روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه
۲۱ اردیبهشت
۱۳۹۹

Sun. 10 May 2020
۱۶ رمضان ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۴۰- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

آسیب کرونا به اقتصاد
در افزایش چک‌های برگشتی پیداست

دومینوی چک‌های برگشتی

ویروس کرونا به بسیاری از کسب و کارها آسیب زده و آسیب بخش‌های اقتصادی از شیوع کرونا در جهش قابل توجه شمار چک‌های برگشتی قابل...

۴

یادداشت

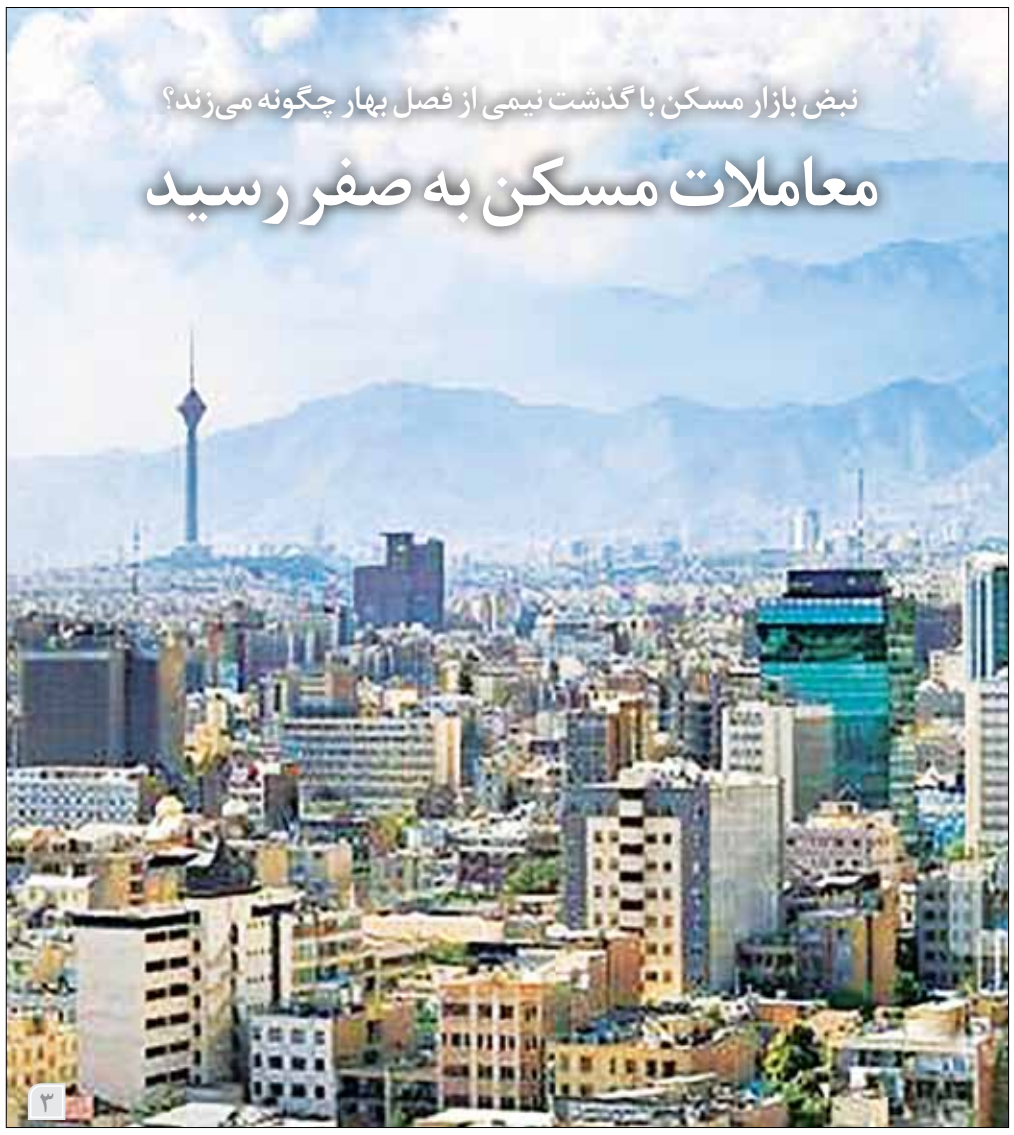
با «تقسیم کار ملی» از بحران کرونا عبور کنیم

کیومرث کرمانشاهی
معاون اسبق سازمان توسعه تجارت ایران

دنیا با ویروس کووید ۱۹ دست‌وپنجه نرم می‌کند و اکثر کشورها با فاجعه انسانی مواجه‌اند. اقتصاد جهانی از هر دو سوی عرضه و تقاضا با رکود مواجه است، چنانچه رئیس سازمان جهانی تجارت WTO معتقد است که این معضل، تجارت جهانی را با کاهش سی و اندی درصدی در سال جاری مواجه خواهد کرد.

در این شرایط برخی از کشورها بدون توجه به این معضل جهانی و به طور سلیقه‌ای با باز و بسته کردن مرزهای خود به بهانه مباحث بهداشتی، این وضعیت تجارت جهانی را آشفته‌تر می‌کنند بنابراین ضرورت ورود سازمان‌های جهانی به این موضوع هر روز بیشتر احساس می‌شود. علی‌الخصوص ضرورت ورود اتاق بازرگانی بین‌الملل و همراهی اتاق‌های بازرگانی دنیا در امر تجارت بین‌الملل به‌منظور جلوگیری از حادتر نشدن تجارت دنیا ضرورت دارد. لازم است سازمان سلامت جهان WHO با ورود خود، پروتکل‌های بهداشتی لازم را تنظیم کند و سازمان تجارت جهانی و اتاق بازرگانی بین‌الملل (به‌غیر از قانون متحدالشکل اعتبارات اسنادی ICC که برای شرایط عادی تجارت تنظیم شده) با...

۳



نبض بازار مسکن با گذشت نیمی از فصل بهار چگونه می‌زند؟

معاملات مسکن به صفر رسید

۳

نگاهی به شاخص‌های سنجش آزادی اقتصادی

از اقتصاد آزاد تا آزادی اقتصادی

همان‌گونه که هرگاه سخن از عدالت به میان می‌آید، این اقتصاددانان سوسیالیست هستند که از آن دفاع می‌کنند، هر زمان سخن از آزادی به میان می‌آید، این اقتصاددانان معتقد به بازار آزاد هستند که مدعی اصالت آن هستند. آزادی اقتصادی در اندیشه اقتصاددانان معتقد به بازار آزاد به معنای رهایی از چنگال محدودیت‌های دولتی است، یعنی هرچه دخالت دولت در مکانیسم بازار کمتر باشد، آزادی اقتصادی بیشتر محقق می‌شود. در دیگر سو، آزادی اقتصادی در اندیشه اقتصاددانان سوسیالیست به معنای رهایی از چنگال سرمایه‌داران است که طبقه کارگر را استثمار می‌کنند. در نتیجه هر چقدر قدرت سرمایه‌داران محدودتر شود و به...

۲

رکوردشکنی بزرگ و تاریخی در تالار سهام

شاخص بورس میلیونی شد

۵

مدیریت و کسب‌وکار

- دره فناوری شیراز طرحی برای تکامل فعالیت‌های دانش‌بنیان
- معرفی ۴ عادت روزانه مدیران فوق‌العاده باهوش
- بهترین سایت‌ها برای آموزش سئو
- ۴ گام یک لایو اینستاگرامی موفق
- بازاریابی و تبلیغات در حوزه B2B با راهکارهای طلایی
- آغاز بازگشایی فروشگاه‌های اپل در اروپا

۸ تا ۱۶

فیس‌بوک به کارمندان خود اجازه می‌دهد تا پایان سال دورکاری کنند

کدام منطقه پایتخت بیشترین رشد قیمت مسکن را تجربه کرده است؟

قیمت مسکن در مناطق بیست‌ودوگانه تهران

در بازه زمانی دو ساله منتهی به اسفند ۱۳۹۸ مناطق ۱۸، ۱۰، ۹، ۱۷ و ۲۰ بیشترین افزایش و مناطق ۲، ۱، ۵، ۱۲ و ۶ به ترتیب کمترین افزایش قیمت را در بازار مسکن شهر تهران داشتند.

