‌کند.

اجاره مسکن در ۲ سال گذشته ۳۱درصد گران شد

جغرافیای استانی اجاره خانه

تازه‌ترین مصوبه ستاد ملی مبارزه با کرونا، مالکان را مکلف به تمدید دو ماهه اجاره‌نامه‌ها کرده و براساس آن، موجران ملزم به تمدید دو ماهه اجاره‌نامه‌هایی هستند که زمان اتمام قرارداد یک ساله میان موجر و مستأجر، از اسفند ۹۸ تا پایان اردیبهشت ۹۹ بوده است. طبق این مصوبه، موجر حق ندارد برای دو ماه اضافه شده، اجاره بهای بیشتری طلب کند که شامل رقم اجاره ماهانه و همچنین ودیعه مسکن می‌شود؛ همچنین موجر حق اخذ جریمه دیرکرد تخلیه واحد مسکونی را تا اتمام تیرماه امسال از مستأجر ندارد.

این مصوبه در حالی است که آخرین آمارها از رشد ۳۱درصدی میزان اجاره بها در دو سال گذشته حکایت دارد. جدیدترین آماری که مرکز آمار ایران از شاخص قیمت اجاره بهای واحدهای مسکونی خانوارهای شهری منتشر کرده، نشان می‌دهد از زمستان ۱۳۹۶ تا زمستان سال گذشته متوسط افزایش اجاره‌بها بین ۱۶٫۸درصد تا ۳۱٫۶درصد متغیر بوده است.

طبق گزارش مرکز آمار، متوسط افزایش اجاره بها برای خانوارهای که تمدید قرارداد داشته‌اند، در سال ۱۳۹۷ به ۱۷.۲درصد در بهار، ۲۶.۳درصد در تابستان، ۲۵.۴درصد پاییز و در روندی کاهشی به ۲۱درصد در زمستان می‌رسد، اما در سال ۱۳۹۸ اجاره‌بها افزایش یافته و از ۲۷درصد در بهار به ۲۷.۱درصد تابستان، ۳۱.۲درصد پاییز و در نهایتا ۳۱.۶درصد در زمستان می‌رسد. وضعیت اجاره‌بهای واحدهای مسکونی در مناطق شهری نیز بیانگر آن است که در زمستان سال گذشته شاخص قیمت به ۱۶۹.۳ رسیده که نسبت به فصل مشابه سال قبل ۴درصد افزایش یافته است.

همچنین در زمستان سال گذشته بیشترین نرخ تورم فصلی به استان سمنان با ۷.۷درصد افزایش و کمترین آن به استان آذربایجان غربی با ۰.۶درصد افزایش اختصاص دارد. درصد تغییرات شاخص قیمت اجاره‌بها نسبت به فصل مشابه سال قبل (تورم نقطه به نقطه)، ۲۲.۹درصد است که نسبت به پاییز ۱۳۹۸(۲۱.۶درصد)، ۱.۳واحد درصد افزایش دارد، اما بیشترین نرخ تورم نقطه به نقطه مربوط به استان لرستان با ۳۵.۷درصد افزایش و کمترین آن مربوط به استان آذربایجان غربی با ۹.۴درصد افزایش است. به عبارت دیگر، خانوارهای استان لرستان به طور متوسط ۱۲.۸درصد بیشتر از میانگین کل کشور و خانوارهای استان آذربایجان غربی ۱۳.۵درصد کمتر از میانگین کل کشور در بخش اجاره‌بها هزینه کرده‌اند.

از سوی دیگر نیز به دلیل تبعات اقتصادی کرونا، شاخ بخش ساختمان در فروردین امسال به ۱۸٫۷۵ واحد رسید. در این ماه شاخص مدیران خرید (PMI) موسوم به شامخ برای بخش ساختمان سقوط ۴۶درصدی را تجربه کرده و به ۱۸٫۷۵ واحد رسیده که از رکود سنگین در این بخش حکایت دارد. این سقوط بدترین وضعیت شامخ ساختمان در طول عمر هفت ماهه این شاخص را رقم زده است.

جدیدترین نتایج استخراج شاخص مدیران خرید (PMI) موسوم به شامخ برای بخش ساختمان حاکی از این است که در آغاز سال ۹۹، دورنمای فعالیت‌های حوزه مسکن به شدت کساد و راکد شده است؛ به‌گونه‌ای که شامخ بخش ساختمان در فروردین امسال با سقوط ۴۶درصدی نسبت به شامخ ماه قبل، به ۱۸٫۷۵ واحد رسیده است.

به گزارش اتاق تعاون ایران، براساس نظرسنجی از فعالان حوزه ساختمان ایران، میزان فعالیت‌های تولید یا ارائه خدمات ساختمانی در فروردین امسال، نسبت به ماه قبل بیش از ۴۶درصد کاهش داشته و به پایین‌ترین میزان طی هفت ماه اخیر رسیده است.

صنعت ساختمان براساس استاندارد بین‌المللی طبقه‌بندی کلیه فعالیت‌های اقتصادی (ISIC)، به سه گروه اصلی ساخت بنا، مهندسی عمران و فعالیت‌های ساخت‌وساز تخصصی ساختمان دسته‌بندی می‌شود. در یک تقسیم‌بندی دیگر، بخش ساختمان شامل دو بخش کلی مسکونی و غیرمسکونی (تجاری و عمرانی) است.

در بخش مسکونی به دلیل تعطیلات نوروزی و تداوم تعطیلات در نتیجه شیوع ویروس کرونا و در نتیجه کاهش مراجعات حضوری برای خرید مسکن، میزان معاملات مسکن روند کاهشی شدیدی داشت به‌طوری‌که طبق گزارش بانک مرکزی میزان معاملات آپارتمان‌های مسکونی در تهران نسبت به ماه قبل ۸۷.۸درصد کاهش یافت.

با این حال قیمت مسکن در تهران (به‌عنوان نمونه آماری بزرگ از کل کشور) تنها ۲.۱درصد نسبت به ماه قبل کاهش یافت. عواملی همچون انتظارات تورمی در سال جدید، اعمال کاهش نرخ سود بانکی و انتظار افزایش ورود نقدینگی به بازارهای موازی نظیر مسکن و بورس و نیز افزایش نرخ ارز، موجب عدم کاهش محسوس قیمت مسکن شد. در بخش تولید تجهیزات ساختمانی تحت تأثیر نوسانات ارزی، تداوم مشکلات موجود در حوزه واردات مواد اولیه هم‌زمان با شیوع ویروس کرونا و بسته بودن راه‌های مرزی و تعطیلی فعالیت‌های فیزیکی به‌ویژه در سه هفته ابتدایی فروردین، عملاً میزان فعالیت‌های تولید و خدمات با کاهش زیادی نسبت به ماه‌های قبل مواجه شد.

در بخش عمرانی نیز همچنان به‌واسطه کمبود اعتبارات عمرانی دولت و عدم پرداخت دستمزد پیمانکاران، کندبودن یا تعلیق روند انجام پروژه‌های عمرانی کماکان مشهود بود. با توجه به اهمیت این بخش در افزایش اشتغال و رشد اقتصادی، لازم است در شرایط کنونی، دولت با تخصیص اعتبارات بیشتر به بخش عمرانی، زمینه رونق این بخش را فراهم سازد.

براساس این گزارش، عدد شامخ کل با کاهش ۴۶درصدی نسبت به ماه قبل، به ۱۸.۷۵ واحد رسیده است، چراکه میزان فعالیت‌های تولید و یا ارائه خدمات ساختمانی نسبت به ماه قبل بیش از ۴۶درصد کاهش یافت و به پایین‌ترین میزان طی هفت ماه اخیر تنزل یافت.

از سوی دیگر به دلیل تعطیلی بسیاری از مشاغل تولیدی و نیز کاهش قدرت خرید، میزان سفارش‌های جدید ۳۳درصد کاهش داشت. در نتیجه مواد اولیه کمتری نیز خریداری شد. قیمت مواد اولیه در اقلامی نظیر آهن و فولاد کمی کاهش یافت. تعداد نیروی انسانی درمجموع حدود ۲۱درصد کاهش یافت که بخشی از آن به دلیل متوقف بودن بسیاری از مشاغل و نیز عدم حضور برخی از کارکنان در پی شیوع ویروس کرونا بود. در نتیجه عوامل فوق میزان کارهای معوق و ناتمام بیش از ۲۶درصد افزایش یافت.

همچنین قیمت محصولات و خدمات این حوزه نسبت به ماه قبل درمجموع کمی کاهش یافت. به دلیل کاهش تقاضا، میزان فروش بیش از ۶۰درصد کاهش یافت. با توجه به کاهش حجم فعالیت‌ها و تعطیل بودن اکثر مشاغل ساختمانی، میزان مصرف حامل‌های انرژی ۳۵درصد کمتر شد.

میزان صادرات کالاها و خدمات این بخش که در ماه‌های قبل نیز روند مطلوبی نداشت، در این ماه ۱۶درصد کاهش ماهانه را تجربه کرد. کاهش چشمگیر مراودات تجاری در نتیجه شیوع جهانی ویروس کرونا، افزایش قیمت تمام‌شده تولیدات داخلی و عدم امکان رقابت با محصولات خارجی و افزایش اعمال تحریم‌ها، منجر به کاهش گسترده فعالیت‌های تجاری شده است.

با توجه به آغاز به کار بسیاری از فعالان ساختمانی در هفته آخر فروردین و اوایل اردیبهشت و رونق تدریجی کسب‌وکارها، فعالان این حوزه نسبت به بهبود کسب‌وکار خود در اردیبهشت نسبت به فروردین، ابراز امیدواری کردند.

این بررسی آماری نشان داد، بیشترین مشکلات موجود هم‌اکنون تأثیرات منفی شیوع کرونا بر فضای عمومی کسب‌وکار این صنعت است، از مهم‌ترین این مشکلات می‌توان غیرقابل پیش‌بینی بودن اقتصاد، تأمین سرمایه در گردش بنگاه‌ها، قوانین گمرکی حاکم در ثبت سفارش‌ها و ترخیص کالاهای وارداتی موردنیاز بخش تولید، بی‌ثباتی قیمت‌ها و نوسانات مداوم نرخ ارز و در نتیجه ایجاد مشکل در تحویل قراردادهای قبلی، عدم پرداخت به‌موقع مطالبات پیمانکاران توسط کارفرمایان به‌ویژه در قراردادهای عمرانی بخش دولتی، کماکان از مهم‌ترین مشکلات داخلی فضای کسب‌وکار در بخش ساختمان هستند.

انرژی

بازیابی قیمت نفت می‌تواند دهه‌ها طول بکشد

چشم‌انداز طولانی برای بهبود نفت

چه کسی می‌داند که شرایط عادی برای تقاضای نفت چه زمانی به قبل از بحران کووید-۱۹ برخواهد گشت. هیچ‌کس نمی‌داند، اما احتمالاً برگشتن به شرایط عادی چند سال به درازا خواهد کشید.

در این راستا، بلومبرگ در گزارشی تخمین زده است که چه زمانی بازار نفت به شرایط عادی برخواهد گشت. به گفته بلومبرگ، درحالی‌که علائم در حال ظهور هستند، ممکن است ما بدترین روند تاریخی تقاضای نفت را پشت سر بگذاریم. هیچ‌کس هم تابه‌حال پیش‌بینی‌ای برای بهبودی سریع در بازار نفت نداشته است. در این میان برخی بدبین‌تر هستند. به‌طور مثال بن ون باردن، مدیر اجرایی داچ شل معتقد است که تقاضای نفت هرگز به طور کامل بهبود پیدا نخواهد کرد.

تحلیلگران معتقدند که سوخت جت تا پایان سال ۲۰۲۲ به سطح سال گذشته نخواهد رسید. البته این تحلیل گروه خوش‌بینان در بازار است. مدیرعامل بوئینگ معتقد است که ترافیک مسافران ممکن است تا سه سال آینده به سطح سال ۲۰۱۹ برنگردد.

حالا از دست دادن تقاضا در آینده چه مسائلی را ایجاد می‌کند. به طور مثال فرض کنیم که تقاضا ۵ میلیون بشکه در روز کاهش یابد که حدود ۵درصد از تقاضای جهانی نفت در سال ۲۰۱۹ است. در حال حاضر افت مصرف جهانی نفت در ماه آوریل ۳۵ میلیون بشکه در روز کاهش یافته و پیش‌بینی می‌شود که سال ۲۰۲۰ تقاضای نفت حدود ۱۰ میلیون بشکه در روز یا ۱۰درصد کمتر از سال ۲۰۱۹ شود.

مطمئناً بسیاری از ما به همان سرعتی که می‌توانیم به زندگی قبل از شیوع کرونا برمی‌گردیم، اما برخی دیگر همچنان از رفت‌وآمد روزانه خودداری می‌کنند و دورکاری را ادامه می‌دهند. کارفرماها هم احتمالاً خوشحال خواهند بود که آرزوی آنها را برآورده کرده‌اند.

پس از ماه‌ها ارتباط تلفنی موفق، ممکن است آن دسته از سفرهای کاری که با هواپیما انجام می‌شد هم مورد بررسی دقیق‌تر قرار بگیرد. این تغییرات ممکن است برای همیشه تقاضای سوخت را کاهش دهد یا باعث افزایش مصرف برق شود، اما این مسئله کمکی به صنعت نفت نخواهد کرد.

البته ما می‌توانیم به‌طور جمعی همان‌طور که بحران سال ۲۰۰۹-۲۰۰۸ را پشت سر گذاشتیم، از بحران کرونا هم عبور کنیم، اما مسئله این است که شیوع یک بیماری با بحران مالی بسیار متفاوت است. این بیماری به‌سلامت جسمی و همچنین سلامت مالی ما ضربه می‌زند و همه را وادار می‌کند تا راه‌های دیگری برای زندگی و کار در پیش بگیرند. این صنعت می‌تواند با کاهش ۵درصدی تقاضا برای مدت زیادی زنده بماند، اما پیشرفت در آن بسیار سخت خواهد بود. البته احتمالاً ظرفیت‌های جدید ایجاد خواهد شد. حتی قبل از همه‌گیری کرونا، ما با جهانی روبه‌رو بودیم که رشد تقاضای نفت به‌طور فزاینده به‌جای سوخت، در رشد پلاستیک متمرکز شده بود. هر بار که قیمت نفت افزایش می‌یابد، تولیدکننده‌ها با عجله سعی می‌کنند تا از ظرفیت بیکار خود استفاده کنند. پس از رکود قیمت نفت در اواسط دهه ۱۹۸۰، دو دهه طول کشید تا قیمت به سطح قبلی برگشت، اما این بار انتظار می‌رود که این روند طولانی‌تر باشد

سخنگوی صنعت برق:

خوش‌مصرف‌ها منتظر تشویق باشند

سخنگوی صنعت برق از پرداخت ۱۰۶ میلیارد پاداش به مشترکان خانگی خوش‌مصرف برق در سال گذشته خبر داد و گفت اجرای مصوبه دولت درباره تعرفه‌های تشویقی، ویژه مشترکان خوش‌مصرف خانگی، امسال نیز تداوم خواهد یافت.

مصطفی رجبی‌مشهدی با بیان اینکه در سال ۹۸ تجربه موفقی در نحوه اعمال تعرفه‌های تشویقی برق به دست آمد، اضافه کرد: در سال گذشته براساس مصوبه دولت، تعرفه‌های تشویقی که برای اصلاح مدل مصرف مشترکان خانگی تدوین شده بود، نتایج بسیار خوبی داشت.

او با بیان اینکه سال گذشته ۲۴ میلیون مشترک خانگی الگوی مصرف را رعایت و تنها مشمول ۷درصد افزایش بهای مصرف برق شدند، ادامه داد: با این حال ۵میلیون مشترک نیز بودند که مصارف آنها بیش از الگوهای تعیین‌شده قرار داشت و در رده مشترکان پرمصرف قرار گرفتند.

براساس اعلام توانیر، سخنگوی صنعت برق با بیان اینکه براساس مصوبه دولت و با هدف ایجاد انگیزه برای کاهش مصرف، به تعرفه برق این دسته از مشترکان پرمصرف، ۱۶درصد دیگر اضافه شد، گفت: در عین حال گروهی از مشترکان علاوه بر رعایت الگوی مصرف، در دوره تابستان، نسبت به کاهش مصرف برق خود نیز اقدام کرده بودند.

رجبی با بیان اینکه سال گذشته ۸ میلیون مشترک خانگی نه‌تنها الگوهای تعیین‌شده را رعایت کردند، بلکه در فصل تابستان، مصرف برق خود را کاهش دادند، افزود: به این گروه از مشترکان ۱۰۶ میلیارد تومان پاداش اختصاص یافت که در قبوض برق آنها لحاظ و در عمل از هزینه برق آنها کاسته شد.

به گفته رجبی، با توجه به تجربه موفق سال گذشته، مصوبه دولت امسال نیز اجرایی خواهد شد و مشترکانی که الگوی تعیین‌شده را رعایت کنند تنها مشمول ۷درصد افزایش تعرفه خواهند شد و به بهای برق مشترکان پرمصرف ۱۶درصد دیگر نیز اضافه می‌شود.

سخنگوی برق خاطرنشان کرد: آمارهای صنعت برق نشانگر آن است که حدود ۸۵درصد از مشترکان خانگی در رده مشترکانی هستند که براساس الگوهای تعیین‌شده برق مصرف می‌کنند و صرفا مشمول ۷درصد افزایش بهای برق مصرفی خواهند شد بنابراین مشترکان پرمصرف نیز می‌توانند با رعایت راهکارهای ساده‌ای که توسط شرکت‌های برق اعلام می‌شود، مصرف برق خود را کاهش و در رده مشترکان خوش‌مصرف قرار گیرند و حتی از پاداش همکاری نیز بهره‌مند شوند.

رجبی یادآور شد: از جمله راهکارهای ساده کاهش مصرف می‌توان به تنظیم درجه کولرهای گازی در دمای ۲۴ تا ۲۵ درجه، استفاده از دور کند کولرهای آبی، بهره‌گیری از نور طبیعی و خاموش کردن لامپ‌های اضافی طی روز اشاره کرد.

یادداشت

حذف ۴ صفر از پول ملی؛ نمایشی و مخرب

حسین سلاح‌ورزی
نایب رئیس اتاق ایران

گفت‌وگـو و کار در مورد حذف چهار صفر از پول ملی در شـرایط حاضر چیزی شـبیه تجویـز جراحی زیبایی برای بیمار مبتلا به سـرطان اسـت. دوسـتان صحبت از کاهش هزینه‌های حسابداری بر اثر این تغییر می‌کنند کـه در میان‌مـدت حرف صحیحی اسـت. البته در کوتاه‌مـدت این اقدام، با توجه به لزوم اصلاح ارقام آمارها و صورت‌های مالی سـال‌های گذشـته، برای مقایسـه‌پذیر شدن، هزینه‌زاست و شانس خطا هم در دوران تغییر، در محاسـبات مالی بالا می‌رود، اما به طورکلی در مقیاس ناکارآمدی‌های نظام اقتصادی ایران، این اعداد و ارقام خنده‌آور است. در ایران، دولت تقریباً هم اندازه تولید ناخالص داخلی نومینال، سوبسـید پیدا و پنهان توزیع می‌کند و ایـن سوبسـید در برخی حوزه‌ها همچـون آب و انرژی، عـلاوه بر ایجاد ناکارآمدی اقتصادی شـدید، اثرات مهمی بر ناپایدارکردن زیسـت‌بوم ایران دارد که بهای آن را نسـل‌های بعدی به سـختی خواهند پرداخت. این فقط یک‌قلم از مشـکلات حاد در کشـور ما است و حالا در میان فهرست مطول مشکلات ناکارآمدی در کشور، چرا دوستان نگران هزینه‌های حسابداری به دلیل وجود صفرهای اضافه‌شـده‌اند؟! انگار در انباری که شـتر با بارش در آن گم می‌شود؛ شـما برای افزایش دقت انبارداری، واحد اندازه‌گیری ارزن ورودی انبـار را، از کیلوگرم به دانه تغییر دهی! در کوتاه‌مدت هم، اثر حذف چهار صفر از پول ملی، با گردشدن قیمت‌ها به سمت بالا، اثر تورمی خواهد داشـت، اما درمجموع این فعالیت یک کار غیرضروری و نمایشـی است که هیـچ اثر و ارزش واقعی در اقتصاد کشـور ندارد و امیدواریم مسـئولان به جای ادامه این مسـیر مخـرب بازی با اعداد، به فکر حل مشـکلات واقعی اقتصاد ایران باشند.

همتی درباره واحد پولی جدید توضیح داد

بازگشت قران به واحد پولی ایران

نماینـدگان مجلس با حذف چهار صفـر از پول ملی موافقت کردند تا در سـه سال آینده واحد پول ایران از ریال به تومان تغییر پیدا کند. در همین زمینه، رئیس کل بانک مرکزی در تازه‌ترین یادداشـت اینستاگرامی خود با بیان اینکه «تومان» و «قران» همزمان با پول فعلی، در کل کشـور جاری و تدریجاً جایگزین اسـکناس‌ها و مسکوکات فعلی می‌شوند، اعلام کرد: واحد پـول ملی «تومان» می‌شـود و هر یک «تومان» نیز معـادل ۱۰۰ «قران» خواهد شـد. به نوشـته همتی، «صبح امروز ۱۵ اردیبهشت ماه ۱۳۹۹، در جلسه علنی مجلس شورای اسلامی لایحه پیشنهادی دولت، مبنی بر حذف چهار صفر از پول ملی و تعیین «تومان» به عنوان واحد پول ملی، که توسط بانک مرکزی ارائه شـده بود، به تصویب رسید. براساس ماده واحده مصوب مجلس، بعـد از اقدامات اجرایی موردنیاز، واحد پـول ملی جدید «تومان» می‌شود که معادل ۱۰.۰۰۰ «ریال» جاری خواهد بود. هر یک «تومان» نیز معادل ۱۰۰ «قران» خواهد شـد. «تومان» و «قران» همزمان با پول فعلی، در کل کشـور جاری شده و تدریجاً جایگزین اسکناس‌ها و مسکوکات فعلی می‌شـوند. لازم می‌دانم از هیأت وزیران، کمیسـیون‌های اقتصاد و برنامه و بودجه، خصوصاً نمایندگان مجلس، که امروز با رأی قاطع خود، ماده واحده حذف چهار صفر از پول ملی را به تصویب رساندند، قدردانی کنم.»

در فروردین‌ماه امسال

تراکنش‌های الکترونیکی کشور کاهش یافت

تعـداد تراکنش‌های شـبکه الکترونیکـی پرداخت کشـور در فروردین‌ماه امسـال نسبت به ماه گذشته و ماه مشـابه سال قبل به ترتیب ۴۰ و ۱۰درصد کاهش یافته اسـت. براسـاس تازه‌ترین آمار شبکه الکترونیکی پرداخت کشور تعداد تراکنش‌های شـاپرک در فروردین‌ماه سـال جـاری یک میلیارد و ۹۲۱ میلیـون و ۵۸۲ هزار و ۹۷۲ تراکنش بوده کـه ارزش این تراکنش‌ها به بیش از ۱۹۷ هزار میلیارد تومان رسـیده است. نسـبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی در این ماه ۱۲.۳۴درصد بوده و نسـبت اسـکناس و مسکوکات در دسـت اشـخاص به نقدینگی ۲.۳۳درصد بوده که هر دو نسبت به ماه گذشته کاهش داشته است. این آمار نشان می‌دهد که تراکنش‌های شاپرک نسبت به اسفندماه سال گذشته ۴۰درصد و نسبت به فروردین‌ماه سال گذشته ۱۰درصد کاهش یافته است. همچنین ۸۹درصد از این تراکنش‌های انجام‌شده مربوط به کارتخوان‌های فروشگاهی، ۶درصد ابزار اینترنتی و حدود ۵درصد مربوط به ابزار پذیرش موبایلی بوده است که پرداخت قبوض و شارژ تلفن همراه ۲.۳۸درصد از تراکنش‌هـا و خریـد کالا و خدمات ۹۷.۶۲درصـد را به خود اختصاص داده است. در این گزارش آمده است که بیشترین کارت‌خوان‌های فروشگاهی فعال با عدد یک میلیون و ۷۵۵ هزار مربوط به استان تهران بوده اما بیشترین سرانه تعداد کارت‌خوان‌های فروشگاهی مربوط به استان یزد و بیشترین سرانه تعداد تراکنش‌های کارت‌خوان‌های فروشگاهی در اختیار استان هرمزگان بوده است. از مجموع تراکنش‌های انجام‌شده در این ماه ۹۱.۲۲درصد موفق بوده که درصد تراکنش‌های موفق سـوئیچ شاپرک به کل تراکنش‌ها ۹۹.۹۵درصد بوده است. براسـاس اعلام شـاپرک خطاهای رخ داده در تراکنش‌ها، ۰.۶۷درصد خطای پذیرندگی، ۰.۶۱درصد خطای شـاپرکی، ۴.۳۱درصـد خطای صادرکنندگی، ۹۰.۵۷درصد خطای کاربری و ۰.۵۴درصد خطای کسب و کار بوده است.

بانک مرکزی اعلام کرد:

پرداخت وام یک میلیونی به بیش از ۳۵ هزار خانوار جامانده

مدیـرکل اعتبـارات بانک مرکـزی از پرداخـت بیش از ۳۵ هـزار فقره تسـهیلات یک میلیون تومانی به یارانه‌بگیـران در صف دریافت خبر داد و گفت از تعداد ۴۱ هزار فقره تسـهیلات قابل پرداخت به سرپرسـتان خانوار معرفی‌شـده از سوی سازمان هدفمندسـازی یارانه‌ها که به دلایلی از جمله مسـدودی حساب، شماره حساب اشتباه، عدم سـازگاری شماره حساب با کد ملی ارسـالی، نامعتبر بودن اطلاعات معرفی‌شـده و سایر خطاها امکان پرداخت آن از سـوی بانک‌های عامل میسـر نشـده بود، با پیگیری‌های به عمل آمـده و با همکاری بانک‌های عامل مشـکلات مربوط به آنها برطرف شده است.

علی‌اصغـر میرمحمدصادقـی افـزود: بنابرایـن، ۳۵ هـزار و ۶۰۱ فقره از تسـهیلات مزبور تا تاریخ ۱۵ اردیبهشـت ماه ۱۳۹۹ رفع و تسـهیلات ۱۰میلیون ریالی به حساب سرپرست خانوار واریز شده است.

چراغ سبز مجلس برای حذف ۴ صفر از پول ملی

«تومان» واحد پولی ایران می‌شود

فرصـت امروز: نمایندگان مجلس سـرانجام پس از کش و قوس‌های شـش ماهه به دولت اجازه دادند که در دوره گذار حداکثر سـه سـاله، چهـار صفر از پول ملـی را حذف کرده و واحد پول ملـی را از ریال به تومـان تبدیل کند. موضوع حذف چهار صفر از پول ملی البته فرآیندی دو ساله بوده است که به ۱۵ دی سال ۹۷ یعنی زمان تدوین این لایحه توسـط بانک مرکزی و ارائه آن به هیات وزیران با عنوان «اصلاح ماده یـک قانون پولی و بانکی کشـور» برمی‌گردد؛ بعـد از آن دولت در ۱۳ مرداد ۹۸ این لایحه را تصویب و برای اجرای تشـریفات قانونی در ۳۰ مرداد سال گذشته به مجلس ارسال کرد. نمایندگان مجلس نیز به یک فوریـت آن در جلسـه ۷ مهر ۱۳۹۸ رأی دادند تا لایحه برای بررسـی بیشـتر به کمیسیون اقتصادی ارجاع شـود. حالا نمایندگان مجلس در جلسـه علنی دیروز تصویب کردند که در طی سه سال آینده واحد پول ایران تومان شود.

در جلسه علنی دیروز مجلس چه گذشت؟

در جلسـه علنی روز دوشـنبه مجلس و در جریان بررسی کلیات این لایحـه سـه نماینده به عنوان موافق و سـه نماینده بـه عنوان مخالف صحبت کردند و نهایتا پس از سـخنان رئیس کل بانک مرکزی و اعلام نظر کمیسیون اقتصادی به عنوان موافق تصویب کلیات، مجلس شورای اسلامی با کلیات این لایحه موافقت کرد.

طبـق این لایحه واحد پول ملی کشـور از ریال به تومان تغییر کرده و چهـار صفر نیز از پول ملی حذف می‌شـود؛ فرآیند اجرایی این طرح پنج سـال از تاریخ تصویب قانون پیش‌بینی شـده اسـت. از پنج سال فرآیند اجرای طرح دو سال طرح مورد بررسی قرار خواهد گرفت و سه سـال اجرای طرح یعنی تغییر واحد پول ملی از ریال به تومان به طول خواهد انجامید.

در متن ماده واحده‌ای که نمایندگان در نشسـت علنی با تصویب آن موافقت کردند آمده اسـت که واحد پول ایران تومان است و هر تومان برابـر ۱۰ هزار ریال جاری و معادل یکصد قِران اسـت. برابری پول‌های خارجی نسـبت به تومان و نرخ خرید و فروش ارز توسط بانک مرکزی در چارچوب نظام ارزی حاکم و با رعایت ذخایر ارزی و تعهدات کشـور در مقابل صندوق بین‌المللی پول محاسبه و تعیین می‌شود.

همچنیـن دوره گردش مـوازی و اعتبار همزمان تومان و ریال که در این قانون دوره گذار نامیده می‌شود حداکثر سه سال است. پس از پایان دوره گذار تعهداتی که پیش از این براساس واحد پول ریال ایجاد شده است تنها با واحد پول تومان و یا اجزای آن قابل ایفا است. بانک مرکزی نیز موظف است ظرف مدت دو سال از تاریخ لازم‌الاجرا شدن این قانون، ترتیبات اجرایی لازم را جهت آغاز دوره گذار فراهم کند.

مخالفان حذف صفر از نظام پولی چه گفتند؟

* سـیدتقی کبیـری: تغییـر واحد پولـی ضرب سـکه جدید، چاپ اسـکناس و امحای اسکناس‌های گذشته، هزینه‌های زیادی را به دولت تحمیل می‌کند که در شـرایط فعلی اقتصادی توجیه ندارد. تومان یک عنوان از رژیم گذشـته است، آیا احیای آن اقدامی درستی است، از این رو تغییر عنوان واحد پولی هم نیازمند کار کارشناسی بیشتری است.

* مهـرداد بائـوج لاهوتـی: مردم انتظـار دارند مجلـس در روزهای آخر برای بهبود وضعیت اقتصادی‌شـان اقـدام موثری صورت دهد، در حالـی که حذف چهار صفـر و تغییر واحد پولی، تغییر محسوسـی در زندگی مردم و حفظ ارزش پول ملی ایجاد نمی‌کند. همه کشـورها در شـرایط باثبات اقتصادی واحد پولی خود را اصـلاح کردند. اعمال این تغییرات در شـرایط متزلزل اقتصادی موجب بدتر شدن تورم و افزایش قیمت‌ها می‌شود، بنابراین بهتر است اجازه دهیم مجلس آینده در زمان مناسب‌تری این موضوع را بررسی کند.

* نادر قاضی‌پور: اصلاح واحد پولی کشـور در شرایط فعلی تنها یک نمایش برای حفظ ارزش پولی اسـت، اما در واقعیت هیچ اتفاق مثبتی نخواهـد افتاد. سـیل کاهش ارزش پول ملی بـه راه افتاده که وضعیت اقتصادی مستضعفین را روز به روز بدتر می‌کند. آیا دولت با اجرای این لایحـه قول می‌دهد که تورم را در طول سـال‌های آینده کنترل کند؟ آزموده را آزمودن خطاست و این اقدام نه‌تنها ارزش پول ملی را افزایش نمی‌دهد، بلکه تورم را هم کنترل نخواهد کرد. بهتر است در این شرایط بـرای بهبود وضعیت کارگران، کشـاورزان و فرهنگیان، اقدام موثرتری صورت گیرد. اگر دولت در گفتار خود صادق است، به جای این نمایش، اقـدام عملی برای حفظ ارزش پولی کشـور انجام دهد. اگر حذف چهار صفـر تورم را کاهش مـی‌داد، باید تمام دانشـگاه‌های جهان را تعطیل می‌کردند بـه جای آن بازی با صفرها را به جریـان می‌انداختند. طرح اصلاح واحد پولی و حذف چهار صفر در ۲۸ کشور جهان اجرا و شکست خورده است. بهتر است بررسی این موضوع را به مجلس آینده بسپاریم تا با کار کارشناسی و زمان بیشتر، این مهم را به سرانجام برسانند.

آنچه موافقان حذف صفر از نظام پولی کشور گفتند

* محمدرضـا صباغیان بافقی: اصلاح سـاختار پولی یکی از اقدامات خوب دولت اسـت چراکه ارزش پول کشـور کاهش یافته تا حدی که حتـی هزینه چاپ پـول به اندازه ارزش پول نیسـت و این اقدام دولت باعث برگشـت ارزش پول کشـور خواهد شـد. امروز زمان مردم برای شـمارش پول گرفته می‌شود که درصد خطا را بالا می‌برد و حذف صفر از واحد پول کشور باعث می‌شود، درصد خطا پایین بیاید.

* علی بختیار: باید از چاپ بیش از حد اسـکناس جلوگیری کنیم تا هزینه‌ها پایین بیاید. کشـورهای بسیاری برای حل مشکلات مالی خود اقدام به حذف صفر کرده‌اند که این موضوع در برخی از کشورها چند بار تکرار شده است. حذف صفر مسئله تورم را حل می‌کند و اصلاح ساختار پولی کشور باعث تقویت ارزش پول و سهولت معاملات خواهد شد.

* صدیـف بـدری: حتی با توجـه به افزایـش اسـتفاده از پرداخت الکترونیکی، باز هم نظام اسکناسـی برای کشـورها مهم بوده و نادیده گرفتـه نمی‌شـود. به دلیل تـورم در سـال‌های اخیر، اسـکناس‌ها و مسکوکات کارایی خود را از دست داده‌اند و ارزش آنها بسیار افت کرده که همین امر باعث شـده حمل و نقل اسکناس دشوار شود. با توجه به بهای فلز مسکوکات شـاهد خروج سکه از سیستم مالی کشور شده‌ایم ضمـن اینکه واحد پول فعلی ایران یعنی ریال، هویت خود را از دسـت داده و دیگـر مـورد مطالبه مردم نبوده و همـگان از واحد پولی تومان اسـتفاده می‌کنند. گردشـدن قیمت‌ها با واحد ریال به سمت بالا باعث نارضایتی مردم به خصوص در زمینه کرایه حمل و نقل شـده اسـت. از این قانون در بازه زمانی پنج سـاله اسـتفاده می‌شود که مشکلی برای معاملات به وجود نمی‌آورد.

دفاع همتی از حذف ۴ صفر از پول ملی

رئیس بانک مرکزی نیز در صحن علنی مجلس گفت: با توجه به رایج بودن تومان در عرف می‌خواهیم با عرف هماهنگ باشیم.

عبدالناصـر همتی با بیـان اینکه کاهش کارایی پـول ملی در نتیجه تورم مزمن و انباشـته پنج دهه اخیـر اتفاق افتاده، گفت: این امر باعث شـده پول ملی که به عنوان ریال و پیش از آن دینار نامیده می‌شـد در جامعه کاربرد نداشته باشـد. مجلس شورای اسلامی فوریت این لایحه را سال گذشته تصویب کرد و ما امیدواریم کلیات و جزییات این لایحه نیز به تصویب برسد، به خصوص که ما هزینه بالایی برای چاپ و امحای اسـکناس پرداخت می‌کنیم. ما ۸ میلیارد اسکناس داریم که ۵ میلیارد آن زیر ۲۰۰۰ تومان اسـت. در حال حاضر مسکوکات ما از وعده خارج می‌شـوند و سـالانه یک میلیارد اسکناس امحا می‌شود که این هر سال ۴۰۰ میلیارد تومان هزینه دارد.

رئیـس کل بانـک مرکزی با تاکید بر اهمیت افـت حیثیت ملی پول ایران افزود: در حال حاضر رابطه پول ما با یورو رقم وحشتناکی اختلاف دارد و معادل ۰.۰۰۰۰۰۶ اسـت. همچنین سرانه اسکناس در کشور ما ۱۰۲ اسـت که بالاترین بین کشـورها بود و در مقابل سرانه مسکوکات در کشـور ۲۶ اسـت در حالی که در کشـورهای اروپایی این رقم ۲۰۰ تا ۳۰۰ است.

به گفته همتی، در اینجا تورم علت است نه معلول و این تغییر معلول تورم مزمن چند دهه‌ای اسـت. وظیفه بانک مرکزی تسـهیل مبادلات بازرگانی مردم اسـت و به همین دلیل ما پیشـنهاد ایـن لایحه را ارائه کرده بودیم.