به گزارش ایسنا، از اسفند ۱۳۹۶ تا اسفند ۱۳۹۸ مناطق ۱۸، ۱۰، ۹، ۱۷ و ۲۰ به ترتیب با ۲۲۷درصد، ۲۱۴درصد، ۲۰۳درصد، ۱۹۹درصد و ۱۹۷درصد رشد، بیشترین افزایش و مناطق ۲، ۱، ۵، ۱۲ و ۶ به ترتیب با افزایش ۱۶۰درصد، ۱۶۷درصد، ۱۷۱درصد، ۱۷۱درصد و ۱۷۲درصد کمترین افزایش قیمت را از اسفند ۱۳۹۶ تا اسفند ۱۳۹۸ داشته‌اند.

همچنین از اسفند ۹۷ تا اسفند ۹۸ مناطق ۲۰، ۱۸، ۱۲، ۱۷ و ۱۹ به ترتیب با ۱۰۱درصد، ۷۰درصد، ۵۴درصد، ۵۱درصد و ۴۹درصد افزایش دارای بیشترین رشد و مناطق ۱، ۲، ۱۳، ۱۴ و ۲۲ به ترتیب با افزایش ۳۷درصد، ۳۸درصد، ۳۹درصد، ۴۰درصد و ۴۰درصد کمترین افزایش را از اسفند ۹۷ تا اسفند ۹۸ داشته‌اند.

شاخص قیمت مسکن شهر تهران در دی، بهمن و اسفند ۱۳۹۸ به ترتیب به عدد ۱۳.۹۴، ۱۴.۶۷ و ۱۵.۹۳ میلیون تومان در هر متر مربع رسید. رشد سالانه قیمت مسکن در دی ماه ۱۳۹۸ معادل ۴۹درصد، در بهمن ماه بالغ بر ۵۲درصد و در اسفندماه معادل ۴۸درصد بوده است.

رشد ۱۸۰درصدی قیمت نسبت به ۲ سال قبل

شاخص دو ساله نیز نشان می‌دهد قیمت مسکن در دی ماه ۱۳۹۸ نسبت به دی ماه ۱۳۹۶ بالغ بر ۱۶۸درصد، در بهمن ماه معادل ۱۷۳ و در اسفندماه بالغ بر ۱۸۰ نسبت به ماه مشابه دو سال قبل از آن افزایش یافته است. همچنین براساس اطلاعات سامانه کیلید، درصد تغییرات شاخص مسکن تهران در فصل زمستان سال‌های ۱۳۹۶، ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ نشان می‌دهد درصد افزایش قیمت در زمستان ۹۸ نسبت به پاییز بیش از دو زمستان قبلی بوده است. به طوری که زمستان ۹۶ شاهد افزایش حدود ۱۲درصدی قیمت مسکن نسبت به فصل قبل از آن بوده‌ایم، در حالی که زمستان ۹۷ این عدد به حدود ۱۵درصد و در زمستان ۹۸ نیز به ۱۸درصد افزایش رسید.

همچنین تعداد معاملات در بازار مسکن شهر تهران در زمستان ۹۸ بالغ بر ۱۰۲ درصد نسبت به پاییز ۹۸ رشد یافته است. در شرایطی که معاملات در ماه‌های دی و بهمن هم نسبت به ماه‌های قبل و نسبت به مشابه سال قبل افزایش داشته، ناگهان در اسفندماه تعداد معاملات برخلاف آنچه انتظار می‌رفت ۲۳درصد نسبت به بهمن ماه کاهش یافت که البته قطعاً شیوع بیماری کرونا تاثیر چشمگیری در این موضوع داشته است، با این حال در حالت کلی، تعداد قراردادهای خرید و فروش از ۱۷ هزار و ۲۳۵ واحد در پاییز ۹۸ به ۳۴ هزار و ۸۲۰ واحد در زمستان ۹۸ رسیده است.

تعداد معاملات مسکن شهر تهران در زمستان ۹۸ در تمامی مناطق نسبت به فصل پاییز ۹۸ رشد داشته است و مناطق ۲۲، ۸، ۳، ۲ و ۱۳ به ترتیب با ۱۴۹درصد، ۱۳۳درصد، ۱۲۲درصد، ۱۲۰درصد و ۱۱۴درصد رشد، بیشترین رشد را نسبت به پاییز ۹۸ داشته‌اند. از سوی دیگر مناطق ۱۷، ۱۹، ۹، ۱۶، و ۱۰ به ترتیب با ۴۸درصد، ۷۳درصد، ۷۹درصد، ۸۶درصد و ۸۷درصد رشد، کمترین افزایش را نسبت به پاییزه ۹۷ داشته‌اند. با این حال تعداد قراردادهای خرید و فروش در زمستان ۹۸ نسبت به زمستان ۹۶ کاهش داشته است. آمار نشان می‌دهد در زمستان ۹۸ تعداد ۳۴ هزار و ۸۲۰ معامله در تهران انجام شده که نسبت به ۲۹ هزار و ۴۶۷ قرارداد خرید و فروش در زمستان ۹۷ بالغ بر ۱۸درصد افزایش یافته اما در مقایسه با ۵۰ هزار و ۵۵۱ معامله در زمستان ۹۶ کاهش ۳۱درصدی را نشان می‌دهد.

کاهش ۳۰درصدی آگهی‌ها در اسفندماه ۹۸

همچنین بررسی متراژ خانه‌های معامله‌شده در زمستان ۱۳۹۸ نشان می‌دهد تنها ۱۲درصد از معاملات مربوط به ملک‌هایی با متراژ کمتر از ۵۰ متر بوده است. در مقابل ۶۱درصد از معاملات را خانه‌هایی تشکیل می‌دهند که متراژی بین ۵۰ تا ۱۰۰ متر دارند. ۲۱درصد از معاملات مربوط به ملک‌هایی با متراژ ۱۰۰ تا ۱۵۰ متر و تنها ۵درصد و ۱درصد از معاملات به ترتیب مربوط به خانه‌هایی با متراژ بین ۱۵۰ و ۲۵۰ متر و بالای ۲۵۰ متر است.

بررسی تعداد آگهی‌های املاک شهر تهران نیز در ماه‌های دی، بهمن و اسفند ۹۸ نسبت به ماه‌های مشابه سال قبل به ترتیب ۱۳درصد، ۱۱درصد و ۳۰درصد کاهش یافته است که در ماه اسفند با آغاز شیوع ویروس کرونا کاهش بیشتری را شاهد بودیم. در آبان ۹۸ با قطعی اینترنت تعداد آگهی‌های املاک شهر تهران در این سامانه نسبت به ماه مهر ۱۸درصد کاهش یافت و پس از آن همزمان با رشد معاملات در ماه‌های آذر، دی و بهمن روند صعودی گرفت اما در ماه اسفند ۹۸ با شیوع کرونا تعداد آگهی‌ها نسبت به من ۹۸ بالغ بر ۲۹درصد کاهش پیدا کرد.

توزیع آگهی‌ها از نظر نوع نیز نشان می‌دهد در زمستان ۹۷ بالغ بر ۶۸ آگهی ملک شهر تهران را آگهی فروش و ۳۲درصد را آگهی‌های رهن و اجاره تشکیل می دادند. در زمستان ۹۸ سهم آگهی‌های فروش از کل آگهی‌های شهر تهران افزایش یافت و به ۷۵درصد رسید. در پاییز ۹۸ بالغ بر ۶۹درصد از آگهی‌های ملک شهر تهران در سامانه مذکور را آگهی فروش و ۳۱درصد از کل آگهی‌ها را آگهی رهن و اجاره تشکیل می‌داد. از سوی دیگر پراکندگی تعداد آگهی‌ها در مناطق مختلف شهر تهران گویای آن است که بیشترین آگهی‌های ملکی مربوط به مناطق ۱، ۵، ۲، ۳، ۴ و ۲۲ بوده است.

افت ۸۷ درصدی معاملات مسکن در فروردین ۹۹

همچنین هفته گذشته دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی از افت معاملات مسکن پایتخت در فروردین ماه گزارش داد، به طوری که این کاهش معاملات در اولین ماه سال نسبت به ماه قبل ۸۷درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۶۳درصد بوده است.

براساس آمار ارائه‌شده توسط دفتر اقتصاد مسکن، تعداد معاملات انجام‌گرفته در فروردین امسال ۱۳۰۰ معامله بوده است که این رقم در مقایسه با اسفند ۹۸ که ۱۰ هزار و ۲۴۲ معامله بوده، بیش از ۸۷درصد کاهش و نسبت به فروردین سال گذشته حدود ۶۳درصد کاهش معاملات را نشان می‌دهد. به‌رغم کاهش قابل‌توجه معاملات در ماه‌های پایانی سال، قیمت‌ها سیر صعودی داشته‌اند. متوسط قیمت یک مترمربع واحد مسکونی آپارتمانی در فروردین امسال ۱۵ میلیون و ۵۴۷ هزار تومان معامله شده که در سال گذشته که متوسط معاملات هر مترمربع واحد مسکونی، ۱۱ میلیون و ۴۱۱ هزار تومان بوده است. معاملات یک مترمربع واحد مسکونی آپارتمانی نسبت به اسفند ۹۸، ۰.۷ درصد کاهش و نسبت به فروردین ۹۸، بیش از ۳۶درصد افزایش را نشان می‌دهد. براساس آمار ارائه‌شده، پروانه‌های ساختمانی صادرشده تعداد واحدهای مسکونی در سال ۹۸، به تعداد ۲۸۰۳ واحد بوده است.

همچنین براساس آخرین آمار ارائه‌شده توسط دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی، در منطقه ۵ شهرداری تهران ۱۸۶ مبایعه به ثبت رسیده که بیشترین حجم معاملات پایتخت را همانند سال گذشته به خود اختصاص داد. کمترین معاملات انجام‌شده در مناطق ۱۶، ۱۹ و ۲۲ بوده که هر کدام با ۱۲ معامله، کمترین میزان معاملات پایتخت را ماه فروردین امسال به ثبت رساندند.

درعین‌حال، منطقه یک شهرداری تهران با هر مترمربع ۳۱ میلیون و ۹۲۰ هزار تومان و منطقه ۳ با هر مترمربع ۲۶ میلیون و ۸۳۷ هزار تومان معامله شد که بیشترین مقدار قیمتی معاملات را به خود اختصاص دادند و مناطق ۱۸ شهرداری تهران با هر مترمربع ۷ میلیون و ۱۱۸ هزار تومان، منطقه ۱۲ با هر مترمربع ۷ میلیون و ۷۱۳ هزار تومان و منطقه ۱۷ با هر مترمربع ۷ میلیون و ۹۱۶ هزار تومان کمترین میزان قیمتی را داشتند.

۵ واکنش برای مقابله با کرونا به روایت موسسه مکنزی

رهبری در بحران

موسسه مکنزی به تازگی در مقاله‌ای، پنج شیوه رفتاری و فکری را که می‌تواند به رهبران در کنترل و هدایت بحران شیوع کرونا و بحران‌های آتی کمک کند، مورد بررسی قرار داده است.

در مقدمه این مقاله آمده است: بیماری همه‌گیر کرونا، رهبران شرکت‌ها و سازمان‌های تمام بخش‌ها در سراسر جهان را در بوته آزمایش قرار داده است. تبعات و اثرات این بیماری می‌تواند برای مدت طولانی‌تری ادامه داشته و مشکلاتی بیشتر از آنچه پیش‌بینی شده به وجود آورد. در هنگام بحران رهبران به برنامه‌های واکنش از پیش تعریف شده نیاز ندارند، بلکه نیازمند روش‌های رفتاری و فکری هستند که آنها را از واکنش شدید به تحولات قبلی باز داشته و در توجه و نگاه به سمت تحولات پیش رو کمک می‌کنند. در این مقاله، به برخی از این راهکارها اشاره شده است.

در این مقاله که توسط مرکز پژوهش‌های اتاق ایران ترجمه شده، اشاره شده است که رهبران به برنامه‌های واکنش از پیش تعریف شده نیازی ندارند، بلکه نیازمند روش‌های رفتاری و فکری هستند که آنها را از واکنش شدید به تحولات قبلی باز داشته و به آنها در توجه به تحولات پیش رو کمک شایانی کند.

به نوشته موسسه مکنزی، رهبران باید طی یک بحران، اعتقاد به ثبات‌بخش بودنِ واکنش و پاسخ‌های سلسله‌مراتبی بالا به پایین را کنار بگذارند. در موارد اضطراری روزمره، یک شرکت عادی می‌تواند به ساختار فرمان -کنترل (بالا به پایین) متکی بوده و با استفاده از یک پاسخ از پیش فراهم شده، عملیات را به خوبی مدیریت کند، اما در بحران‌هایی که ماهیت آنها ناشناخته است و رهبران با مشکلاتی ناآشنا (که درک کمی از آن دارند) مواجه می‌شوند، این نوع واکنش دیگر کارساز نیست. در این حالت، دیگر یک گروه کوچک از مدیران در بالاترین سطح یک سازمان نمی‌توانند با سرعت کافی اطلاعات را جمع‌آوری و به سرعت برای یک واکنش مؤثر تصمیم‌گیری کنند. رهبران می‌توانند از طریق مشخص کردن و شفاف‌سازی اولویت‌های واکنش و همچنین توانمندسازی دیگر افراد برای بررسی بحران و اجرای راه حل‌هایی که در خدمت اولویت‌های تعیین شده باشد، سازمان خود را به شکل بهتری بسیج کنند.

موسسه مکنزی در قدم بعدی پیشنهاد می‌دهد که رهبران باید همکاری و شفافیت را در سراسر شبکه تیم‌ها تقویت کنند. یکی از راه‌های انجام این کار، توزیع اختیارات و به اشتراک گذاشتن اطلاعات است: به عبارت دیگر، به تیم‌ها نشان دهیم چگونه می‌بایست عمل کنند. یک رهبر براساس طبیعت خود ممکن است در شرایط بحرانی تمایل به تحکیم اختیار تصمیم‌گیری و کنترل اطلاعات داشته باشد تا از این طریق ضروری‌ترین اطلاعات لازم برای وی فراهم شود، اما برعکس این جریان موجب تشویق تیم‌ها برای پیگیری درخواست می‌شود.

همچنین رهبران ارشد باید اطمینان یابند که به افراد مناسب در سراسر شبکه تیم‌ها برای تصمیم‌گیری درباره واکنش به بحران، قدرت داده‌اند. از آنجا که تصمیم‌گیرندگان احتمالاً مرتکب برخی از اشتباهات خواهند شد، باید بتوانند بدون واکنش بیش از حد و یا متوقف کردن کار سازمان، به سرعت به اشتباه خود پی برده و آن را اصلاح کنند. به هنگام شروع یک بحران، رهبران ارشد باید تصمیم‌گیرندگانی را برای هدایت واکنش به بحران منصوب کنند، اما طبیعتاً با تحول و گسترش بحران، رهبران جدیدی برای پاسخ به بحران در ساختار شبکه تیم‌ها ظهور خواهند یافت و این رهبران همیشه مدیران ارشد نخواهند بود.

همچنین دو رفتار شناختی می‌تواند به رهبران در ارزیابی و پیش‌بینی کمک کند. یکی، به روزرسانی نامیده می‌شود که شامل تجدیدنظر و اصلاح ایده‌ها بر پایه اطلاعات جدیدِ جمع‌آوری شده و همچنین توسعه دانش از سوی تیم‌ها است. دوم، تردید است که به رهبران کمک می‌کند اقدامات جاری و بالقوه را به طور انتقادی مورد توجه قرار دهند و تصمیم بگیرند که آیا آنها نیاز به اصلاح، تعدیل یا کنار گذاشته شدن دارند یا خیر. به روزرسانی و تردید به رهبران کمک می‌کند تا بر پایه آنچه پیشتر انجام داده‌اند و خلق راه حل‌های جدید (آن هم بدون استفاده از درس‌های گذشته)، میان انگیزه‌های متضاد، تعادل ایجاد کنند. اما رهبران ضمن بهره‌گیری از تجارب خود، بینش‌های جدید را نیز می‌پذیرند.