او با بیان اینکه این تغییر به صورت تدریجی انجام خواهد شد، گفت: هـر دو پول به موازات هم پیش خواهد رفت تا این تغییر حذف شـود. ما مجددا یکشـنبه شب در هیات دولت بر این موضوع تاکید کردیم که پول ملی تومان باشد و اضعاف آن به صورت قران باشد یعنی یک تومان معادل ۱۰۰ قران و ۱۰ هزار ریال سابق که با توجه به پیش‌بینی‌ها این امر بسته به شرایط و آماده‌سازی از دو تا پنج سال به طول می‌انجامد.

سرگذشت حذف صفر از پول ملی ایران

پول ملی منهای ۴ صفر

داسـتان تغییر واحد پول ایران به سـال ۱۳۰۸ باز می‌گردد. در آن زمان به طور رسـمی واحد پول ایران، ریال تعیین شد. در سال ۱۳۷۲ بـرای اولین بار ایده حذف صفر از ریال مطرح شـد و بانک مرکزی در آن زمان مطالعات گسترده‌ای را در این زمینه آغاز کرد. در سال ۱۳۸۶ مجـدداً ایده حذف صفر از پول ملی با دسـتور محمود احمدی‌نژاد در دسـتور کار قـرار گرفت. این طرح به قدری جدی شـده بود که بانک مرکـزی با راه‌اندازی سـایت ویژه رفرم پول ملی، از مردم درخواسـت کـرد تا نظرات خود را پیرامون نام واحد جدید پولی و همچنین میزان صفرهایی که باید از پول ملی حذف شـوند ارائه دهند. ولی عمر دولت دهم به اجرای رفرم پولی قد نداد و این طرح با تغییر دولت به فراموشی سپرده شد. این فراموشی تا اواسط آبان ماه سال ۱۳۹۵ ادامه داشت تا اینکه حسین قضاوی، معاون وقت امور بانکی وزیر اقتصاد که در دولت قبل سِـمَت معاون اقتصادی بانک مرکزی را برعهده داشت بر ضرورت حذف پول ملی تاکید کرد. سپس در ۱۷ آذرماه ۱۳۹۵ خبری از هیأت دولت منتشـر شـد که حکایت از رأی کابینه دولت یازدهم به اصلاح پول ملی و تغییر واحد پولی از ریال به تومان داشت. البته این تصمیم براساس طرح بانک مرکزی اتخاذ شده بود.

موضوع حذف صفر از پول ملی بعد از تصمیم خبر ۱۷ آذرماه ۱۳۹۵ مسـکوت ماند تا اینکه دوبـاره در ۱۱دی ماه ۱۳۹۷ و بـا رونمایی از ایران‌چک‌هـای جدید یک بـار دیگر موضوع حذف صفـر از پول ملی به خبر رسـانه‌ها تبدیل شـد. بانک مرکزی از ایران‌چک‌های ۵۰ هزار تومانـی رونمایـی کرد که چهـار صفر آن کمرنگ شـده بود و همین موضوع حـذف چهار صفر از پول ملی را تقویـت می‌کرد. این موضوع توسـط عبدالناصر همتی مورد تایید قرار گرفت. سـایت بانک مرکزی در خبـری در ۱۶ دی مـاه ۱۳۹۷ محتویات نشسـت رئیس کل بانک مرکزی با نمایندگان عضو فراکسـیون ولایی مجلس را منتشر کرد. در این نشسـت عبدالناصر همتی گفت که لایحه حذف چهار صفر از پول ملی از سوی بانک مرکزی تقدیم دولت شده و امیدوارم هرچه سریع‌تر این مهم به نتیجه برسد.

سـرانجام در ۹ مردادماه سـال ۱۳۹۸ هیات دولت تصویب کرد که چهار صفر از پول ملی حذف شـود. پس از تصویب این لایحه (اصلاح قانـون پولی و بانکی کشـور) در هیات دولت، ایـن موضوع برای طی تشـریفات قانونی در ۳۰ مردادماه سـال گذشـته به مجلس شـورای اسـلامی ارسـال شـد. در ۷ مهرماه ۱۳۹۸ نماینـدگان مجلس ضمن تصویب یک فوریت این لایحه، آن را جهت بررسی‌های تکمیلی و ابعاد مختلف اجرایی به کمیسـیون اقتصادی مجلس ارجاع دادند. سرانجام این لایحه با انجام اصلاحات جزئی در عنوان و متن در ۶ بهمن ۱۳۹۸ مورد تصویب کمیسیون اقتصادی مجلس قرار گرفت و مقدمات جهت طرح موضوع در جلسات صحن علنی مجلس فراهم شد.

در نهایت روز گذشته بررسی لایحه اصلاح قانون پولی و بانکی کشور در دسـتور کار جلسـه علنی مجلس قرار گرفت و کلیات این لایحه با اکثریت آرا به تصویب رسـید. نمایندگان پـس از تصویب کلیات وارد بررسی جزییات این لایحه شدند.

گفتنی اسـت که طبق این لایحه واحد پول ملی کشـور از ریال به تومان تغییر کرده و چهار صفر نیز از پول ملی حذف می‌شـود؛ فرآیند اجرایی این طرح پنج سال از تاریخ تصویب قانون پیش‌بینی شده است. از پنج سال فرآیند اجرای طرح دو سال طرح مورد بررسی قرار خواهد گرفت و سـه سـال اجرای طرح یعنی تغییر واحد پول ملی از ریال به تومان به طول خواهد انجامید.

نوبت اول

اداره کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان هرمزگان

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای همراه با ارزیابی کیفی فشرده شماره ۹۹/۲

اداره کل نوسازی ، توسعه و تجهیز مدارس هرمزگان در نظر دارد پروژه های مشروحه زیر را بر اساس بخشنامه ۹۶/۱۲۹۹۱۸۸ مورخ ۹۶/۰۵/۰۴ با فهرست بهای ابنیه سال ۹۹ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir به مناقصه بگذارد، لذا از کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی واجدالشرایط دعوت به همکاری می نماید و در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. کلیه متقاضیان جهت دریافت اسناد به سامانه ستاد از روز پنج شنبه مورخ ۹۹/۰۲/۱۸ لغایت ۹۹/۰۲/۲۲ مراجعه نمایند .

آخرین مهلت تحویل پیشنهادها تا ساعت ۱۴:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۹۹/۰۳/۰۶ به سامانه ستاد و دبیرخانه اداره کل نوسازی مدارس هرمزگان به آدرس بندرعباس – کوی فرهنگیان – بلوار شهید ناصر – اداره کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان هرمزگان می باشد و پاکتهای مناقصه در تاریخ ۹۹/۰۳/۰۷ روز چهارشنبه در محل اداره کل نوسازی مدارس استان هرمزگان بازگشایی خواهد شد . این اداره کل در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مخدوش یا بدون مهر و امضاء مختار می باشد . در صورت هر گونه ابهام با واحد امور قراردادهای این اداره کل به شماره تلفن ۳۳۳۵۰۰۹۵-۰۷۶ تماس حاصل فرمایید.

ردیف	عنوان پروژه	شهرستان	مبلغ برآورد به ریال	مبلغ تضمین به ریال	نوع تضمین
۱	احداث دبستان ۶ کلاسه برکت مازگرد	حاجی آباد	۱۵۵۸۹,۶۰۷,۳۷۵	۷۷۹,۴۸۰,۳۶۹	۱) ضمانتنامه معتبر بانکی به مدت سه ماه اعتبار از تاریخ آخرین روز تسلیم پیشنهادها ۲) واریز نقدی به شماره حساب تمرکزی وجوه سپرده بانک مرکزی
۲	تکمیل مدرسه توریان	قشم	۱۵,۲۲۱,۴۶۷,۴۱۱	۷۶۱,۰۷۳,۳۷۱	
۳	تکمیل تخریب و بازسازی دبستان ۱۲ کلاسه تازیان پایین	بندرعباس	۱۶,۲۶۰,۴۲۶,۵۸۴	۸۱۳,۰۲۱,۳۲۹	
۴	احداث دبستان ۶ کلاسه برکت ملکن	بشاگرد	۱۶,۵۵۹,۶۹۶,۷۷۵	۸۲۷,۹۸۴,۸۳۹	
۵	بازسازی و نوسازی دبستان ۶کلاسه پشته گوربند	میناب	۱۵,۵۵۱,۲۴۵,۶۷۱	۷۷۷,۵۶۲,۲۸۴	

آگهی مذکور در سایت اطلاع رسانی مناقصات به نشانی http://iets.mporg.ir و اداره کل نوسازی مدارس هرمزگان به نشانی http://www.nosazihormozgan.ir و http://www.setadiran.ir قابل رویت می باشد.

شناسه آگهی : ۸۳۱۸۸۵

روابط عمومی اداره کل نوسازی ، توسعه وتجهیز مدارس استان هرمزگان

۸۰

حذف ۴ صفر از پول ملی چه تاثیری بر معاملات بورس دارد؟

رشد ۲۲ هزار واحدی شاخص بورس

فرصت امروز: بازار سرمایه در سومین روز هفته و پانزدهمین روز اردیبهشت به روند صعودی خود ادامه داد و با رشد ۲۲ هزار و ۹۰۲ واحدی در ارتفاع ۹۷۹ هزار و ۱۰۳ واحد ایستاد. بازار سرمایه در این روز همانند روزهای گذشته رشد چند هزار واحدی داشت و معاملات این بازار در حالی به پایان رسید که شاخص کل نزدیک به ۲۳ هزار واحد صعود کرد و به یک قدمی رکورد یک میلیون واحدی رسید.

شاخص کل (هم وزن) نیز با ۲ هزار و ۵۸ واحد افزایش به ۳۱۲ هزار و ۷۵ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با یک هزار و ۳۶۶ واحد رشد به ۲۰۷ هزار و ۱۷۱ واحد رسید. شاخص آزاد شناور نیز ۲۷ هزار و ۱۲۷ واحد، شاخص بازار اول ۱۹ هزار و ۸۱۱ واحد و شاخص بازار دوم ۳۳ هزار و ۶۳۵ واحد افزایش داشت. در معاملات این روز بیش از ۱۰ میلیارد و ۸۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۴۳ هزار و ۳۳۰ میلیارد ریال داد و ستد شد.

مهم‌ترین نمادهای بورس در روز دوشنبه

نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۶ هزار و ۱۲۹ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۲ هزار و ۶۵۵ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با یک هزار و ۷۳۶، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با یک هزار و ۱۷۰ واحد، معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با یک هزار و ۵۵ واحد و معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با یک هزار و ۵۵ واحد بیشترین تاثیر مثبت را در بین تمامی نمادها بر شاخص بورس داشتند.

در نقطه مقابل نیز نمادهای گروه مپنا (رمپنا) با ۵۲۱ واحد، خدمات انفورماتیک (رانفور) با ۴۵۴ واحد، سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی (وبانک) با ۳۵۳ واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۲۸۶ واحد، شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با ۲۸۴ واحد و مبین انرژی خلیج فارس (مبین) با ۲۶۹ واحد مانع رشد شاخص بورس شدند. همچنین نمادهای بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو، گلوکوزان، پالایش نفت اصفهان، ملی صنایع مس ایران و بانک تجارت از جمله نمادهای پربیننده دیروز بودند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات روز دوشنبه صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه یک میلیارد و ۲۶۹ هزار برگه سهم به ارزش ۲۰ هزار و ۴۰۳ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز نزدیک به ۱۴۱ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۱ هزار و ۲۲۶ واحد ثابت ماند. در این بازار ۳ میلیارد و ۴۵۳ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۶۶ هزار و ۲۹۶ میلیارد ریال داد و ستد شد. در این روز اغلب نمادهای فرابورس از جمله نماد هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز) و فرابورس ایران (فرابورس) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، پتروشیمی غدیر (شغدیر) و کشتیرانی دریایی خزر (حخزر) تاثیر منفی بر شاخص فرابورس داشتند.

تاثیر حذف ۴ صفر از پول ملی بر معاملات بورس

صبح دوشنبه نمایندگان مجلس با حذف چهار صفر از پول ملی موافقت و تصویب کردند تا در سه سال آینده واحد پول کشور از ریال به تومان تغییر پیدا کند. از نظر فعالان بازار سرمایه این تصمیم می‌تواند با تاثیر مالی رفتاری در معاملات بورس همراه باشد بنابراین سوال این است که حذف چهار صفر از پول ملی چه تاثیری بر معاملات بازار سرمایه دارد؟

در پاسخ به این پرسش، احمد اشتیاقی به تاثیر این تصمیم بر روند معاملات بازار سرمایه اشاره کرد و گفت: اکنون همه سهم‌ها در بازار از قیمت ۱۰۰ تومان عبور کرده است، بنابراین حذف چهار صفر از پول ملی می‌تواند به صورت روانی در بازار تاثیرگذار باشد و باعث می‌شود تا قیمت سهام به سمت اعداد پایین‌تر پیش رود.

او در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، ادامه داد: حذف چهار صفر از پول ملی می‌تواند از نظر مالی رفتاری از سوی افرادی که به تازگی وارد بازار سرمایه شده‌اند بر بازار تاثیرگذار باشد.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه قیمت سهام در بازار، وابسته به مدل ارزش‌گذاری است و از این طریق می‌توان تعیین کرد که قیمت تعیین‌شده برای سهام ارزان یا گران است، گفت: از لحاظ مالی رفتاری تمایل عموم مردم بیشتر به سمت سهم‌های ارزان‌قیمت است، بنابراین زمانی که چهار صفر از پول ملی حذف شود به نوعی می‌توان سهم‌هایی که قیمت آنها بالاتر است را به سمت پایین سوق داد.

به اعتقاد وی، این اقدام به منظور سر و سامان دادن وضعیت موجود و کاهش ارزش در قیمت‌ها از لحاظ صفری در نظر گرفته شده است، بنابراین این اقدام ممکن است از نظر مالی و رفتاری بر بازار تاثیرگذار باشد اما نمی‌تواند تاثیر خاصی را بر روی ارزش شرکت‌ها داشته باشد. به عبارت دیگر، حذف چهار صفر از پول ملی باعث روان‌تر شدن قیمت سهم‌ها می‌شود، اما این مسئله باید مشخص شود سهامی که نرخ آن ۱۰۰ تومان است با حذف چهار صفر چه اتفاقی برای آنها رخ می‌دهد و چه برنامه‌هایی برای معاملات آنها انجام خواهد شد.

این کارشناس بازار سرمایه در پایان گفت: در مدل حذف چهار صفر از پول ملی یک سنجشی برای قیمت‌های کمتر از یک ریال تعیین می‌شود.

حذف ۴ صفر از پول ملی اثری بر بازار ندارد

همچنین دبیرکل کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران با اشاره به بی‌تاثیر بودن حذف چهار صفر از پول ملی بر بازار سرمایه گفت: باید در انتظار تصمیمات آتی دولت در راستای چنین تصمیمی باشیم.

سعید اسلامی بیدگلی در گفت‌وگو با سنا، به بررسی تاثیر این موضوع بر روند بازار سرمایه پرداخت و گفت: این اتفاق اثر خاصی بر روند کنونی بازار سرمایه نخواهد داشت.

به گفته وی، حذف صفر از پول ملی، تغییری در متغیرهای بنیادی اقتصاد ایجاد نخواهد کرد؛ در واقع باید منتظر باشیم تا اثرات این سیاست‌گذاری از جنبه سیاست‌گذاران به ویژه در زمینه تورم اقتصادی چه خواهد بود.

عضو شورای عالی بورس با اشاره به اینکه حذف صفر، به رند شدن اعداد در معاملات بازار سهام کمک شایانی خواهد داشت، گفت: چنین تصمیمی در مجموع عواقب منفی به دنبال ندارد، البته باید عنوان کرد که این تصمیم، سیاست‌گذاری‌های آتی و مصوبات دیگری نیز به دنبال دارد، به عبارت دقیق‌تر به دنبال وضع چنین مواردی، پیامدها و سیاست‌های بعدی در انتظار اقتصاد است.

از عرضه شرکت‌های دولتی تا آزادسازی سهام عدالت

۲ گام برای افزایش مدیریت بخش خصوصی

عضو شورای عالی بورس با بیان اینکه تمام اهداف و توان حاکمیت، دولت و شورای بورس در جهت تعمیق بازار سرمایه است، گفت اقتصاد ایران به معنای واقعی در جهت اعمال مدیریت و افزایش سهم بخش خصوصی در اقتصاد گام برداشته که مسیر اصلی این امر از بازار سرمایه می‌گذرد. باید سهام شرکت‌های دولتی و شبه‌دولتی و همچنین سهام شرکت‌های زیرمجموعه این نهاد به عموم مردم عرضه شود که در این راستا عرضه سهام دولتی در قابل صندوق‌های ETF و آزادسازی سهام عدالت گام نخست و اساسی به شمار می‌آید.

به گزارش سنا، شاهین چراغی با اشاره به عرضه نخستین دوره از سهام باقی‌مانده دولت در قالب صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل‌معامله(ETF)، گفت: برای از بین رفتن چسبندگی میان مدیران دولتی، نهادی و بانکی بهترین راه این است که شرکت‌های زیرمجموعه بانک‌های دولتی و شبه دولتی در بازار سرمایه عرضه شوند.

شاهین چراغی در ادامه با بیان اینکه دلیلی برای سهامداری دولت در این مجموعه‌ها وجود ندارد، گفت: قطعا بخش خصوصی توان مدیریت به مراتب بهتر و مناسب‌تری از مدیران گذشته در این شرکت‌ها خواهد داشت. با قاطعیت می‌توان عنوان کرد که امروز توان فکری و مدیریتی بخش خصوصی و به روز بودن آنان چندین برابر مدیران نهادی و دولتی در شرکت‌ها است و این موضوع در روح اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی به درستی دیده شده و به همین جهت مورد تاکید مقام معظم رهبری برای اعمال مالکیت بخش خصوصی قرار گرفته است.

وی ادامه داد: بخش خصوصی و فعالان اقتصادی بازار سرمایه اعتقاد دارند به جای عرضه سهام کوچک با تعداد محدود به اشخاص حقیقی تازه‌وارد به بازار، تقاضای سرمایه‌گذاران جدید را با سهام بنیادی شرکت‌های معدنی، فولادی، پتروشیمی و ... که در لایه زیرین بانک‌های دولتی وجود دارند، باید پاسخ داد و این نوع سهام به آنان واگذار شود.

چراغی با اظهار این مطلب که ما نباید نگران مدیریت این شرکت‌ها باشیم، گفت: باید سهام را به مردم عرضه کنیم که در این راستا عرضه سهام دولتی صندوق‌های قابل معامله و آزادسازی سهام عدالت گام نخست و اساسی به شمار می‌آید.

به گفته این فعال بازار سرمایه، مردم و فعالین در بازار سرمایه همواره با هوشمندی بیشتر واحدهای تجاری را اداره می‌کنند. این امر ضریب امنیت ملی را نیز افزایش می‌دهد. الان وقت عرضه سهام لایه‌های پایین شرکت‌های شبه دولتی است. مطمئن باشید امروز در مقابل این حرکت بسیار خوب در اقتصاد همه ما مسئول هستیم، اگر با بازار همراهی نکنیم، قطعا مورد غضب و هجوم فعالین بازار سرمایه قرار خواهیم گرفت و آینده درخصوص ما قضاوت خواهند کرد.

چراغی تاکید کرد: باید از این فرصت تاریخی برای توسعه اقتصاد ایران استفاده کنیم، این فرصت در اقتصاد ایران تکرارناپذیر است .

عضو شورای عالی بورس با اشاره به توان بالای حاکمیت، دولت و شورای بورس در جهت تعمیق بازار سرمایه اشاره کرد و گفت: امروز خوشبختانه بورس به واقعیتی در اقتصاد ملی تبدیل شده که مورد توجه ویژه مقام معظم رهبری نیز قرار گرفته است. حکم حکومتی معظم الله به شورای عالی بورس، نشان می‌دهد، اقتصاد ایران به معنای واقعی در جهت اعمال مدیریت بخش خصوصی قدم برداشته و هر روز سهم بخش خصوصی در اقتصاد بیشتر خواهد شد.

چراغی ادامه داد: قطعا بزرگ شدن بازار سرمایه با این شتاب تجربه جدیدی است که در کنار نقاط قوت، قطعا کاستی و ضعف نیز خواهد داشت، اما نباید از این شرایط هراس داشت. در واقع باید با همدلی و اهتمام تمام ارکان بازار سرمایه در جهت رفع آن تلاش کرد.

وی با بیان این مطلب که باید هیجانات کاذب را در بازار متوقف کرد، گفت: همچنین باید مردم و سرمایه‌گذاران جدید را به سازوکار معاملات در بورس آشنا و آگاه کنیم. باید سرمایه‌گذاران بدانند که ریسک‌های متفاوتی در بازار سرمایه وجود دارد و باید با دیدگاه بلندمدت در آن سرمایه‌گذاری کنیم. به گفته چراغی، ماهیت بازار سرمایه با بازار پول متفاوت است و طبیعتا بازدهی و زیان آن هم متفاوت خواهد بود. بازار سرمایه ریسک‌های خاص خود را دارد و در این راستا قوانین و مقررات بازار همواره باید حافظ منافع سهامداران جز باشد تا آسیبی به مردم که ولی نعمت ما در کشور هستند، وارد نشود. باید از هرگونه هیجانات کاذب در بازار سرمایه به هر نحو ممکن جلوگیری کرد، ولو این امر با تصویب قوانین و مقرراتی در جهت کنترل هیجان باشد.

چراغی به ارائه پیشنهاد در جهت تعمیق هرچه بیشتر بازار سرمایه پرداخت و با اظهار این مطلب که افق بازار سرمایه در کشور ما روشن است، گفت: باید عرضه‌های اولیه و ورود شرکت‌های دولتی و شبه دولتی به بازار سرمایه را افزایش داد. این امر نه‌تنها آسیب احتمالی وارده به بازار را کاهش خواهد داد و راهکاری مهم در جهت کنترل هیجان معامله‌گران است، بلکه نشاط، شفافیت و توسعه هرچه بیشتر بازار را به دنبال خواهد داشت.

دریچه

آغاز پذیره‌نویسی صندوق «واسطه‌گری مالی یکم» در بانک پاسارگاد

پذیره‌نویسی واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس (ETF) «واسطه‌گری مالی یکم» به منظور واگذاری باقی‌مانده سهام دولت در بانک‌های صادرات ایران، ملت، تجارت، بیمه البرز و بیمه اتکایی امین، از تاریخ ۱۵ اردیبهشت لغایت ۳۱ اردیبهشت سال ۱۳۹۹، از طریق بانک پاسارگاد انجام خواهد شد. به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، براساس تصمیم دولت، باقی‌مانده سهم دولت در بانک‌های ملت، تجارت و صادرات و همچنین شرکت‌های بیمه البزر و اتکایی امین از طریق پذیره‌نویسی واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس (ETF) «واسطه‌گری مالی یکم» واگذار خواهد شد. قیمت سهام تشکیل‌دهنده واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق، در روز آغاز پذیره‌نویسی، متوسط قیمت سهام در ۳۰ روز گذشته (منتهی به انتشار فراخوان واگذاری) با احتساب ۲۰درصد تخفیف است. براساس این خبر، اشخاص حقیقی، بدون محدودیت سنی، می‌توانند با مراجعه به سامانه پذیره‌نویسی واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس (ETF) «واسطه‌گری مالی یکم» به نشانی eft.bpi.ir، اطلاعات هویتی خود را تکمیل و نسبت به خرید واحدهای سرمایه‌گذاری این صندوق، اقدام نمایند. برای خرید واحدهای مذکور که هر یک به ارزش ۱۰۰ هزار ریال است، الزامی به داشتن کد بورسی نیست، اما متقاضیان باید برای معامله این واحدها که از دو ماه پس از پایان پذیره‌نویسی امکان‌پذیر است، نسبت به ثبت‌نام در سامانه احراز هویت سجام و دریافت کد بورسی اقدام نمایند.

مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ و سامانه CRM در سایت این بانک به آدرس https://www.bpi.ir/crm به صورت شبانه‌روزی آماده ارائه اطلاعات بیشتر به هم‌میهنان هستند.

مدیرعامل شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اعلام کرد

احراز هویت غیرحضوری سجام در انتظار تایید مراجع

صبح دوشنبه خبری از سوی رئیس سازمان بورس اعلام شد مبنی بر اینکه به زودی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی تمهیداتی فراهم می‌کند که احراز هویت مشتریان بورسی در سامانه سجام به صورت غیرحضوری و الکترونیکی انجام شود. در همین زمینه، مدیرعامل شرکت سپرده‌گذاری مرکزی از آمادگی زیرساخت‌های این شرکت برای احراز هویت غیرحضوری و الکترونیکی مشتریان بورسی در سامانه سجام خبر داد و گفت: همه زیرساخت‌های لازم در این زمینه در شرکت سپرده‌گذاری مرکزی مهیا است و با هیچ‌گونه مشکلی برای این اقدام روبه‌رو نیستیم.

حسین فهیمی در گفت‌وگو با ایرنا، ادامه داد: این اقدام نیازمند تصمیم مراجع ذی‌صلاح است که در صورت تایید این مراجع به زودی اجرای آن را در دستور کار قرار خواهیم داد. اکنون رفاه حال سهامداران و افرادی که به دنبال احراز هویت سجام هستند برای ما در اولویت قرار دارد و از امروز به منظور اجرای هرچه زودتر این تصمیم و انجام احراز هویت به صورت غیرحضوری اقدامات لازم را به مسئولان مربوطه ابلاغ می‌کنیم.

او به افرادی که به دفاتر پیشخوان برای احراز هویت مراجعه می‌کنند و با قطعی دستگاه‌ها مواجه می‌شوند، اشاره کرد و افزود: قطعی سیستم دفاتر پیشخوان و باقی مراکزی که مسئولیت احراز هویت را برعهده دارند ارتباطی به شرکت سپرده‌گذاری ندارد بلکه این موضوع مربوط به خود مراکزی است که مسئول اجرای این اقدام هستند. همچنین روح‌الله حسینی مقدم، عضو شورای عالی بورس به تصمیم شورای عالی بورس برای انجام احراز هویت سجام به صورت غیرحضوری اشاره کرد و گفت: به نظر می‌رسد که بهتر باشد با توجه به شیوع ویروس کرونا و جلوگیری از گستردگی آن مراحل احراز هویت به صورت غیرحضوری تسهیل شود.

به گفته وی، تاکنون رفتار مناسب و حرفه‌ای از سوی دفاتر پیشخوان با سهامداران و سرمایه‌گذاران انجام نشده است، به همین دلیل بهتر است سازمان بورس برای تسهیل این امر هر اقدامی را که لازم است در دستور کار قرار دهد. در صورتی که اجرای این اقدام نیازمند تصمیم شورای عالی بورس است باید هرچه زودتر این مسئله در این شورا مطرح شود تا بتوان این اقدام را برای راحتی سهامداران به حالت اجرا در آوریم.

عضو شورای عالی بورس با بیان اینکه لازم است سازمان بورس شرایط ورود مردم به بورس را ایمن و ساده کند، گفت: اگر لازم است اقدامات جدید را در این زمینه در دستور کار قرار دهد و در صورت نیاز به مصوبات جدید باید پیگیری‌های لازم صورت گیرد. دفاتر پیشخوان اگر رفتار منصفانه و حرفه‌ای با افرادی که به دنبال ورود به بورس هستند ندارند، باید از مجاری مربوطه نظارت لازم صورت گیرد و به تخلف‌ها رسیدگی شود.

نوبت دوم

وزارت نیرو
شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان
(سهامی خاص)

تجدید فراخوان
مناقصه عمومی یک مرحله ای

شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به عنوان دستگاه مناقصه گزار در نظر دارد به استناد قانون برگزاری مناقصات به شماره ۱۳۰۸۹۰ مورخ ۸۳/۱۱/۱۷ مناقصه با موضوع بهره برداری ، نگهداری و تعمیرات تاسیسات کلرزنی استان هرمزگان با مبلغ برآورد ۶/۰۸۷/۹۷۳/۲۳۰ ریال (شش میلیارد و هشتاد و هفت میلیون و نهصد و هفتاد و سه هزار و دویست و سی ریال) برای مدت ۱۲ ماه و ضمانتنامه شرکت در فرایند ارجاع کار به مبلغ ۳۰۴/۴۰۰/۰۰۰ (سیصد و چهار میلیون و چهارصد هزار ریال) به پیمانکار دارای رتبه ۶ صلاحیت بهره برداری تاسیسات تامین ، انتقال و توزیع آب و گواهینامه صلاحیت ایمنی واگذار نماید. از کلیه شرکتهای صلاحیت دار که متقاضی شرکت در مناقصه مذکور هستند دعوت می شود از تاریخ درج آگهی به مدت پنج روز با ارائه معرفی نامه کتبی و فیش واریزی به مبلغ ۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب سپهر ۰۱۰۲۹۳۴۹۹۰۰۰۳ بانک صادرات شعبه گلشهر بابت خرید اسناد مناقصه در ساعات اداری به امور قراردادها این شرکت به نشانی بندرعباس - بلوار ناصر - جنب بیمارستان شریعتی مراجعه و اسناد مربوطه را دریافت نمایند . و متقاضی می تواند مبلغ ضمانتنامه را به یکی از صور پیش بینی شده در آئین نامه تضمین در معاملات دولتی که در اسناد مناقصه درج می باشد ، ارائه نماید . مناقصه گران پس از دریافت و مطالعه اسناد مناقصه ، اسناد مربوطه را تکمیل و در پاکت لاک و مهر شده به دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان تحویل نمایند، مهلت ارائه پیشنهاد تا ساعت ۱۵ مورخ ۹۹/۰۳/۱۱ می باشد و پیشنهادات واصله پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران و احراز حداقل امتیاز لازم (۷۰) در ساعت ۱۰ مورخ ۹۹/۰۳/۱۳ در کمیسیون مناقصه بازگشایی خواهد شد و حضور یک نفر نماینده از طرف هر یک از پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی پیشنهادها آزاد است . در ضمن علاقمندان می توانند به سایت اینترنتی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان به نشانی WWW.Abfa: Hormozgan.Com مراجعه نمایند .
هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.

روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان

۷۱

بازار در انتظار کاهش قیمت گوشی

در حالی که علاوه بر بالارفتن نرخ ارز و کمبود جهانی این کالا به دلیل کرونا، مشکلات ثبت سفارش و واردات منجر به افزایش قیمت گوشی شده، به گفته یک فعال بازار موبایل، در صورتی که این مشکلات برطرف شود، حداکثر ظرف یک هفته قیمت کالا به روال مشخصی برمی‌گردد.

به گزارش ایسنا، شیوع کرونا در جهان تبعات زیادی داشته و از جمله اینکه تولیدکنندگان گوشی در بسیاری از کشورها با سلسله تعطیلی مواجه شدند و این موضوع ساخت گوشی و قطعات را با مشکل مواجه کرد. از طرفی در ایران نیز اگرچه همواره در سال‌های اخیر در ماه اسفند با رشد فروش گوشی مواجه بود، اما سال گذشته، با وجود افزایش نرخ ارز و مشکلات مربوط به کرونا، برخلاف رویه سابق، رکود تورمی در بازار گوشی ایجاد شد.

بدین‌ترتیب قیمت اجناس این بازار بال ارفته و با کاهش شدید ۳۰ تا۴۰درصدی در تقاضا مواجه و افق کوتاه‌مدت و میان‌مدت برای واردکنندگان موبایل تیره شد. اکنون بعد از بازگشایی واحدهای صنفی کم‌خطر، فعالان این حوزه با چالش‌های جدید مواجه شدند. از طرفی ادامه تعطیلی مراکز آموزشی و به تبع آن تمرکز بر آموزش آنلاین در دانشگاه‌ها و استفاده از اپلیکیشن‌های آموزشی توسط دانش‌آموزان، تقاضای موبایل را در بازار افزایش داده است.

از طرف دیگر مجموع عواملی همچون کمبود جهانی کالا به دلیل کرونا، بالا رفتن نرخ ارز، بسته شدن مرزها و محدودیت‌های ترانزیتی برای واردات کالا منجر به ایجاد عدم اطمینان بازار برای تامین محصولات در آینده شده و عوامل تعادل بین عرضه و تقاضا را برهم زده و قیمت گوشی را افزایش داده است. واردکنندگان نیز عنوان کردند با ادامه مشکلات در زمینه ثبت سفارش و تخصیص ارز، با افزایش بیش از ۳۰درصدی قیمت‌ها مواجه خواهیم شد.

بیشتر گوشی‌های بازار در سال ۹۸ وارد شدند

در این راستا احسان علوی‌نسب - فعال بازار موبایل - در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: ترخیص‌هایی که واردکنندگان موبایل انجام دادند و کالایی که وارد کردند، عمدتا مربوط به سال گذشته بوده است. در حالی که با توجه به کرونا و تعطیلی گمرک و مشکلاتی که وجود داشت و عدم ورود کالا از کشورهای مبدأ به دلیل محدود شدن پروازها، حجم گوشی‌هایی که در سال ۹۹ ترخیص شده، بسیار محدود است.

وی ادامه داد: پس از انجام واردات کالا و و اظهار آن در گمرک، نرخ کالا مشخص است، از طرفی خرید ارز هم که از طریق سامانه نیما انجام می‌شود، به ریال مشخص است. سازمان حمایت یک جدول دارد و مطابق آن نرخ فروش واردکننده را مشخص می‌کند بنابراین بالارفتن قیمت گوشی ربطی به واردکننده ندارد. چون واردکنندگان در این مدت نتوانستند جنس زیادی وارد کنند و از طرفی مبنای نرخ فروش‌شان هم مشخص است و خارج از آن نمی‌توانند هزینه‌ای دریافت کنند. این فعال بازار موبایل با اشاره به افزایش قیمت گوشی بیان کرد: قیمت گوشی متأثر از چند پارامتر است که در این مدت این پارامترها با مشکل روبه‌رو و باعث شده ورود کالا و عرضه موبایل کم شود. ممکن است واردکننده قبلا سود کمتری می‌گرفته و طی این زمانی که عرضه کالا کم شده، حداکثر سود ۱۵درصدی که سازمان حمایت تعیین کرده را دریافت می‌کند تا بتواند ضرر این مدت را جبران کند و کارش کاملا قانونی است.

علوی‌نسب با بیان اینکه اگر عرضه به حالت طبیعی برگردد، بازار هم به حالت طبیعی برمی‌گردد، گفت: بانک مرکزی و وزارت صمت باید همکاری کنند و اجازه تخصیص ارز و ثبت سفارش بدهند و واردکننده بتواند کالا بیاورد. مورد دیگر که از دست ما خارج است، پروازهای واردات کالاست که از کشورهای مبدأ به ایران متوقف شده و البته شنیده شده که این مشکل در چند روز آینده حل می‌شود. به محض اینکه این مشکلات حل شود، حداکثر ظرف یک هفته قیمت کالا به روال مشخص برمی‌گردد.

نقشه جدید ترامپ برای انتقام‌گیری از چین

دولت ترامپ همزمان با بررسی تعرفه‌های جدید برای تنبیه پکن بابت عملکردش در شیوع ویروس کرونا، در حال بررسی طرحی به منظور جابه‌جایی زنجیره تامین صنعتی جهان از چین است.

به گزارش ایسنا، دولت دونالد ترامپ که در آستانه انتخابات ریاست جمهوری سوم نوامبر، حملات اخیر علیه چین را افزایش داده است، از مدت‌ها قبل وعده داده بود که تولید را از کشورهای دیگر به خاک آمریکا منتقل کند.

چند مقام سابق و فعلی دولت آمریکا به رویترز گفتند: نابودی اقتصادی و مرگ و میر گسترده در آمریکا بر اثر ویروس کرونا باعث شده است دولت، انتقال تولید محصولات شرکت‌های آمریکایی به کشور و قطع وابستگی زنجیره تامین به چین یا حدالامکان انتقال آنها به کشورهایی که دوستانه‌تر به شمار می‌روند را به شکل جدی‌تری بررسی کند.

کیت کراچ، یکی از مقامات وزارت خارجه آمریکا به رویترز گفت: ما در چند سال گذشته در تلاش برای کاهش وابستگی زنجیره تامین به چین بوده‌ایم اما اکنون به این ابتکار شتاب می‌دهیم.

به گفته مقامات آمریکایی، وزارت بازرگانی، خارجه و سایر آژانس‌های دولتی آمریکا در حال بررسی راه‌هایی برای واداشتن شرکت‌ها به قطع تامین مواد و جابه‌جایی تولید از چین هستند. تشویق‌های مالیاتی و یارانه‌ها از جمله تدابیری هستند که برای تحرک بخشیدن به این تغییرات مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

سیاست دولت ترامپ همواره با کشمکش‌های پشت پرده میان مشاوران موافق تجارت و مخالفان چین تعریف شده و اکنون گروه دوم می‌گویند نوبت آنها شده است.

ترامپ مکررا تاکید کرده که علاوه بر عوارض ۲۵درصدی فعلی روی ۳۷۰ میلیارد دلار کالای چین، می‌تواند تعرفه‌های جدیدی وضع کند.

شرکت‌های آمریکایی که این تعرفه‌ها را پرداخت می‌کنند در حال حاضر نسبت به تعرفه‌های فعلی شکایت دارند به خصوص که در دوران قرنطینه مقابله با ویروس کرونا، با افت شدید فروش روبه‌رو شده‌اند، اما این به معنای آن نیست که ترامپ از تعرفه‌های جدید صرف‌نظر کند. راه‌های دیگر تنبیه چین می‌تواند شامل تحریم‌ها علیه مقامات یا شرکت‌های چینی و روابط نزدیک‌تر با تایوان باشد، اما بحث درباره انتقال زنجیره تامین برای دولت ترامپ واقعی، محکم و به شکل غیرمعمولی چندجانبه است.

دولت آمریکا به دنبال تشکیل اتحادی از شرکای معتمد به نام «شبکه موفقیت اقتصادی» است و این شبکه شرکت‌ها و گروه‌های جامعه معدنی را دربر می‌گیرد که تحت استانداردهای مشترک در همه زمینه‌ها از کسب و کار دیجیتال گرفته تا انرژی، زیرساخت، تحقیقات، تجارت، آموزش و بازرگانی فعالیت می‌کنند.

مایک پمپئو، وزیر خارجه آمریکا در ۲۹ آوریل اعلام کرده بود که دولت آمریکا سرگرم همکاری با استرالیا، هند، ژاپن، نیوزیلند، کره جنوبی و ویتنام برای حرکت دادن اقتصاد جهانی به پیش است و این مذاکرات شامل بحث‌هایی درباره تغییر ساختار زنجیره تامین برای جلوگیری از تکرار دوباره اتفاقات اخیر هستند.

طبق آمار سازمان ملل، چین در سال ۲۰۱۰ از آمریکا به عنوان بزرگ‌ترین کشور تولیدکننده جهان سبقت گرفت و عامل ۲۸درصد از تولید جهانی در سال ۲۰۱۸ بود.

پاندمی کرونا نقش کلیدی چین در زنجیره تامین برای داروهای ژنریک که عمده داروهای تجویزی در آمریکا را تشکیل می‌دهد را بارز کرد. همچنین برتری چین در حوزه کالاهایی مانند دوربین‌های حرارتی که برای سنجش تب کارکنان لازم هستند و اهمیتش در تامین غذا را منعکس کرد.

براساس گزارش رویترز، بسیاری از شرکت‌های آمریکایی در بخش تولید چین، سرمایه‌گذاری سنگینی انجام داده‌اند و برای سهم بزرگی از فروش خود به بازار چین با جمعیت یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون نفر وابسته هستند.

برنامه‌ریزی برای تحریک تقاضای خرید کالاهای داخلی

رحمانی گفت یکی از شاخص‌های تاثیرگذار در جهش تولید، توجه به بازار ۸۰ میلیونی داخل و تحریک تقاضای خرید کالاهای مصرفی بادوام ساخت داخل است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از شاتا، رضا رحمانی وزیر صنعت، معدن و تجارت ارتقای بهره‌وری از طریق بازسازی و نوسازی صنایع بزرگ و صنوف تولیدی را از جمله برنامه‌های مهم وزارت صمت در سال جهش تولید عنوان کرد و از بازسازی و نوسازی حداقل ۵۰ واحد صنعتی بزرگ و بازسازی و نوسازی حداقل ۱۵۰۰ واحد صنفی تولیدی در سطح کشور در سال ۹۹ خبر داد.

او تصریح کرد: این برنامه همسو با برنامه راه‌اندازی مجدد ۲۲۰۰ واحد صنعتی تعطیل و فعال‌سازی ظرفیت خالی واحدهای صنعتی با اولویت تامین بازار ۸۰میلیونی داخل کشور در سال ۹۹ پیگیری می‌شود.

برنامه‌ریزی برای تحریک تقاضای خرید کالاهای مصرفی بادوام ساخت داخل

وزیر صنعت، معدن و تجارت تصریح کرد: یکی از شاخص‌های بسیار مهم و تاثیرگذار در جهش تولید، توجه به بازار ۸۰ میلیونی داخل و تحریک تقاضای خرید کالاهای مصرفی بادوام ساخت داخل است.

رحمانی گفت: در گام نخست این پروژه، افزایش تولید و تقاضای محصولات لوازم خانگی شامل ماشین لباسشویی، یخچال فریزر، تلویزیون و کولر آبی و همچنین فرش دستباف در سطح بازار داخل در دستور کار است. وی افزود: برای تقویت زنجیره‌های صنایع منتخب و افزایش رقابت‌پذیری آنها این وزارتخانه اجرای بسته‌های سیاستی درخصوص تکمیل زنجیره ارزش صنایع منتخب شامل صنایع نساجی، پوشاک و چرم، صنایع خودرو، صنایع لوازم خانگی، لاستیک و پلاستیک، فلزات اساسی، صنایع پایین‌دست پتروشیمی و محصولات از کاغذ را در دستور کار قرار داده است.

توجه به توسعه بازار و تقویت برندهای ایرانی

وزیر صنعت، معدن و تجارت تصریح کرد: توسعه بازار ۸۰ میلیونی داخل و همچنین توجه به ظرفیت‌های صادراتی کالاهای ایرانی به خصوص به کشورهای همسایه نیازمند ارتقای جایگاه برندهای ایرانی و کیفیت تولیدات داخلی است.

رحمانی گفت: این مهم در صنایعی همچون لوازم خانگی و فرش دستباف از اهمیت فراوانی برخوردار است و با وجود همه محدودیت‌ها، می‌توانیم با مهیا شدن عرصه برای بروز و ظهور توان تولید داخل در حوزه صنایع لوازم خانگی، به سمت احیا و تثبیت جایگاه برندهای ایرانی حرکت کنیم.

اخبار

تولید چای خشک به ۳۰ هزار تن خواهد رسید

رئیس سازمان چای گفت با توجه به وقوع سرمای بهاره، امسال برداشت برگ سبز چای با کمی تاخیر آغاز شد.

حبیب جهان‌ساز در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از برداشت برگ چین اول برگ سبز چای خبر داد و گفت: امسال برداشت برگ سبز چای به سبب بارندگی‌های اخیر با کمی تاخیر در چند روز گذشته آغاز شد.

او افزود: تاکنون ۱۳۳ تن برگ سبز چای از چایکاران دو استان گیلان و مازندران خریداری شده است.

جهان‌ساز قیمت خرید تضمینی هر کیلو برگ سبز چای درجه یک را ۴ هزار و ۶۰۰ تومان و درجه دو را ۳ هزار و ۳۰۰ تومان اعلام کرد.

رئیس سازمان چای ادامه داد: با وجود شرایط مساعد اقلیمی پیش‌بینی می‌شود که امسال ۱۳۵ هزار تن برگ سبز چای تولید شود که از این میزان ۳۰ هزار تن چای خشک استحصال می‌شود.

جهان‌ساز با اشاره به اینکه ۳۰درصد چای موردنیاز کشور از تولید داخل تامین می‌شود، بیان کرد: بنابر آمار، سالیانه ۱۰۵ هزار تن چای مورد استفاده قرار می‌گیرد که ۳۰درصد این میزان از تولید داخل و مابقی از واردات تامین می‌شود.

واردات ۷۵ هزار تن برگ سبز چای در سال گذشته

رئیس سازمان چای درباره آخرین وضعیت واردات چای در سال ۹۸ گفت: اگرچه آمار دقیق واردات را وزارت صمت باید اعلام کند، اما بنابر آمار غیررسمی سال گذشته حدود ۷۰ تا ۷۵ هزار تن چای وارد کشور شده است.

او میزان واردات چای را تابع نوسان نرخ ارز و قیمت خرید تضمینی اعلام کرد و افزود: با توجه به اعلام قیمت خرید تضمینی مناسب و احیای بخشی از باغات رهاشده پیش‌بینی می‌شود که امسال نیاز به واردات تا حدودی کاهش یابد.

جهان‌ساز در پایان تصریح کرد: امسال اعلام نرخ خرید تضمینی رضایت چایکاران را جلب کرده است که این امر در افزایش کمیت و کیفیت تولید تاثیرگذار خواهد بود.

چه دستی پشت پرده واردات شکر است؟

با وجود پتانسیل منابع آبی و کارخانه بزرگ تولید شکر و امکان دستیابی به خودکفایی شکر، برخی دست‌ها هنوز بر واردات تاکید دارند!

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، در سال‌های نه‌چندان دور در تولید شکر به عنوان یکی از کالاهای اساسی و استراتژیک کشور تا مرز خودکفایی پیش رفتیم که متاسفانه سیاست نادرست مسئولان دولتی مانع استمرار این روند شد.

با وجود آنکه ضریب خوداتکایی شکر به مرز ۸۵درصد رسید، اما قیمت‌گذاری نامناسب خرید تضمینی شکر دروازه‌های کشور را به روی واردات گشود.

بنابر آمار وزارت جهاد کشاورزی سالیانه ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تن شکر در داخل مورد استفاده قرار می‌گیرد در حالی که دبیر انجمن صنفی کارفرمایان میزان مصرف را ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تن تا ۳ میلیون تن اعلام می‌کند.

بسیاری از مسئولان بر این باورند که با وجود منابع آبی و کارخانه بزرگ هفت‌تپه، پتانسیل خودکفایی شکر وجود دارد که اگر مافیای واردات اجازه بدهند، نیازی به واردات نداریم.

حال به سراغ مسئولان ذی‌ربط می‌رویم تا از آخرین وضعیت مقایسه کشت و صنعت نیشکر با کشورهای پیشرفته و دلایل ناکامی خوداتکایی تولید شکر و راهکارهای دستیابی مجدد به خودکفایی این محصول استراتژیک باخبر شویم:

فعالیت ۳۸ کارخانه چغندر قند و نیشکری در کشور

غلامحسین بهمئی، دبیر انجمن تصفیه کارخانه‌های شکر در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت تولید شکر اظهار کرد: با وجود تلاش‌های متعدد برای خودکفایی شکر در داخل، اما این امر محقق نشد.

وی افزود: سال ۹۶ با تولید ۲ میلیون و ۸۰ هزار تن بالاترین میزان تولید شکر در کشور را داشتیم که این میزان جوابگوی نیاز داخل نیست.

بهمئی با اشاره به اینکه اختلاف آماری در میزان مصرف شکر داخل وجود دارد، بیان کرد: بنابه اعتقاد انجمن کارخانه تصفیه شکر خام ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تن تا ۳ میلیون تن و انجمن صنفی قند و شکر ۲ تا ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تن شکر در کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد.

دبیر انجمن صنفی تصفیه کارخانه‌های شکر ادامه داد: طی سال‌هایی که واردات شکر قطع شد، قیمت شکر به یکباره ۱۰۰درصد افزایش یافت چراکه نیاز کشور بالاتر از تولید داخل است.

وی از روند کاهشی تولید شکر خبر داد و گفت: سال ۹۷ یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن و سال ۹۸ یک‌میلیون تن شکر در داخل تولید شد که با این وجود نیاز به واردات ۲ میلیون تن شکر داریم.

بهمئی درباره آخرین وضعیت تعداد کارخانه‌های شکر اظهار کرد: هم‌اکنون ۳۸ کارخانه چغندر و نیشکری و ۱۵ کارخانه تصفیه شکر در داخل وجود دارد.

خودکفایی شکر در داخل شدنی است

محمد شفیع ملک‌زاده، رئیس نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به راهکارهای خودکفایی تولید شکر در کشور اظهار کرد: اگر قیمت تضمینی خرید شکر مناسب برای کشاورزان مشخص شود، در تولید شکر ۱۰۰درصد خودکفا خواهیم شد، همانگونه که در سال ۹۶ این امر اتفاق افتاد. وی افزود: در سال ۹۶ سیاست دولت و وزارت جهاد کشاورزی منجر به تحقق خودکفایی شکر و بی‌نیازی از واردات شد. ملک‌زاده ادامه داد: عدم اجرای سیاست و برنامه‌های دولت در سال گذشته و اعلام قیمت نامناسب، سطح زیر کشت چغندرقند را کاهش داد و کار را به جایی رساند که تولید شکر همانند سال‌های قبل به شدت کاهش یافت.

رئیس نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی با تاکید بر خوداتکایی شکر در داخل گفت: با توجه به شرایط تحریم و شیوع ویروس کرونا به سهولت نمی‌توان از دیگر کشورها شکر وارد کرد، از این رو باید کاری کنیم که شکر موردنیاز در داخل تولید شود.

تعدیل نرخ عوارض آزادراه‌های دولتی

معـاون برنامه‌ریزی سـازمان راهداری و حمل و نقل جـاده‌ای گفت نرخ جدید عوارض آزادراه‌های دولتی با تأکید شـورای اقتصاد از اول اردیبهشـت ماه امسـال اعمال شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای، آقای خداداد مقبلی معاون برنامه‌ریزی این سازمان با اعلام این خبر گفت: نرخ جدید اخذ عوارض آزادراه‌های تهران-قم، کرج-قزوین، بندرعباس-شهیدرجایی مطابق با مصوبه مورخ ۱۳۹۹/۰۱/۱۰ شـورای اقتصاد از اول اردیبهشت ماه امسال اجرایی شد و به حساب خودروهای عبوری منظور شده است.

وی با بیان اینکه طبق قانون، عوارض مذکور، صرف بهسازی و نگهداری آزادراه‌ها به منظور حفظ و ارتقای ایمنی تردد و توسـعه شـبکه آزادراه‌های کشور می‌شود، افزود: اخذ عوارض در آزادراه‌های یادشده به منظور جلوگیری از اتلاف وقت کاربران جاده، کاهش مصرف سـوخت، حفظ ایمنی و روان‌سازی تردد، الکترونیکی است و هماهنگ با فرآیند پرداخت سـایر آزادراه‌های شبکه آزادراه‌های کشور پیاده‌سازی می‌شود. معاون برنامه‌ریزی سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای درخصوص نرخ جدید اخذ عوارض آزادراه‌های دولتی افزود: براساس مصوبه یادشده شورای اقتصاد، به ازای هر بار ورود به آزادراه‌های دولتی برای خودروهای سواری و وانت‌بار ۱۲ هزار ریال، کامیونت و مینی‌بوس ۲۴ هزار ریال، کامیون دو محور و اتوبوس ۳۶ هزار ریال و کامیون سه محور و بیشتر ۴۸ هزار ریال در نظر گرفته شده است.

مقبلـی بـر ایجاد بسـترهای قانونی لازم بـه منظور ضمانـت پرداخت عوارض خودروهای عبوری آزادراه‌ها اشاره کرد و گفت: تعدیل و متناسب‌سازی نرخ جرایم عدم پرداخت عوارض آزادراهی با نرخ عوارض و خسـارات ناشـی از عدم پرداخت مطابق مصوبه هیأت وزیران محاسـبه می‌شـود. وی اضافه کرد: نرخ جدید جریمه پرداخت نکردن عوارض براساس مصوبه مورخ ۱۳۹۹/۰۱/۱۰ شورای اقتصاد، ۴۰۰ هزار ریال برای خودروهای سـواری، وانت‌بارهـا، مینی‌بوس و کامیونت، ۵۰۰ هزار ریال برای اتوبوس و کامیون دو محور، ۹۰۰هزار ریال برای کامیون سه محور، تریلی و نفتکش منظور می‌شـود. مقبلی در مورد اخذ عـوارض از کاربران عبوری آزادراه کنارگذر جنوبی و غربی تبریز تا پایان نیمه اول امسـال گفت: اخذ عوارض آزادراه کنارگذر جنوبی و غربی تبریز براساس مصوبه مورخ ۱۳۹۳/۰۷/۲۹ شورای اقتصاد، به سـازمان تکلیف شده بود که تاکنون به عللی نظیر محدودیت فضای ساختمان ایستگاه اخذ عوارضی و سیاست‌های وزارت در واگذاری منافع بهره‌برداری در ساخت و توسـعه شبکه آزادراهی و مذاکره با سرمایه‌گذاران مختلف به تعویق افتاده بود و با تأکید مجدد شـورای اقتصاد براساس مصوبه مورخ ۱۳۹۹/۰۱/۱۰ در دستور کار سازمان قرار گرفته است و تا پایان نیمه اول امسال عملیاتی خواهد شد.

افزایش قیمت خودرو

خرید پراید رویایی شد!

عضو کمیسـیون صنایع و معادن مجلس شـورای اسـلامی از افزایش قیمت خـودرو انتقاد کـرد و خرید حتی یـک پراید را هم برای اقشـار ضعیف جامعه رویایی دانست.

به گـزارش خبرگزاری صنایع، قیمـت خودروی داخلی طـی روزهای اخیر، افزایش چشـمگیری داشته است و برخی کارشناسان حوزه صنعت، عمده دلایل جهـش قیمت خودرو را تحریم، شـیوع ویروس کرونا، نامتـوازن بودن عرضه و تقاضا، گران‌شدن مواد اولیه و بالابردن هزینه تمام‌شده خودرو توسط خودروساز دانسته‌اند.

بـه همین منظور خبرنـگار خبرگزاری صنایع، پیرامون بررسـی چالش‌های پیش‌روی صنعت خـودرو و دلایل افزایش قیمت خودروی تولید داخل خصوصاً پراید، با عضو کمیسـیون صنایع و معادن مجلـس دهم گفت‌وگویی اختصاصی داشت که در ادامه می‌خوانید.

جهش غیرمنطقی قیمت خودرو

حمیـد گرمابی در گفت‌وگـوی اختصاصی با خبرنگار خبرگـزاری صنایع، با اشـاره به جهش نرخ خـودروی تولید داخل طی روزهای اخیـر کرونایی، اظهار داشت:

با توجه به تورم سالانه و افزایش قیمت همه کالاها، این موضوع شامل خودرو هم می‌شود و در صورتی که این رقم منطقی باشد، قابل پذیرش است.

نکتـه چالش‌برانگیز که اعتـراض همه را به دنبال داشـته، افزایش بی‌ضابطه قیمـت خودرو در روزهای اخیر اسـت که خودروسـازان آن را بـه افزایش نرخ هزینه‌های تولید ربط می‌دهند.

بهانه‌های بی‌اساس خودروسازان

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس دهم در ادامه، اضافه کرد:

اگر افزایش قیمت خودرو طی سال جدید، ناشی از مواد اولیه خودرو مثل مواد پلیمری، فولاد و مس باشـد که در سـاخت خودرو اسـتفاده می‌شـوند و به‌طور سـالانه افزایش قیمت دارند، منطقی و قابل‌پذیرش اسـت. ولی آنچه مهم اسـت، اینکه مواد اولیه تا این حد افزایش قیمت نداشته‌اند که خودرو گران شده است، بنابراین عوامل دیگری باعث این اتفاق بوده است که باید بررسی شوند.

نظارت بر تولید و قیمت فروش

گرمابی در پاسخ به اینکه خودروسازان معتقدند سود ناشی از افزایش قیمت به جیب تولیدکنندگان مواد اولیه می‌رود و به همین منظور خواستار طرح توزیع سـود متوازن در زنجیره تولید هسـتند، اظهار داشـت: وزارت صنعت روی مواد اولیه موردنیاز تولید خودرو نظارت دارد و قیمت‌ها رقابتی است و این‌طور نیست که بدون کنترل، هر کاری که بخواهند انجام دهند. پس این ادعا که سود حاصل از فروش خودرو به جیب تولیدکننده مواد اولیه می‌رود، ادعایی بی‌اساس است.

نبود تعادل در عرضه و تقاضا

نماینـده مردم نیشـابور و فیـروزه در مجلس دهم، نبود تعـادل در عرضه و تقاضای بازار داخلی را یکی از عمده چالش‌های بازار خودرو دانست و افزود:

اگـر بین عرضه و تقاضا تعادل وجود نداشـته باشـد و تقاضای خرید بیش از عرضه باشـد، نظـم و توازن به هم می‌ریزد و منجر بـه افزایش غیرواقعی قیمت خودرو می‌شود.

چالش‌های پیش روی صنعت خودرو

ایـن نماینده مجلس دهم در ادامه به سـایر چالش‌هـای پیش روی صنعت خودرو اشاره و تاکید کرد:

به دلیل اینکه صنعت خودروسـازی، از جملـه چند صنعت مهم و اصلی بعد از نفت و پتروشـیمی اسـت و حجم قابل‌توجهی از اشتغال کشور را دربر می‌گیرد، مثل سایر صنایع با مشکل سرمایه در گردش مواجه اسـت. البته صنعت خـودرو می‌تواند نقدینگی و سـرمایه در گـردش موردنیاز خود را در پیش‌فروش‌ها به دسـت آورد، ولی چون صنعت خودرو، از جمله صنایعی بود که از ابتدا تحریم شد، توانستیم این تهدید را به فرصت تبدیل کرده و قطعات خودرو را بومی‌سـازی کنیـم. گرمابی درخصوص چالش‌های قیمـت، تصریح کرد: ویروس کرونا زمینه‌سـاز کاهش تولید داخلی و افزایـش غیرواقعی قیمت‌ها شده است، چالش دیگر نیز مربوط به بالابردن هزینه‌های تولید توسط خودروسازان است.

افزایش قیمت رویایی خودرو

به گـزارش خبرگزاری صنایع، عضو کمیسـیون صنایـع و معادن مجلس در پایـان، با تأکیـد بر اینکه جهش قیمت خـودرو به‌خودی‌خود یک چالش بزرگ محسـوب می‌شود، اظهار داشـت: با توجه به افزایش غیرواقعی قیمت خودروی داخلی، قشـر ضعیف جامعه پول خرید پرایـد ۷۰ میلیون تومانی را ندارد و این رقم از سطح توان مالی مردم بالاتر است و خرید یک پراید هم دیگر برای مردم آرزو است.

مردم متضرر اصلی عدم ترخیص خودرو

مشکل در ترخیص خودروهای دپوشد ظاهرا چیزی نیست به جز تفسیر مصوبات در سطح کارشناسی در بدنه دولت و نیز تناقض‌های اطلاعاتی و نقص در سیسـتم بانکی که متاسفانه رکن اصلی ضرر و زیان ناشی از این موارد را مردم تشکیل می‌دهند.

به گزارش مردم‌سالاری آنلاین، در شرایط کنونی ترخیص ۳۵۰۰ خودروهای دپوشـده در گمرک با مشـکل تفسیر مصوبات در سطح کارشناسـی در بدنه دولت روبه‌رو شده، واردکننده‌ها معتقدند دولت در واقـع در مصوبه دوم، مصوبه اول را تمدید کرده و در مصوبه اول تمـام فعالیت‌های مربوط به ویرایش ثبت سـفارش‌ها، تمدید کارت بازرگانـی و ... قابل انجام بود، اما در شـرایط کنونی در مصوبه دوم فقط ترخیـص خودرو را انجام می‌دهنـد، در حالی که هدف دولت از صدور این مصوبه خارج شـدن خودرو از گمرک بوده است. نکته دیگـر اینکه پس از صدور مصوبه دوم ۱۲۰۰ خودروی کرمان موتور ترخیص شده، اما سایر خودروها همچنان در دپو باقی مانده‌اند.

داستان از آنجایی شروع شد که دبیر انجمن واردکنندگان خودرو اعلام کرد که «سـازمان توسـعه تجارت در اجرای مصوبه ترخیص خودرو از گمرکات استنکاف کرده و مدعی هستند که بانک مرکزی به‌صورت شفاهی بیان کرده که از ترخیص خودروها جلوگیری شود، از این رو سـازمان توسـعه تجارت بـه هر نحوی از انجـام تغییر و ویرایش ثبت سفارش و نیز ثبت سفارش جدید خودرو و ... خودداری می‌کند.» این صحبت مورد اعتراض سازمان توسعه تجارت واقع شد و در جوابیه‌ای تاکید کرد «براساس تصویب‌نامه شماره ۱۵۲۶۷۶/ت مـورخ ۲۹ بهمن ۹۸ هیات محتـرم وزیران صرفـا مهلت ترخیص خودروهای موجود در گمرک تمدید شـده و این بدین معناست که از لحاظ قانونی این دفتر امکان صدور ثبت سفارش جدید را نداشته و صرفـا ویرایش و تمدید ثبت سـفارش جهت ترخیص خودروهای دارای ثبت سـفارش مجاز است که در همین راستا امکان تمدید و ویرایش ثبت سـفارش در سـامانه جامع تجارت فراهم شـده است. همچنیـن واردکننـدگان خودروهایی که قبـل از ممنوعیت مجوز ثبت سـفارش را اخذ کرده‌انـد و در مرحله درب خروج گمرک قرار داشـته‌اند با توجه بـه رویه‌های گمرکی، نیاز بـه تمدید و ویرایش ثبت سـفارش نداشته، از این رو ترخیص خودروهای مصوب با ابلاغ تصویب‌نامـه و بدون نیاز به تغییر در سـامانه جامع تجارت صورت گرفته است.»

تناقض‌های اطلاعاتی و نقص در سیستم بانکی از جمله مشکلات ترخیص خودرو

طبق گفته واردکننده‌ها مشـکلی که در حال حاضر وجود دارد این اسـت که اطلاعات خودروها در سامانه ثبتارش ثبت شده و در سیسـتم‌های بانکی قابل رویت است در حالی که اطلاعات به سامانه جامع منتقل شده و همین مانع انجام عملیات پیش اظهار به واردکننده‌ها شـده است و از طرف دیگر سامانه بانک‌ها به‌روز رسـانی نشـده، زیرا در شـرایط کنونی همه اطلاعات در سامانه جامـع تجمیع شـده و اساسـا اطلاعات سـامانه ثبتارش ملاک عمل نیسـت، از این رو به‌روزرسـانی باید صـورت گیرد تا برای خودروهایی که گواهی فنی صادر شده همچنان خطای سیستمی نمایش داده نشود.

ایـن تناقض‌های اطلاعاتی باعث شـده برای خودروهایی که با ارز آزاد وارد شـده‌اند ترخیص خودرو با روش کنونی بانک اجرا نشـود، زیـرا در این روش ابتدا نیازمند ابطال گواهی ثبت آماری اسـت که امکان‌پذیر نیسـت بنابراین کسانی که از طریق بانکی مبادله ارز آزاد را انجام داده‌اند نمی‌توانند خودروهای خود را ترخیص کنند.

نکته دیگر این اسـت که در سیستم بانکی، قبض انبار ثبت نشده و تنها گزینه تمدید ثبت سـفارش بانکی برای خرید ارز وجود دارد و ایـن خدمت مشـمول واردکننده‌های با ارز آزاد نمی‌شـود و این مغایرت‌ها مانع از ترخیص خودرو از گمرک شده است.

در بخش دیگری سـازمان توسـعه تجارت در جوابیه خود آورده «درخصـوص خودروهـای دارای پرونده قضایی بـا توجه به بند(۳) تصویب‌نامه مذکور و ذکر عبارت حکم قطعی برائت از سـوی مراجع رسـیدگی‌کننده، از لحاظ قانونی امکان انجام تشـریفات گمرکی و ترخیص با حکم رفع توقیف وجود ندارد.»

این در حالی است که بند یک مصوبه ۲۹ بهمن ۹۸ هیات وزیران بـه شـماره ۱۵۲۶۷۶ ت ۵۷۳۹۴ ه بر تمدیـد ترخیص خودروهای موضوع بنـد«۳» دلالت دارد و پیرامون تاییـد ضوابط فنی و تایید شناسه و ... هیچ‌گونه اشاره‌ای نکرده است.

اخبار

مشتری بنزین زیاد شد

مشـاور عالی انجمن مالکان جایگاه‌ها و مجتمع‌هـای خدماتی، رفاهی و بین‌راهی گفت در حال حاضر میزان مصرف بنزین نسـبت به ماه گذشـته افزایش یافته اما هنوز به میانگین سال گذشته نرسیده است.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسـنا، محمد عطاپور، با بیان اینکه از یک سـو به دلیل افزایش تردد مردم و بازگشایی بخش‌های اقتصادی شـاهد افزایش مصرف بنزین در کشـور هسـتیم و از سویی دیگر به دلیل افزایش نرخ بنزین و ترویج اسـتفاده از سـی ان جی میزان مصرف کاهش پیدا کرده اسـت، اظهار کرد: افرادی همچون رانندگان تاکسـی که معمولا خودروهای دوگانه‌سوز دارند، به دلیل تفاوت قیمت ترجیح می‌دهند از سـوخت سـی ان جی استفاده کنند و سـهمیه کارت سوخت خود را به اشـخاص دیگر می‌فروشـند. وی افزود: روی این مسئله ابزار کنترلی وجود ندارد و آسیب این مسـئله بیشتر متحمل جایگاه‌داران می‌شود، چراکه این مسئله میزان فروش جایگاه‌داران را کاهش داده و آنها را با مشکلاتی مواجه کرده اسـت. مشـاور عالی انجمن مالکان جایگاه‌ها و مجتمع‌های خدماتی، رفاهی و بین‌راهی با اشـاره به ترافیک به وجود آمده در تهران با برداشـتن طرح ترافیک در پی شـیوع ویروس کرونا، تاکید کرد: همین مسئله موجب شده تا میزان مصرف بنزین در کلانشهرها نسبت به ماه گذشته افزایش یابد.

عطاپور با بیان اینکه این موضوع تنها شـامل حال کلانشهرها شده است، اظهار کرد: البته میزان مصرف همچون میانگین سال گذشته نشده است، به طور مثال اگر پارسال ۱۱۰ میلیون میزان مصرف بنزین در زمان پیک بود، امسـال این عدد به حدود ۶۵ میلیون لیتر رسـیده که اگر بهمن، فروردین و اسـفند امسـال را با سال گذشته مقایسـه کنیم، مصرف بنزین ۵۰درصد کاهش یافت و به حدود ۵۰ میلیون لیتر در روز رسـیده است. به گفته وی با این وجود میزان مصرف اکنون نسبت به ماه گذشته روند افزایشی داشته و به حدود ۶۰ تا ۶۵ میلیون لیتر رسیده است.

مشـاور عالی انجمن مالکان جایگاه‌ها و مجتمع‌هـای خدماتی، رفاهی و بین‌راهـی با بیان اینکه به دلیل گران بودن بنزین سـوپر اسـتقبال از این فرآورده نفتی کاهش یافته است، اظهار کرد: همچنین به دلیل اینکه بنزین سوپر حتما باید به صورت آزاد خریداری شود و متقاضی نمی‌تواند از کارت سـوخت خود برای این مسئله اسـتفاده کند، میزان مصرف بنزین سوپر در کشـور روند کاهشـی دارد. عطاپور با تاکید بر اینکه اگر ماشـین فردی به گونه‌ای باشـد که حتما از بنزین سوپر استفاده کند، در واقع سهمیه کارت سوخت برای آن شـخص فایده چندانی ندارد، تصریح کرد: این مسئله باید مورد بررسی قرار بگیرد و در آن تجدیدنظر شود.

جریمه ۲۶میلیارد تومانی برای شورای شهر

پرونده گرانفروشی و افزایش نرخ طرح ترافیک در تعزیرات

سـخنگوی سـازمان تعزیـرات حکومتی گفت شـورای شـهر بـه دلیل گرانفروشـی در اماکن ورزشی شـهرداری تهران،۲۶ میلیارد تومان جریمه شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، سید یاسر رایگانی سخنگوی سـازمان تعزیرات حکومتی کشـور در برنامه تلویزیونی گفت: با اعلام شکایت سازمان حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان از شورای شـهر تهران مبنی بر گرانفروشی در بحث استفاده از اماکن ورزشی شـهرداری و افزایش نرخ عوارض ورود به محدوده طرح ترافیک در شـعبه بدوی و تجدیدنظر استان تهران در هر دو مورد برائت گرفتند.

وی افزود: اما با اعتراض مجدد سـازمان حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و ارجاع امر از طرف وزیر دادگسـتری و رئیس سـازمان تعزیرات این موضوع در شـعبه ۴ عالی سـازمان مجدداً مورد بررسـی قرار گرفت.

رایگانی گفت: در بحث عوارض محدوده طرح ترافیک مجدداً شـهرداری و شورا را به برائت دادیم.

آگهی فراخوان

سازمان دامپزشکی کشور
اداره کل دامپزشکی استان بوشهر

اداره کل دامپزشکی استان بوشهر به آدرس بوشهر خیابان ورزش کوچه مدرسه استعدادهای درخشان تلفن ۳۳۳۲۶۶۸۴-۰۷۷
جهت واگذاری امور حمل و نقل داخل و خارج از استان بابت ماموریت کارکنان بمدت یکسال از خرداد ۱۳۹۹ به تعداد ۶ دستگاه خودرو پراید و ۶ دستگاه خودرو پژو یا سمند از شرکتهای خدماتی دارای گواهی صلاحیت از طریق ثبت نام در سامانه تدارکات الکترونیک (ستاد) به آدرس الکترونیکی www.setadiran.ir دعوت بعمل می آورد:
شماره فراخوان: ۲۰۹۹۰۰۳۴۴۹۰۰۰۰۰۱
تاریخ رویت و دریافت مدارک مناقصه در سامانه ستاد: ساعت ۰۸:۱۵ تاریخ ۱۳۹۹/۰۲/۱۷ تا ساعت ۱۹:۰۰ تاریخ ۱۳۹۹/۰۲/۲۴
تاریخ ارسال و بارگذاری مدارک مناقصه در سامانه ستاد: ساعت ۰۸:۰۰ تاریخ ۱۳۹۹/۰۲/۲۵ تا ساعت ۱۴:۰۰ تاریخ ۱۳۹۹/۰۳/۰۷
تاریخ بازگشایی قیمتها در سامانه ستاد: ساعت ۰۹:۰۰ تاریخ ۱۳۹۹/۰۳/۱۰
تاریخ اعلام نتایج مناقصه: ساعت ۱۳:۳۰ تاریخ ۱۳۹۹/۰۳/۱۱
مبلغ قرارداد با تصمیم کارفرما از طریق پرداخت اسناد خزانه اسلامی یا پرداخت نقدی تسویه می گردد.
سپرده شرکت در مناقصه مبلغ ۲۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال واریز بحساب IR ۶۰۰۱۰۰۰۰۴۰۷۳۰۳۸۳۰۷۸۵۰۲۰۰ نزد بانک ملی بنام دریافت وجوه سپرده دامپزشکی
شناسه آگهی ۸۳۱۵۶۳
۲۶

مقالات حوزه فوتونیک و مواد پیشرفته مورد حمایت قرار می‌گیرند

با هدف افزایش انگیزه و تشـویق محققان، پژوهشـگران و اسـاتید و همچنین برای گسـترش بیشـتر فناوری‌هـای مرتبط با حوزه فوتونیک و مواد پیشـرفته در کشـور، صاحبان مقالات تجربی در این حوزه که آثار خود را در نشریات منتخب و مورد تایید، نشـر داده‌اند از حمایت و پرداخت‌های تشویقی برخوردار می‌شـوند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، ستاد توسعه فناوری‌های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و سـاخت معاونت علمی در نظر دارد برای تقویت علمی زیسـت‌بوم حوزه فوتونیک و مواد پیشـرفته، علاوه بر طرح‌های مبتنی بر محصول و فناوری، حمایت خود از مقالات علمی را نیز گسـترش دهد. مقالات مشـمول این بسـته حمایتی باید در در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ در نشـریات معتبر بین‌المللی (Q_1و IF بالا) منتشر شده باشند و به نام جمهوری اسلامی ایران ثبت شده باشد.

دریچـــه

آورده‌های ارزشمند ارمغان زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی

آمارها نشـان می‌دهد، مسـیر و جهت‌گیری ایران در رسیدن به پیشرفت در شـاخص‌های نوآوری، صحیح بوده است و ادامه راه در این مسیر، نیازمند عزم و تلاشـی جدی در حمایت از نهادها و فعالان زیسـت‌بوم نوآوری و کارآفرینی اسـت؛ اقدامی که در آینده‌ای نه‌چندان دور آورده‌های ارزشـمندی به ارمغان خواهد آورد.