رهبران به هنگام تصمیم‌گیری درباره انجام کارها، باید با قاطعیت عمل کنند. قاطعیتِ بسیار نه‌تنها باعث می‌شود سازمان به رهبران اطمینان پیدا کند، بلکه به شبکه تیم‌ها انگیزه می‌دهد تا به جست‌وجوی خود برای یافتن راه حل برای چالش‌هایی که سازمان با آن روبه‌رو است، ادامه دهند.

از سوی دیگر، اعمال ارتباطات بحران از سوی رهبران غالباً تبعات ناخوشایندی را به همراه داشته است. بارها و بارها شاهد بوده‌ایم که رهبران در مراحل اولیه بحران، لحنی بسیار مطمئن و خوش‌بینانه‌ای داشته‌اند، چنین لحنی موجب شده تا افراد ذی‌نفع درباره آنچه رهبران می‌دانند و چگونگی مدیریت بحران توسط آنها، دچار تردید و سوءظن شوند. همچنین مسئولان تمایل دارند تا زمانی که منتظر دریافت حقایق بیشتر و اتخاذ تصمیمات هستند، ارائه اخبار و اطلاعیه‌ها متوقف شود.

هیچ یک از روش‌ها، اطمینان‌بخش نیستند. همانطور که اخیراً امی ادموندسون نوشت: طی بحران، شفافیت مهم‌ترین وظیفه یک رهبر است، بنابراین درباره هر آنچه می‌دانید و نمی‌دانید و اقداماتی که برای کسب بیشتر اطلاعات انجام می‌دهید، شفاف باشید. ارتباطات متفکرانه و مداوم نشان می‌دهد که رهبران پیگیر وضعیت بوده و به محض دریافت اطلاعات بیشتر، واکنش‌های خود را مطابق با اطلاعات جدید تنظیم می‌کنند.

نگاه

رد پای آزادی اقتصادی در مکاتب اقتصادی مختلف

مناقشه دولت و بازار

بیشـتر از یک قرن اسـت که دنیای اقتصاد درگیـر نوعی مناظره فکری شـده اسـت؛ مناظره‌ای کـه در یـک سـوی آن، اقتصاددانان بـازار آزاد ایستاده‌اند؛ همان چیزی که آزادی اقتصادی نامیده می‌شود و عناصر اصلی تشـکیل‌دهنده آن را می‌توان شـامل انتخاب فردی، داد و ستد داوطلبانه، رقابت آزاد در بازار و امنیت اقتصادی دانست.

مجموعـه سیاسـت‌ها و نهادهای موجود در جامعه تنهـا زمانی با آزادی اقتصادی هماهنگ می‌شـوند که با مبادلات داوطلبانه افراد موافقت کرده و اشـخاص و دارایی‌شان را مورد حمایت خود قرار دهند. دولت‌ها این توانایی را دارند که آزادی اقتصادی را از طریق ایجاد یک ساختار قانونی و همچنین ضمانت اجرایی آن ترویج دهند؛ قانونی که از حقوق مرتبط با دارایی مالکان حمایـت کـرده و قراردادها را تحت یک مدیریـت منصفانه اجرا می‌کند. با این‌حال آزادی اقتصادی نیز نیازمند وجود دولت‌هاست تا به وسیله آنها در مقابل مشـکلاتی مانند مصادره شدن اموال مردم و مداخله در انتخاب‌های شـخصی، داد و سـتد داوطلبانه و ورود و رقابت آزادانه در بازار محصول و بازار نیروی کار محافظت شود.

زمانـی که دولت‌ها، مالیات، هزینه‌های دولتی و قوانین مربوط به انتخاب شخصی، داد و ستد داوطلبانه و هماهنگی در بازار را وضع می‌کنند، آزادی اقتصادی را کاهش داده‌اند. همچنین محدودیت‌هایی که ورود به مشاغل و فعالیت‌های کسب و کار را برای افراد دشوار کند نیز از عوامل کاهش‌دهنده آزادی اقتصادی به حسـاب می‌آید. آدام اسمیت یکی از اولین اقتصاددانانی بود که به شـکل خاصی از آزادی اقتصادی اشـاره کرد و تفکرات او توسط متفکران دیگری مانند جان اسـتوارت میل، لودویگ فون میزس، فردریش هایک و میلتون فریدمن دنبال شد.

در سوی دیگر این مناظره شخصیت‌های منتقد سیستم آزادی اقتصادی قرار دارند و در مقابل آن، از یک نظام اقتصادی مشـخص و توصیف‌شده از طریق برنامه‌ریـزی اقتصادی متمرکز و کنترل دولتـی دفاع می‌کنند. این افـراد طرفدار نقش دولـت در اقتصاد بوده و از جملـه آنها می‌توان به ژان ژاک روسـو و کارل مارکس (و همچنین مدافعان آن در قرن بیسـتم نظیر ابـا لرنر، جان کنـث گالبرایث، مایکل هارینگتن و رابرت هایلبرونر) اشـاره کـرد. آنها معتقدند کـه بازار آزاد به ایجاد بازارهـای انحصاری، بحران‌های مزمـن اقتصـادی، نابرابری درآمـد و افزایش فقر در جامعه منجر شـده و عاملـی که می‌تواند از بروز این مشـکلات در زندگی مردم جلوگیری کند، کنترل سیاسی است.

در اوایل قرن بیسـتم بود که کنترل دولتی در قالب کمونیسم به سرعت رشـد کرد و البته هم‌زمان با سقوط اتحاد جماهیر شوروی بر افتاد. دیدگاه سوسیالیسـتی درخصـوص آزادی اقتصادی دربرگیرنده مفهـوم آزادی به عنوان یک شرایط منسجم و در تضاد با یک مفهومِ انتزاعی یا اخلاقی از آن است. این رویکرد نسبت به آزادی را می‌توان تقریباً به دیدگاه سوسیالیستی در زمینه خلاقیت نوع بشـر و اهمیت آزادی خلاق و نتیجه‌بخش منسـوب دانسـت. دیدگاه سوسیالیسـت‌ها به خلاقیت به عنوان یک جنبه اساسـی طبیعت بشـر بوده و بنابراین آزادی در موقعیت یا کشوری تعریف می‌شود که در آن افراد قادر هسـتند بدون هیچ ممنوعیت و بدون هیچ مانعی چه از حـوزه کمبود منابع و چه از حوزه نهادهای حاکم قدرت، ابداع و نوآوری خود را ابراز کنند.

مارکسیسـت‌ها بر اهمیـت آزادی افـراد جامعه از اجبـار و روابط اجتماعی اسـتثماری و بیگانـه در حوزه تولید تاکیـد دارند؛ روابطی که افـراد را مجبور می‌کنند تا در آن فعالیت تولیدی شـرکت کنند. در ایـن دیدگاه همچنین بر اهمیت توسـعه اقتصادی به عنوان عامل فراهم‌کننـده موارد اساسـی در جهت ایجاد دولـت در جامعه تاکید می‌شـود؛ دولتی که در آن میزان منابع کافی وجود دارد و به هر یک از افـراد جامعه اجازه می‌دهد تا علایـق و منافع خلاق واقعی خود را دنبال کنند.

امـا در مقابل، طرفداران بازار آزاد هر دو جنبه لزوم وجود حاکمیت قانـون بـرای آزادی اقتصادی و لـزوم وجود آزادی اقتصـادی برای حاکمیت قانون را اسـتدلال می‌کنند. فردریش هایک معتقد است که قانون بیش از هر عامل دیگری در جهت رفاه جامعه غرب کمک کرده است. دیگر اصول مهم در زمینه حاکمیت قانون شامل عمومیت آن و برابری همگان در برابر قانون اسـت که نیازمند است تا تمامی قوانین حقوقـی به طور برابر نسـبت به همـه افراد جامعه اعمال شـود. این اصول می‌توانند به عنوان تدابیر امنیتی در برابر محدودیت‌های شدید موجود در حوزه آزادی در نظر گرفته شـوند چراکه آنها نیازمند آنند که تمامی قوانین به طور برابر برای همگان، حتی قدرت‌های سیاسـی و قهری و حتی حاکمان اعمال شوند.