بـه گزارش پایـگاه اطلاع‌رسـانی بنیاد ملی نخبـگان، چند ماهـی از ورود بیگانـه‌ای که حیات بشـر را با تهدیدی جـدی مواجه کرده اسـت می‌گذرد. ویروسـی که هر روز، ابعـاد تازه‌ای از خـود نمایـان می‌کنـد و نگرانی‌ها را افزون. ویروس کرونا چشـم‌انداز پیش روی جهان بـرای آینـده‌ای عاری از بیماری را مبهم سـاخته است اما ابزار و سپر مسـتحکم ایستادگی در مقابل بحران‌های این‌چنینی چیست؟

به باور بسیاری از کارشناسان، آنچه که در این شرایط و بحران‌های مشابه می‌تواند درهایی را به روی روشـنایی رهایی از مشکلات کمتر شناخته‌شده بگشـاید، بهره‌منـدی کشـورها از ظرفیت‌هـای نوآورانـه اسـت. به هر میـزان کـه زمینه و زیسـت‌بوم برای شکوفاشـدن، آزمون و تجربه ایده‌های نوآورانـه فراهـم باشـد، فرصت‌های بیشتر و دسـت بازتری برای مقابله با تهدیدهایی چون بیماری‌ها، کمبودها و چالش‌ها فراروی جوامع قرار خواهد گرفت.

ابزار نوآوری، که اسـتفاده از آن محدودیتی را شـامل نمی‌شود و ظرف استفاده از آن فزاینده است، یعنی به هر میزان که بسـتر برای اسـتفاده از نوآوری فراهم باشـد، می‌تواند به بازتولید بینجامد و در حقیقت به جای آنکه از محتویات ظرف نوآوری کاسته شود، بر میزان آن افزوده خواهد شد.

ابزار کارآمد مقابله با بحران‌ها

کشـورهای گوناگـون جهـان اندوخته‌هـا و ظرفیت‌هایشـان را در حوزه نوآوری به‌کار بسـتند و کوشـیدند بـا راهکارهای خلاقانه، تکیـه به نوآوری و خلـق راهکارهای جدید از ایـن مخمصه رهایی یابند. کشـورمان ایران نیز به کمک داشـته‌های خود بر بستر زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی، توانمندی‌های فناورانـه و نوآورانه خود را در عرصه مقابله با کرونـا به مثابه یک پدیده کمتر شناخته شده و بحرانی جهانی به بوته آزمون گذاشت. خوشبختانه در این مسیر به موفقیت‌هایی در زمینه تولید تجهیزات پزشـکی و بیمارستانی، ماسک‌های نانو، مواد ضدعفونی‌کننده و سـامانه‌های هوشـمند مقابله با شیوع این بیماری دسـت یافت. آنچه که کشـورها را در مقابله با بحران‌هـای این‌چنینی توانمند می‌سـازد، بهره‌مندی از ظرفیت‌های نوآورانه اسـت. ایران از ظرفیتی که برای توسعه فناوری و نوآوری‌ها ایجاد کرد، توانست بهره لازم را ببرد اما جایگاه این ظرفیت و توانمندی نسـبت به گذشته و در مقایسه با دیگر کشورها کجاست؟ ایران در مقایسـه با جهان چه اراده و تلاشـی را برای توسعه زیست‌بوم نوآوری هزینه کرده است؟

مسیر رو به جلوی ایران در نوآوری

گـزارش شـاخص‌های جهانـی نـوآوری(Gii) روند و جهت‌گیـری حرکت ایران در مسـیر نـوآوری، جایگاه ایران در شـاخص‌ها و حمایت از این بسـتر را به تصویر کشـیده اسـت. شـاخص جهانی نوآوری معیارهایی دارد که بر دو شـاخص درون‌داد(ورودی) نـوآوری و برون‌داد)خروجـی) نوآوری اسـتوار اسـت. مولفه‌هـای درون‌داد نـوآوری شـامل نهادهـا، سـرمایه انسـانی و تحقیقـات، زیرسـاخت‌ها، پیچیدگی بازار و پیچیدگی کسـب‌وکارها است. مولفه‌هـای بـرون‌داد نوآوری شـامل برون‌دادهای خلاقانـه و برون‌دادهای دانش فناوری را شامل می‌شود.

رتبه ایران در سـال ۲۰۱۷ نسـبت به سـال ۲۰۱۳ به میـزان ۳۱ رتبه ارتقا یافته است. ایران از نظر «شاخص جهانی نوآوری» جایـگاه جهانی ۷۵ را در سال ۲۰۱۷ کسب کرده است.

ایران از نظر شاخص‌های زیرساخت پژوهـش و فنـاوری از ۹۹ در سـال ۲۰۱۳ به ۷۹ در سال ۲۰۱۷ رسیده و ۲۰ پله ارتقا یافت. رتبه ایران در بخش خروجی های دانشـی و فناورانه از ۷۶ در سـال ۲۰۱۳ به ۴۷ در سال ۲۰۱۷ رسیده و ۴۹ رتبه ارتقا داشته است.

امـا یکـی از مهم‌تریـن بخش‌های گزارش شـاخص‌های جهانی نوآوری، جایگاه ایران در خروجی‌های خلاقانه اسـت. براساس شـاخص‌های فناورانه مربوط به بخش خروجی‌های خلاقانه، رتبه ایران از ۱۲۷ در سـال ۲۰۱۳ به ۶۵ در سال ۲۰۱۷ ارتقا یافته است.

در شـاخص به کارگیری دانش که ذیل بخش خروجی‌های دانش و فناورانه اسـت، ایران در رتبه ۲۴ جهان قرار گرفت. کشور ایران در این شاخص نسبت به سـال ۲۰۱۳، ۴۰ پله ارتقا داشـته است. همچنین در زیرشاخص نرخ رشد تولیـد ناخالص داخلی نسـبت به نیروی کار که ذیل شـاخص تاثیر دانش در بخش خروجی‌های دانش و فناورانه اسـت، ایـران در رده هجدهم جهان قرار گرفته است که در سال ۲۰۱۳، در رتبه ۸۹ قرار داشت.

این آمارها نشـان می‌دهد، مسیر و جهت‌گیری در توسعه فناورانه و رسیدن به پیشرفت در شاخص‌های نوآوری، صحیح بوده است و ادامه راه در این مسیر، نیازمند عزم و تلاشـی جدی در حمایت از نهادها و فعالان زیسـت‌بوم نوآوری و کارآفرینی اسـت؛ اقدامی که در آینده‌ای نه‌چندان دور آورده‌های ارزشمندی بـه ارمغان خواهد آورد ضمن آنکـه در مواجهه با رویدادهای آنی و بحرانی که نوآوری تنها علاج‌شان است می‌توانند به یاری کشور بیایند.

وارن بافت آموزش چند سا

به قلم: ترون محمد – روزنا

موفق‌ترین سـرمایه‌گذار قـرن همواره به خاطر اخلاق‌های خاص خـود، مورد توجه بوده اسـت. نمونه آن را می‌توان اسـتفاده چندین سـاله از یک گوشـی تاشـوی ساده ساخت سامسـونگ دانسـت، با این حال پس از خرید بخشـی از سـهام اپل، تیم کوک اعلام کرد که اگر آقای بافت حاضر به اسـتفاده از جدیدترین محصول این شـرکت شود، وی شخصا آموزش‌هـای لازم را بـه او خواهد داد. در ایـن رابطه وارن بافـت در جدیدترین مصاحبه خود اعلام کرده اسـت که این آموزش چند سـاعته را اخیرا به پایان رسانده و از امکانات این دسـتگاه شگفت‌زده شـده است. وی هم اعـلام نمود که این آموزش چند سـاعته برای می‌رسـید، با این حال تیم کوک تلاش کرده ا بلکـه نحـوه کار را نیز توضیح دهد. نکته قابل حاضر بزرگ‌ترین سـهامدار اپل محسـوب ش این شـرکت رشـدی قابل توجـه را پیدا کند

اولویت‌های زیستی را نخبگان تعیین می‌کنند

ایران از نظر نیروی انسـانی زیسـتی در کشـور ثروتمند اسـت باید از این خیل عظیم انسـانی ارزشمند به خوبی اسـتفاده کنیم. اگر از دانش‌آموختگان و سـرآمدان علمی زیستی کشـورمان برای تعیین اولویت‌های این حوزه بهره بگیریـم قطعا توسـعه پایدار زیسـت‌فناوری در کشـور محقـق خواهد شـد. به گـزارش پایگاه اطلاع‌رسـانی بنیاد ملی نخبـگان، جمعیت دنیا سـال ۲۰۵۰ از ۹ میلیـارد نفر خواهد گذشـت. توده عظیمی از انسـان‌ها که تامین مایحتاج آنها به دغدغه امنیتی تبدیل خواهد شـد. اگر غذای تولیدشده در دنیا ۷۰درصد بیشتر نشود با سیل گرسـنگان جهانی روبه‌رو خواهیم شد، اما تامین نیازهای آینده بشر قطعا به تخریب محیط زیست و انسان منجر می‌شود. چه باید کرد تا هم به نیاز مردم پاسـخ داده شـود و هم کره زمین را حفظ کرد. دنیا برای پاسخ دادن به این دغدغه جهانی یک راه را انتخاب کرده اسـت. توسـعه پایدار به کمک زیسـت‌فناوری؛ علمـی برآمده از دل طبیعت برای حفـظ آن. این علم بـا قدمت زیاد می‌تواند در کنار تامین نیازهای بشـر به غـذا، آب، هوای پاک و ... محیط زیسـت را هم حفظ کند. زیسـت‌فناوری از ابزارهای کارای دانشی اسـت که با کمک گرفتن از توانمندی‌های سـلولی و مولکولی توانسـته تولید محصولات کشاورزی، غذایی، دارویی، پزشکی و ... را افزایش دهد آن هم بدون تخریب محیط زیست. این افزایش تولید می‌تواند پاسخگوی نیاز آینده بشر به غذا و آب باشد.

ایران غنی از نیروی انسانی و توانمند زیستی

ایران هم در این محاسـبات جهانی به عنوان یک پهنه وسیع و غنی از توانمندی‌های ژنتیکی و انسـانی حق حیـات دارد و برای ادامه حیات خـود چاره‌ای جز پیوسـتن به جریـان جهانی توسعه زیست‌فناوری ندارد. دانشی که با قدمتی بالا در اختیار دانشمندان ایرانی بود و این روزها هم دوباره همان توانایی‌ها با شکل‌گیری زیست بوم فناوری و نوآوری شـکوفا شده و در اختیار جامعه علمی و مردم قرار گرفته است.

ستاد توسعه زیسـت‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری که از باسـابقه‌ترین سـتادهای معاونت علمی است با استفاده از خلاقیت و نوآوری نخبگان زیستی کشـور که جزو سرآمدان علمی دنیا محسـوب می‌شوند در تلاش است تا این علم نافع را در کشور توسعه دهد.

وبینار بررسی فرصت‌های عراق برای شرکت‌های دانش‌بنیان برگزار شد

علاوه بر بازار گسـترده داخلی، فرصت‌های متعددی در کشـورهای همسـایه وجود دارد که می‌تواند فراهم‌کننده مشتریان جدیدی برای محصولات دانش‌بنیان تولیدشـده در زیست بوم نوآوری کشور باشد.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری رخدادهـای مختلفـی را در طول سـال برگزار می‌کند تا شـرکت‌های دانش‌بنیان هرچه بیشتر، با نکات فنی فعالیت در این کشورها آشنا شوند.

بـه گزارش پایـگاه اطلاع‌رسـانی بنیاد ملی نخبگان، کشـور عراق یکی از مقاصد صادراتـی عمده بـرای تولیدکنندگان و صادرکنندگان کشور محسوب می‌شود. با این همه تغییرات عمده در بخشـنامه‌ها و قوانین و مقررات آن کشور و لزوم آشنایی بـا جزییـات مختلـف بازاریابـی و نحوه صـادرات محصولات دانش‌بنیـان به این کشـور، لزوم آموزش توسـط خبرگان این عرصه را برای شرکت‌های دانش‌بنیان ضروری ساخته است.

با توجه به شیوع ویروس کرونا، امکان برگزاری حضوری این‌گونه رخدادها از برگزارکنندگان، سلب شده است، به همین خاطر مرکز شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی، این رویداد را در قالب وبینار برگزار کرد.

این وبینار با حضور کاوه دلیری، مدیر پایگاه صادراتی محصولات دانش‌بنیان ایرانی و به همت مرکز شـرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری برگزار شد.

بررسـی برخـی چالش‌هـا و واکاوی فرصت‌هـای پیش روی متقاضیـان صادرات محصولات دانش‌بنیان به این کشور از جمله سرفصل‌های مطرح‌شده در این وبینار بود.

به گفته سـخنران این وبینار، کشور عراق به سـه منطقه تجاری عمده (اقلیم کردستان عراق، بغداد و بصره) تقسـیم می‌شود که کار کردن در هر یک از این سـه ناحیه اقتصادی، ویژگی‌ها و مختصات خود را دارد.

بررسی شرایط رقبایی مانند ترکیه و چین نیز از جمله دیگر موضوعات مورد بررسی در این وبینار بود.

فایل ویدوئوی این وبینار و فایل پاور پوینت مدرس از روزهای آتی از طریق وبسایت daneshbonyan.ir در دسترس علاقه‌مندان خواهد بود.

وبینار «آشنایی با حمایت‌های بین‌المللی از اختراعات» برگزار شد

وبینار «آشنایی با حمایت‌های بین‌المللی از اختراعات» با همکاری بنیاد نخبگان البرز و با هدف آشنایی مخترعان و مستعدان‌برتر مشمول دریافت حمایت‌های بنیاد ملی نخبگان برگزار شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، بنیاد نخبگان استان البرز با همکاری شرکت دانش‌بنیان نوفن حامی البرز و با هدف آشنایی مخترعان و مستعدان‌برتر مشمول دریافت حمایت‌های بنیاد ملی نخبگان با مفاهیم و نحوه حمایت‌های بین‌المللی از اختراعات، وبینار «آشنایی با حمایت‌های بین‌المللی از اختراعات» را برگزار کرد.

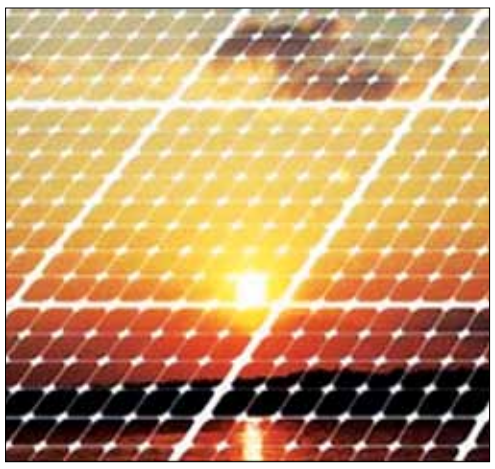
شرکت‌کنندگان در دوره آموزشی آفلاین که طی ۹ جلسه برگزار شد، با مفاهیم حمایت‌های بین‌المللی از اختراعات و فرآیند ثبت اختراع در pct آشنا شدند.

یادداشت

سلول‌های خورشیدی رنگدانه‌ای با پایداری بیشتر در کشور تولید شد

محققان در کشور نوع جدیدی از سلول‌های خورشیدی حساس شده با رنگزا را تولید کردند. مزیت این سلول‌های خورشیدی پایداری بیشتر در کنار قیمت پایین آنها است.

انرژی خورشیدی به وسیله سلول‌های خورشیدی جذب می‌شود. در سال‌های اخیر فناوری در این حوزه تنوع زیادی ایجاد کرده است. سه نسل از این سلول‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. سلول‌های خورشیدی سیلیکونی، لایه نازک و رنگدانه‌ای.



در این میان نوع رنگدانه‌ای یا حساس شده با رنگزا قیمت پایین‌تری دارد و پایدارتر است. محققان دانشگاه گیلان در طرحی با پشتیبانی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی نوع جدیدی از سلول‌های خورشیدی حساس‌شده با رنگزا را تولید کردند.

جواد مختاری مجری این طرح پژوهشی گفت: سلول‌های خورشیدی حساس شده به رنگزا به علت مقرون به صرفه بودن و انعطاف‌پذیری بالا جایگزین مناسبی برای سلول‌های خورشیدی سیلیکونی شده‌اند. مهم‌ترین جزء تشکیل‌دهنده این دسته از سلول‌های خورشیدی را رنگزا تشکیل می‌دهد. در این پروژه، برای کاهش هزینه‌ها و مشکلات زیست محیطی رنگزایی طراحی شده است که متشکل از یک الکترون‌دهنده و الکترون‌کشنده قوی است.

وی ادامه داد: با توجه به این نکته که در این دسته از سلول‌های خورشیدی مهم‌ترین جزء تاثیرگذار بر افزایش راندمان تبدیل انرژی خورشیدی به الکتریکی، رنگزا است، تحقیقات گسترده‌ای در این زمینه در حال انجام است و تلاش‌ها برای افزایش راندمان تبدیل انرژی خورشیدی به الکتریکی هر روز افزایش می‌یابد، اما بسیاری از این اقدامات از لحاظ اقتصادی مقرون به صرفه نیست و همچنین مشکلات زیست محیطی را به دنبال دارند.

مختاری همچنین بیان کرد: تا به حال رنگزاهای گوناگونی طراحی شده است که برخی از آنها نیاز به مواد اولیه و کمکی فراوان یا حتی سمی دارند و به دلیل داشتن ساختاری بزرگ و پیچیده، مراحل سنتز آنها طولانی و دشوار است. در این پروژه، سنتز رنگزایی با ساختاری ساده و موثر به همراه مراحل سنتز آسان، مقرون به صرفه و عاری از هرگونه آلودگی برای محیط زیست دنبال شد.

زیست‌بوم سلول‌های بنیادی را فعالیت دانش‌بنیان‌ها رونق داد

زیست بوم فناوری و نوآوری در حوزه سلول‌های بنیادی و پزشکی بازساختی توانمند در حال گسترش است. در این میان تربیت و پرورش نیروی انسانی خلاق ضرورت این حوزه است که ستاد توسعه فناوری‌های سلول‌های بنیادی معاونت علمی این موضوع را دنبال می‌کند. در سال‌های اخیر شاهد رشد و پیشرفت حوزه‌های علمی و فناوری زیادی در کشور بودیم. حوزه‌هایی که هر یک به مدد شکلگیری زیست بوم فناوری و نوآوری اکنون حرف‌های بسیاری برای گفتن دارد. سلول‌های بنیادی و پزشکی بازساختی یکی از این حوزه‌ها است که رشد چشمگیری را تجربه کرده است.

نیروی انسانی فعال و خلاق پیشران این حوزه هستند. از این رو ستاد توسعه فناوری‌های سلول‌های بنیادی جذب، تربیت و توانمندسازی نیروی انسانی لازم در زمینه تحقیقات، فناوری و خدمات در این حوزه را به عنوان یکی از راهبردهای خود در نظر گرفته است. این ستاد برای توسعه حوزه آموزش و پژوهش فعالانه وارد عمل شد و حمایت از رساله‌های دکترا را مدنظر قرار داد. نتیجه آن نیز توسعه تحقیقات این حوزه روی مدل‌های حیوانی و پیش بالینی است تا در گام بعدی تحقیقات بر انسان آغاز شود. البته ناگفته نماند که ستاد در این حوزه برنامه حمایتی دیگری علاوه بر رساله‌های دکترا داشت. براساس این برنامه از پروژه‌های تحقیقات پیش بالینی حمایت شد.

برای شتاب دادن به حرکت در این مسیر محققان جوان توسط ستاد مورد حمایت قرار گرفتند. جوانانی که به عنوان نیروی تازه نفس می‌توانند با تحقیقات علمی و فناورانه خود دستاوردهای تازه‌ای برای کشور داشته باشند. البته حمایت از ایجاد پژوهش‌سرای دانش‌آموزی نیز بخش دیگری از اقدامات ستاد است تا علاوه بر زمان حال، برای آینده نیز برنامه داشته باشیم. دانش‌آموزان آینده‌سازان این سرزمین هستند و تربیت و پرورش آنها موضوعی مهم برای پیشرفت محسوب می‌شود. تاکنون پنج پژوهش‌سرای دانش‌آموزی در کشور ایجاد شده است.

توانمندشدن نیروی انسانی این حوزه قلب تپنده زیست بوم آن است. همانطور که این فعالان رتبه علمی ۳۱ در تولید علم حوزه سلول‌های بنیادی را به ۱۳ رساندند، با توان و همت خود گره‌های دیگری را نیز می‌توانند بگشایند.

اعته تیم کوک را سپری کرد

مه‌نگار / مترجم: امیر آل‌علی

چنین از صبر بالای تیم کوک قدردانی کرده و ی فردی جوان احتمالا در ۱۵ دقیقه به اتمام است تا به صورت کامل نه‌تنها طرز استفاده، ل ذکر دیگر این است که وارن بافت در حال ده و نام وی باعث شده است تا ارزش سهام . علت این امر به این خاطر است که وی به خاطر سرمایه‌گذاری‌های فوق‌العاده خود مشهور شده و با انتخاب اپل، نشان داده است که بهترین آینده را در برابر سایر رقبا، برای ارزشمندترین برند حال حاضر جهان متصور شده است. درواقع در حال حاضر اپل یک چهره جهانی را به صف مشتریان خود اضافه کرده است. تحت این شرایط باید دید که سایر رقبا خصوصا سامسونگ که تا چند وقت قبل وارن بافت را در صف مشتریان خود داشت، چه تصمیمی را اتخاذ خواهند کرد.

منبع: businessinsider.com

۱۴۰ شرکت دانش‌بنیان در حوزه حمل‌ونقل هوشمند شناسایی شد

هوشمندسازی حمل‌ونقل به افزایش امنیت و ترددهای روزانه منجر می‌شود. با توجه به اینکه ۸۰درصد جابه‌جایی‌های ثبت‌شده در دنیا هم مربوط به حمل‌ونقل جاده‌ای است، استفاده از فناوری‌های هوشمند در آن اهمیت بالایی دارد؛ موضوعی که در ایران به دلیل ثبت بالای تصادفات جاده‌ای یک نیاز مبرم و پایه‌ای است؛ نیازی که قرار است با کمک ۱۴۰ دانش‌بنیان فعال در این حوزه میسر شود.

پرمخاطب‌ترین و قدیمی‌ترین بخش حمل‌ونقل را به حمل‌ونقل جاده‌ای نسبت داده‌اند. جابه‌جایی‌هایی که روی زمین و با ابتدایی‌ترین وسایل نقلیه آغاز شد و امروز جای خود را به انواع خودروهای ساخته دست بشر داده و به مدد استفاده از فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات به یک ساختار هوشمند تبدیل شده است. این روند صعودی در ایران هم با کمک ۱۴۰ دانش‌بنیان داخلی تسهیل می‌شود.

در دنیا حمل‌ونقل جاده‌ای به سمت هوشمندسازی حرکت کرده و این مسیر با کمک شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات ارتباطات و اطلاعات تسهیل شده است. این کار سال‌ها است در دنیا به عنوان یک اصل در حمل‌ونقل مورد توجه مدیران قرار دارد.

فعالان حمل‌ونقل جاده‌ای زیر سقف معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان نهاد متولی توسعه زیست‌بوم فناوری و نوآوری با شناسایی نیازهای فناورانه کشور فعالیت خود را آغاز کرد. این نهاد در هر حوزه‌ای که بتوان به مدد فناوری و نوآوری خلاقیتی ایجاد کرد ورود می‌کند. از جمله این حوزه‌ها که به خلق دانش و نوآوری نیاز دارد تا بتواند خدمات بهتری به مخاطبان ارائه کند، صنعت حمل و نقل جاده‌ای است.

بر همین اساس در گروه هوشمندسازی ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اقدامات مختلفی برای توسعه این صنعت پرکاربرد تعریف و تعیین شده است. از جمله این اقدامات می‌توان به شناسایی زیست بوم حمل و نقل هوشمند در کشور که شامل ۱۴۰شرکت خصوصی و دانش‌بنیان و ۵۰ شرکت دولتی یا نیمه دولتی می‌شود، اشاره کرد.

سرمایه‌های شناختی ارتقا می‌یابد

نیروی انسانی فعال، نوآور و باانگیزه سرمایه اصلی هر کشوری است؛ سرمایه‌ای گرانبها که با فعالیت خود ثروت‌آفرینی می‌کند و نقشی تاثیرگذار در اقتصاد دانش‌بنیان دارد. در این میان ابزارهای گوناگونی برای ارتقای توانمندی‌های افراد وجود دارد که ارتقای سرمایه‌های شناختی یکی از آنها است. ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت پا در مسیر ارتقای این توانمندی گذاشته است.

ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی با اقدامات و برنامه‌های گوناگون ارتقای توانمندی شناختی در افراد را مورد توجه قرار داده است. توانمندسازی شناختی افراد و عملکرد بهتر مغز در این حوزه دنبال می‌شود.

افراد سالم برای داشتن مغزهایی توانمندتر و اینکه بتوانند توجه، تصمیم‌گیری یا خلاقیت بهتری بروز دهند به دنبال تقویت، بهبود و بازتوانی شناختی هستند و در افراد بیمار (آلزایمر، پارکینسون و دچار سانحه شده) نیز می‌توان با بازتوانی شناختی کمک کرد تا کیفیت زندگی افراد افزایش یابد. پس فناوری و حوزه علوم شناختی با به تاخیر انداختن این بیماری‌ها به افراد کمک می‌کند.

به گفته مجید نیلی احمدآبادی، دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی، ارتقای سرمایه شناختی ایرانی شعاری است که از سال گذشته آن را دنبال می‌کنیم تا افراد توانمندتر شوند. توسعه بازی‌های شناختی یکی از ابزارهایی است که برای رسیدن به این هدف به کار برده شد. در این زمینه با برگزاری یک چالش فناورانه ۳۴ تیم منتخب وارد مرحله شتابدهی شدند. توسعه فناوری در این حوزه گامی تاثیرگذار برای ارتقای توانمندی‌های شناختی افراد است. همچنین توسعه بسته‌های پرورش شناختی با قابلیت کاربرد در خانه، مدرسه و آموزش‌های عمومی یکی از اقدامات دیگر در این حوزه است.

پس تمرین و بازی یکی از راهکارها برای ارتقای مهارت‌های شناختی و آموزش است. زیرا آموزش سازمان‌بندی نورونی را تجدید می‌کند. توسعه فناوری‌های این حوزه در کشور امری ضروری است تا با بازی‌های جدی توانمندسازی شناختی افراد سرعت گیرد.

کارگاه برندینگ

حمایت کوکاکولا از عوامل درمان ویروس کرونا

تغییر اولویت‌های بازاریابی و تبلیغات کوکاکولا در دوران کرونا

ترجمه: علی آل‌علی

شـیوع ویروس کرونا واکنش‌های متفاوتی از سـوی کارشناس‌ها و حتی برندها به همراه داشـته اسـت. کوکاکولا به عنوان یکی از غول‌های عرصه تولید نوشـابه‌های گازدار جهت‌گیری مشخصی در این بحران داشته است. مدیـران ارشـد این برند از منابع بازاریابی‌شـان برای حمایـت از کادرهای درمانی و سـایر عوامل موثر در مقابله با کرونا اسـتفاده می‌کنند. همچنین یکی از اهداف مدیران کوکاکولا اطلاع‌رسـانی هرچه بهتر به مخاطب درباره ویژگی‌هـای ویروس کرونا و راهکارهای پیشـگیری از ابتلای به آن اسـت. تفاوت میان برندها در چنین زمان‌هایی مشخص می‌شود. کوکاکولا در حالی که بسیاری از برندها اقدام به تعطیلی کارخانه‌های‌شان کرده‌اند، بودجه‌اش را برای حمایت از بیماران کرونایی و کادرهای پزشـکی و درمانی اختصاص داده اسـت. آنها بی‌دلیل به عنوان برترین شـرکت در زمینه برندسـازی از سوی موسسه Branding Forum انتخاب نشده‌اند.

مدیران ارشـد کوکاکولا فقط به اختصاص بودجه بخـش بازاریابی اکتفا نکرده‌انـد. بر این اسـاس بخش قابـل توجهی از هزینه‌هـای تبلیغاتی این شـرکت نیز برای بهبود وضعیـت تولید لوازم موردنیاز در بیمارسـتان‌ها و کمـک به گروه‌های داوطلب برای کمک به بیماران اختصاص یافته اسـت. بدون تردید در شرایط بحرانی تنها نیاز افراد تاثیر پذیرفته شامل تجهیزات بهداشتی و دارو نیست. بسیاری از مردم به دلیل تعطیلی خرده‌فروشی‌ها یا سـایر دلایل در زمینه تهیه مواد غذایی نیز مشکل دارند بنابراین بخشی از بودجه کوکاکولا برای کمک به گروه‌های مردمی برای توزیع مواد غذایی در مناطق مختلف تخصیص یافته است.

مانولو آرویو، مدیر ارشـد بخش بازاریابی کوکاکولا در آسـیا - اقیانوسیه، نسـبت به دلیل اتخاذ چنین راهبردی از سـوی شرکتش اینگونه اظهارنظر می‌کنـد: «تصمیم ما مبتنی بر تعامل و کمک به مردم به جای تاکید صرف بر روی کسـب و کارمان اسـت. هـدف اصلی در این فرآینـد تهیه و توزیع مواد اساسـی و موردنیاز مردم خواهد بود. بدون تردید شرایط کنونی حالت فوق‌العاده محسوب می‌شود. برند ما به دلیل بهره‌مندی از بودجه اضطراری انعطاف بسیار بالایی در شرایط کنونی دارد.»

تیم‌های کوکاکولا در کشـورهایی نظیر سـنگاپور، آفریقای جنوبی، اتریش، استرالیا و برزیل در تلاش برای استفاده از فضاهای تبلیغاتی برای اطلاع‌رسانی در زمینه بیماری کرونا هستند. بی‌تردید جهت‌گیری یک برند با منابع تجاری گسترده در بازارهای جهانی برای مقابله با کرونا اهمیت بسیار زیادی دارد. شعار اصلی تیم بازاریابی کوکاکولا برای تلاش‌های اخیر «همه با هم در این مسـئله شـریک هستیم» است. انتخاب چنین شـعاری تاکید آشکار بر روی احساس مسئولیت کوکاکولا در قبال مشکلات مشتریان است.

یکـی از ویدئوهـای جالب کوکاکـولا در ماه‌های اخیر با اسـتفاده از مونتاژ ویدئوهای مختلف صحنه تشـکر و قدردانی کارکنـان بخش‌های مختلف این شـرکت از دسـت‌اندرکاران مراکز بهداشـتی را به تصویر می‌کشـد. وضعیت بیلبوردهای کوکاکولا در بازار ایالات متحده در شرایط مساعدی است. این برند در مهم‌ترین نقاط شـهری و روستایی ایالات متحده دارای بیلبورد است، یکی از مهم‌ترین بیلبوردهای آنها در میدان تایمز قرار دارد. مدیران ارشد شرکت در اقدامی شجاعانه و تحسین‌برانگیز از بیلبورد موردنظر به جای اهداف بازاریابی در راستای اطلاع‌رسانی پیرامون ویروس کرونا استفاده کرده‌اند.

جیمز کوئینسـی، رئیـس و مدیرعامل کوکاکولا، زمـان بازیابی وضعیت عـادی شـرکتش در زمینه بازاریابی و تبلیغات را بسـته به بازه بازگشـت کشـورهای مختلـف به شـرایط عادی دانسـته اسـت. این امـر به خوبی جهت‌گیری کوکاکولا برای کمک هرچه بیشتر به مشتریانش در سراسر دنیا را نشان می‌دهد. به این ترتیب تا زمان اطمینان خاطر از وضعیت آنها خبری از ادامه فعالیت عادی در زمینه بازاریابی و تبلیغات نخواهد بود.

موسسـه کوکاکولا سیسـتم و بنیاد کوکاکولا به عنـوان بازوهای اجرایی شرکت در زمینه ارائه خدمات بشردوستانه از زمان شیوع کرونا بیش از ۱۰۰ میلیون دلار به مقابله با ویروس موردنظر اختصاص داده‌اند. بدون تردید این رقم برای هر ناظری تحسین‌برانگیز خواهد بود.

منبع: brandingforum.org

ویوو جایگاه سامسونگ در بازار هند را تصاحب کرد

به قلم: سالتی ساردونیک نویسنده حوزه تکنولوژی و بازاریابی

مترجم: امیر آل‌علی

ویوو(Vivo) نام برندی چینی اسـت که از سـال ۲۰۰۹ در زمینه تولید گوشـی‌های هوشمند فعالیت دارد. اگرچه این شرکت در زمینه‌های دیگری نظیر تولید لوازم جانبی و نرم‌افزار نیز اقداماتی را انجام می‌دهد، با این حال عمده فعالیت آن معطوف به حوزه تولید گوشی‌های هوشمند است. برطبق جدیدترین آمار موسسه کانالیس، این برند موفق شده است تا از نظر میزان فروش، جایگاه سامسـونگ را در بازار هند به دسـت آورده و به دومین برند پرفروش این کشور تبدیل شود. این آمارها متعلق به گزارش سه ماه نخست سـال ۲۰۲۰ بوده و در حالی منتشـر شده اسـت که ویروس کرونا، اقتصاد جهانی را با مشـکل مواجه سـاخته و به همین خاطر بسیاری از تحلیلگران عقیده دارند که با بهبود اوضاع، بار دیگر سامسـونگ جایگاه سـابق خود را به دسـت خواهد آورد، با این حال نکته اصلی آمار منتشرشده این است که برندهای چینی با کیفیت مشـابه و قیمت مناسـب‌تر خود، در حال تبدیل شدن به رقبای جدی برای ابربرندهای این حوزه هستند. در جایگاه نخست نیز شـیائومی قرار دارد که بیش از ۱۰ میلیون فروش را در این سـه ماه به دسـت آورده اسـت که در مقایسه با آمار ۶،۷ ویوو و ۶،۳ سامسونگ، بسیار بالا بوده و تا چند سـال آینده باید این برند را پادشـاه بازار هند به حساب آورد. نکته جالب دیگر این آمار این است که نامی از اپل در بین شش برند اصلی وجود نداشـته و بسیاری قیمت بالای محصولات این شرکت را دلیل اصلـی می-دانند. درواقع اکثر جمعیت هند افرادی فقیر هسـتند و توانایی خرید محصولات گران‌قیمت این شـرکت را ندارنـد، با این حال حضور در بازار دومین کشور پرجمعیت جهان، بدون شک دارای اهمیت بسیار بالایی خواهـد بود. به همین خاطر اپل با عرضه سـری SE تلاش کرده اسـت تا در بـازار میان‌رده‌ها نیز به جایگاه خوبی دسـت پیدا کند، با این حال برای اطمینان از میزان نتیجه‌بخش بودن این طرح، باید چند ماهی را صبر کرد.

منبع: saltysardonic.com

۳ تغییر مهم آژانس‌های بازاریابی در شرایط کنونی

کرونا و تغییر فعالیت آژانس‌های بازاریابی

به قلم: جان ای لینکولن کارشناس بازاریابی

ترجمه: علی آل‌علی

اگر شما صاحب یک آژانس بازاریابی باشید، در طول چند ماه اخیر به خاطر شیوع ویروس کرونا چالش‌های بسـیار زیادی پیش روی داشته‌اید. بسیاری از آژانس‌های بازاریابی در زمان کنونی به طور کامل بیکار هسـتند. این امر بر روی گردش مالی آنها تاثیر منفی دارد. ویروس کرونا تمام کسب و کارها را با مشکلات عمیق مواجه کرده اسـت، با این حال آژانس‌هـای بازاریابی در این میـان نیازمند تغییر الگوی فعالیت‌شـان حتی پس از رفع بحران موردنظر هسـتند. ما در این مقاله نگاهی به بهترین راهکارهای مدیریت ویروس کرونا و شـیوه‌های تغییر کسب و کار از سوی آژانس‌های بازاریابی خواهیم داشت.

۱. طراحی استراتژی و ضرورت تغییر

تمام فعالیت‌های آژانس‌های بازاریابی با طراحی استراتژی شروع می‌شود بنابراین نخسـتین نکته مهم برای ایجاد تغییر در فعالیت آژانس‌ها مربوط به همین حوزه خواهد بود. نکته مهم در این میان ناآگاهی بسـیاری از کارشـناس‌های بازاریابی از نحوه اعمال تغییرات در فرآیند طراحی استراتژی است.

مشتریان بازارهای مختلف از همان ابتدای شیوع کرونا جهت‌گیری مشخصی به سوی استفاده از خدمات آنلاین داشـته‌اند. اکنون فعالیت اغلب خرده‌فروشی‌های در سراسـر دنیا به صورت آنلاین دنبال می‌شـود بنابراین ما در حوزه بازاریابی باید سرمایه‌گذاری مشخصی بر روی حوزه موردنظر داشته باشیم. بدون تردید بازاریاب‌ها باید همیشـه در اسـتفاده از فناوری‌های نوین پیشتاز باشند، با این حال هنوز هم برخی از آژانس‌های بازاریابی نسبت به ارائه خدمات به صورت آنلاین ناتوان هستند.

بازاریابی برای محصولات مختلف فقط معطوف به شـبکه‌های اجتماعی نیست. با این حال در شـرایط شـیوع ویروس کرونا توجه به شـبکه‌های اجتماعی دارای اهمیت بسیار زیادی است. توجه به نحوه فعالیت مشتریان برای تجدیدنظر در الگوی طراحی اسـتراتژی ضروری است. در غیر این صورت اسـتراتژی‌های تازه ما هرگز موردپسـند مخاطب هدف قرار نخواهد گرفت. به عنوان مثال، اگر شـما در تلاش برای ارائه خدمات به صورت آنلاین به مشتریان هستید، باید نقش یوتیوب در انتقال مشتریان به سایت خرید را مدنظر داشته باشید. براساس گزارش موسسه فوربس، بارگذاری محتوای ویدئویی بازاریابی درباره نحوه استفاده از محصولات مختلف نقش مهمی در ترغیب کاربران برای خرید آنها دارد.

بدون تردید وقتی برندها با ویروس کرونا دست و پنجه نرم می‌کنند، اطلاع‌رسانی دقیق به مشتریان اهمیت خواهد داشت. برخی از برندها در زمینه ارتباط با مشتریان ضعیـف عمل می‌کنند. برخی از توصیه‌های مهم برای تعامل بهتر با مشـتریان در حوزه ویروس کرونا به شرح ذیل است:

- اختصاص صفحه‌ای مشخص در اکانت رسمی برندمان در شبکه‌های اجتماعی برای توضیح مسائل و نکات بهداشتی ضروری به مخاطب هدف
- تـلاش برای ایجاد ارتباط میان کمپین‌های بازاریابـی و تبلیغات آژانس‌مان با رویدادهای مربوط به ویروس کرونا
- طراحی کمپین ویژه برای حمایت از کادرهای پزشکی و ترغیب مردم به رعایت نکات بهداشتی برای مقابله هرچه بهتر با کرونا

۲. اهمیت سازماندهی مناسب

نحوه فعالیت سـازمان‌ها در مواجهه با ویروس کرونا اهمیت بسـیار زیادی دارد. برخی از برندها علی رغم تلاش‌های فراوان برای مدیریت شرایط امکان برنامه‌ریزی مناسـب را از دسـت می‌دهنـد. نگرانی از شکسـت در زمینه مدیریت شـرایط و اسـترس‌های ناشـی از آن بخش مهمی از مشـکلات آژانس‌های بازاریابی را شکل می‌دهـد. امـروزه بخش قابل توجهـی از نیاز برندها برای همـکاری با آژانس‌های بازاریابی کاهش پیدا کرده اسـت. این امر با شـیوع ویـروس کرونا بدل به بحرانی سهمگین برای صنعت مورد بحث شده است. اگر ما توانایی مدیریت بهینه شرایط برای عبور از بحران کوتاه‌مدت کرونا را نداشـته باشیم، به احتمال زیاد پس از رفع بحران مورد بحث باید به دنبال حوزه کسب و کار دیگری برای خود باشیم.

بی‌شـک فعالیت در دوران کرونا مانند سـایر موقعیت‌ها نیست بنابراین ما باید در وظایف و شـرح عملکرد کارمندان برنـد تجدیدنظرهایی اعمال کنیم. برخی از آژانس‌های بازاریابی در شـرایط کنونی اقدام به کاهش حقوق کارمندان می‌کنند. این امر نتیجه نامناسبی بر روی ذهنیت کارمندان از برند ما خواهد داشت. بنابراین تـلاش اصلی ما باید کاهش هزینه‌های جاری بدون ایجاد فشـار بر روی کارمندان باشد. به عنوان مثال، بودجه توسعه کسب و کارتان در شرایط کنونی باید قطع شود. فقط در این صورت ما شانس بیشتری برای ادامه فعالیت خواهیم داشت.

اسـتفاده از تکنیک‌های دورکاری راهکار مناسبی برای کاهش هزینه‌های جاری محسوب می‌شود. وقتی خطر ابتلا به کرونا در مکان‌های عمومی بالاست، استفاده از رویکرد دورکاری منطقی خواهد بود. نگرانی اصلی صاحبان آژانس‌های بازاریابی ناتوانی در زمینه مدیریت فرآیند دورکاری اسـت. مزیت اصلی حوزه بازاریابی عدم نیاز به تعامل مداوم کارمندان اسـت بنابراین با استفاده از نرم‌افزارهای ارتباطی به سادگی امکان اجرای طرح دورکاری وجود خواهد داشت.

تعامل با مشـتریان در دوران کرونا نیازمند طرح و برنامه خاصی است. بی‌تردید ما شـرایط مناسـب برای پیگیری وضعیت عادی کسـب و کار را نداریم. یکی از استراتژی‌های مناسب برای تعامل بهینه با مشتریان در زمان کنونی تعیین بازه‌های مشـخص برای مراجعه آنهاست. به عنوان مثال، تعیین ساعت‌هایی خاص در طول روز برای مراجعه مشتریان ضروری خواهد بود.

اگـر وضعیت آژانس شـما امکان اجـرای دورکاری را نمی‌دهد، بایـد به دنبال اسـتراتژی‌های دیگری باشید. یکی از راهکارهای مناسب در این میان ایجاد فاصله میان میزهای کارمندان در دفتر رسـمی اسـت. همچنین ما باید دلایل ناتوانی در زمینه اسـتفاده از دورکاری را به کارمندان و مشـتریان توضیح دهیم. در غیر این صورت به کم‌کاری متهم خواهیم شد.

۳. اهمیت ارتباطات پایدار

آژانس‌های بازاریابی باید به طور مداوم با مشتریان‌شان در ارتباط باشند. اگر شما تجربه همکاری با آژانس‌های بازاریابی برای طراحی کمپین را داشـته باشید، شاید نسبت به تماس‌های مکرر آنها برای بررسی نکات مختلف پروژه متعجب شوید. دلیل این امر تلاش برای جلب رضایت مشتریان است.

بدون تردید مشـتریان برگزاری جلسـات رو در رو برای پیشبرد امور مربوط به کمپین‌های بازاریابی را به هر شـیوه دیگری ترجیح می‌دهند، با این حال شـرایط کنونی امکان اسـتفاده از چنین رویکردهایی را منتفی سـاخته است. خوشبختانه اسـتفاده از نرم‌افزارهای ارتباطی تا حد زیادی نیازهای ما در حوزه بازاریابی را رفع خواهد کرد. اکنون بسیاری از آژانس‌های بازاریابی با استفاده از نرم‌افزارهای ارتباطی اقدام به تعامل با مشتریان‌شـان می‌کنند. کیفیت بالای چنین نرم‌افزارهایی میزان نارضایتی مشتریان را به شدت کاهش داده است.

نکتـه مهم در مورد برقراری ارتباط با مشـتریان در زمـان کنونی رعایت نکات حرفه‌ای اسـت. اگر شما از تماس تصویری استفاده می‌کنید، استفاده از لباس‌های رسمی و حضور در اتاق کار اهمیت خواهد داشت. البته نیازی به حضور در شرکت نیسـت. فقـط باید یکی از اتاق‌های خانـه را به دورکاری اختصـاص داد. توجه به نورپردازی اتاق نیز دارای اهمیت است. بسیاری از برندها در عمل به دلیل نورپردازی نامناسـب امکان تعامل مطلوب با مشـتریان در قالب تمـاس ویدئویی را نخواهند داشت.

جمع‌بندی

ویروس کرونا برنامه بسیاری از برندها را دستخوش تغییر کرده است. وضعیت آژانس‌هـای بازاریابی در این میان کاملا واضح اسـت. کاهش میـزان تقاضای برندها بـرای همکاری تبلیغاتی موجب کاهش سـطح درآمدها شده است. بی‌تردید برنامه‌ریزی مناسب برای خروج از وضعیت بحرانی کنونی اهمیت بسیار زیادی دارد. استفاده از نکات موردبحث در این مقاله گام مناسـبی برای شـروع تغییرات در آژانس بازاریابی شـما خواهد بود.

منبع: searchengineland.com

بررسی ۵ حقیقت پیرامون بازاریابی برای نسل Z

حقایق بازاریابی برای نسل جوان

به قلم کریس ورن کارشناس برندسازی

ترجمه: علی آل‌علی

نسل جوان (Z) به طور تخصصی افراد بین ۱۲ تا ۲۲ سال را شامل می‌شود. ویژگی اصلی نسـل آنها رشـد در کنار فناوری‌های مدرن اسـت. تمام آنها تجربه استفاده از فناوری‌های مدرن و پیشـرفته را دارند بنابراین برخلاف بازاریابی برای نسل میانسال، در اینجا چالش‌های پیش روی برندها بسیار بیشتر خواهد بود. یکی از نکات مهم در مورد مخاطب نسـل Z آشـنایی آنها با ابزارهای کاربردی برای مسدودسازی تبلیغات است بنابراین بازاریاب‌ها چالش بزرگی برای تولید محتوا و ارائه آن برای مخاطب جوان خواهند داشت. همچنین تمایل آنها برای وفاداری به یک برند به شدت کم است. نتیجه این امر امکان از دست دادن مشتریان جوان برندها در پی کوچک‌ترین اشتباهی است. مولی گان، موسس و مدیرعامل موسسه Gen-Z، پروژه‌های مطالعاتی گسترده‌ای در مورد مشتریان نسل جوان انجام داده است. ما در این مقاله به بررسی حقایق بازاریابی برای نسل جوان براساس مطالعات مولی و همکارانش خواهیم پرداخت.

سلیقه متفاوت مشتریان نسل جوان

مشتریان نسل جوان وفاداری چندانی نسبت به برندها ندارند. البته این امر بیشتر در مراحل اولیه کسب و کار مشاهده می‌شود. هرچه مدت زمان تعامل ما با مشتریان جوان بیشتر شود، گروه‌های همسال‌شان نیز انگیزه بیشتری برای خرید از ما پیدا خواهند کرد. نحوه فهم و درک نسـل جوان نسـبت به برندهـا تفاوت عمده‌ای با نسـل‌های دیگر دارد. آنها به طور معمول علاقه‌مند به برندهایی مشابه با دیدگاه و سبک زندگی‌شـان هستند بنابراین شاید برای جلب نظر آنها مجبور به ایجاد یک برند زیرشاخه نیز شوید.

اهمیت اعتبار برندها

مشـتریان نسـل جوان اهمیت ویژه‌ای به اعتبار برندها می‌دهند بنابراین هرچه اعتبار ما در زمینه کسب و کار و تولید محصولات مناسب با سلیقه آنها بیشتر باشد، شانس بیشـتری برای فروش خواهیم داشت. یکی از دغدغه‌های برندها در رابطه با مشـتریان نسـل جوان ناتوانی در زمینه فروش بلندمدت اسـت. اگر ما به دنبال همکاری بلندمدت با مشـتریان نسل جوان هسـتیم، باید به طور قابل توجهی در شـبکه‌های اجتماعی فعالیت داشته باشیم. در غیر این صورت به سرعت مخاطب هدف‌مان را از دست خواهیم داد.

اولویت سرگرمی

نسل جوان از هر فرصتی برای سرگرمی و تفریح استفاده می‌کند بنابراین ما باید برای جلب نظر آنها به کمپین‌های بازاریابی‌مان ویژگی سـرگرمی را مدنظر داشته باشیم. شاید شما در شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام عضویت داشته باشید، اما امروزه پلتفرم‌های مدنظر نسـل Z شامل تیک تاک و اسنپ چت است. بسیاری از برندها در چنین شبکه‌های اجتماعی فعالیت ندارند بنابراین باید نسبت به راه‌اندازی اکانت رسمی برای برندمان در چنین شبکه‌های اجتماعی اقدام کنیم.

توجه به ترندها

بازاریابی در شـبکه‌های اجتماعی نیازمند توجه به ترندهای مطرح اسـت. نسل جوان اغلب در سبک زندگی از ترندهای داغ در شبکه‌های اجتماعی پیروی می‌کند بنابراین ما باید استفاده از آنها در فرآیند بازاریابی برندمان را مدنظر داشته باشیم. خوشـبختانه ابزارهای بسیار زیادی برای آگاهی از ترندهای برتر در حوزه بازاریابی برای نسل جوان وجود دارد بنابراین بازاریابی با استفاده از ترندهای برتر امر چندان دشواری نخواهد بود.

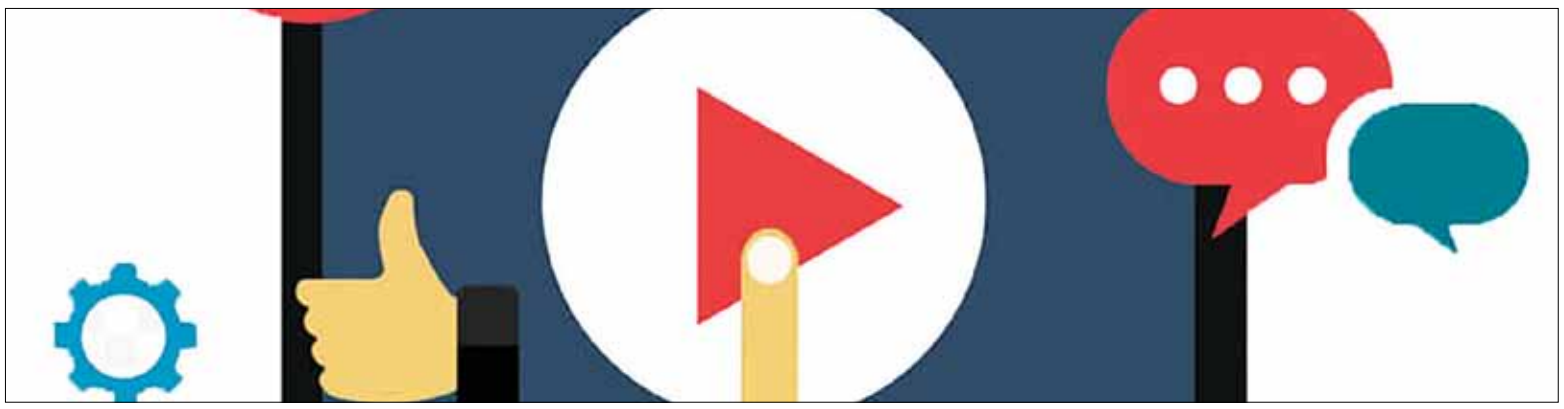
اهمیت تعامل نزدیک با مشتریان

انتظارات نسـل جوان نسبت به برندها بسـیار زیاد است. ما باید همیشه ارتباط نزدیکی با مخاطب هدف داشـته باشـیم. در غیر این صورت به سـرعت مشتریان برندمان را از دسـت خواهیم داشـت. تعامل نزدیک با مشـتریان فقط معطوف به زمان‌های خاص نیست. ما باید به طور مداوم به نسل جوان توجه برندمان را نشان دهیم. در غیر این صورت به سـرعت با مشـکل جلب نظر مخاطب نسل Z مواجه خواهیم شـد. استراتژی‌هایی نظیر ایجاد باشگاه مشـتریان و ارائه خدمات جانبی همراه با تخفیف‌های گسـترده تاثیر قابل توجهی بر روی ذهنیت مشـتریان نسل جوان نسبت به برندها خواهد داشت.

منبع: brandingstrategyinsider.com

بررسی ۶ راهکار برای تولید کمپین بازاریابی با فرمت ویدئو

چالش طراحی متن در بازاریابی ویدئویی



به قلم: جورج رولاندز کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی دیجیتال جذابیت‌های بسیار زیادی برای برندها دارد. اغلب صاحبان کسب و کار بودجه‌های قابل توجهی به فعالیت بازاریابی اختصاص می‌دهند. دلیل این امر تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف و بهبود شرایط برندشان در بلندمدت است. چالش اصلی در فعالیت بازاریابی فاصله میان اهداف موردنظر برند و کیفیت کمپین نهایی است. به عبارت بهتر، همیشه فاصله‌ای میان طرح و برنامه مدیران ارشد برند و نحوه فعالیت بازاریاب‌ها وجود دارد.

تمام برندها در زمینه بازاریابی دارای داستان، احساسات و تلاش برای تعامل یا مخاطب هدف هستند، با این حال تعداد قابل توجهی از آنها در عمل توانایی جلب نظر مخاطب هدف را ندارند. مهم‌ترین نکته برای شروع طراحی کمپین بازاریابی توجه به متن اصلی ویدئو است. ما بدون طراحی متن امکان ساماندهی موفقیت‌آمیز کمپین‌های بازاریابی را نخواهیم داشت.

امروزه بازاریابی با استفاده از فرمت ویدئو محبوبیت بسیار زیادی دارد. براساس گزارش موسسه اوبرلو ۸۸درصد از بازاریاب‌ها در پی استفاده از فرمت ویدئو اعلام رضایت از نتیجه نهایی کرده‌اند. این میزان از رضایت نسبت به کاربرد ویدئو در صنعت بازاریابی فاصله قابل توجهی با دیگر نمونه‌ها دارد بنابراین ما نیز باید استفاده از این الگو را مدنظر قرار دهیم.

بدون تردید بازاریابی موفق در دنیای دیجیتال حاصل فعالیت مشترک تیم‌های بازاریابی است. ما امکان مدیریت تمام امور در کنار هم را نداریم بنابراین باید از بازاریاب‌های حرفه‌ای برای پیشبرد امور استفاده کنیم. نکته مهم در این میان امکان پیگیری برخی از امور اساسی از سوی تیم مدیریتی شرکت است. به هر حال ما به عنوان مدیرعامل شرکت باید بر روی فرآیند کلی بازاریابی برندمان نظارت داشته باشیم. ما در ادامه به بررسی برخی از بهترین راهکارها برای نظارت بر بازاریابی دیجیتال با استفاده از فرمت ویدئو خواهیم پرداخت. این امر با هدف افزایش تاثیرگذاری کمپین‌های بازاریابی صورت خواهد گرفت.

چرا ما باید نسبت به تهیه متن پیش از فیلم‌برداری کمپین بازاریابی اقدام کنیم؟

متن کمپین پیش از تهیه آن بیانگر جهت‌گیری کلی تیم بازاریابی است. طراحی و تهیه ویدئوهای بازاریابی شباهت بسیار زیادی به فیلم‌های سینمایی دارد. کارگردان‌ها پیش از ساخت یک فیلم با دقت فیلمنامه را مطالعه می‌کنند. این امر جهت‌گیری بهتری در اختیار آنها قرار می‌دهد. اگر ما نسبت به این نکته مهم بی‌توجه باشیم، در فرآیند ضبط ویدئو با پرسش‌ها و کاستی‌های متعددی مواجه خواهیم شد. متن ویدئوی بازاریابی به ما در زمینه چارچوب‌بندی مسیر پیش روی کمک خواهد کرد. بسیاری از مدیران ارشد برندها همیشه نگران ناتوانی تیم بازاریابی در تحقق اهداف تعیین‌شده هستند. نکته مهم در این میان توافق بر سر متن ویدئوی بازاریابی است. تمام بحث‌ها و تبادل‌نظرها در این مرحله اتفاق می‌افتند. بنابراین اگر شما مرحله کنونی را مورد توجه قرار ندهید، در کل فرصت طلایی برای هم‌اندیشی و افزایش تاثیرگذاری برندتان را از دست داده‌اید.

اگر شما به عنوان طراح تبلیغات یا مدیر بخش بازاریابی شرکت فعالیت ندارید، باید نسبت به ایجاد هماهنگی میان خود و آنها اقدام کنید. بسیاری از برندها در عمل وظیفه بازاریابی را به طور مستقل در اختیار تیم بازاریابی قرار می‌دهند. امروزه در حوزه کسب و کار تمام بخش‌های شرکت باید با یکدیگر تعامل سازنده داشته باشند. در غیر این صورت امکان کسب موفقیت برای آنها فراهم نخواهد شد.

ما در این مقاله به بررسی برخی از راهکارهای مناسب برای طراحی متن ویدئوهای بازاریابی خواهیم پرداخت. توجه به نکات مورد بحث علاوه بر بازاریاب‌های حرفه‌ای، برای مدیران کسب و کارها نیز کاربردی خواهد بود.

۶ گام اساسی برای نگارش متن‌های بازاریابی ویدئویی

هرچه برنامه‌ریزی بیشتری در فرآیند بازاریابی صورت گیرد، اجرای طرح نهایی آسان‌تر خواهد بود. بسیاری از برندها در عمل ماه‌ها مشغول برنامه‌ریزی هستند. به این ترتیب فرآیند ضبط ویدئو در عمل چند ساعت بیشتر زمان نخواهد گرفت.

۱.تعیین هدف ویدئوی بازاریابی

ویدئوهای بازاریابی برای ارائه محتوا و انتقال پیامی طراحی می‌شوند. اغلب برندها در همان گام نخست فرصت کافی برای تعیین هدف اصلی را از دست می‌دهند. ما باید همیشه کارمان را از نقطه اول درست شروع کنیم. ویدئوهای بازاریابی دارای اهداف مختلفی هستند. به عنوان مثال، برخی از ویدئوهای بازاریابی در تلاش برای آموزش مخاطب هستند. بدون تردید چنین الگویی از محتوای بازاریابی شیوه تولید متفاوتی با ویدئوهای محصول‌محور دارد. ما در ویدئوهای محصول‌محور قصد معرفی محصول تازه شرکت‌مان به مخاطب را داریم. اگر ما از همان ابتدا نسبت به تفاوت‌های اهداف کمپین‌مان آگاهی داشته باشیم، امکان انتخاب یک هدف مشخص و تلاش برای جلب نظر مخاطب بر محور آن فراهم خواهد شد.

اگر شما در زمینه تعیین هدف بازاریابی‌تان با مشکل مواجه هستید، توجه به مخاطب هدف بهترین راهکار خواهد بود. تمام فعالیت‌های بازاریابی با هدف جلب نظر مخاطب هدف صورت می‌گیرد. برندها در نهایت قصد فروش محصولات‌شان به مشتریان را دارند بنابراین با بررسی نحوه رفتار یا سلیقه مشتریان امکان دستیابی به اطلاعات ارزشمند فراهم می‌شود. هرچه توانایی ما در استفاده از اطلاعات ارزشمند در کمپین‌مان بیشتر باشد، واکنش مخاطب هدف بهتر خواهد بود.

یکی از اشتباهات برندها در زمینه تعیین اهداف بازاریابی توجه به اهداف متعدد است. سطح انتظارات ما از کمپین بازاریابی باید منطقی باشد. تلاش برای تحقق اهداف چندگانه از دل یک ویدئوی ۶۰ ثانیه‌ای امر منطقی نیست بنابراین اتکا بر یک هدف مشخص به جای تلاش برای تحقق اهداف مختلف منطقی‌تر خواهد بود.

برخی از برندها در زمینه تعیین هدف اصلی با توجه به مشتریان نیز مشکل دارند. این امر اغلب موجب سردرگمی برندها می‌شود. توصیه نهایی من در این بخش توجه به ماهیت کسب و کارمان است. فقط در این صورت امکان کسب موفقیت برای برندها فراهم خواهد شد.

۲.چکیده ساختار ویدئو

چکیده ساختار کمپین برند شامل اصول و خطوط اصلی فعالیت برای تحقق هدف نهایی است. ما پیش از نگارش متن اصلی باید محورهای اصلی ویدئو برای انتقال پیام موردنظر یا دستیابی به هدف اصلی را مدنظر قرار دهیم. بسیاری از کمپین‌های بازاریابی در عمل دارای زاویه نگاه مناسب، هدف واحد و ساز و کار اجرایی مناسب هستند، اما شیوه هدایت مخاطب هدف به سوی نقطه پایانی ویدئو همراه با کاستی‌های بسیار زیادی است. این امر شامل ارائه خیل عظیمی از داده‌ها به مخاطب هدف یا حتی ناتوانی در زمینه انتخاب یک مسیر مستقیم برای هدایت مخاطب هدف است. نتیجه نهایی این امر کاهش انگیزه مخاطب هدف برای مشاهده ویدئوی ما خواهد بود. امروزه در عرصه بازاریابی شهرت منفی برندها برای مدت‌زمان طولانی همراه‌شان خواهد بود بنابراین ما باید تا جای ممکن از کسب شهرت منفی دوری کنیم.

متن‌های بازاریابی حرفه‌ای همیشه از سوی بازاریاب‌های کارکشته طراحی نمی‌شود. امروزه فرمول مشخصی برای دستیابی به متن بازاریابی جذاب وجود دارد بنابراین با رعایت آن هر فردی، حتی بدون دانش تخصصی در حوزه بازاریابی، امکان طراحی متن‌های جذاب را دارد. تنها مهارت موردنیاز در اینجا اندکی حوصله است. ما باید شیوه‌های مختلف جلب نظر مخاطب هدف و طراحی ویدئوهای جذاب را به طور جداگانه امتحان کنیم. شیوه آزمون و خطا در بسیاری از کسب و کارها کاربرد دارد. اگر ما نسبت به این شیوه تردید داشته باشیم، در عمل امکان بازاریابی مناسب را از دست می‌دهیم. تمام برندهای موفق در حوزه بازاریابی از همین شیوه ساده پیروی می‌کنند بنابراین تلاش برای استفاده از شیوه‌های دیگر، در عین جذابیت، فقط موجب اتلاف بودجه و ناتوانی در زمینه دستیابی به هدف اصلی برند می‌شود.

بخش‌های اصلی یک متن بازاریابی برای استفاده در قالب فرمت ویدئو به شرح ذیل است:

- آغاز: در این مرحله ما باید گزارش کوتاهی از ماهیت کسب و کار و فعالیتی که انجام می‌دهیم، ارائه کنیم.
- معرفی: استفاده از این بخش دلبخواهانه است. به این ترتیب برندها پیش از پرداختن به موضوع اصلی اقدام به معرفی خود می‌کنند. اگر ما در این زمینه توانایی بالایی نداشته باشیم، بدون تردید با مشکلات عمده‌ای مواجه خواهیم شد. اختصاص زمان کوتاه به این بخش دارای اهمیت حیاتی است. اگر بخش موردنظر طولانی شود، فرصت کافی برای اصل کمپین از بین می‌رود.
- مسئله: هر کمپین برای پاسخگویی به یک مسئله در میان مشتریان ساخته می‌شود. ما باید به خوبی مسئله موردنظر را بیان کنیم. این امر موجب تقویت انگیزه مشتریان برای خرید محصول ما خواهد شد. برخی از برندها در عین تولید محصولات جذاب به دلیل ناتوانی در جلب نظر مخاطب هدف امکان فروش موفقیت‌آمیز آنها را از دست می‌دهند.
- راهکار: پس از بیان مسئله و مشکل پیش روی مشتریان باید راهکار طلایی برند ما معرفی شود. این امر نقطه اوج عامل ما با مشتریان خواهد بود. بنابراین باید تمام جوانب کار مورد بررسی قرار گیرد. اگر سطح تعامل ما با مخاطب هدف دستخوش تغییر شود، تمام برنامه‌های قبلی نابود خواهد شد.
- ترغیب مخاطب به سوی عمل و خداحافظی: در نهایت ما باید مخاطب هدف را برای خرید محصول موردنظر ترغیب کنیم. در غیر این صورت کمپین ما فقط جنبه سرگرمی خواهد داشت. امروزه توانایی برندها برای فروش محصولات به میزان تاثیرگذاری بر مخاطب هدف بستگی دارد. هرچه توانایی ما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بیشتر باشد، امکان فروش بالاتری خواهیم داشت. سطح رابطه ما با مشتریان در این میان اهمیت بسیار زیادی دارد.

تا اینجا متن بازاریابی ما تا حد زیادی کامل شده است. بسیاری از برندها در چنین مرحله‌ای به سراغ سایر اصول اساسی بازاریابی می‌روند بنابراین باید به دنبال راهکارهای دیگر برای ادامه فرآیند تاثیرگذاری کمپین‌مان باشیم.

۳.تصویرسازی طرح‌های اولیه

بدون تردید هر برندی برای اجرای متن بازاریابی‌اش طرح‌های بصری خاصی مدنظر دارد. این طرح‌ها از تجربه قبلی ما حاصل می‌شود. تجربه اجرای کمپین‌های بازاریابی در گذشته همیشه تاثیر قابل توجهی بر روی کمپین‌های پیش روی دارد بنابراین ما باید توجه ویژه‌ای به کمپین‌های قبلی برندمان داشته باشیم.

صاحبان کسب و کار یا مدیران ارشد اغلب طرح‌های بصری خاصی مدنظر دارند. این امر اغلب موجب دخالت‌های آنها در فرآیند فعالیت تیم بازاریابی می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به میزان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. اگر طرح‌های قبلی ما میزان رضایت اندکی در میان مشتریان ایجاد کرده است، باید به راحتی آنها را کنار گذاشت.

وقتی ما قصد بازاریابی ویدئویی برای مخاطب هدف را داریم، در حقیقت جلوه‌های بصری اهمیت فوق‌العاده‌ای خواهد یافت. تمام بحث‌های مربوط به نحوه تصویرپردازی کمپین باید در این مرحله صورت گیرد. بدون تردید تیم مدیریتی در این بخش همکاری نزدیکی با بازاریاب‌ها خواهد داشت. نکته مهم توجه به آمارها و اطلاعات رسمی در رابطه با برندهاست. در غیر این صورت ما امکان جلب نظر مخاطب هدف را از دست می‌دهیم. فرآیند بازاریابی محل رقابت میان تیم بازاریابی و مدیریتی شرکت نیست. در عوض همه ما باید به بهبود کیفیت کمپین کمک کنیم در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف از دست خواهد رفت.

بسیاری از بازاریاب‌ها باید طرح‌های اصلی‌شان برای تصویرسازی کمپین را به تیم مدیریتی ارائه کنند. بدون شک تیم مدیریتی دارای دانش تخصصی در حوزه بازاریابی نیست بنابراین بازاریاب‌ها باید اطلاعات و داده‌های موجود را به ساده‌ترین شکل ممکن ارائه کنند. در غیر این صورت رضایت هیأت مدیره جلب نخواهد شد. اغلب اوقات بحث‌های طولانی در خلال ارائه طرح نهایی صورت می‌گیرد. نکته مهم در این میان توجه به هدف اصلی برند است. ما باید در نهایت برای دستیابی به هدف نهایی برندمان آماده شویم. در غیر این صورت بحث‌های موجود به صورت بی‌نتیجه‌ای ادامه خواهد یافت.

۴. نگارش دیالوگ‌ها

پس از تصویرسازی نوبت به نگارش دیالوگ‌ها می‌رسد. در این مرحله ما صحنه‌های اصلی را ترسیم کرده‌ایم، با این حال صحنه خالی به کار ما نمی‌آید. بنابراین باید دیالوگ‌های مشخصی نیز به صحنه اضافه کنیم. اغلب برندها در فرآیند نگارش دیالوگ طرح‌های بیش از اندازه ساده‌ای را مدنظر قرار می‌دهند. به این ترتیب توانایی آنها برای جلب نظر مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌یابد.

بهترین راهکار برای جلب نظر مخاطب هدف از طریق بازاریابی ویدئویی و نگارش دیالوگ قرار دادن خودمان در وضعیت آنهاست. به این ترتیب امکان جلب نظر آنها با ارجاع به مشکلات‌شان فراهم خواهد شد. اغلب برندها در این حوزه مشکلات بسیار زیادی دارند. دلیل این امر ناتوانی برای درک مشتریان است. هرچه فاصله میان ما با مشتریان بیشتر باشد، درک آنها سخت‌تر می‌شود. ما باید همیشه ارتباط نزدیکی با مشتریان داشته باشیم. در غیر این صورت فرآیند جلب نظر آنها بیش از اندازه دشوار می‌شود.

یکی از اشتباهات اصلی برندها در زمینه بازاریابی ویدئویی و طراحی دیالوگ‌ها مربوط به تلاش برای تمام نکات است. گاهی اوقات ما باید با استفاده از تصویر نکات مدنظرمان را بیان کنیم. استفاده بیش از اندازه از دیالوگ در عمل موجب رنجش مخاطب هدف خواهد شد بنابراین ما باید توجه ویژه‌ای به این بخش از کسب و کارمان داشته باشیم. هرچه ویدئوی ما طبیعی‌تر به نظر برسد، میزان تاثیرگذاری‌اش بر روی مخاطب هدف افزایش خواهد یافت.

۵.پیش‌خوانی متن نهایی

بدون تردید هر متن بازاریابی دارای ایرادهای خاصی است بنابراین پیش‌خوانی متن موردنظر قبل از اجرا اهمیت دارد. هرچه دامنه افراد موردنظر برای پیش‌خوانی متن بیشتر باشد، امکان تاثیرگذاری نهایی بر روی مخاطب هدف افزایش خواهد یافت. از نقطه نظر مخاطب کمپین‌های بازاریابی هیچ نکته‌ای بیشتر از اشتباهات موجود در ویدئو اذیت‌کننده نیست بنابراین ما باید با بازخوانی مکرر متن نهایی اقدام به کاهش کاستی‌ها و خطاهای موجود کنیم. در غیر این صورت هرگز توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را نخواهیم داشت.

یکی از نکات مهم در زمینه بازخوانی متن بازاریابی تلاش برای کاهش دیالوگ‌های اضافی است. هرچه توانایی ما برای بیان مطالب بیشتر با استفاده از لغات کمتر افزایش یابد، تاثیرگذاری نهایی کمپین بهتر خواهد بود بنابراین بیان دیالوگ‌های طولانی به معنای تضمین موفقیت بازاریابی یک برند نخواهد بود.

۶.تبدیل طرح نهایی به ویدئو

در اینجا ما طرح نهایی کمپین‌مان را داریم بنابراین باید نسبت به اجرای آن اقدام کنیم. هرچه توانایی ما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بیشتر باشد، نتیجه نهایی کارمان بهتر خواهد بود. برخی از برندها برای نهایی ساختن طرح‌شان وسواس بی‌مورد دارند. شما پس از طی مراحل مورد بحث در این مقاله آمادگی لازم برای اجرای طرح‌تان را دارید. تلاش برای صبر یا دستکاری بیشتر طرح اغلب موجب کاهش کیفیت نهایی آن می‌شود. پس از پایان بازنگری در متن نهایی باید اقدامات لازم برای اجرای آن را مدنظر قرار دهیم. این امر شامل تعیین روز مشخص برای ضبط ویدئو است. توصیه اصلی من در اینجا بازنگری در طرح نهایی پس از پایان ضبط ویدئو است. گاهی اوقات برخی از صحنه‌های ویدئوی بازاریابی معنای خاصی ندارد بنابراین با حذف آنها امکان رعایت اختصار در انتقال پیام به مخاطب هدف فراهم خواهد شد.

بسیاری از برندها در زمینه ضبط ویدئوی بازاریابی مهارت کافی ندارند. در اینجا تکنیک صبر و شکیبایی کاربرد دارد. همانطور که پیش از این بیان شد، صبر و شکیبایی برای دستیابی به متن نهایی ویدئو اهمیت زیادی دارد. در اینجا نیز در صورت ناتوانی برند ما برای تهیه ویدئوی بازاریابی مناسب باید فرآیند موردنظر را بارها و بارها تکرار کنیم. فقط در این صورت امکان دستیابی به نتیجه مناسب در نهایت فراهم می‌شود.

هر ویدئوی بازاریابی باید دارای توضیحات متنی نیز باشد. کاربران در شبکه‌های اجتماعی به توضیحات ویدئوها توجه زیادی دارند. نکته مهم در این میان رعایت اختصار ۱۵۰ کلمه‌ای برای بیان توضیحات است. هرچه توضیحات ما کوتاه‌تر باشد، شانس بیشتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهیم داشت.

اجرای طرح نهایی اغلب باید مورد تایید هیأت مدیره نیز قرار گیرد بنابراین ویدئوی نهایی پس از اصلاح‌های اساسی باید برای هیأت مدیره به نمایش گذاشته شود. اغلب اوقات هیأت مدیره نکات تازه‌ای به طرح اضافه می‌کند. رعایت این نکات برای دستیابی به همگرایی در شرکت ضروری است. در غیر این صورت شاید تیم مدیریتی هرگز راضی به نمایش عمومی ویدئوی موردنظر نشود.

وقتی ویدئوی بازاریابی برای هیأت مدیره در حال نمایش است، باید در هر لحظه توضیحات جانبی را ارائه کنیم. گاهی اوقات اعضای هیأت مدیره ایده‌های ما را به خوبی متوجه نمی‌شوند. در این صورت باید نمایش ویدئو را متوقف کرده، به توضیح جزییات بپردازیم. در غیر این صورت احتمال نارضایتی از طرح ما افزایش خواهد یافت.