در کتاب «کاپیتالیسم و آزادی» که در سال ۱۹۶۲ میلادی به چاپ رسـید، فریدمن دیدگاه فردریش هایک را بیشـتر توسعه داد. مطابق ایـن دیـدگاه، در حالی که آزادی اقتصادی یکـی از مهم‌ترین اجزای آزادی کامل اسـت، شـرط لازم برای آزادی سیاسـی نیز به حسـاب می‌آیـد. به اعتقاد او، کنترل متمرکـز فعالیت‌های اقتصادی همواره با سرکوب سیاسی همراه بوده است. در دیدگاه او ویژگی داوطلبانه بودن مبادلات و تنوعات گسترده‌ای که این امر موجب آن می‌شود، تهدیدی برای رهبران سیاسی سرکوبگر به حساب آمده و به ناگزیر قدرت آنها را به میزان زیـادی کاهش می‌دهد. با حذف کردن کنترل متمرکز از حـوزه فعالیت‌های اقتصادی، قدرت اقتصادی از قدرت سیاسـی جدا شـده و یکی از آنها می‌تواند به عنوان خنثی‌کننده دیگری عمل کند. به تصور فریدمن، سـرمایه‌داریِ رقابتی، برای گروه‌های اقلیت جامعه اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا نیروهای غیرشـخصی بـازار، به دلایلی که ربطی به بهره‌وری مردم ندارد، از آنها در مقابل تبعیض در فعالیت‌های اقتصادی‌شان حمایت می‌کند.

اقتصـاددان مکتب اتریش، لودویگ فون میزس، نتیجه می‌گیرد که آزادی سیاسی و آزادی اقتصادی به طور متقابل به یکدیگر وابسته‌اند: «ایـن عقیـده که آزادی سیاسـی می‌تواند در نبـود آزادی اقتصادی حفظ شـود و بالعکس، نوعی توهم است. آزادی سیاسی نتیجه آزادی اقتصادی است. اینکه مشـاهده می‌شود قدمت سرمایه‌داری با قدمت دولت مردمی یکی شده، یک اتفاق تصادفی نیست.»

هایک نیز در کتاب «راه بردگی» می‌گوید که کنترل اقتصادی تنها کنترل بخشـی از زندگی بشر نیسـت که بتوان آن را از سایر بخش‌ها جدا کرد. او به سیاسـت‌های سوسیالیسـتی به عنوان شیب لغزنده‌ای که می‌تواند به توتالیتاریانیسـم ختم شود، انتقاد کرده است. گوردون تولاک می‌گوید که «استدلال هایک - فریدمن» ظهور توتالیتاریانیسم را در اکثر دولت‌های کشـورهای اروپای غربی در اواخر قرن بیسـتم میلادی پیش‌بینی کرده بود، در صورتی که این پیش‌بینی در واقعیت اتفاق نیفتاد.

رتبه‌بندی بنیاد هریتیج درباره آزادترین اقتصادهای جهان در سال ۲۰۲۰

اقتصاد ایران بسته‌تر شد

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

آزادی اقتصـادی بـه آن معناسـت کـه افـراد بتوانند راهـی را که می‌خواهند بـه جامعه بپیوندند، انتخاب کننـد. (لودویگ فون میزس، اقتصاددان مکتب اتریش)

در تازه‌ترین رتبه‌بندی بنیاد هریتیج از آزادترین اقتصادهای جهان در سال ۲۰۲۰، ایران با رتبه ۱۶۴ در میان «اقتصادهای بسته» قرار گرفت. ایران در این گزارش با کسب نمره ۴۹,۲ از لحاظ درجه آزادی اقتصادی نسبت به سال ۲۰۱۹ میلادی، ۱,۹ واحد افت کرده که به‌معنای بسته‌تر شـدن اقتصاد ایران نسـبت به سال گذشته اسـت. ایران در رتبه‌بندی سـال ۲۰۱۹ با امتیاز ۵۱,۱ در جایگاه ۱۵۵ جهان ایسـتاده بود که در رتبه‌بندی امسال، ۹ پله بسته‌تر شده است.

بنیاد هریتیج از سـال ۱۹۹۵ به این سـو، هر سـاله از کیفیت آزادی اقتصادی کشـورها گـزارش می‌دهد و به رتبه‌بندی کشـورها برمبنای شـاخص آزادی اقتصادی می‌پردازد. شـاخص آزادی اقتصادی می‌تواند تصویری از وضعیت اقتصادی هر کشـور ارائه دهد و بیشـتر به امکانات اقتصادی، مالی و قانونی که باعث تسهیل فرآیند سرمایه‌گذاری و ایجاد کار می‌شـود، اشـاره دارد. برای اینکه چنین فضایی در کشوری وجود داشـته باشد باید قوانین مناسـب برای حمایت از سرمایه‌های خارجی شـکل بگیرد و مکانیزم رسیدگی به اختلافات در فرآیند کار هم مدون و قانونمند باشد.

روش‌شناسی شاخص آزادی اقتصادی

بنیاد آمریکایی هریتیج درجه آزادی اقتصادی کشورها را با استفاده از ۱۲ زیرشاخص می‌سنجد. این ۱۲ مولفه در چهار گروه عمده دسته‌بندی می‌شـوند و در نهایت، رتبه و امتیاز کشـورها از لحاظ آزادی اقتصادی در قالب گزارشی سالانه منتشر می‌شود. این چهار گروه عمده که بنیاد هریتیج از آنها به عنوان چهار ستون آزادی نام می‌برد، شامل «حاکمیت قانـون»، «اندازه دولت»، «کارایی قوانین و مقررات» و «آزادی بازارها» اسـت. هر کدام از این چهار گروه اصلی، سـه مولفه یا زیرشاخص را در خود جای داده‌اند تا بررسی شاخص آزادی اقتصادی کشورها با مراجعه به این ۱۲ مولفه ممکن شـود. بنیاد هریتیج با بررسـی هر کدام از این شاخص‌ها و مولفه‌ها، نمره‌ای از صفر تا صد در نظر می‌گیرد و در نهایت، میانگین نمره کلی هر کشور را محاسبه می‌کند که بیانگر درجه شاخص آزادی اقتصادی کشـور موردنظر اسـت. هرچه این امتیاز به عدد ۱۰۰ نزدیک‌تر باشـد، به معنای آزادتر بودن اقتصاد و هرچه به صفر نزدیک باشد به‌معنای بسته‌تر بودن اقتصاد است.

کشورها برمبنای این شـاخص در چند دسته قرار می‌گیرند؛ نخست کشـورهایی که شـاخص آنها بین ۸۰ تا ۱۰۰ است و اقتصادهای کاملاً آزاد نام دارند. دسـته دوم کشـورهایی که شاخص آزادی اقتصادی آنها بین ۷۰ تا ۸۰ اسـت و در رده آزاد قرار می‌گیرند. همچنین کشورهایی که شاخص آزادی اقتصادی آنها بین ۶۰ تا ۷۰ است در رده اقتصادهای تقریبا آزاد هسـتند و در نهایت کشـورهایی که شاخص آنها بین ۵۰ تا ۶۰ است در رده تقریبا غیرآزاد می‌ایستند.

ایران در کجای جهان ایستاده است؟

در تازه‌تریـن رتبه‌بنـدی شـاخص آزادی اقتصادی در سـال ۲۰۲۰ میلادی، سـنگاپور با امتیاز ۸۹,۴ در جایگاه نخست به عنوان آزادترین اقتصاد جهان ایسـتاده است. هنگ‌کنگ که در سال ۲۰۱۹ توانسته بود همچون سـال‌های قبل در جایگاه نخست قرار گیرد، در سال ۲۰۲۰ با افت ۱,۱ واحدی امتیاز و نمره ۸۹,۱ به رتبه دوم تنزل یافت. کشورهای نیوزیلند، اسـترالیا، سـوییس و ایرلند نیز به ترتیب در رتبه‌های بعدی آزادترین اقتصاد جهان قرار گرفتند.