اگر ویدئوی بازاریابی ما برای اعضای هیأت مدیره بسیار پیچیده و سخت فهم باشد، به احتمال زیاد در رابطه با مخاطب هدف نیز دچار چنین مشکلی خواهیم شد بنابراین پیش از نمایش عمومی باید نسبت به بازآفرینی بخش‌های پیچیده ویدئو اقدام کنیم.

جمع‌بندی

بسیاری از بازاریاب‌ها و صاحبان کسب و کار به دنبال راهکارهایی ساده و مطمئن برای تولید محتوای ویدئویی هستند. هرچه در این زمینه تلاش کنیم، هیچ راهکار واحدی برای موفقیت تمام برندها وجود ندارد. بدون تردید شما امکان استفاده از استراتژی‌های گام به گام مقاله کنونی یا سایر منابع معتبر را دارید، اما در نهایت براساس ماهیت کسب و کار و امکانات در دسترس باید دست به اقدام بزنید. در غیر این صورت هیچ‌گاه امکان موفقیت در حوزه بازاریابی را نخواهید داشت.

منبع: com.learn.g۲

ایستگاه بازاریابی

کرونا و ضرر ۴۰۰ میلیارد دلاری برندهای بزرگ

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

برترین برندها در ایالات متحده در پی شیوع ویروس کرونا ضررهای هنگفتی را تجربه خواهند کرد. براساس گزارش سالانه موسسه Brand Finance در سال جاری جمع ضرر برندهای برتر در بازار ایالات متحده به ۳۹۳ میلیارد دلار خواهد رسید. در این میان بیشترین افت ارزش مربوط به صنایع خطوط هوایی، هتلداری و بانکداری است. این صنایع با افت ۲۰درصدی ارزش‌شان وارد دوره بسیار دشواری خواهند شد. وضعیت کسب و کارهای مرتبط با حوزه رسانه نیز بهتر از این نیست. وقتی اغلب مردم در خانه‌های‌شان هستند، فعالیت و گردش مالی کسب و کارها به شدت کاهش خواهد یافت. شاید تنها مزیت کسب و کارهای بزرگ امکان پیشگیری از ورشکستگی کامل باشد. این امر به دلیل سودهای هنگفت طی دهه‌های گذشته و داشتن بودجه‌های اضطراری است.

برندهای فعال در زمینه هواپیمایی بدترین آسیب را متحمل شده‌اند. وضعیت سفرهای بین‌المللی و حتی داخل کشورها به طور قابل توجهی وخیم است. اغلب مردم به دلیل شیوع کرونا تا جای ممکن استفاده از هواپیما را کاهش داده‌اند. این امر در مورد سایر لوازم حمل و نقل عمومی نیز صحت دارد. ارزش برند دلتا، فعال در زمینه هواپیمایی، ۹درصد افت داشته است. این امر به معنای ضرر ۹,۲ میلیارد دلاری برند دلتا در طول دو ماه گذشته است. ارزش خطوط هوایی امریکن نیز با سقوط ۳درصدی ضرری معادل ۸,۲ میلیارد دلار را ایجاد کرده است. بدون تردید مدیریت چنین ضررهایی برای هر برندی دشوار خواهد بود.

نکته جالب در این میان رشد ارزش برند آمازون است. این خرده‌فروشی آنلاین با رشد ۱۸درصد ارزش‌اش در طول دوران شیوع معادل ۲۲۰,۸ میلیارد دلار ارزش دارد. این امر به معنای تکیه آمازون بر رتبه نخست خرده‌فروشی آنلاین است. اگرچه در زمینه نحوه فعالیت آمازون اعتراض‌های بسیار زیادی وجود دارد، اما جف بزوس به خوبی شرایط را مدیریت کرده است. این برند تنها شرکت مصون از ضررهای هنگفت در شرایط کنونی است. دلیل این امر نیز سرمایه‌گذاری بالای آنها بر روی ارائه خدمات خرده‌فروشی با رعایت نکات بهداشتی است. همچنین داشتن کادر فعال و شعبه‌های تحویل سفارش در نقاط مختلف نیز در این امر دخیل بوده است.

شبکه‌های اجتماعی در جریان شیوع ویروس کرونا ارزش بسیار زیادی یافته‌اند. دلیل این امر گرایش هرچه بیشتر مردم به استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارتباط با یکدیگر و پیگیری امور کاری است. براساس گزارش موسسه Brand Finance ارزش شبکه‌های اجتماعی بزرگ در طول بحران کنونی ۷۹,۸ میلیارد دلار افزایش یافته است. اگرچه چنین سودهایی قابل توجه است، اما در مقایسه با مجموعه ضرر برندهای بزرگ بسیار ناچیز به نظر می‌رسد. هرگاه وضعیت کسب و کار در سراسر دنیا به شرایط عادی برگردد، اغلب برندهای بزرگ بازار ایالات متحده باید به دنبال رهایی از ضررهای هنگفت‌شان باشند بنابراین شرایط دشواری پیش روی اغلب کسب و کارها در سراسر دنیا خواهد بود.

منبع: marketingdive.com

رشد ۷۰درصدی کاربران مایکروسافت تیمز طی یک ماه

به قلم: تام وارن نویسنده حوزه تکنولوژی
مترجم: امیر آل‌علی

ساتیا نادلا طی جدیدترین گزارش مالی مایکروسافت اعلام کرده است که تعداد کاربران این شبکه طی تنها یک ماه، ۷۰درصد رشد داشته و به زودی جایگاه برند Zoom در صدر برنامه‌های ویدئوکنفرانس را تصاحب خواهند کرد. این آمار یک موفقیت بسیار بالا محسوب شده و بسیاری به تحسین شیوه مدیریتی ساتیا نادلا پرداخته‌اند. آنها اخیرا با برند مطرح مایکروسافت نیز قرارداد امضا کرده و به دنبال جذب مشتریان مطرحی هستند تا به گزینه نخست در تمامی کشورها تبدیل شوند. یکی از مهم‌ترین دلایلی که باعث شده است تا بسیاری از تحلیلگران این ادعا را کاملا عملی بدانند این است که zoom در چند وقت اخیر با انواع مشکلات در زمینه تامین امنیت کاربران مواجه بوده و این امر باعث شده است تا سرعت رشد آنها کاهش پیدا کند. با توجه به این امر که این شرکت هنوز نتوانسته تا بر این مشکلات غلبه کند، به همین خاطر ممکن است شاهد از دست رفتن تعداد زیادی کاربر باشیم. درواقع در حال حاضر بسیاری از برندهای مطرح، استفاده از این برنامه را برای کارمندان خود ممنوع کرده‌اند و مایکروسافت در فضای کاری، محبوبیت و کاربران به مراتب بیشتری را دارد. در حال حاضر میانگین روزانه تماس-های ویدئویی کاربران این شرکت، بیش از ۲۰۰ میلیون است که با میانگین ۳۰۰ میلیونی Zoom کمی فاصله دارد، با این حال هنوز مشخص نیست که چه زمانی این شرکت قادر به تحقق وعده مدیرعامل خود است. تحت شرایط حال حاضر باید دید که واکنش سایر رقبا چه خواهد بود. درواقع با توجه به طرح‌های گوگل برای افزایش قدرت خود در این عرصه، ممکن است شاهد اتفاقاتی کاملا متفاوت باشیم.

منبع: theverge.com

رهبری

توسعه کسب و کارهای کوچک در ۶ گام

به قلم: کریس لگاسپی کارشناس کسب و کارهای کوچک
ترجمه: علی آل‌علی

مدیریت کسب و کارهای کوچک همیشه همراه با دغدغه برای انتقال وضعیت برند به مرحله بعدی است. اغلب کارآفرینان علاقه بالایی به گسترش کسب و کار دارند، با این حال تعداد بسیار کمی از آنها در عمل برای تحقق این هدف برنامه‌ریزی دقیقی انجام می‌دهند.

توسعه کسب و کار در بیشتر مواقع بدون جلب نظر سرمایه‌گذارها امکان‌پذیر نیست. میزان بودجه در دسترس هر کسب و کار با محدودیت‌هایی مواجه است. اغلب اوقات چنین بودجه‌هایی برای توسعه برند کافی نیست بنابراین ما نیازمند یافتن سرمایه‌گذار خواهیم بود.

هر کسب و کاری دارای پتانسیل‌های مشخصی است. اغلب کارآفرینان نسبت به پتانسیل‌های کسب و کارشان آگاهی کامل ندارند. به همین خاطر در عمل فرآیند توسعه کسب و کار از سوی آنها به خوبی پیش نمی‌روند. هدف اصلی ما در این مقاله بررسی بهترین راهکارها برای توسعه کسب و کارهای کوچک است.

۱.توجه به سادگی

اغلب مشتریان پیشنهادها و کمپین‌های ساده را بیشتر مدنظر قرار می‌دهند. بدون شک این واقعیت با طرز تلقی اغلب کارآفرینان متفاوت است. اغلب کسب و کارهای کوچک هزینه‌های قابل توجهی برای افزایش جذابیت‌های برندشان برای مخاطب هدف انجام می‌دهند. توجه به سادگی هرچه بیشتر هزینه‌های برند برای کسب موفقیت نهایی ضروری خواهد بود.

دلیل اصلی توجه مشتریان به المان‌های ساده در مورد برندها در شلوغی بیش از اندازه روزهای‌شان نهفته است. وقتی ما در طول روز کارهای بسیار زیادی داریم، وقت کمی برای توجه به پیام‌های پیچیده برندها خواهیم داشت. این نکته در مورد سرمایه‌گذارها نیز صحت دارد بنابراین اگر به دنبال جلب نظر سرمایه‌گذارها هستید، باید طرح‌های همکاری را در ساده‌ترین حالت ممکن به آنها ارائه کنید. در غیر این صورت شانسی برای جلب نظرشان نخواهید داشت.

۲. همیشه مشتریان را مدنظر داشته باشید

دشوارترین کار در حوزه مدیریت کسب و کار مربوط به حفظ مشتریان فعلی برند است بنابراین اختصاص بخش قابل توجهی از بودجه به این حوزه طبیعی خواهد بود. برخی از برندها در فرآیند توسعه کسب و کار در عمل از مشتریان ثابت‌شان غافل می‌شوند. نتیجه طبیعی این امر تلاش مداوم برای یافتن مشتریان تازه است.

توجه به نظرات مشتریان در فرآیند توسعه کسب و کار گامی ضروری برای گسترش پایدار و بی‌دردسر کسب و کار خواهد بود. تنها راهکار مناسب برای دستیابی به این هدف نیز تعامل مداوم با مشتریان است. برخی از برندها هیچ‌گاه کانال تعاملی مناسبی با مشتریان‌شان ایجاد نمی‌کنند. به این ترتیب امکان آگاهی از نظرات مشتریان درباره کمپین‌های‌شان را ندارند.

۳.ضرورت توجه همزمان به کارمندان

توجه به مشتریان نباید ما را از کارمندان غافل کند. توسعه کسب و کار همیشه همراه با افزایش انتظارات کارمندان است. وقتی برند ما منابع مالی بیشتری در دسترس دارد، افزایش سهم کارمندان از سود نهایی طبیعی خواهد بود. متاسفانه برخی از برندها به این نکته مهم توجه ندارند. به همین خاطر کارمندان باتجربه آنها پس از مدت زمانی کوتاه به دنبال کار در شرکت‌های دیگر می‌روند.

۴.اهمیت تصمیم‌گیری در لحظه

توسعه کسب و کار گاهی اوقات نیازمند تصمیم‌گیری در لحظه است. ما به عنوان صاحب برند امکان اخذ تمام تصمیمات موردنظر را نخواهیم داشت بنابراین باید به کارمندان آزادی عمل لازم برای اخذ تصمیم‌های مهم را بدهیم در غیر این صورت همیشه یگ گام از رقبا عقب خواهیم بود.

برخی از مدیران در زمینه اعطای آزادی عمل به کارمندان همیشه با نگرانی دست و پنجه نرم می‌کند. اگر ما به کارمندان‌مان برای توسعه کسب و کار اعتماد نداشته باشیم، هرگز فرصت کافی برای حضور در میان برندهای بزرگ را نخواهیم یافت.

۵.اهمیت صبر و شکیبایی

توسعه برند یک فرآیند کوتاه‌مدت نیست. ما باید صبر و تحمل بسیار زیادی در فرآیند گسترش کسب و کارمان داشته باشیم. در غیر این صورت به سرعت با شکست مواجه می‌شویم. دستیابی به هر هدفی نیازمند اندکی صبر است. متاسفانه برخی از کارآفرینان در دوران کنونی به دنبال موفقیت در کوتاه‌ترین زمان ممکن هستند. این امر آنها را به سوی استفاده از استراتژی‌های خطرناک نیز سوق می‌دهد. ما به طور کلی اگر شکیبایی لازم برای توسعه برند را نداشته باشیم، همیشه در وضعیت فعلی درجا خواهیم زد.

۶.تمرین «نه» گفتن

فرآیند توسعه برند همراه با دریافت ایده‌های مختلف از سوی افراد گوناگون است. ما در این میان باید دست به انتخاب از میان گزینه‌های متعدد بزنیم. برخی از کارآفرینان توانایی نه گفتن به دیگران را ندارند. همین امر سرنوشت کسب و کارشان را تباه می‌سازد. شما به عنوان صاحب یک استارت‌آپ باید در زمان‌های لازم اقدام به ارائه پاسخ منفی به طرف مقابل کنید. در غیر این صورت ادامه فعالیت در حوزه کسب و کار غیرممکن خواهد شد.

منبع: smallbusinessbonfire.com

چالش بهبود سلامت در محیط‌های کاری

به قلم: آلیس کالاش متخصص حوزه سلامت
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک شما نیز با انواع مقالات حفظ سلامت در محیط‌های کاری مواجه شده‌اید، با این حال آیا تنها به این سطح باید قانع بود؟ درواقع بسیاری از کارمندان از سطح سلامت خوبی برخوردار نبوده و این امر حتی قبل از حضور در شرکت نیز وجود داشته است. اگرچه این امر طبیعی است که شما شرایط و زمان کافی برای رفتن به باشگاه را نداشته باشید، با این حال همچنان راهکارهایی وجود دارد که با رعایت آنها، محیط کاری به مکانی برای ارتقای سلامت نیز تبدیل خواهد شد. به همین خاطر همواره نباید تصور کنید که شما تنها قادر خواهید بود تا وضعیت فعلی خود را حفظ کرده و یا در بهترین حالت، از تاثیرات منفی و سرعت آسیب‌ها بکاهید. در این راستا به بررسی چهار مورد فوق‌العاده کاربردی و در عین حال ساده، خواهیم پرداخت.

۱-وضعیت تغذیه خود را متحول کنید

انرژی انسان از آن چیزی که مصرف می‌کند، تامین خواهد شد. تحت این شرایط بسیار مهم است که آنها مغذی باشند. این امر در حالی است که بسیاری از کارمندان خود را درگیر قهوه و انواع بیسکوییت‌ها کرده‌اند که سلامت شما را در درازمدت نابود خواهد کرد. این امر در حالی است که مواد غذایی سالم، حتی در عملکرد شما نیز تاثیر گذاشته و باعث می‌شود تا کمتر به انواع بیماری‌ها دچار شوید. در این رابطه بهتر است به جای استفاده از کیف‌های رایج کارمندی که فضای کمی را دارند، از یک کوله حرفه‌ای استفاده کرده و انواع موادغذایی را با خود به محل کار بیاورید. در این رابطه حتی می‌توان با سایر همکاران نیز هماهنگی‌های لازم را انجام دهید تا محیط شرکت، به مکانی سالم-تر تبدیل شود. برای مثال می‌توانید به صورت کامل با قهوه خداحافظی کرده و دمنوش‌های گیاهی را جایگزین آن کنید. درواقع تغییر در تغذیه، نخستین گام شما محسوب می‌شود. همچنین ضروری است که ناهار خانگی را به عادت رفتاری خود تبدیل کنید. در این رابطه می‌توان از آشپزخانه شرکت، برای پخت استفاده کرد. همچنین یک بطری بزرگ را برای آب همراه خود داشته باشید. درواقع مصرف به اندازه آن، امری کاملا ضروری است. این اقدامات، تمامی کارهایی است که شما برای بهبود وضعیت تغذیه خود باید انجام دهید.

۲-از ورزش غافل نشوید

آیا تصور می‌کنید که در شرکت امکان ورزش کردن وجود ندارد؟ اگرچه این موضوع تا حدودی درست است، با این حال همچنان اقداماتی وجود دارد که شما می‌توانید آنها را انجام داده و وضعیت سلامت خود را بهبود بخشید. برای مثال انجام تمرین‌های کششی، یکی از بهترین این موارد محسوب می‌شود. برای این موضوع می‌توانید انواع تمرین‌ها را از طریق جست‌وجو در اینترنت پیدا کرده و آنها را مورد استفاده قرار دهید. همچنین استفاده از پله و پیاده‌روی در هنگام استراحت از دیگر اقدامات محسوب می-شود. انواع وسایل ورزشی کوچک نیز وجود دارد که شما می‌توانید آنها را مورد استفاده قرار دهید. برای مثال نوع جدیدی از دمبل‌ها وجود دارد که به صورت برچسبی بوده و درون آن با خاک پرشده است و شما می‌توانید از آن برای تقویت عضلات دست و پاهای خود با تمرینات بسیار ساده، استفاده کنید. همچنین استفاده از میزهای تردمیلی و مراجعه به دفتر همکاران به جای اقداماتی نظیر تماس تلفنی، می‌تواند به افزایش تحرک روزانه شما کمک کند. در این رابطه بهتر است از اپلیکیشن‌های مرتبط استفاده کنید تا میزان تحرک روزانه شما اندازه‌گیری شود. از این ابزار حتی برای ایجاد یک استاندارد مشخص و بهبود همیشگی نیز می‌توان استفاده کرد. همچنین وسایلی وجود دارد که استفاده از آنها باعث کاهش استرس در افراد می‌شود که می‌توانید آنها را مورد توجه قرار داده و با خود به دفتر کار بیاورید.

۳-به بیرون نگاهی بیندازید

این امر که از پنجره شرکت برای چند دقیقه به بیرون نگاهی بیندازید، به نظر روان‌شناس‌ها تاثیر بسیار خوبی را در سلامت روح افراد خواهد داشت. فراموش نکنید که ذهن و جسم بر روی یکدیگر تاثیر مستقیم دارد. همچنین ارتقای سطح سلامت، تنها به بهبود وضعیت بدنی شما منحصر نبوده و باید به وضعیت روحی خود نیز توجه کافی داشته باشید. در این رابطه گوش دادن به موسیقی نیز یک توصیه بسیار مهم محسوب می‌شود. همچنین بهبود روابط با کارمندان نیز در این رابطه کاملا تاثیرگذار خواهد بود.

۴-چرتی کوتاه داشته باشید

در زندگی حال حاضر، این امر که یک برنامه خواب مشخص را داشته باشید بسیار سخت خواهد بود، با این حال حتی با در اختیار داشتن یک برنامه خواب منظم، ممکن است شما همچنان به خواب و استراحت نیاز داشته باشید. به همین خاطر توصیه می‌شود که یک خواب ۱۵ دقیقه‌ای در دفتر کار خود را تجربه کنید. پس از این اقدام، شاهد افزایش چشمگیر سطح انرژی خود خواهید بود. تحقیقات علمی نیز بیانگر آن است که یک چرت کوتاه، در بهبود سلامت افراد تاثیر بسزایی خواهد داشت. همچنین نباید از چندین بار تنفس عمیق نیز غافل شوید.

منبع: themuse.com

رستوران کریکت و راهکارهای غلبه بر شرایط کرونایی

رستوران‌داری در دوران کرونا

به قلم: میشل لوین ستون‌نویس حوزه کسب و کار در خبرگزاری Grit Daily
ترجمه: علی آل‌علی

فعالیت در دوران شیوع کرونا نگرانی‌های بسیار زیادی به همراه دارد. اغلب کسب و کارها در سراسر دنیا هنوز هم تعطیل هستند. این امر علاوه بر بار مالی سنگین برای کارآفرینان و سرمایه‌گذارها، موجب دغدغه‌های روحی زیادی نیز شده است. هدف اصلی تمام کسب و کارها در شرایط کنونی نجات از بحران کروناست. در غیر این صورت علاوه بر اخراج کارمندان، باید برندمان را نیز ورشکسته اعلام کنیم. هر برندی در شرایط کنونی راهکار متفاوتی بری بقا در پیش گرفته است. ویکتور گریلو، مدیرعامل کافه و کترینگ کریکت، به عنوان یک کارآفرین فعال در حوزه رستوران‌داری راهکار جالبی برای مقابله با شرایط کنونی در پیش گرفته است. رستوران و کافه وی در شهر بوستون قرار دارد. ویکتور نیز با شروع بحران کرونا برای هفته‌های متمادی رستورانش را تعطیل کرد، با این حال نیاز به ادامه کسب و کار و فشارهای مالی وی را به ایجاد نوع خاصی از فعالیت رستوران‌داری هدایت کرد.

رستوران و کافه کریکت روزانه ۴ هزار وعده غذایی و میان وعده برای شرکت‌هایی نظیر گوگل، مانستر و دیگر شرکت‌های مالی فعال در جنوب بوستون تهیه و ارسال می‌کند. وقتی صنعت کترینگ به طور ناگهانی در طول چند ماه گذشته متوقف شد، ویکتور به دنبال راهکاری برای کاهش ضررهای مالی احتمالی بود. بدون تردید اغلب کارآفرینان در چند هفته ابتدایی بحران کرونا در شوک قرار داشتند. این امر فرصت کافی برای ایده‌پردازی و یافتن راهکارهای مناسب را از بین برد، با این حال چند هفته پس از شیوع جهانی کرونا صاحبان کسب و کار به دنبال راهکارهایی برای رهایی از وضع کنونی می‌گردند. راهکار ویکتور برای ادامه فعالیت در شرایط قرنطینه و تعطیلی کسب و کارها توجه بیشتر به خانواده‌ها بود. رستوران و کافه کریکت در طول سال‌های فعالیتش بیشتر بر روی شرکت‌های بزرگ تمرکز کرده بود. اکنون آنها برای مدت زمانی نامشخص امکان ثبت سفارش ندارند بنابراین ویکتور به عنوان مدیرعامل کریکت جهت‌گیری کسب و کارش را تغییر داد. این استراتژی شامل افزودن سرویس تحویل غذا به صورت کاملا بهداشتی درب منزل، کاهش نسبی قیمت منو و استفاده از آخرین فناوری‌های موجود برای ضدعفونی‌سازی محیط رستوران است.

ویکتور گریلو در توضیح استراتژی تازه رستورانش اینگونه اظهارنظر کرده است: «ما به طور معمول برای هر غذا قیمت نهایی ۲۰ دلار را مدنظر قرار می‌دهیم. با این حال اکنون شرایط دشواری پیش آمده است بنابراین ما علاوه بر ارسال رایگان سفارش‌ها سطح قیمت را نیز برای هر نفر تا هفت دلار کاهش داده‌ایم. این امر برای تقویت انگیزه مشتریان به منظور سفارش غذا و میان‌وعده است.» بدون تردید اغلب مردم در شرایط شیوع کرونا به غذای رستوران‌ها اعتماد نمی‌کنند. این امر مسیر فعالیت رستوران کریکت را دشوار می‌سازد. راهکار ویکتور برای غلبه بر این مشکل حضور فعالانه در شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب کاربران امکان مشاهده نحوه طبخ انواع غذاها در شرایط کاملا استاندارد و بهداشتی را خواهند داشت.

مردم در شرایط شیوع کرونا نیز نیازمند خرید محصولات مختلف هستند. نکته مهم در این میان استراتژی برندها برای جلب اعتماد مشتریان است. ویکتور با رسیدگی به امور مختلف پیرامون مسائل بهداشتی موفق به جلب نظر بخش قابل توجهی از مشتریان جنوب بوستون شده است. آنها در این میان منوی خود را نیز توسعه داده‌اند. غذاهایی نظیر لازانیا به طور معمول موردنظر شرکت‌های بزرگ نیست، با این حال مشتریان عادی علاقه بالایی به آن دارند بنابراین ویکتور اقدام به افزودن برخی از غذاهای محبوب به منوی موقت رستورانش کرده است.

رعایت موارد احتیاطی بیشتر

شاید در نگاه نخست ویکتور در مدیریت کسب و کارش برای تهیه و ارسال غذاها به صورت بهداشتی عملکرد مناسبی داشته است، اما مشتریان نشانه‌های بیشتری برای اعتماد کامل می‌خواهند. این امر موجب استفاده از برخی گزینه‌های بهداشتی بیشتر نیز شده است. به عنوان مثال، اکنون در آشپزخانه رستوران کریکت از نورهای UV برای از بین بردن هرگونه باکتری و ویروسی استفاده می‌شود. پوشش رسانه‌ای این امر در شبکه‌های اجتماعی اهمیت بسیار زیادی بر روی نگاه مشتریان به رستوران کریکت داشته است.

یکی از نکات مهم در زمینه رستوران‌داری، به ویژه در شرایط کرونایی، توجه به شست‌وشوی بهداشتی ظروف آشپزخانه پس از هر بار طبخ غذاست. رستوران کریکت برای جلب نظر مشتریان و رعایت موارد بهداشتی پس از هر نوبت طبخ غذا ظروف مورد استفاده را در دمای ۹۹٫۶ درجه سلسیوس ضدعفونی می‌سازد. این امر تمام باکتری‌های موجود بر روی ظروف را از بین خواهد برد.

توجه به کارکنان رستوران برای حفظ سلامت محیط اهمیت بالایی دارد. ویکتور در طول ماه‌های اخیر شرایط مرخصی کارکنان آشپزخانه را به شدت ساده کرده است: «ما در صورت مشاهده هرگونه بیماری یا کسالت در میان کارکنان به سرعت آنها را به مرخصی می‌فرستیم. در صورتی که علائم ابتلا به کرونا در هر کدام از آنها مشاهده شود، به سرعت فرآیند قرنطینه تمامی افراد مرتبط شروع خواهد شد. تنها راهکار ممکن برای مقابله با کرونا در شرایط کنونی همین امر است. در غیر این صورت همه ما در خطر خواهیم بود.»

کسب و کاری که مانند همیشه نیست

ویکتور نسبت به آینده تحویل رایگان غذا به مشتریان تردید دارد. اگر این سیستم به خوبی جواب دهد، رستوران و کافه کریکت پس از پایان بحران کرونا اقدام به راه‌اندازی بخشی جداگانه برای تحویل سفارشات خواهد کرد. اکنون تمام تمهیدات ویکتور جنبه موقتی دارد. این امر با هدف نجات از شرایط کنونی صورت گرفته است.

بدون تردید رستوران کریکت پس از پایان شرایط کرونا به سطح قیمت‌های سابق بازمی‌گردد، با این حال برخی از تجربه‌های کنونی برای آنها به شدت ارزشمند خواهد بود: «اگر سیستم تحویل غذا به خوبی جواب دهد، هیچ دلیلی برای لغو آن پس از بحران کرونا نخواهد بود. به هر حال هر کسب و کاری باید ایده‌های تازه‌ای برای جلب نظر مشتریان داشته باشد. ارسال رایگان سفارشات و توجه بیشتر به مشتریان عادی نیز نوآوری تازه ما خواهد بود.»

کسب و کارهای کوچک در شرایط کنونی به شدت آسیب‌پذیر هستند. این امر نیاز به مدیریت بهینه امور را افزایش می‌دهد. صنعت رستوران‌داری در طول ماه‌های اخیر ضررهای هنگفتی متحمل شده است. اگر شما نیز در این صنعت فعالیت دارید، استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله و تجربه ویکتور در مدیریت متفاوت رستوران کریکت ضروری خواهد بود.

منبع: gritdaily.com

اخبار

شهردار شهریار:

مکان های غیرمجاز دپو ضایعات خشک در سطح شهر جمع آوری می شوند

شهریار – غلامرضا جباری: به گزارش واحد خبر و اطلاع رسانی مدیریت ارتباطات مهندس بهروزکاویانی (شهردار شهریار) به همراه دکتر عسگری پور(دادستان عمومی وانقلاب شهرستان شـهریار)، بهزاد درخشـان(رییس شورای شهر) - اسـماعیل زاده (عضو شورای اسلامی شهر) و کریمی سرپرسـت معاونت خدمات شهری وامور مناطق از مکان های جمع آوری و دپو غیرمجاز ضایعات خشـک در شـهرک امیریه که علاوه بر آلودگی زیسـت محیطی ، مشکلاتی را نیز برای شهروندان بوجود آورده، بازدید نمودند. پس از بازدید و تبادل نظر توسط مسئولان حاضر در بازدید، مقرر گردید شهرداری شهریار پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط ، نسبت به جمع آوری این مراکزاقدام کند. همچنین وانت بارهای دست فروش در معابر شهریار نیزجمع آوری و ساماندهی می شوند. سرپرست معاونت خدمات شهری و امور مناطق از جمع آوری و ساماندهی وانت بارهای میوه فروش محدوده شهری خبر داد. احمد کریمی افزود: ترافیک شهری معضل اساسی برای هر شهروند است و یکی از عواملی که باعث گره ترافیکی در بعضی از نقاط حساس شهر می شود، وانت های دوره گرد میوه فروش است. کریمی با بیان اینکه یکی از برنامه های این معاونت، جمع آوری و ساماندهی وانت های میوه فروش است، ابراز داشت: ما با اشتغال زایی مشکلی نداریم، ولی اشتغال زایی غیر اصولی و به قیمت تضییع حقوق دیگران نیز پذیرفتنی نیست. کریمی با اشاره به اینکه این خودروها به شکل دوره گرد اقدام به ایجاد مشکلات ترافیکی می کنند و یکی از مشاغل پرخطر طرح فاصله گذاری اجتماعی هستند، گفت: علیرغم اینکه مقاومت هایی در برابر این حرکت قابل پیشبینی خواهد بود، اما با تمام قدرت و باحمایت سایر دستگاه ها انجام وظیفه می کنیم و همیشه سعی کردیم در اجرای قانون و وظایف مستقل از افراد و بر محور قانون حرکت کنیم. سرپرست معاونت خدمات شهر و امور مناطق: با تقدیر از همکاری دستگاه ها در تحقق این ساماندهی، خاطرنشان کرد: دستگاه های مختلفی مانند دستگاه قضایی، نیروی انتظامی و پلیس راهور در تحقق این اهداف ما را همراهی خواهند کردند و این مهم انجام و مدیریت این بخش نیز عملیاتی می شود. کریمی افزود: مردم ما خواهان اجرای قانون هستند و هرجا ببینند که قانون اجرا می شود، از آن حمایت خواهند کرد و ما نیز با توکل بر خداوند و قران حرکت را آغاز کردیم و در راستای تحقق حقوق شهروندی گام برداشتیم.

آغاز عملیات اجرایی مرحله دوم تقاطع غیرهمسطح شهید کاوه نبیری اراک

اراک - خبرنگار فرصت امروز: همزمان با افتتاح مرحله اول تقاطع غیرهمسطح شهید کاوه نبیری اراک عملیات اجرایی مرحله دوم این طرح هم آغاز شـد. در مراسـمی با حضور جمالی نژاد رئیس سـازمان همیاری شـهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، آیت الله دری نجف آبادی نماینده، ولی فقیه در استان مرکزی، سید علی آقازاده استاندار مرکزی و دیگر مسئولان اسـتانی تقاطع غیر همسطح سـردار شهید کاوه نبیری شـهر اراک به بهره برداری رسید و همزمـان عملیات اجرایی مرحله دوم این طرح هم آغاز شـد. با بهـره برداری از تقاطع غیر همسطح سردار شهید کاوه نبیری، شهر اراک از سمت شهر صنعتی از بن بست خارج شده و با اتصال به بزرگراه جهانپناه ، از کمربندی جنوبی یک ورودی جدید برای شهر اراک ایجاد می‌شود. تقاطع غیر همسطح شهید کاوه نبیری به طول ۱۹۸ متر در هر لاین، در راستای اتصال رینگ‌های شهری اراک، کاهش آلودگی، با اعتباری بالغ بر ۳۵ میلیارد تومان توسط شهرداری اراک و پیمانکاری شرکت جهاد نصر استان مرکزی اجرا شد. مسیر تقاطع غیرهمسطح شهید کاوه نبیری (علم الهدی) اراک یکی از محورهای پرتردد شهر اراک است و علت اجرای این تقاطع غیرهمسطح احداث یک مسیر برای روان سازی ترافیک است. رییس سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور گفت: توسعه و پیشرفت واقعی کشور نیازمند بازنگری در برنامه‌ها است. «مهدی جمالی نژاد» در آیین افتتاح فاز یک پروژه تقاطع غیرهمسطح شهید کاوه نبیری اراک و آغاز عملیات اجرایی فاز دوم این طرح گفت: پروژه‌های خوبی برای توسـعه شـهرها تعریف شده اما هنوز بسیاری از مشکلات گره‌گشایی نشده است. معاون وزیر کشـور ادامه داد: جای معماری ایرانی و اسـلامی در خیلی از نقاط کشور خالی است، شهرهای گذشته و کهن حال انسان را خوب می‌کرد زیرا این شهرها توسط حکیمان و معماران فقیه ایجاد و در آن مجموعه‌ای از علوم مختلف شهر دیده می‌شد. نماینده ولی فقیه در استان مرکزی هم در این آیین گفت: نقشه توسعه شهرها باید حکیمانه و متوازن باشد و قدم‌های بلندی در این راستا برداشته شود.

برترین ادارات شهرستانهای تابعه مخابرات منطقه لرستان در حوزه وصول مطالبات در سال ۹۸ معرفی شدند

خرم آباد - خبرنگار فرصت امروز: جلسه ارزیابی عملکرد برنامه سال ۹۸ و تبیین برنامه های سال ۹۹ در حوزه درآمد و وصول مطالبات مخابرات منطقه لرستان با حضور مهندس قاسمی مدیر مخابرات منطقه لرستان ، مهدوی مدیر مالی، طولابی مدیر تجاری، بهاروند ریاست اداره درآمد و ریاست ادارات شهرستانهای تابعه بصورت ویدئو کنفرانس برگزار گردید. در این جلسه ادارات شهرستانهای برتر مخابرات منطقه لرستان که در سـال ۹۸ بر اساس شاخص های از پیش تعیین شده معرفی شدند . به گزارش روابط عمومی ، مهندس قاسمی مدیر منطقه با اشاره به اینکه مخابرات ایران یک بنگاه اقتصادی فناوری محور است که با رعایت انجام صحیح شاخص های اقتصادی، باید همواره حافظ منافع سـهامداران و ذینفعان باشـد ولی متاسـفانه ما جزء استان های زیانده در کشور هستیم که امیدواریم با همت همه همکاران پر تلاش و افزایش درامد مخابرات منطقه لرستان را از زیان دهی خارج کنیم . وی حصول رضایت مندی مشتریان و کارکنان را جز با مشارکت همه بخشها ممکن ندانست و تاکیدکرد تمامی کارکنان باید با آگاهی از اهداف مخابرات منطقه لرسـتان در راسـتای تحقق آن تلاش نمایند. مهندس قاسمی مهم ترین هدف اولویت دار سال ۹۹ مخابرات منطقه لرستان را افزایش رضایت مندی مشتریان دانست. وی بازنگری در فرآیند ارائه خدمات به مشترکین و سهولت اجرای آن ، فعالیت بیشتر رسیدگی به مشکلات مشترکین ، افزایش کیفیت سرویس و تکریم مشتریان در همه ابعاد را از راهکاری تحقق این هدف عنوان نمود. در ادامه جلسه مهدوی مدیر مالی گزارشی از عملکرد حوزه مالی در سال گذشته ارائه نمودند و با اشاره به بحث درآمد عملیاتی افزود : در بحث درآمد عملیاتی برنامه های مخابرات منطقه لرستان در سال ۹۸ با همت همکاران تحقق پیدا نموده و در حوزه وصول مطالبات برنامه پیش بینی شده تحقق یافته است وبرنامه سال ۹۹ استان تهیه وبرای کلیه شهرستانهای استان تشریح وابلاغ گردید.