امـا در انتهای فهرسـت و در رده بسـته‌ترین اقتصادهای جهان، کره شمالی با امتیاز ۴,۲ در جایگاه ۱۸۰ جهان قرار گرفته است. پس از کره شمالی نیز کشورهای ونزوئلا، کوبا، اریتره، جمهوری کنگو و بولیوی در قعر فهرسـت بسـته‌ترین اقتصادهای جهان در سال ۲۰۲۰ ایستاده‌اند. البته بنیاد هریتیج شـش کشـور عراق، لیبی، لیختن‌اشتاین، سومالی، سـوریه و یمن را به دلیـل جنگ و اوضاع داخلی، بـدون رتبه‌بندی از فهرست ۲۰۲۰ بیرون گذاشته است.

اقتصاد ایران نیز در رتبه‌بندی امسـال بنیاد هریتیج، بالاتر از اقتصاد کشورهایی همچون لیبریا، بروندی، گینه استوایی، سیرالئون و الجزایر و پایین‌تر از کشورهایی همچون موزامبیک، چاد، کنگو و سورینام، در رده اقتصادهای بسـته جهان قرار دارد. ایران همچنین در میان ۱۴ کشـور منطقه منا (خاورمیانه و شـمال آفریقا) در رتبه سیزدهم ایستاده و تنها الجزایر جایگاهی پایین‌تر از ایران دارد.

عنـوان آزادتریـن اقتصاد منطقـه منا هم در سـال ۲۰۲۰ به امارات متحده عربی رسید. این کشور با کسب نمره ۷۶,۲ پس از ایالات متحده آمریکا، در رتبه هجدهم فهرسـت کلی کشـورها از نظر شاخص آزادی اقتصادی قرار دارد. پس از امارات نیز کشورهای قطر و بحرین به عنوان آزادترین اقتصادهای منطقه منا معرفی شده‌اند.

بنیـاد هریتیـج در توضیح دلایلی کـه باعث افت رتبه ایـران از نظر شـاخص آزادی اقتصادی در سـال ۲۰۲۰ شده اسـت، به تحریم‌های آمریکا اشـاره کـرده که با اثرگذاری منفی بر نرخ رشـد تولید ناخالص داخلـی، وضعیـت آزادی اقتصـادی را بد و بدتر کرده اسـت. تورم بالا و دورقمـی در اقتصاد ایران، دلیل دیگری اسـت که گزارشـگران بنیاد هریتیج در چرایی بسـته‌تر شـدن اقتصاد ایران بیان کرده‌اند. به گفته بنیاد هریتیج، اتکای بیش از حد ایران به اقتصاد نفتی نیز باعث شـده است تا رشد پایدار اقتصادی به هدفی دور و بلندمدت تبدیل شود.

کالبدشکافی وضعیت آزادی اقتصادی ایران

از میان شـاخص‌های دوازده‌گانه بنیاد هریتیج، بالاترین امتیاز ایران به زیرشـاخص «هزینه‌های دولت» با نمره ۸۹,۲ تعلق دارد. پس از آن، زیرشـاخص «سلامت مالی» با امتیاز ۸۶,۵ و «بار مالیاتی» با امتیاز ۸۱ قرار دارد که هر سـه شاخص در گروه اصلی «اندازه دولت» دسته‌بندی می‌شـوند. در نقطه مقابل نیـز بدترین امتیاز ایران در دو زیرشـاخص «آزادی سـرمایه‌گذاری» و «آزادی مالـی» به ترتیب با نمره ۵ و ۱۰ از گروه «آزادی بازارها» بوده است.

سـیر امتیاز و رتبه ایران از نظر شاخص آزادی اقتصادی در یک دهه اخیر بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ نشان می‌دهد که روند رو به رشدی که از سـال ۲۰۱۴ شروع شد و تا سال ۲۰۱۹ ادامه داشته متاسفانه در سـال ۲۰۲۰ متوقف شده اسـت. بهترین امتیاز ایران در این دوره ۱۰ سـاله مربوط به سال ۲۰۱۹ با امتیاز ۵۱,۱ بوده است که در رتبه ۱۵۵ جهان ایسـتاد و بدترین امتیاز ایران نیز به سـال ۲۰۱۴ با امتیاز ۴۰,۳ اختصاص داشته که در جایگاه ۱۷۳ جهان قرار گرفت.

نگاهی به شاخص‌های سنجش آزادی اقتصادی

از اقتصاد آزاد تا آزادی اقتصادی

همان‌گونه که هرگاه سـخن از عدالت به میان می‌آیـد، این اقتصاددانان سوسیالیسـت هسـتند که از آن دفاع می‌کنند، هر زمان سخن از آزادی به میان می‌آید، این اقتصاددانان معتقد به بازار آزاد هستند که مدعی اصالت آن هستند. آزادی اقتصادی در اندیشه اقتصاددانان معتقد به بازار آزاد به معنای رهایی از چنگال محدودیت‌های دولتی اسـت، یعنی هرچه دخالت دولت در مکانیسـم بازار کمتر باشد، آزادی اقتصادی بیشتر محقق می‌شود. در دیگر سـو، آزادی اقتصادی در اندیشه اقتصاددانان سوسیالیست به معنای رهایی از چنگال سرمایه‌داران است که طبقه کارگر را استثمار می‌کنند. در نتیجه هر چقدر قدرت سـرمایه‌داران محدودتر شود و به مالکیت اشتراکی احترام بیشتری گذاشته شود، آزادی اقتصادی نیز بیشتر محقق شده است.

در این بین، آزادی اقتصادی، مفهومی با گسـتره معنایی است که عمدتا به مقررات و محدودیت‌های دولتی کمتر برای مشـارکت نهادها و بنگاه‌های خصوصی گفته می‌شـود. به عبارت بهتر، آزادی اقتصادی را می‌توان فرآیند کاهش نظارت مسـتقیم بر اقتصاد دانسـت تا توسعه اقتصادی حاصل شود. چنین هدفی با ایجاد زیرسـاخت‌های قانونی کـه از آنها به عنوان نهادهای آزادی یاد می‌شود، محقق خواهد شد. بسیاری از کشورها در دهه‌های اخیر این فرآیند را با هدف افزایش رقابت‌پذیریِ فضای اقتصادی‌شـان در سطوح مختلـف دنبال کرده‌اند. تا جایی که عملاً در کشـورهای در حال توسـعه، آزادسـازی اقتصادی به افزایش سـرمایه‌گذاری‌های خارجی ختم می‌شود. یعنی سیاسـت‌هایی در این کشـورها در پیش گرفته می‌شود که با کاهش قوانین دست و پاگیر، ورود سرمایه‌های خارجی به داخل کشور تسهیل شود. چین واضح‌ترین مثال این ماجراست.

در این میان، همه‌سـاله ارزیابی‌های مختلفی به منظور اندازه‌گیری آزادی اقتصادی در کشـورهای مختلف جهان صورت می‌گیرد و دو شاخص آزادی اقتصـادی جهـان (EFW) و شـاخص آزادی اقتصـادی (IEF) مهم‌ترین معیارهای سنجش این مقوله است. شاخص اول که توسط گوارتنی، لاسن و بلاک در موسسه فریزر ایجاد شده، تا سال ۲۰۰۰ بسیار رایج بود و بیشترین کاربرد را در مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی و اجتماعی داشـت. در مقابل شـاخص آزادی اقتصادی که از سـوی بنیاد هریتیج معرفی شـد، به دلیل جامعیت در ارزیابی پژوهش‌های آماری مناسـب‌تر است، اما از آنجا که این شاخص در سال ۱۹۹۵ ایجاد شده و اطلاعات آن برای سال‌های پیش از این تاریخ در دسـترس نیست، در انجام پژوهش‌های مقایسه‌ای-تاریخی کاربرد کمتری دارد.