بازدید مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان ایلام از تصفیه خانه فاضلاب سرابله

ایلام – منصوری: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان ایلام از بخش های مختلف تصفیه خانه فاضلاب شهر سرابله بازدید و از نزدیک در جریان نحوه اجرای این پروژه قرار گرفت. مهندس تیموری مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان ایلام در حاشیه بازدید از تصفیه خانه فاضلاب اظهار کرد: یکی از شاخصه های اصلی جوامع توسعه یافته دارا بودن سیستم های شبکه جمع آوری و تصفیه فاضلاب است، و استفاده از شبکه های مدرن جمع آوری فاضلاب موجب ارتقای سطح بهداشت در جامعه و کاهش بیماری های ناشی از آلودگی های آب می شـود. دکتر محمدی معاون بهره برداری و توسـعه فاضلاب ابفای استان نیز در این بازدید با اشاره به اقدامات انجام شـده در راسـتای اجرای پروژه جمع آوری، انتقال و تصفیه فاضلاب و همچنین تشریح مشکلات این پروژه اظهار داشت: اهتمام جدی شرکت آبفای ایلام تکمیل شبکه و اتصال تمام نقاط شهر به شبکه فاضلاب است و در این راستا در سال گذشته بیش از ۱۵۰۰ شبکه فاضلاب اجرا و عملیات نصب انشعابات فاضلاب بلافاصله پس از اتمام لوله گذاری شروع شده است . لازم بذکر است: تصفیه خانه فاضلاب شهر سرابله با ظرفیت حدود ۱۰۰۰۰متر مکعب بر شبانه روز و با فرایند لجن فعال با هوادهی گسترده طراحی شده است.این پروژه بر اساس افق ۱۴۱۰ و برای جمعیتی بالغ بر ۲۰ هزار نفر پیش بینی شده است.

شناسایی ۱۰۶ نقطه حادثه‌خیز جاده‌ای:

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان همدان گفت: راه‌های شوسه روستاهای بالای ۵۰ خانوار آسفالت می‌شود

همـدان - خبرنـگار فرصت امروز: به گزارش خبرگـزاری فارس از همدان، مصطفی پناهنده در جمع خبرنگاران با اشـاره به اینکه ۷ اردیبهشـت ماه روز ایمنی و حمل و نقل نامگذاری شده است اظهار کرد: باید ایمن‌سازی در محورهای جاده‌ای کشور نهادینه شود که بر همین اساس در دو حوزه حمل و نقل و ایمنی و راهداری اقدامات انجام می‌شود. وی ادامه داد: در راستای ایمن‌سازی جاده‌ای استفاده از فناوری‌های نوین در حمل و نقل هوشمند به کار گرفته شده تا هوشمندسازی در بخش راهداری نهادینه شود. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان همدان با بیان اینکه حمل و نقل هر کشور به عنوان زیرساخت توسعه مطرح است افزود: ۹۰ درصد حمل و نقل توسط محورهای جاده‌ای انجام می‌شود و بر همین اساس باید جاده‌ها را به‌گونه‌ای حفظ و نگهداری کرد که بیشترین بهره‌وری را داشته باشد. وی عدم موفقیت در جاده‌ها را موجب تحمیل هزینه‌های اضافی دانست و گفت: در استان همدان ۵ هزار و ۱۴۰ کیلومتر راه وجود دارد و از آنجا که همدان با پنج استان کرمانشاه، کردستان، قزوین، لرستان و مرکزی هم مرز است باید به وضعیت جاده‌ها توجه کرد. پناهنده با بیان اینکه در استان همدان ۸۵ کیلومتر آزادراه وجود داشته و راه ارتباطی غرب به مرکز کشور است تصریح کرد: در استان همدان ۳۳۱ کیلومتر بزرگراه، ۳۲ کیلومتر راه اصلی، ۷۴۵ کیلومتر راه فرعی و ۲ هزار و ۷۲۵ کیلومتر راه روستایی آسفالته وجود دارد. وی با اعلام اینکه راه‌های شوسه روستاهای بالای ۵۰ خانوار آسفالت خواهد شد گفت: باید بتوانیم استان همدان را به امتیاز ۱۰۰ درصدی آسفالت راه‌های روستایی برسانیم که طرح "ابراز" با همین هدف از پارسال در حال اجرا است تا با امکانات موجود زیرساخت‌ها و بستر کار فراهم شود. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان همدان با اشاره به نقاط حادثه‌خیز جاده‌های همدان یادآور شد: نقاط حادثه‌خیز موجب افزایش تصادفات جاده‌ای می‌شود، بر همین اساس به طور مرتب بازنگری و بازبینی محورهای مواصلاتی با همکاری پلیس انجام می‌شود.

ضرورت حمایت دولت و مجلس از شرکت سایپا آذربایجان؛

عملکرد مقبول سایپا آذربایجان در افزایش تولید و اشتغال جوانان

تبریز – ماهان فلاح: منتخب مردم تبریز، آذرشهر و اسکو در دوره یازدهم مجلس شـورای اسلامی گفت: افزایش تولیدات سـایپا در تبریز برای بخش اقتصاد و اشتغال این منطقه بسیار امیدبخش است.

حجت‌الاسـلام محمدرضا میرتاج الدینی در بازدید از شرکت سایپا ضمن قدردانـی از تلاش های بی وقفه کارگران این شـرکت برای توسـعه صنعت خودروسازی کشـور، افزود: بدون تردید چرخه تولید کشور نیازمند کارگران خدومی است که با جان و دل در مسیر تعالی و اعتلای تولید ملی می‌کوشند و امید را به بخش های مختلف اقتصادی تزریق می‌کنند.

وی اظهار داشت: اینکه شرکتی بتواند در اوج تحریم‌های ظالمانه افزون بر ۳۰ درصد بر تولیدات خود افزوده و فروش محصولات خود را چند برابر کند و سالانه از طریق صادرات برای کشورمان ارزآوری کند، بسیار امیدوارکننده بوده و نوید روزهای خوب اقتصادی را می دهد.

میرتاج الدینی ادامه داد: شرکت سایپا آذربایجان سال گذشته توانسته است عـلاوه بر قراردادهای خوب بین المللی در حوزه اشـتغال و جذب جوانان نیز عملکرد مطلوبی از خود ارائه دهد که این امر لازمه حمایت دولت و مجلس از چنین واحدهای تولیدی و صنعتی را اجتناب ناپذیر می کند.

وی ادامه داد: این روحیه جهادی کارگران زحمتکش آذربایجان شـرقی و شهر صنعتی تبریز باید امسال نیز که توسط رهبر انقلاب با عنوان جهش تولید

نامگذاری شده است، شتاب بیشتری به خود بگیرد تا بتوانیم گام های محکم و مهمی در تحقق شعار سال و حل مشکلات صنعتی و اقتصادی مردم برداریم.

شـرکت سایپا آذربایجان (صانع سـابق) با سرمایه اولیه ۴۰۰ میلیون ریال شامل ۴۰ هزار سهم ده هزار ریالی در سال ۱۳۵۴ با مشارکت سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، بخش خصوصی و کمپانی هاوکرسیدلی انگستان با نام هاکسیران دیزل به منظور ساخت انواع موتورهای دیزلی پردور و تحت لیسانس موسسه هاوکرسـیدلی در زمینی به مساحت ۲۰ هزار مترمربع تاسیس و در سال ۱۳۵۷ در ناحیه صنعتی قراملک تبریز به بهره برداری رسید. این شرکت تا پایان سال ۱۳۶۰ انواع مختلف موتورهای دیزلی را به صورت قطعات منفصله CKD از انگلسـتان وارد و پس از مونتاژ به بازار عرضه می کرد، سـپس بین سال های ۱۳۵۸ تا ۱۳۶۰ سهامی کمپانی هاوکرسیدلی و بعد بخش خصوصی به سـازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران واگذار شد و در سال ۱۳۷۵ پیرو اتخاذ اهداف جدید از سوی سازمان گسترش، این شرکت به عنوان یک شرکت موتورسـاز تامین کننده موتورهای خودروی شرکت های خودروساز شناخته شد. سهام شرکت صانع به سال ۱۳۷۶ به شرکت پارس خودرو انتقال و ۱۰۰ درصد سهام شرکت به این واحد خودروسازی واگذار شد و شخصیت حقوقی این شرکت نیز در اسفند ماه سال ۱۳۸۰ از سهامی خاص به عام تبدیل و موفق به دریافت گواهینامه استاندارد ISO۹۰۰۲ از آلمان گردید.

با توجه به خریداری شدن شرکت پارس خودرو توسط شرکت سایپا در سال ۱۳۸۰، شرکت صانع به صورت ۱۰۰ درصد متعلق به شرکت مگاموتور که از شرکت های اقماری سایپا می باشد، شد و در حال حاضر نیز اقدام به تولید و ماشینکاری بلوک سیلندر و میل لنگ خودروی پراید می کند.

سایپا آذربایجان هم اکنون انواع قطعات خودروی پراید و تیبا شامل یاتاقان، میل لنگ، سیلندر، شـفت، انواع کشوئی، انواع بلنگ دنده و شفت را تولید و به بازار عرضه می کند.

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان :

افتتاح و کلنگ زنی بیش از ۳۱ هزار میلیارد ریال پروژه در برق منطقه ای خوزستان در سال جاری

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان با بیان اینکه در سال جاری بیش از ۳۱ هزار میلیارد ریال پروژه در این شرکت افتتاح یا کلنگ زنی می شـود، گفت: این شرکت در کنار طرح های سازه ای توسعه زیرساخت های صنعت برق، به سوی یکپارچه سازی و الکترونیکی کردن امور در حرکت است. محمود دشت بزرگ اظهار کرد در سال ۹۹ بیست و سه پروژه پسـت انتقال و فوق توزیع با ظرفیت سـه هزار و ۵۸۷ مگا ولت آمپر و ارزش سرمایه گذاری هجده هزار و ۷۶۱ میلیارد ریال افتتاح یا عملیات اجرایی آنها آغاز می شـود. وی عنوان کرد: در بخش خطوط نیز ۴۰ پروژه به طول ۸۶۹ کیلومتر مدار و ارزش سرمایه گذاری دوازده هزار و ۴۸۱ میلیارد ریال افتتاح یا عملیات اجرایی آنها شروع می شود.

مدیرعامل شـرکت برق منطقه ای خوزسـتان به اقدامات انجام شده دیگر در شـرکت برای تسریع در انجام امور و الکترونیکی کردن آن اشاره و تصریح کرد: از آنجایی که این شرکت در دو گستره خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد

انجام وظیفه می کند با هدف کاهش هزینه ها، تسریع امور و مقابله با کرونا، جلسـات این شرکت با نواحی و دیگر قسمت های شـرکت به صورت ویدئو کنفرانس بر گزار می شود و اکنون زیرساخت های آن در شرکت فراهم شده و اولین جلسات آن نیز برگزار شده است. دشت بزرگ با اشاره به الکترونیکی کردن مناقصات این شـرکت؛ افزود: روند دیگری که در شـرکت برق منطقه ای خوزسـتان آغاز شـده الکترونیکی کردن برگزاری مناقصات و اسـتعلام هـای لازمه بوده تا در کمترین زمان ممکن و با حداقل هزینه های اقتصادی مناقصات برگزار شوند. وی ادامه داد: سند برنامه ریزی استراتژیک برق منطقه ای خوزسـتان که گام مهمی در شناخت مسائل و چالش های این شرکت و چگونگی راه های رسـیدن در تامین برق پایدار برای مشترکین است تدوین شده است، این طرح شناسایی مهمترین چالش های شرکت و تدوین اهداف و نقشه راه است تا آنها را در ادامه راه با پیاده سازی مدیریت استراتژیک برطرف کنیم. مدیرعامل شـرکت برق منطقه ای خوزسـتان گفت: سیستم مدیریت یکپارچه نیز با هدف روان سـازی انجام کارها (سیسـتمی شدن فعالیت ها) و بهبود وضعیت شرکت در رسیدن به اهداف، در حال اجرایی شدن است.

مدیر کل امور مالیاتی استان و شهردار اصفهان از پالایشگاه اصفهان بازدید کردند

اصفهان – قاسـم اسد: مدیر کل امور مالیاتی استان و شهردار اصفهان ضمن دیدار با مدیرعامل شرکت پالایش نفت اصفهان از واحدهای عملیاتی و پروژه های در دست اجرای این شرکت بازدید کردند.

مرتضـی ابراهیمـی با بیان اینکه شـرکت پالایش نفت اصفهان در کنار پالایش روزانه حدود ۳۷۰ هزار بشـکه نفـت خام و تولید فرآورده های نفتی، خوراک صنایع پایین دستی همچون شرکت های پتروشیمی اصفهان، پتروشـیمی اراک، نفت سپاهان، پالایش نفت جی و صنایع شیمیایی ایران را تامین می کند،گفت: پالایشـگاه توجه به محیط زیسـت را در اولویت برنامه هـای خود قرار داده و پروژه های کلان زیسـت محیطـی فراوانی اجرا کرده و یا در دسـت اجرا دارد. همچنین در حالی که اسـتاندارد فضای سـبز برای پالایشگاه ها ۲۰ درصد مساحت کل آنها تعیین شده، ۱۱۴/۵ هکتار از ۳۴۰ هکتار وسعت خود را به فضای سبز اختصاص داده که این میزان ، ۳۶ درصد فضای پالایشگاه است.

مدیر عامل شرکت پالایش نفت اصفهان بنزین تولیدی پالایشگاه اصفهان را حدود۱۲ میلیون لیتر اعلام کرد و اظهار داشـت: تمام بنزین تولیدی، یورو ۵ اسـت. همچنین این شـرکت ۲۲ میلیون لیتر گازوئیل در روز تولید می کند که در حال حاضر حدود ۲ میلیون لیتر آن با اسـتاندارد یورو تولید می شـود و به واحد اتوبوسرانی اصفهان ارائه می گردد. این شرکت اواخر سال جاری با راه اندازی واحد تصفیه گازوئیل، اسـتاندارد تمامی این محصول را یورو ۵ خواهد کرد.

ابراهیمی در بخش دیگری از سخنان خود به تعهدات این شرکت در جهت مسئولیت های اجتماعی اشاره کرد و گفت: پالایشگاه اصفهان برای مبارزه بـا ویروس کرونا، طی برنامه ریزی های منظم، تا کنون ۹ میلیارد تومان در جهت مقابله با کرونا به شـهرداری اصفهان و دانشگاه علوم پزشکی اصفهان کمک کرده است. همچنین در کنار تعبیه پدها و ظروف ضد عفونی کننده در ورودی شرکت و نصب نگهدارنده و تهیه هندراب در کلیه ساختمان های آن، بسـته های بهداشتی (شامل ماسک N۹۵، دستکش لاتکس، ژل ضدعفونی کننده دسـت، محلول نیم لیتری ضدعفونی کننده و افشانک اسپری) تهیه کرده و به مراکز بهداشـتی ارسال نموده است؛ ضمن اینکه این شرکت ماده ضدعفونی کننده تولید و بصورت رایگان در اختیار ادارات، سازمان‌ها و شرکت های متقاضی در سـطح اسـتان اصفهان توزیع می کند که تا به حال حدود ۱۵۰ هـزار لیتر بوده اسـت و همچنان نیز ادامـه دارد . اجرای الزامات طرح فاصلـه گذاری اجتماعی مطابق با پروتکل های بهداشـتی از ابتدای ورود به شـرکت و برچسب گذاری کف سـالن های کارت زنی، اندازه گیری دمای بدن همکاران نوبت کار و و روز کار و رانندگان سرویس های ایاب و ذهاب با دستگاه تبسنج غیر تماسی (ترمومتر پزشکی) و همچنین کلیه مراجعان به پالایشگاه. تعطیلی رستوران ها و تمام اماکن فرهنگی، ورزشی و تفریحی و ... در پالایشگاه و شهرک شهید محمد منتظری و به کارگیری درصد کمتری از کارکنان در این روزها، از برنامه های دیگر پالایشگاه برای مقابله با ویروس کرونا بوده است.

وی بخـش دیگری از فعالیتهای این شـرکت را برشـمرد: نصب پوسـتر شستشـوی صحیح دسـت‌ها ، تهیه و چاپ بروشـور آموزشی برای مقابله با بیماری کووید-۱۹ و ارسال برای همکاران و خانواده های ایشان و همچنین برای سازمان ها و ادارات مختلف استان، ضدعفونی کردن مستمر روزانه تمام مکان‌ها و فضاهای عمومی شامل سطوح و تجهیزات محیط‌های کاری(اداری، مناطق عملیاتی ، ساختمان های تعمیراتی)، آبدارخانه‌ها ، سرویس‌های ایاب و ذهاب ، ارائه پیام آموزشـی در قالب پیامک، فیلم، بنر، اسـتند، تراکت‌های آموزشی و....

سال گذشته در حوزه سواحل و بنادر هرمزگان صورت گرفت :

انجام هیدرو گرافی بنادر تجاری استان وبندر نفتی خلیج فارس

بندرعباس – خبرنگار فرصت امـروز: مدیر کل بنادر ودریا نوردی اسـتان هرمزگان ضمن تشـریح مهمترین دسـتاوردهای حاصلـه ازاجرای طرح تدقیق مدیریت یکپارچه مناطق سـاحلی (ICZM)در اسـتان گفت:طی سال گذشته مجوزساخت و بهره برداری از ۲۰ سـازه و تاسیسـات سـاحلی و دریایی در هرمزگان صادر ویا تمدید شد .

بـه گزارش روابـط عمومی اداره کل بنادر ودریا نوردی اسـتان هرمزگان "اله مراد عفیفی پور"با اشاره به هدفگذاری انجام شده در اجرای طرح تدقیق مدیریت یکپارچه مناطق سـاحلی (ICZM) اظهار داشـت : حفاظـت از منابع اکولوژیک سـاحلی ودریایی و حصـول اطمینان از پایـداری این منابع در آینـده ، جلوگیری از آلودگی محیط زیسـت در سـواحل ، حفاظت از سلامت عمومی جوامع محلی و تاسیسـات ساحلی در مقابل مخاطرات محیطی و همچنین ایجاد زمینه برای شـکوفایی اقتصادی و برقراری توسعه

پایدار در مناطق ساحلی مهمترین موالفه ها در فرایند اجرای این طرح بشمار می آید .

*دست آوردهای حاصله از اجرای طرح تدقیق مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی *

مدیر کل بنادر ودریا نوردی اسـتان هرمزگان با اشاره به دست آوردها حاصله طی سال گذشـته در جریان روند اجرای طرح یاد شده اظهارداشت: برگزاری جلسات با حضور دستگاههای اجرایی و نهادهای مسـتقر در اسـتان با موضوع بررسی و انطباق کاربری پیشنهادی دستگاهها با کاربری های مجاز از نظر ICZM را اولین اقدام مهم در این زمینه عنوان کرد.

دبیر کمیته ساماندهی و مدیریت سواحل استان صدور و تمدید ۲۰ مجوز سـاخت و بهره برداری از سـازه ها وتاسیسات ساحلی ودریایی دراسـتان ، انجام هیدرو گرافی بنادر تجاری استان وبندر نفتی خلیج فارس، ایجاد هشـت ایسـتگاه بنج مارک ماندگار در مجتمع بندری شـهید رجایـی و همچنین راه اندازی ایسـتگاه مطالعات و پایش لحظه ای جریانات و پارامترهای محیط زیستی تاثیر گذار بر سـازه ها و تجهیزات دریایـی این بندر را مهمترین اقدامات صورت گرفته در این حوزه برشمرد.

بهره برداری از پروژه های متعدد شهرداری در سال ۹۹

قم – خبرنگار فرصت امروز: رئیس شورای اسلامی شهر قم گفت: با بیان اینکه سـال ۹۹ یکی از سال‌هایی است که بیشترین بهره‌برداری از پروژه‌های عمرانی صورت می گیرد، بیان کرد: اتمام پروژه میدان ولی عصر(عج) از جمله این برنامه‌هاسـت که در روان سازی حمل و نقل درون شهری و برون شهری تاثیر بسزایی دارد. عبدالله جلالی با بیان اینکه سال ۹۹ یکی از سال‌هایی است که بیشترین بهره‌برداری از پروژه‌های عمرانی صورت می گیرد، بیان کرد: اتمام پروژه میدان ولی عصر(عج) از جمله این برنامه‌هاست که در روان سازی حمل و نقل درون شـهری و برون شهری تاثیر بسزایی دارد. رئیس شورای اسلامی شهر قم افزود: تقاطع بلوار پیامبر اعظم(ص) و فردوسی نیز در نیمه اول سال به بهره‌برداری می‌رسد و درصد بالایی پیشرفت داشته است.

جلالی همچنین بهره برداری از باغ پرندگان و شـهربازی بوستان غدیر را از دیگر برنامه‌های امسال شورای شهر دانست و گفت: دستگاه‌های شهربازی غدیر در حال نصب اسـت. وی به وضعیت پروژه عماریاسـر اشاره افزود: بلوار عماریاسـر یک پروژه سـنگین اسـت که تملک مهمترین مسئله آن است و

شـورای پنجم برنامه‌ای گذاشته تا از منابعی برای تملک استفاده کند. رئیس شورای اسلامی شهر قم ادامه داد: در فاز ۵ عماریاسر بخشی از تملکات انجام شده و از مردم می خواهیم نسبت به قیمت گذاری های کارشناسی شده قانع باشند. جلالی با اشاره به طرح تفصیلی شهر قم، گفت: طرح تفصیلی نیز اواخر سال ۹۶ ابلاغ شد که طرح یک سیکل اجرایی دارد و زمانی که مشاور طرح را ارائه داد در کمیسیون ماده ۵ به تصویب می‌رسد.

وی ادامه داد: زمانی که شـورای عالی و معماری کشـور طرح تفصیلی را تصویب کرد همه می‌توانند نسبت به قیمت املاک منطقه آگاه شوند.

رئیس شورای اسلامی شهر قم به طرح شهید کاظمی اشاره کرد و گفت: این طرح یک مشکل حقوقی و اساسی دارد که از حوزه مدیریت شهری خارج است و دستگاهی که مشارکت کرده و قرار بوده ۷۰ درصد سرمایه‌گذاری با آن باشد با مشکل مواجه شده و در حال حاضر پروژه شهید کاظمی دست هیات تصفیه است و از دست شهرداری و شورای اسلامی شهر خارج است.

جلالـی اضافه کرد: بلوار پیامبر اعظم(ص) یکی از محورهای اسـتراتژیکی است که آینده قم را رقم می زند و مصوبه ماده ۵ را دارد اما در مسیر اشکالاتی دارد که برای این پروژه با اجازه دولت اوراق فروخته شده اما تایید شورای عالی شهرسازی و معماری را ندارد و قرار است که اصلاحاتی انجام شود و اصلاحات صورت گرفته و برای وزارت کشور ارسال شده است.

تدوین بسته «حرکت به سمت دانشگاه نسل سوم» با تاکید بر فناوری و تجاری‌سازی

مدیر امور فناوری معاونت تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی با اعلام خبر تدوین بسته پیشنهادی «حرکت به سوی دانشگاه نسل سوم» در دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی؛ تبیین جایگاه دانشگاه در اقتصاد دانش‌مدار، تشکیل واحد مالکیت فکری و نوآوری، راه‌اندازی پارک علم و فناوری، حمایت از فناوران و تجاری‌سازی معادل‌سازی فناوری با فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی و بازتعریف نقش اعضای هیات علمی با تاکید بر فناوری را برخی از اولویت‌های این بسته پیشنهادی برشمرد.

دکتر حمیدرضا مقیمی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار داشت: بازتعریف دانشگاه به عنوان نهادی تعیین‌کننده در نظام ملی نوآوری، بازنگری رسالت دانشگاه با محوریت اقتصاد دانش‌مدار، بازنگری ساختار و ارتباطات دانشگاه و نقش اعضای هیأت علمی براساس رسالت کارآفرینی، نوآوری، تولید ثروت و ارزش‌افزوده اقتصادی از طریق فعالیت‌های دانشی برخی از اولویت‌های اصلی این طرح است.

وی با اشاره به رویکردهای جدید دانشگاه در گذار به دانشگاه نسل سوم، اظهار داشت: اراده جدی مدیریت کلان دانشگاه در کارآفرینی، ایجاد فرهنگ کارآفرینی بین مدیران و کارکنان، دانشجویان و اعضای هیأت علمی، کنترل دارایی‌های فیزیکی و فکری دانشگاه، ظرفیت‌سازی برای انتقال فناوری و تجاری‌سازی دانش برخی از مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین است که باید به سمت آن حرکت کنیم.

وی با بیان اینکه خوشبختانه این اراده در دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی در سطوح مختلف وجود داشته و فعالیت‌های چشمگیری نیز انجام شده است، گفت: در همین رابطه شاهد کسب مقام دوم فناوری در سطح کشور طی دو سال پیاپی ۹۶ و ۹۷ و کسب جایزه دوم در جشنواره رازی در حوزه فناوری در سال ۹۷ بودیم.

مهمترین ویژگی دانشگاه‌های نسل سوم

وی همچنین با اشاره به برخی از ویژگی‌های دانشگاه نسل سوم، عنوان کرد: تولید دانش برای استفاده در بخش‌های اقتصادی، خلق مشاغل جدید، ارتباط نزدیک دانشگاه با صنعت و جامعه، ایجاد مراکز رشد و پارک‌های فناوری، حمایت آموزشی، مالی و بازاریابی از کارآفرینان و استقبال از ایده‌های جدید و خلاق برخی از مهمترین ویژگی‌های دانشگاه نسل سوم است که برای تحقق آن برنامه‌ریزی کرده‌ایم.

مراحل سه‌گانه تبدیل به دانشگاه کارآفرین

دکتر مقیمی با برشمردن مراحل سه‌گانه تبدیل به دانشگاه کارآفرین؛ به اتخاذ دیدگاهی راهبردی مبتنی بر توانایی و اولویت‌ها، ایفای نقش فعال در تجاری‌سازی دارایی‌های فکری و بهبود محیط نوآوری از طریق همکاری با صنعت، جامعه و دولت اشاره کرد.

دبیر کمیته گذار به دانشگاه نسل سوم دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی، تحول در مأموریت‌های دانشگاه، تعیین اهداف و فعالیت‌های نوین، تبیین روش‌های نوین تأمین مالی و تعریف الگوهای مؤثر در ترفیع اعضای هیأت علمی و همچنین ایجاد تحول در ساختار را برخی از مهمترین مبانی تحول برای حرکت به سمت دانشگاه نسل سوم عنوان کرد.

جایگاه دانشگاه‌های علوم پزشکی در اقتصاد دانش‌مدار تبیین می‌شود

وی با بیان اینکه در صورت تحقق بسته پیشنهادی «حرکت به سوی دانشگاه نسل سوم»، برخی دستاوردهای جدید در عرصه آموزش علوم پزشکی حاصل می‌شود، گفت: طی مراحل گذار به دانشگاه‌های نسل سوم، جایگاه دانشگاه‌های علوم پزشکی در اقتصاد دانش‌مدار تبیین شده و همچنین وابستگی دانشگاه‌های علوم پزشکی به بودجه‌های دولتی کاهش می‌یابد.

تدوین بسته پیشنهادی «حرکت به سوی دانشگاه نسل سوم» در دانشگاه

دکتر مقیمی با اعلام خبر تدوین بسته پیشنهادی «حرکت به سوی دانشگاه نسل سوم» (بسته تحول اقدام و عمل) در دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی، تصریح کرد: بازتعریف دانشگاه به عنوان نهادی تعیین‌کننده در نظام ملی نوآوری، بازنگری رسالت دانشگاه با محوریت اقتصاد دانش‌مدار، بازنگری ساختار و ارتباطات دانشگاه و نقش اعضای هیأت علمی براساس رسالت کارآفرینی، نوآوری، تولید ثروت و ارزش افزوده اقتصادی از طریق فعالیت‌های دانشی برخی از اولویت‌هاست.

تشکیل واحد مالکیت فکری و نوآوری در دانشگاه

وی با بیان اینکه براساس این طرح، پیشنهادهای راهبردی برای کارآفرین شدن دانشگاه تدوین شده است، ادامه داد: برای حفاظت از دارایی‌های فکری، آیین‌نامه مالکیت فکری دانشگاه، تدوین، آیین‌نامه مالکیت فردی تعریف و واحد مالکیت فکری و نوآوری در دانشگاه تشکیل شده است.

طراحی گرنت‌های جدید آموزش و فناوری

مقیمی در ادامه توسعه زیرساخت‌های فناوری، حمایت از فناوران و تجاری‌سازی، افزایش همکاری‌های بین بخشی و بین رشته‌ای، ارائه تسهیلات تشویقی و انگیزشی، طراحی گرنت‌های آموزش و فناوری، کشف پتانسیل‌های دانشگاه در حوزه فناوری و ایجاد منابع مالی پایدار را برخی از پیشنهادات راهبردی دانشگاه در این زمینه عنوان کرد که در حال انجام است.

استقرار بیش از ۶۰ شرکت دانش‌بنیان در مراکز رشد دانشگاه

وی با اشاره به توسعه زیرساخت‌های فناوری در دانشگاه، تصریح کرد: در این راستا تاکنون چهار مرکز رشد و یک مرکز نوآوری ایجاد شده که بیش از ۶۰ شرکت در این مراکز مستقرند. البته به زودی دو مرکز رشد دیگر به مراکز رشد دانشگاه اضافه می‌شود.

راه‌اندازی پارک علم و فناوری دانشگاه، به زودی

وی استقرار شتاب‌دهنده‌ها و تأسیس پارک علم و فناوری را از دیگر ملزومات توسعه زیرساخت‌های فناوری در دانشگاه‌ها عنوان کرد و گفت: در این رابطه با دو شتابدهنده مذاکره شده که به زودی مستقر خواهند شد، در همین رابطه طرح توجیهی پارک علم و فناوری دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی در دست تهیه بوده و زمین آن نیز پیش‌بینی شده است و امیدواریم به‌زودی راه‌اندازی شود.

دکتر مقیمی با اشاره به تأسیس آزمایشگاه جامع تحقیقاتی و بزرگترین اتاق تمیز در دانشگاه، اظهار داشت: تأسیس واحدهای فناور و دانش‌بنیان، کمک به تجاری‌سازی محصولات فناورانه و ارائه خدمات مشاوره فناوری برخی از خدمات حمایتی از فناوران و تحقق تجاری‌سازی در دانشگاه است.

تدوین سیاست‌های حمایتی از فناوران و تجاری‌سازی

وی با اشاره به برخی دیگر از سیاست‌های حمایت از فناوران و تجاری‌سازی، عنوان کرد: دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی عضو صندوق پژوهش و فناوری پرشین داروی البرز است، این صندوق در زمینه سرمایه‌گذاری خطرپذیر فعال بوده و بنابراین دانشگاه در صورت تأیید محصولات از طریق این صندوق از تولید و تجاری‌سازی آنها حمایت می‌کند.

ضرورت تسهیل نقل و انتقالات مالی در حوزه فناوری

وی با اشاره به ضرورت تسهیل نقل و انتقالات مالی در این رابطه، عنوان کرد: مدیران مالی ما باید از صندوقدار بودن به یک مدیر کامل تبدیل شوند. مدیر مالی باید شرایط را برای فناور و پژوهشگر تسهیل کند و هر کجا مشکل وجود دارد، برای آن راه حل پیدا کند.

راه‌اندازی شورای فناوری دانشکده‌ای و کمیته فناوری دانشجویان

دکتر مقیمی با اشاره به وجود واحد توسعه فناوری، کمیته فناوری و شورای فناوری در دانشگاه، گفت: در این راستا ایجاد شورای فناوری دانشکده‌ای و کمیته فناوری دانشجویان نیز پیش‌بینی شده که اولین مورد آن در دانشکده بهداشت و ایمنی تأسیس شد و پس از آن کمیته‌های فناوری دانشجویان در دانشکده‌های پزشکی راه‌اندازی شدند.

برقراری ارتباط با دانشگاه‌های فنی لازمه توسعه فناوری است

این عضو هیأت علمی دانشگاه با اشاره به ضرورت افزایش همکاری‌های بین بخشی و بین رشته‌ای و همکاری با دانشگاه‌های فنی و مهندسی به عنوان راهکاری برای حرکت به سمت دانشگاه نسل سوم، اظهار داشت: برقراری ارتباط با دانشگاه‌های فنی و مهندسی لازمه توسعه فناوری است. باید بستر حضور مهندسین در حوزه‌های بالینی و در اتاق‌های جراحی فراهم شود تا مهندسان از نزدیک با نیازهای این حوزه آشنا شوند. در همین راستا دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی ارتباط نزدیکی با دانشگاه‌های فنی و مهندسی امیرکبیر، خواجه نصیر و شهید بهشتی برقرار کرده وبه‌زودی مرکز رشد مشترک دانشگاه با دانشگاه امیرکبیر راه‌اندازی خواهد شد.

ارائه درس دو واحدی فناوری و دوره‌های مهارتی در تمام رشته‌ها

این عضو هیأت علمی دانشگاه با اشاره به اقدامات در حوزه آموزش فناوری، اظهار داشت: ارائه درس دو واحدی فناوری در تمامی رشته‌ها در دانشگاه تصویب شده که به زودی اجرایی خواهد شد و همچنین کارآموزی فناوری، دوره‌های توانمندسازی و افزایش برنامه‌های مهارتی برای پرورش فارغ‌التحصیلان توانمند جزو برنامه‌هاست.

دعوت از اساتید شاغل در صنعت برای تدریس در دانشگاه

وی پیش‌بینی دوره‌های فلوشیپ صنعتی و مدیریتی، حمایت ویژه از دانشجویان نخبه و دعوت از اساتید شاغل در صنعت برای تدریس در دانشگاه را از دیگر برنامه‌های این حوزه عنوان کرد.

تدوین آیین‌نامه معادل‌سازی فناوری با فعالیت آموزشی و پژوهشی

مدیر امور فناوری دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی ارائه تسهیلات و برنامه‌های تشویقی و انگیزشی را از دیگر اولویت‌ها دانست و ادامه داد: تدوین آیین‌نامه‌های معادل‌سازی فعالیت‌های فناوری با فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی جهت دفاع از پایان‌نامه و همچنین گنجاندن فعالیت‌های فناوری در آیین‌نامه ارزشیابی هیأت علمی و کارمندی در این زمینه پیش‌بینی شده است.

اهدای درجات افتخاری به فناوران خارج دانشگاه

وی همچنین با اشاره به بخش‌های مرتبط با تسهیلات، تشویق و انگیزش در این آیین‌نامه، تصریح کرد: پرداخت حق تشویق در فناوری، تعریف جوایز فناوری و تدوین آیین‌نامه درجات افتخاری فناوری برای فناوران خارج دانشگاه برخی از این موارد است.

طراحی وام فناوری دانشجویی

دکتر مقیمی با اشاره به طراحی گرنت‌های آموزش – فناوری در این راستا، اظهار داشت: حمایت از پژوهش‌های منجر به فناوری، طراحی مدل یارانه و وام فناوری دانشجویی، طراحی سوبسید در رشته‌های پراولویت و کم متقاضی دانشگاهی برخی از مواردی است که در این راستا باید مورد توجه قرار بگیرد.

وی با اشاره به افزایش تعاملات اجتماعی در راستای تحقق اهداف فناورانه دانشگاه، تصریح کرد: همکاری مناسب دانشگاه، صنعت و دولت، افزایش تعامل با نهادهای محلی و ملی و درگیرشدن در توسعه اجتماعی اقتصادی جامعه و افزایش تعاملات بین‌المللی در این رابطه پیش‌بینی شده است.

توسعه مدل جامع درآمدزایی دانشگاه

مدیر امور فناوری دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی با تاکید بر ضرورت کشف پتانسیل‌های دانشگاه در حوزه فناوری، اظهار داشت: توسعه مدل جامع درآمدزایی دانشگاه در این رابطه باید در اولویت باشد.

عدم بازنشستگی زودهنگام نیروهای کارآمد فناور

وی توسعه نیروی انسانی در حوزه فناوری را نیز از نکات مهم عنوان کرد و ادامه داد: در کنار توانمندسازی نیروی انسانی و استفاده بهینه از نیروهای موجود، عدم بازنشستگی زودهنگام نیروهای کارآمد فناور و در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان شاخصی در استخدام باید مورد توجه باشد. وی با اشاره به تصویب آیین‌نامه ارتباط با صنعت در دانشگاه، گفت: این آیین‌نامه مورد تصویب هیأت امنای دانشگاه قرار گرفته و زمینه را برای ارائه خدمات مشاوره‌ای، آموزشی و پژوهشی توسط اعضای هیأت علمی فراهم می‌کند. البته لازم است نقل و انتقالات مالی در این زمینه تسریع و تسهیل شود.

دکتر مقیمی در ادامه با تاکید بر ضرورت بازنگری فرآیندهای دانشگاه براساس دانشگاه کارآفرین، اظهار داشت: چابک‌سازی، تمرکز بر ایده‌های فناورانه زودبازده و اعتماد (مرکزگریزی) برخی از مواردی است که باید مورد توجه باشد.

بازتعریف نقش اعضای هیأت علمی با تاکید بر فناوری

وی بازتعریف نقش اعضای هیأت علمی براساس الزامات گذار به دانشگاه نسل سوم را نیز ضروری دانست و گفت: عضو هیأت علمی باید علاوه بر آموزش بتواند به عنوان منتور فناوری دانشجویان را به این سمت هدایت کند و خود نیز منشأ فناوری باشد.