طبق گفته‌های طراحان این دو شاخص، رده‌بندی‌های ارائه‌شده همبستگی زیادی با میانگین درآمد بالاتر در کشـورهای مختلف دارد و وزن این مورد در نتیجـه کلی رتبه‌بندی حدود ۱۰درصد اسـت. معیارهـای اصلی هر دو شـاخص عبارتنـد از: آزادی در مبـادلات تجاری، انـدازه و نقش دولت در اقتصاد، سیاست‌های پولی و مالی کشورها و قوانین مربوط به حقوق مالکیت. همچنین امید به زندگی، سطح سواد، مرگ و میر نوزادان، دسترسی به منابع آب و فسـاد در جامعه، دیگر معیارهایی هسـتند که برای ارائه رده‌بندی در نظر گرفته می‌شوند. براساس بررسی‌های انجام‌شده، آزادی اقتصادی بیشتر، با شـادی و نشـاط مردم یک کشور به شدت همبسـتگی دارد. این مورد را هر دو شـاخص موسسـه هریتیج و فریزر تایید می‌کننـد، اما این دو معیار تفاوت‌هایی هم با یکدیگر دارند. برای مثال، شـاخص موسسـه فریزر نشان می‌دهد کشـورهایی کـه آزادی اقتصادی بالاتری دارنـد، به طرز معناداری کمتر در جنگ شـرکت کرده‌اند. کیفیت دموکراسی در یک کشور نیز تاثیر چندانی بر این شـاخص نشان نمی‌دهد، در حالی که شاخص بنیاد هریتیج چنین چیزی را مدنظر قرار می‌دهد. جالب اسـت که با نگاهی به سه کشور صدرنشـین رده‌بندی بنیاد هریتیـج می‌توان دریافت کـه درگیر بودن در جنگ‌های جهانی به شـدت در میزان آزادی اقتصادی تاثیر داشـته است؛ این یعنی هنگ‌کنگ، سنگاپور و استرالیا در طول دهه‌های اخیر تقریباً هیچ جنگی را تجربه نکرده‌اند.

بنیاد هریتیج همچنین ابعاد بیشـتری از فعالیت‌های بخش خصوصی را در سـنجش آزادی اقتصادی در نظر می‌گیرد که همین امر سبب شده تا با استفاده از این شاخص، آزادی اقتصادی در پژوهش‌ها ۶,۲درصد افزایش یابد. به همین دلیل اعضای بانک جهانی هم برای محاسبه تغییرات سرمایه‌گذاری در کشـورهای مختلف از شـاخص آزادی اقتصادی بنیاد هریتیج اسـتفاده می‌کنند.

بنیاد هریتیج در تهیه این شاخص، چهار فاکتور قانونمندی، بزرگی دولت، راندمان قانون و در نهایت باز بودن بازارهای اقتصادی را بررسی می‌کند و هر فاکتور شامل سه زیربخش بسیار مهم است. زیربخش‌های فاکتور قانونمندی عبارتند از حقـوق دارایی‌ها، کارایی نظام قضایی و عملکرد دولت در اجرای قانـون. دومین فاکتور کارایی قانون اسـت که زیربخش‌های آن نیز شـامل آزادی کسـب و کارها، آزادی بازار کار و آزادی پولی اسـت. در بخش اندازه دولت هم سه زیربخش مهم دیده می‌شود که عبارتند از هزینه‌های دولتی، فشـار مالیاتی و سلامت مالی در اقتصاد کشور. همچنین در بخش باز بودن بازارها سه زیربخش مورد مطالعه قرار گرفته که شامل آزادی تجارت، آزادی سرمایه‌گذاری و آزادی فضای مالی است.

با وجود مزایای این شـاخص برای محاسـبه آزادی اقتصادی، اما این امر کاستی‌هایی نیز دارد. لاسن که خود از ایجادکنندگان شاخص موسسه فریزر بوده است، می‌گوید: «بدون شک تمامی تلاش ما معرفی شاخصی به منظور محاسـبه هرچه دقیق‌تر آزادی اقتصادی است، اما این کار از جهاتی مشابه اقتصاددانانی اسـت که به دنبال روش بهینه برای محاسـبه تولید ناخالص داخلی کشورها هستند، چون هرچه تلاش کنید باز هم فعالیت‌های اقتصادی وجود دارند که قابل کمی‌سازی و سنجش نیستند. چنین مشکلی در مورد آزادی اقتصادی نیز صدق می‌کند.»

افزون بر آن، انتقاداتی هم به نحوه محاسـبه این شـاخص‌ها وارد است، از جمله اینکه نتایج حاصل از این شاخص‌ها به دلیل فرضیه‌هایی است که در ساختار آنها نهفته و ممکن است کاملاً با واقعیت تطابق نداشته باشد. رابطه میان اسـتانداردهای زندگی و آزادی اقتصـادی بهترین مثالی در این مورد است. این در حالی اسـت که در کشورهای توسعه‌نیافته، که آمارها چندان شفاف نیستند، بخش زیادی از اقتصاد به صورت غیررسمی فعالیت می‌کنند بنابراین محاسـبه آزادی اقتصادی با این روش‌ها که مستلزم آمارهای واقعی است، چندان دقیق و کارآمد به نظر نمی‌رسد. در نتیجه برخی بر این باورند که باید متغیرهای اجتماعی بیشـتری را متناسـب با شـرایط هر کشور در سنجش آزادی اقتصادی وارد کرد تا نتیجه کار همخوانی بیشتری با واقعیت داشته باشد.

نبض بازار مسکن با گذشت نیمی از فصل بهار چگونه می‌زند؟

معاملات مسکن به صفر رسید

تازه‌ترین آمارها از وضعیت بازار مسکن حکایت از آن دارد که شیوع کرونا، اثر خود را به شدت روی بازار مسکن گذاشته است.

به گزارش خبرآنلاین، تازه‌ترین آمارها از ارزان شدن خانه در فروردین‌ماه امسال حکایت دارد؛ این برخلاف روندی است که بازار مسکن در ماه‌های پایانی سال ۹۸ دنبال می‌کرد. آنطور که از گزارش وزارت راه و شهرسازی برمی‌آید، در فروردین ماه امسال متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی در مناطق بیست‌ودوگانه تهران با کاهش ۷۲ صدم درصدی در مقایسه با آخرین ماه سال ۹۸ به ۱۵ میلیون و ۵۴۵ هزار تومان رسید. در اسفندماه سال گذشته متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی در تهران ۱۵ میلیون و ۶۵۸ هزار تومان بود. همچنین در اولین ماه امسال ۱۰۹۶ فقره قرارداد در سامانه املاک و مستغلات ثبت شد که در مقایسه با ۹۰۷۷ فقره اسفندماه سال گذشته حاکی از کاهش ۸۷درصدی دارد.

این اعداد و ارقام، حکایت از آن دارد که کرونا، اثر خود را به شدت روی بازار مسکن گذاشته است. کاهش معاملات که دلیل اصلی آن شیوع کرونا و توقف فعالیت‌های خرید و فروش مسکن بود، باعث شد که قیمت‌ها در نخستین ماه بهار امسال ثابت بماند و حتی در برخی مناطق کاهش ۵۰۰ تا ۸۰۰ هزار تومانی را در هر مترمربع تجربه کند و البته در برخی مناطق پرتقاضا نیز رشد نسبی را تجربه کند.

معاملات مسکن در فروردین ماه به صفر رسید

در این خصوص، رئیس اتحادیه املاک کشوری اعلام کرد: میزان معاملات مسکن در فروردین امسال به صفر رسید و در اسفند ۹۸ کاهش ۳۷درصدی داشت. به گفته مصطفی قلی خسروی، به دلیل تعطیلات که در این حوزه وجود داشته و همچنین بسته بودن مشاوران املاک، هیچ معامله‌ای صورت نگرفته و البته قیمت‌ها هم در این ایام آنطور که باید، کاهش نیافته است.

در این بین، آمار حدود ۱۱۰۰ فقره‌ای معاملات مسکن در فروردین امسال نشان می‌دهد از هر سه نفری که به طور طبیعی انتظار می‌رفت در این ماه نسبت به خرید مسکن اقدام کنند، دو نفر به دلیل شرایط ناشی از شیوع کرونا از معامله انصراف داده و خریداران، بازار مسکن را موقتا ترک کرده‌اند.