دکتر مقیمی در پایان با تاکید بر اینکه اراده جدی در سطوح مختلف دانشگاه برای حرکت به سمت دانشگاه نسل سوم وجود دارد، خاطرنشان کرد: بازنگری رسالت و کارکردهای دانشگاه براساس دانشگاه کارآفرین مورد توجه بوده و در این راستا کاهش وابستگی به بودجه دولتی، افزایش تعامل با نهادهای محلی، ملی و بین‌المللی، درگیر شدن در توسعه اجتماعی اقتصادی جامعه و ایفای نقش در کریدور علم و فناوری و مناطق ویژه فناوری از مواردی است که همه مورد تأیید و تاکید مسئولین دانشگاه است.

تاریک‌روشنای اقتصاد دانش‌بنیان

پارک‌های علم و فناوری طی سال‌های گذشته از فعالان اقتصادی حوزه دانش‌بنیان استقبال کرده‌اند و موجب توسعه علمی و کارآفرینی شدند، با این حال تسهیل وضعیت در فضای کسب و کار و رونق اقتصادی مبتنی بر دانش همچنان از دغدغه‌های صاحبان این کسب و کارهاست.

با آغاز به کار پارک‌های علم و فناوری ضرورت توجه به ایجاد زمینه‌ای برای خلاقیت‌های نخبگان دانشگاهی و تکیه بر اقتصاد دانش‌بنیان مورد تاکید قرار گرفته است و این مسیر با تشکیل شتاب‌دهنده‌ها در مراکز علمی و تحقیقاتی کشور توسعه یافت.

اهمیت توجه به امیدآفرینی در قشر دانشگاهی فعال در این عرصه و نیز فراهم‌آوردن تسهیلات رونق تولید بسیار حائز اهمیت است، چراکه اقتصاد سنتی و نفتی دیگر پاسخگوی عرصه‌های مختلف فعالیت صنایع گوناگون نیست.

از سوی دیگر، پیشگیری از رویدادهایی همچون فرار مغزها و مهاجرت نخبگان که همواره یکی از دغدغه‌های مسئولان به شمار می‌رود، با توسعه شرکت‌های مبتنی بر دانش امکان‌پذیر است؛ در این میان، با وجود بهبود وضعیت فعالان این عرصه طی سال‌های اخیر، نخبگان و اهالی علم و دانش و فناوری با مشکلاتی مواجه‌اند؛ از جمله تسهیلات بانکی و مالی در نظر گرفته شده، تأثیر تحریم‌ها بر فعالیت‌های علمی و نیز بی‌انگیزگی.

چندی پیش در نشست‌هایی که با حضور مسئولان استانی و نمایندگان شرکت‌های دانش‌بنیان و نخبگان برگزار شد، بر ضرورت رفع موانع یادشده و استمرار نشست‌ها برای برقراری ارتباط متقابل بین بخش دولتی و خصوصی تاکید شد.

در همین راستا خبرگزاری ایرنا، در گفت‌وگو با فعالان این حوزه، به بازتاب مشکلات آنان در زمینه فعالیت‌های اقتصادی علمی پرداخته است.

امید کاذب ندهیم

منصور کنعانی، عضو هیأت علمی دانشگاه و مدیرعامل شرکت بهپویان پارک علم و فناوری شیراز در گفت‌وگو با ایرنا، بیان داشت: نگاه فرهنگی به فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان بهتر شده است و پیش از این تنها چیزی که اهمیت داشت، سرمایه‌گذاری و تولید ثروت از راه‌هایی به جز دانش بود.

وی ادامه داد: همچنین در گذشته اینکه علم می‌تواند آغازگر حل مشکلات باشد، موضوعی ناشناخته تلقی می‌شد و به تبع آن دانشگاه نیز جایگاهی تشریفاتی داشت؛ گرچه این جایگاه هنوز برای صنایع تعریف نشده است، اما تذکراتی داده می‌شود که مغتنم است.

این استاد دانشگاه با تاکید بر اینکه امیدواری واقعی شاه‌کلید فعالیت‌های علمی است، افزود: مسئولان سعی می‌کنند القای امید کنند، اما این عمل مانند تنفس مصنوعی است، چراکه امید واقعی وقتی حاصل می‌شود که قدم واقعی برداشته بود.

کنعانی با بیان اینکه اگر بودجه نداریم نباید امید کاذب بدهیم، عنوان کرد: امروز شرکت‌های دانش‌بنیان از فضای انگیزشی گذشته‌اند و باید در پی فضای پایدارسازی بود.

وی اظهار داشت: در شرایط کنونی به تغییر دیدگاه تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران نیاز داریم. آنها باید بپذیرند از علم دانشگاهی می‌توان اقتصاد را رونق بخشید و نگاه‌شان به مسائل طولانی‌مدت باشد.

شاهد از خودباختگی در برابر کالاهای خارجی هستیم

مدیرعامل شرکت بهپویان در پارک علم و فناوری اظهار داشت: نخبگان آماده‌به‌کار ظرفیت‌های بسیاری دارند، اما هنوز در میدان عمل شاهد خودباختگی به کالاهای دیگر کشورها هستیم و کیفیت کار ایرانی تعریف‌شده نیست.

وی راهکار حل مشکلات را در تسهیلگری فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان دانست و گفت: مسئولان باید مسئولیت‌پذیر باشند و انگیزه واقعی و عملی به فعالان این عرصه دهند.

کنعانی با بیان اینکه ساختارها و ساختمان‌ها بر نخبگان و فناوری‌ها اولویت دارند، عنوان کرد: ساختمان و سالن‌های شیک و همایش‌های بزرگ برگزار می‌کنیم؛ در حالی که کسی را نداریم در این ساختمان‌ها مشغول به کار کنیم، بنابراین ضروری است پیش از آنکه ساختمانی بسیاریم به وضعیت نخبگان رسیدگی کنیم.

این فعال عرصه اقتصاد دانش‌بنیان راه‌حل این موضوع را ایجاد ساختارهای موقت دو ساله دانست و گفت: این ساختارها اگر در قید مالیات و پروانه و دیگر امور اداری نباشند و راه‌اندازی آنها مبتنی بر مسئولیت ذی‌نفعان باشد می‌توانند در وضعیت موجود تغییر ایجاد کنند.

هویت ارزشی نخبگان در معرض خطر است

محبوبه البرزی، استاد دانشگاه شیراز و عضو بنیاد ملی نخبگان نیز با بیان اینکه بیشتر مشکلات درباره تجاربی است که نسل جوان در راه‌اندازی شرکت‌های دانش‌بنیان با آن مواجه می‌شود، گفت: وقتی سخن از چالش‌های فعالیت‌های نخبگان می‌شود، با مسائلی چند بعدی سروکار داریم که همزمان هم فرصت و هم تهدید دربر دارد.

وی افزود: در این میان، تهدیدها به اندازه کافی در مسائل سخت‌افزاری مطرح شده است؛ اما بخشی از مسئولیت ما در پرورش دانشجویان با استعدادهای برتر مغفول مانده است.

عضو هیأت علمی دانشگاه شیراز خاطرنشان کرد: این دانشجویان در قدم اول جذب بنیاد نخبگان می‌شوند و آموزش آنان برای ورود به جامعه و حل‌کردن مشکلات از اهداف این بنیاد است، اما چون حمایت‌های لازم را از نظر بودجه و اعتبار از بنیاد دریافت نمی‌کنند، متوقف می‌شوند.

البرزی با بیان اینکه بنیاد نخبگان برای حل این مساله به تشکیل مجمع خیران نخبه‌پرور رو آورده است، ادامه داد: بسیاری از جوانان درحال از دست دادن هویت ارزشی هستند، هویتی ارزشی که کل جامعه و به ویژه نخبگان را دربر می‌گیرد و درصورتی که فرد از نظر روانی و رفاهی در آرامش نباشد، تعهد و خلاقیت را محدود می‌کند.

وی با اشاره به اینکه فرار مغزها و نخبگان از استان فارس آمار بالایی دارد، بیان کرد: این در حالی است که میانگین تحصیلات عالی در استان فارس از سطح کشوری هم بیشتر است.

این استاد دانشگاه شیراز استفاده از فرصت‌ها در فارس را در گرو سرمایه‌گذاری در عرصه مسائل ارزشی و معنوی و توجه به فعالیت‌های بنیاد نخبگان دانست.

از استعدادهای نخبگان استفاده شود

علیرضا کاظمی فعال در پردیس شرکت‌های دانش‌بنیان، موضوع اصلی در گسترش فعالیت این شرکت‌ها را در کار و صنعت، سرمایه عنوان کرد و گفت: هم سرمایه مالی و هم سرمایه معنوی یا نیروی انسانی در این زمینه بااهمیت است.

وی با تاکید بر اینکه از استعدادهای نخبگان به‌درستی استفاده نمی‌شود، خاطرنشان کرد: مساله بنیادی‌تر این است که انتظار داریم در زمینه پرورش نیروهای نخبگانی رو به رشد باشیم و هر روز نخبگانی بهتر از دیروز داشته باشیم و بتوانیم آنها را در کشور نگه داریم؛ اما از متخصصان این حوزه‌ها در عمل استفاده نمی‌شود.

کاظمی بیان کرد: یکی از دلایل فرار مغزها همین موضوع است و ما صاحبان شرکت‌های دانش‌بنیان انتظار داشتیم وضعیت دانشگاه‌ها بهتر شود؛ در حالی که دانشجویان به مرور زمان ضعیف‌تر از قبل شده‌اند.

این فعال اقتصادی در پردیس شرکت‌های دانش‌بنیان گفت: دانشگاه‌های عظیمی همچون دانشگاه شیراز یا تهران مانند درختی تناور هستند که ریشه آنها آسیب دیده است و باید برای ایجاد اعتماد متقابل بین صنایع و دانشگاهیان دانشجویان را قوی کرد و زمینه تربیت نخبگان را فراهم آورد.

پرداخت قیمت زمین و دریافت تسهیلات دشوار است

پیمان زحلی، مدیرعامل شرکت نواندیشان فراصنعت آیریک در پارک علم و فناوری شیراز در گفت‌وگو با ایرنا، با اشاره به مشکلات تأمین زمین در شهرک‌های صنعتی بیان کرد: این در حالی است که در کشورهای همسایه زمین برای ساخت به صورت رایگان ارائه می‌شود و از همین رهگذر فعالان عرصه اقتصاد دانش‌بنیان به سرمایه‌گذاری در کشورهای همسایه راغب می‌شوند.

وی ادامه داد: افزون بر هزینه زمین، برای دریافت تسهیلات و نیز بازپرداخت آن دچار مشکلاتی هستیم.

زحلی بیان داشت: بسیاری از فعالان از سال ۹۵ تا ۹۷ اقدام به دریافت زمین در شهرک صنعتی کردند، اما هیچ‌کس انگیزه‌ای برای ساخت و راه‌اندازی این زمین‌ها ندارد و رفع موانع و مشکلات تولید هم در کوتاه‌مدت ممکن نیست.

این فعال اقتصادی بیان داشت: برای حل این مشکل باید مشوق‌های مالیاتی در نظر گرفته شود؛ مثلاً برای واحدهایی که تا سال ۱۳۹۹ راه‌اندازی شود، پنج سال معافیت مالیاتی در نظر بگیرند، این معافیت باعث می‌شود تولیدکنندگان زمین‌ها را به بهره‌برداری برسانند و همین که این تصمیم گرفته شود، موجب اشتغال‌زایی می‌شود.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان نواندیشان فراصنعت آیریک با اشاره به اینکه در حال حاضر روند دریافت تسهیلات بانک صنعت و معدن دشوار است، توضیح داد: تولیدکننده باید ۷۰درصد واحد تولیدی را راه‌اندازی کرده باشد؛ یعنی سوله و ابنیه در زمین ساخته شده باشد، بخشی از تأسیسات راه‌اندازی شده باشد، قسمتی از تجهیزات فراهم شده باشد و همچنین بخشی از تولید هم راه‌اندازی شده باشد تا بتوانیم وام بگیریم.

وی افزود: روند منطقی این است که ابتدا این تسهیلات را بدهند تا به تولید برسیم؛ چراکه ما برای بخش آخر نیاز به تسهیلات نداریم و حاضریم زمین یا وثیقه دیگری را نزد بانک به ضمانت بگذاریم.

زحلی در ادامه به تسهیلات صندوق شکوفایی فناوری برای شرکت‌های دانش‌بنیان نیز اشاره کرد و گفت: روال پرداخت و بازپرداخت سخت و غیرمنطقی است تا جایی که از گرفتن اقساط آخر منصرف شدیم و این موضوع نشان می‌دهد که باید در فرآیند اعطای تسهیلات بازنگری صورت گیرد.

نیازمند ایجاد سامانه‌های شفاف‌سازی هستیم

محسن محمدی، عضو هیأت علمی دانشگاه شیراز نیز با اشاره به فعالیت بنیاد نخبگان طی ۱۰سال گذشته ابراز داشت: این بنیاد تاکنون از دانشجویان حمایت‌های بسیار خوبی کرده است، اما پس از اینکه فرد عضو هیأت علمی دانشگاه شد عملاً ارتباطش با بنیاد نخبگان قطع می‌شود و هیچ نهادی وظیفه پیگیری وضعیت نخبگان را برعهده ندارد.

وی افزود: این بدان معناست که سرمایه‌گذاری و حمایت می‌کنیم و بعد افراد را رها می‌کنیم در صورتی که در کشورهای پیشرفته برعکس است و وقتی سرمایه‌گذاری کردند به دنبال بهره‌برداری هستند.

این فعال در عرصه کسب و کار دانش‌بنیان ادامه داد: آموزش به جوانان باید بر این اساس باشد که فرد بتواند پس از دانش‌آموختگی در کنار یکی از مدیرهای موفق شرکت‌های دانش‌بنیان تجربه‌آموزی کند تا بتوانیم از توانمندی‌های او بهره‌مند شویم.

وی همچنین با اشاره به ضرورت پرداختن به موضوع کارآفرینی گفت: همواره نهادها و مسئولان مختلف درباره اهمیت کارآفرینی سخن می‌گویند، اما در عمل وقتی فردی به قصد کارآفرینی طرحی ارائه می‌کند، پس از گذشت زمان باید خود، دریابد که طرحش رد شده است؛ یعنی مسئولان مربوط حتی حاضر نیستند به پژوهشگر یک جواب منفی براساس دلیلی علمی بدهند و این مساله به ناامیدی فعالان فضای کسب و کار دانش‌بنیان می‌انجامد.

محمدی افزود: از سوی دیگر عدم شفافیت در زمینه پروژه‌ها وجود دارد که باعث می‌شود طرح‌های پیشنهادی به نتیجه نرسد و از همین رو به ایجاد سامانه‌هایی نیازمندیم که این شفافیت را ایجاد کنند؛ گرچه برخی سازمان‌ها سامانه‌ای تعبیه کرده‌اند، اما جامع نیستند و همه نهادها را شامل نمی‌شود و مسیر پیگیری فرآیند نیز در آن مشخص نیست.

این استاد رشته مکانیک با بیان اینکه تقسیم پروژه‌های بزرگ به طرح‌های کوچک‌تر باعث اشتغال‌زایی در حوزه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان می‌شود، گفت: این امر همچنین باعث می‌شود طرح زودتر به نتیجه برسد.

محمدی در ادامه همچنین به موضوع تحریم‌ها اشاره کرد و گفت: فارغ از اینکه تحریم‌ها چرا و چگونه پدید آمدند باید تلاش کرد که مشکلات ناشی از تحریم گریبان تولیدکننده و فعالان اقتصادی را نگیرد و هر فرد خود، به‌تنهایی در پی کسب مواد مورد نیاز از کانال‌ها و مجاری گوناگون نباشد و دست‌کم برای این مسائل در سطح استانی راه‌حلی اندیشیده شود.

لزوم تقویت اعتماد به شرکت‌های دانش‌بنیان

محمد فرخ‌زاد، مدیرعامل شرکت ارم صنعت موج‌گستر واقع در پارک علم و فناوری نیز به موضوع عدم اعتماد ارگان‌ها و مراجع به محصولات دانش‌بنیان اشاره کرد.

وی عمل‌نکردن به شعارها و عدم حمایت از تولیدات فناورانه این شرکت‌ها را یکی از معضلات اصلی شرکت‌های دانش‌بنیان دانست و گفت: برخی محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان سفارشی هستند و بازار محدودی دارند، ولی نمی‌توان از آنها چشم‌پوشی کرد و آن محصولات باید در کشور تولید شود.

این فعال کسب و کارهای دانش‌بنیان ادامه داد: همراهی شرکت‌ها و ارگان‌ها از طریق سامانه‌ای که پیونددهنده ارتباطات باشد ضروری است.

جوانان در حاشیه مانده‌اند

همچنین حامد تقوایی، مدیرعامل شرکت برهان آریابان متین از شرکت‌های مستقر در پارک فناوری شیراز با اشاره به موضوع تحریم‌ها خاطرنشان کرد: چند سالی است که از حرکت علمی در کشور تعبیر به جهاد علمی شده و انگیزه دشمنان برای توقف این حرکت علمی بر هیچ‌کس پوشیده نیست.

وی افزود: از این حرکت جهادی باید به‌مثابه دفاع مقدس یاد کرد و برخی ویژگی‌های آن دوران را به این فعالیت تسری داد.

تقوایی با بیان اینکه فشارهای اقتصادی در دوران جنگ مانع اختلال در تدارکات نمی‌شد، گفت: امروز ما کمی تحریم هستیم و کمی فشار اقتصادی به مردم وارد شده، اما اولین جایی که دچار مشکل شده است حوزه جهاد علمی در کشور است.

این عضو هیأت علمی دانشگاه خاطرنشان کرد: خودباوری جوان‌گرایی و کار جمعی در جاهای مختلف قسمت اعظم امکانات و فضاهای پژوهشی در اختیار افرادی است که انگیزه و شادابی برای کار ندارند و جوانان در حاشیه مانده‌اند؛ قوانین ما اجازه کار جمعی به استادیار جوان نمی‌دهد قوانین ارتقا استاد را مجبور می‌کند به صورت انفرادی کار کند.

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

برابر رای شماره ۱۳۹۸۰۳۲۴۰۰۲۰۰۱۷۷۷مورخه ۱۳۹۸/۱۲/۴ هیئت اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی برازجان تصرفات مالکانه و بلامعارض متعلق به آقای آشکبوس بهزادی فرزند عطاء اله به شماره شناسنامه ۱ و شماره ملی ۲۳۷۲۱۶۸۶۳۰صادره ازخشت وکمارج در سه سهم از هفت سهم ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۵۰۶۱/۲۷ متر مربع پلاک ۷۹۴۲ اصلی واقع در بخش سه حوزه ثبت ملک برازجان اراضی روستای جمیله خریداری شده از وارث عطاء اله بهزادی به ایشان واگذار گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ اولین انتشار آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به مراجع ذیصلاح قانونی (دادگاه) نیست. م الف ۳۳

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۲/۱۶
تاریخ انتشارات نوبت دوم ۹۹/۲/۳۱

مهرداد پرنیان خوی - رئیس واحد ثبتی اداره ثبت اسناد و املاک برازجان

مفقودی

برگ سبز وسیله نقلیه سواری پراید جی تی ایکس آی برنگ سفید شیری روغنی مدل ۱۳۸۴ به شماره موتور ۰۱۳۶۱۰۳۹ به شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۴۷۰۶۴۵۰ بنام وحید جلیلی مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی مفقودی

برگ سبز، سند کمپانی، سند قطعی، عوارض و کلیه مدارک و وکالت فروش بنام سید ابراهیم موسوی پژو ۴۰۵ اس ال ایکس سفید رنگ به شماره شهربانی ۶۱ ط ۷۱۲ ایران ۲۸ و شماره شاسی NAAM۳۱FC۴BK۲۴۶۴۵۵ و شماره موتور ۱۳۹۹۰۰۰۵۲۸۷ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

زنجان

۷۹

چگونه نرخ مطالعه بیشتری داشته باشیم

به‌قلم: جیمی فریدلندر کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

یکـی از چالش‌های مهم زندگی حال حاضر تمامی افراد این اسـت که قادر به مطالعه کافی نیسـتند. فراموش نکنید کتاب، مهم‌ترین منبع برای پیشرفت در هر زمینه‌ای محسوب می‌شود. در کنار این مسئله، شاهد کارآفرین‌هایی هستیم که علی رغم بالابودن حجم کاری خود، نرخ مطالعه باورنکردنی‌ای را دارند. با این حال زمان برای تمامی افراد یکسان بوده و هیچ فرمول جادویی نیز در این رابطه وجود ندارد. درواقع شما تنها با یک راه حل، نمی‌توانید در این رابطه شاهد یک تحول باشید. به همین خاطر در این مقاله ۵ روش کارآمد را معرفی خواهیم کرد.

۱-شیوه مطالعه خود را تغییر دهید

نخسـتین چیزی که باید به آن توجه داشـته باشید این اسـت که تا چه حد مطالعه باکیفیتی دارید؟ درواقـع برخی از افـراد اگرچه نرخ مطالعه بالایی دارند، با این حال آنها سـرعت مطالعه را فدای کیفیت آن کرده و این امر باعث می‌شـود تا نتیجه خاصی را از این اقدام خود به دسـت نیاورند. تحت این شرایط ضروری اسـت تا پس از پایان هر بخش از کتاب مواردی را که یاد گرفته‌اید، در جایی یادداشـت کنید. این امر باعث خواهد شـد تا شـما اطمینان داشته باشید که به خوبی در حال درک موضوع بوده و بعد از اتمام کتاب، از این خلاصه‌ها می‌توان برای مرور مجدد استفاده کرد. همچنین این واقعیت را قبول کنید که شـما برای مطالعه تمامی کتاب‌ها زمان کافی را خواهید داشـت. به همین خاطر بسیار مهم است که اولویت‌بندی داشـته باشـید. این نکته را فراموش نکنید که برخی از کتاب‌ها علی رغم ظاهر جذاب خود، کیفیـت لازم را نداشـته و لازم اسـت که قبل از خرید، خلاصه آن را مورد مطالعـه قرار داده و نظرات را پیرامون آن جویا شوید. در نهایت این نکته را فراموش نکنید که کتاب، انواع مختلفی داشته و نباید تصور کنید که شـما تنها به نمونه‌های چاپی محدود هستید. برای مثال امروزه بسیاری از افراد از کتاب صوتی اسـتفاده می‌کنند. این امر باعث می‌شود تا امکان مطالعه در هنگام انجام کارهای دیگری نظیر رانندگی، مهیا باشد. بدون شک شما در طول روز، با انواع زمان‌های در اصطلاح مرده مواجه هستید که می‌توان از آنها برای انجام اقدامی سودمند نظیر مطالعه استفاده کرد.

۲-در چند مرحله اقدام کنید

این امر که بخواهید تا یک کتاب را به صورت کامل تمام کرده و سپس به اقدامی دیگر بپردازید، بسیار سـخت و حتی غیرممکن خواهد بود. درواقع طولانی شـدن یک اقدام، خود می‌تواند باعث شود تا تمایل شـما کاهش پیدا کند. به همین خاطر اگر می‌خواهید که در طول روز دو سـاعت را به مطالعه اختصاص دهید، بهتر اسـت تا آن را به هشـت زمان ۱۵ دقیقه‌ای تقسیم کرده و در زمان‌های مختلف طول روز، به اجرا درآورید. این امر کمک خواهد کرد تا علاقه شما به مطالعه همچنان حفظ شده و انجام سایر اقدامات نیز طبق برنامه زمانی شما ممکن باشد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما عملا نمی‌توانید زمان پایان یک کتاب را مشـخص کنید. بـرای مثال اگر تجربه خواندن یک کتاب ۲۰۰ صفحه‌ای در یک سـاعت را دارید، این امر به معنای آن نخواهد بود که هر کتاب دیگری با این حجم را نیز در این سایت به پایان خواهید برد.

۳-در یک کلوپ کتاب‌خوانی عضو شوید

افراد هنگامی که در شـرایط قرار بگیرند، با نظم بیشـتری یک اقدام را انجـام خواهند داد. برای مثال هنگامی که شـما در باشـگاه هستید، تمایل به رعایت دقیق‌تر برنامه را دارید. در رابطه با کتاب‌خوانی نیز عضویت در کلوپ‌ها می‌تواند نوعی اجبار را برای شـما به وجود آورده و باعث شـود تا حتما این اقدام را انجام دهید. همچنین حضور در کنار افراد کتاب‌خوان تمایل شما را به این اقدام افزایش داده و می‌توانید از توصیه‌ها و راهکارهای آنها نیز اسـتفاده کنید. اهمیت دیگر این کلوپ‌ها این اسـت که کمک می‌کند شـما صرفا به خرید کتاب محدود نباشـید. این امر می‌تواند فشـار مالی زیادی را به همراه داشـته و در نهایت به یک سـد تبدیل شـود، با این حال در کلوپ‌ها امکان امانت گرفتن کتاب وجود داشته و با پیدا کردن دوسـتان مختلف، می‌توانید تبادل کتاب داشـته باشـید. همچنین بهتر است همواره یک کتاب را همراه خود داشـته باشـید تا در صورت به وجود آمدن فرصت، آن را مورد مطالعه قرار دهید. همچنین انتشار کتاب-هایی که مطالعه کرده‌اید در شبکه‌های اجتماعی، خود می‌تواند انگیزه‌ای برای انجام بیشتر این اقدام باشد.

۴-از دیگران کمک بگیرید

اگرچـه اولویت این اسـت که هر فرد خود کتاب‌ها را مورد مطالعه قـرار دهد، با این حال برای افزایش نرخ مطالعه خود، شـما می-توانید یک راهکار جالب نیز انجام دهید. در این رابطه می‌توانید از همکاران خود بخواهید که هر یک از آنها کتابی را انتخاب کرده و ویس خلاصه‌شده آن را در چند دقیقه برای شما ارسـال کنند. این امر درسـت اقدامی است که برخی از سایت‌ها آنها را انجام می‌دهند. در این رابطه تنها کافی اسـت تا شـما نام کتاب را ارسال کرده و مدیر سایت آن را به شیوه‌ای حرفه‌ای در حد چند صفحه برای شما خلاصه خواهد کرد.

۵-زمان ایجاد کنید

بسـیاری از عادت‌های ما هسـتند که تنها زمـان را هدر داده و فایده‌ای را به همـراه ندارد. برای مثال به صورت میانگین افراد سـه سـاعت از زمان طول روز خود را به گشـت-وگذار در شبکه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهند. این امر در حالی اسـت که شـما می‌توانید آن را به یک سـاعت کاهش داده و با این اقدام عملا دو سـاعت زمان برای خواندن کتاب در اختیار خواهید داشـت. در این رابطه تنها کافی است عادت‌های غیرضروری و نادرسـت خود را یادداشـت کرده و در تلاش برای کاهش و یا حذف کامل آنها باشید.

در نهایت توجه داشته باشید که این پنج اقدام ممکن است در ابتدا سخت به نظر برسد، با این حال پس از مدتی، به عادت رفتاری شما تبدیل شده و دیگر هیچ فشاری را احساس نخواهید کرد.

منبع: success.com

فرصت امروز
روزنامـه مدیریتـی-اقتصـادی
| سه‌شنبه | ۱۶ اردیبهشت ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۳۷ | 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

چه عادت‌هایی افراد را قابل‌اعتماد می‌کند؟

معرفی ۱۰ عادت افراد معتبر و قابل اعتماد

اسـکار وایلد در جایی گفته اسـت: «خودتان باشید، بقیه افراد قبلا انتخاب شـده‌اند.» وایلد این مفهوم را سـاده‌تر کرده اسـت، اما درسـت و صادقانه زندگی کردن، یک چالش واقعی به شـمار می‌رود. برای اینکه بتوانید به درسـتی زندگـی کنید، باید مالک رفتارهای خود باشـید و مطمئن شوید که آنها با عقاید و نیازهای شما سازگار هستند. حفظ این روش یکی از کارهای دشوار است؛ به ویژه در زمانی که نیروهای خارجی به شـما فشـار می‌آورند تا کاری را انجام دهید که با آن احساس راحتی نمی‌کنید و یا اینکه از شما می‌خواهند که فردی باشید که نمی‌خواهید.

بیشـتر افراد، احسـاس ناراحتی ناشـی از این‌گونـه رفتارهای نامعتبر و نادرسـت را تجربه کرده‌انـد. محققان کلمبیا، هاروارد و نورث وسترن با همکاری یکدیگر، تلاش کردند تا این پدیده را به صورت علمی اندازه‌گیری کننـد. آنها دریافتند زمانی که افراد در انجام رفتارهای درست شکست می‌خورند، حجم زیادی از ناراحتی را تجربـه می‌کننـد که به طـور معمول با بدخلقی همراه اسـت. افرادی که با خودشـان صادق نبودند، تا اندازه‌ای پریشان‌حواس و ناراحت بودند که ترجیح می‌دادند که خودشان را از لحاظ فیزیکی تمیز و پاک کنند.

به طور قطع مغز ما می‌داند که ما یک دروغ را زندگی می‌کنیم. نامعتبر و نادرسـت بودن نیز همانند سایر دروغ‌ها، به آسیب منجر می‌شود. با این وجود، چطور می‌توان به درستی و با اعتبار زندگی کرد؟ این مسـئله را می‌توان آموزش داد، بـه ویژه زمان‌هایی که در بخـش زیادی از زندگی بزرگسـالی خود، نقـش خاصی را به عهده دارید.

اوپرا وینفری در این باره گفته اسـت: «هرگز فکر نمی‌کردم که اعتبـار درونی من می‌تواند تا این اندازه مـن را ثروتمند کند. اگر می‌دانستم، از خیلی پیشتر این کار را انجام می‌دادم.»

افراد درست و معتبر، عمیقا با شخصیت درونی خود و چیزهایی که حقیقتا نیاز دارند، سـازگار هسـتند. توانایی آنها برای زندگی کردن خودشـان، همراه با واقعیت درونی‌شـان، بـه طور قطع از عادت‌های قابل تشـخیصی نشـأت می‌گیرد که هر کدام از ما نیز می‌توانیـم آنها را یاد گرفته و به عادت‌های خودمان تبدیل کنیم؛ در ادامه با یوکن همراه شوید:

۱. آنها به دیگران کمک می‌کنند تا خود واقعی و معتبرشان باشند

اینگونـه از افراد انتظار ندارنـد که دیگران نیز نقش بازی کنند. آنهـا نمی‌خواهند که دیگران نیز در قالب‌هـای مختلف درآمده و تصویر خاص و مشـخصی از خود را به نمایش بگذارند. تعهد آنها به درستی و اعتبار، نوعی از آزادی را به دیگران می‌دهد تا آنها نیز به درستی زندگی کنند.

۲. آنها با افراد منفی‌باف معاشرت نمی‌کنند

افراد معتبر تا اندازه‌ای برای خودشـان احترام قائل هسـتند که هرگز حاضر نیسـتند با افرادی که با آنها رفتار نادرسـتی دارند و اصطلاحا بد آنها را می‌خواهند، نشسـت و برخاسـت کنند. علاوه بـر این، برای دیگران نیز احترام قائل می‌شـوند و برای تغییر آنها تلاش می‌کنند. اینگونه از افراد با خودشان صادق هستند.

۳. آنها حتی در شرایطی که محبوب جمع نباشند هم احساسات و عقاید واقعی‌شان را ابراز می‌کنند

این افراد برای خوشـایند دیگران زندگی نمی‌کنند. آنها حقیقتا نمی‌توانند نقشـی را بـازی کنند که با اصول واقعی آنها سـازگار نیست، حتی اگر پیامدهایی را برای آنها به همراه داشته باشد. آنها ترجیح می‌دهند که به دیگران دروغ نگویند و تحت هیچ شرایطی نمی‌توانند به خودشـان دروغ بگویند. این بدان معناسـت که آنها ترجیح می‌دهند تا با عواقب صادق بودن با خودشان زندگی کنند.

۴. آنها از اعتماد به نفس بالایی برخوردار هستند

بیشـتر اضطراب‌هـای اجتماعـی ما از ترسـی کـه در مقابل «شناخته شـدن» داریم نشأت می‌گیرد. ما می‌ترسیم که دیگران متوجه شوند که ما تا اندازه‌ای که نشان می‌دهیم، باهوش، باتجربه و اجتماعی نیسـتیم. افراد معتبر چنین ترسی را تجربه نمی‌کنند. اعتماد بـه نفس آنها در واقع از چیزهایی کـه برای پنهان کردن ندارنـد، به وجود می‌آیـد. آنها دقیقا همان فردی هسـتند که به نظر می‌رسد.

۵. آنها مکالمه‌های عمیق را به گفت‌وگوهای سطحی و بی‌معنا ترجیح می‌دهند

النـور روزولت به خوبی این موضـوع را درک کرده و در جایی گفته اسـت: «ذهن‌هـای بزرگ، دربـاره ایده‌ها حـرف می‌زنند، ذهن‌های متوسـط، درباره رویدادها گفت‌وگو می‌کنند و ذهن‌های کوچک درباره مردم.» افراد معتبر هرگز پشـت سر دیگران حرف نمی‌زنند و رسوایی‌های افراد مشهور برای‌شان جذابیتی ندارد. آنها می‌دانند که تمامی این موارد، مظاهر فرهنگی هسـتند و ترجیح می‌دهند که درباره موضوعات بااهمیت صحبت کنند.

۶. آنها هرگز بدون ارزیابی‌های دقیق، به توصیه‌های دیگران گوش نمی‌کنند

ایـن بـدان معنا نیسـت که افـراد معتبـر هرگز بـه توصیه و نصیحت‌های دیگران گـوش نمی‌کنند؛ بلکه برعکس. موضوع این اسـت که تنها به خاطـر اینکه دیگـران از توصیه‌ها و روش‌هایی اسـتفاده می‌کنند، باعث نمی‌شـود که آنها نیز آن توصیه‌ها را به کار بگیرنـد. آنها در وهله اول، این توصیه‌ها را از یک چشـم‌انداز منتقدانـه نـگاه می‌کنند و مطمئن می‌شـوند که با شـرایط آنها سازگاری دارد.

۷. آنها به خاطر مشکلات‌شان شکایت نمی‌کنند

افـراد به طور معمول در شـرایطی شـکایت می‌کننـد و یا غر می‌زنند که باور دارند شـرایط به وجود آمده، تقصیر دیگران است و وظیفه آنهاسـت که مشـکل را برطرف کنند. این در حالی است که می‌توان روی افراد معتبر و درست حساب کرد. آنها به درستی درک می‌کنند که تنها خودشـان مسـئول زندگی‌شـان هستند، بنابراین هیچ فایده‌ای را در غر زدن نمی‌بینند.

۸. آنها از درون انگیزه می‌گیرند

افـراد معتبر هرگز به این فکر نمی‌کنند که «اگر رئیسـم کاری کند که این موقعیت شغلی ارزشمند شود، من هم عملکرد بهتری خواهـم داشـت.» آنها به دیگران وابسـته نیسـتند و انگیزه را از درون‌شان دریافت می‌کنند.

۹. آنها بهترین‌ها را از هر شرایطی بیرون می‌کشند

افـراد معتبر درک درسـتی از واقعیت دارنـد. هر زمان که اوضاع بر وفق مراد آنها نیست، آنها در دایره انکار گرفتار نشده و بـه خاطر شـرایط، آه و ناله نمی‌کنند. آنها حقیقت شـرایط را قبـول کرده و اگر نتواننـد کاری را انجام دهند که اوضاع را تغییـر دهد، راهی را پیدا می‌کننـد تا بهترین ویژگی موقعیت فعلی را شکوفا کنند.

۱۰. اگر کسی این‌گونه از افراد را دوست نداشته باشد، باعث ناراحتی و استرس آنها نمی‌شود

پذیرفتن اینکه کسـی شما را دوسـت ندارد کار آسانی نیست، اما این احسـاس در اکثر مواقع، از تـلاش برای اینکه بفهمیم چه کاری را اشـتباه انجـام داده‌ایم و برای رفـع آن باید چه کاری را انجام دهیم، نشأت می‌گیرد. افراد معتبر چنین اضطرابی را تجربه نمی‌کننـد؛ چراکه هرگز تلاش نمی‌کنند که برای تاثیر گذاشـتن روی دیگران و یا خوشـایند آنها، خودشـان را تغییـر دهند. آنها می‌پذیرند که دیگران نیز حق آزادی در احساسات و عقایدشان را دارند، حتی اگر آن عقاید برخلاف میل‌شان باشد.

نتیجه‌گیری نهایی

زندگـی کـردن به صـورت معتبر یک چالش دائمی اسـت که پاداش‌های بزرگی را به همراه دارد. این یک مسیر نجیب است که از دنبال کردن آن پشیمان نخواهید شد.

منبع: entrepreneur/ucan