نتیجه این وضعیت افت شدید معاملات مسکن بود که در آمار رسمی نیز منعکس شد. فعالان بازار مسکن تعطیلی بنگاه‌های ملکی در فروردین و نیز بی‌میلی تهرانی‌ها به جست‌وجوی ملکی در شرایط خطر ابتلا به کرونا را عامل این افت بی‌سابقه عنوان می‌کنند، اما در عین حال انتظار دارند بخشی از کسانی که خریدار واقعی مسکن هستند و پیش از شیوع ویروس کووید-۱۹ مشغول جست‌وجو در بازار مسکن پایتخت بوده‌اند، معاملات خود را به اردیبهشت که شرایط فعالیت کسب‌وکارها قدری طبیعی‌تر شده و وحشت از ابتلا به این ویروس اندکی تقلیل یافته است، منتقل کنند. اگر این‌گونه باشد، نبض معاملات مسکن در اردیبهشت اندکی تندتر خواهد زد و این موضوع در آمار رسمی ماهانه قابل ردیابی است.

آمارها همچنین بیانگر آن است که قیمت مسکن در تهران ظرف سه سال ۲۵۴ رشد کرده است. میانگین قیمت مسکن در پایتخت از ۴.۴ میلیون تومان در هر متر مربع در اسفند ۱۳۹۵ به متری ۱۵.۶ میلیون تومان در اسفند ۱۳۹۸ رسید. با توجه به این موضوع، توان متقاضیان مصرفی به شدت کاهش یافته و احتمالا نمی‌توان در سال ۱۳۹۹ ردپایی از آنها در بازار مسکن پیدا کرد و کماکان این بازار در قبضه ۷۷درصد سفته‌باز که مدام بر طبل گرانی مسکن می‌کوبند، باقی می‌ماند؛ مگر آنکه با اعمال سیاست‌های مالیاتی، زمینه دور شدن دلالان از این بازار فراهم شود تا بلکه متقاضیان واقعی مشروط به ثبات قیمت مسکن تا چند سال آینده فرصت خرید پیدا کنند.

محتمل‌ترین سناریو در بازار مسکن ۹۹

در این شرایط، پیش‌بینی‌های متعددی از بازار مسکن سال ۹۹ منتشر می‌شود، اما رئیس گروه اقتصاد مسکن دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی، سناریوی محتمل بازار مسکن سال ۹۹ را عدم جهش برای بازار مسکن دانست.

نرگس رزبان با بیان اینکه در شرایط فعلی، ارائه هرگونه پیش‌بینی درخصوص وضعیت پیش روی بازار مسکن امر چندان آسانی نیست و ممکن است به دلیل وجود برخی نااطمینانی‌ها شرایطی کاملا متفاوت با وضعیت فعلی در ماه‌های آینده بر بازارها از جمله بازار مسکن حاکم شود، گفت: تحلیل‌ها و پیش‌بینی‌ها درخصوص وضعیت پیش روی بازار مسکن با فرض ثبات شرایط و پارامترهای درونی و بیرونی بازار مسکن ارائه می‌شود و ممکن است در صورت وقوع وقایع غیرمترقبه، شرایط دیگری بر بازار حاکم شود.

وی عنوان کرد: براساس مولفه‌های درونی و بیرونی اثرگذار بر بازار مسکن با فرض ثبات شرایط کنونی، رشد قیمت مسکن در سال ۹۹ نباید از حد تورم عمومی فراتر رود؛ پیش‌بینی می‌شود رشد قیمت مسکن در سال ۹۹ نسبت به سال ۹۷ حداکثر معادل ۳۰درصد رقم بخورد و بنابراین انتظار جهش قیمتی برای بازار مسکن سال ۹۹ تقریباً امری بعید به نظر می‌رسد.

رزبان توضیح داد: یکی از مهم‌ترین عوامل درونی بازار مسکن که باعث محدود شدن رشد قیمت مسکن در سال جاری حداکثر به میزان تورم و حتی کمتر از آن می‌شود، وضعیت مالی و توان خرید سمت تقاضای مسکن است. با توجه به اینکه هم‌اکنون سمت تقاضای مصرفی مسکن و به خصوص خانه اولی‌ها با توان مالی تضعیف شده در بازار مواجه‌اند، انتظار می‌رود در سال جاری هم مانند سال گذشته این افراد در خرید مسکن چندان موفق نباشند. در واقع تضعیف قدرت خرید سمت تقاضای مصرفی به دلیل رشد قابل توجه قیمت مسکن طی دو سال گذشته در سال ۹۹ نیز بر حجم تقاضای مسکن اثرگذار خواهد بود. این موضوع حتی می‌تواند سایر تقاضاهای موجود در بازار مسکن به خصوص تقاضای سفته‌بازی را تحت تأثیر قرار بدهد و از میزان آن نیز بکاهد.

وی تأکید کرد: از سوی دیگر نیاز به واحدهای مسکونی کوچک متراژ و ارزان‌قیمت برای پاسخ به تقاضای آن دسته از گروه‌های مصرفی که همچنان قادر به تأمین هزینه خرید واحدهای مسکونی حداقلی هستند افزایش خواهد یافت و از این رو بهتر است سرمایه‌گذاران ساختمانی در سال ۹۹ توان فنی و مالی خود را در این زمینه به کار بگیرند، چراکه تقاضا برای خرید واحدهای مسکونی کوچک متراژ و ارزان‌قیمت همچنان رو به افزایش است. رزبان همچنین از تحولات نرخ ارز، افزایش نقدینگی، کاستی‌های تولید، تحریم، شیوع بیماری کرونا و ... به عنوان دیگر عوامل تأثیرگذار بر روند تغییرات بازار مسکن ۹۹ نام برد و متذکر شد: در چنین شرایطی انتظار می‌رود میزان افزایش قیمت مسکن در سال ۹۹ کمتر از تورم عمومی باشد. این در حالی است که در سال گذشته میانگین قیمت مسکن در شهر تهران بیش از ۵۰درصد رشد کرد.

وضعیت قیمتی مسکن در دوران پساکرونا

در این میان، نایب رئیس اول اتحادیه املاک استان تهران درباره آخرین وضعیت قیمت مسکن بعد از کرونا عنوان کرد: بعد از کرونا قیمت‌ها جهش چشمگیری نخواهند داشت و این بازار هم همانند سایر بازارهای موازی متناسب با نرخ تورم و برابر با عرضه و تقاضا خواهد بود.

حسام عقبایی گفت: باید منتظر ماند و دید بعد از کرونا بازار و اقتصاد کشور به چه سمت و سویی حرکت می‌کند، اما در این شرایط تمامی بخش‌ها برای جلوگیری از جهش قیمت‌ها باید تلاش کنند.

این در حالی است که فرشید پورحاجت، دبیر کانون سراسری انبوه‌سازان کشور با اشاره به اینکه افزایش قیمت مسکن در ماه‌های آینده دور از تصور نیست، گفت: کاهش ارزش پول، نوسانات نرخ ارز و رشد چشمگیر شاخص بورس برای بازار مسکن مشکل‌ساز خواهد بود، در نتیجه مسئولان امر باید با تدابیر و برنامه‌ریزی‌های درست مانع از افزایش قیمت در بازار مسکن شوند.

او خاطرنشان کرد: همچنین باید در اقتصاد کشور پایداری‌های مناسبی وجود داشته باشد تا شاهد بهبود بازار مسکن در دوران پساکرونا باشیم.

فضای کسب و کار در زمستان سال گذشته نامساعدتر شده است

تاثیر کرونا بر محیط کسب و کار

نتایج پایش ملی محیط کسب‌وکار در زمستان سال گذشته نشان می‌دهد که فضای کسب و کار نامساعدتر از فصل پاییز ۹۸ شده است. این در شرایطی است که وضعیت فضای کسب و کار پیش از این در چهار فصل متوالی رو به بهبود بوده است.

براساس نتایج حاصل از پایش ملی محیط کسب‌وکار ایران در زمستان ۱۳۹۸، رقم شاخص کل، ۶،۰۵ (نمره بدترین ارزیابی ۱۰ است) محاسبه‌شده که بدتر از وضعیت این شاخص نسبت به ارزیابی فصل گذشته (پاییز ۱۳۹۸ با میانگین ۶،۰۳) است. همچنین این ارزیابی بیانگر آن است که از دید فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در این پایش، در اکثر استان‌ها، وضعیت بیشتر مؤلفه‌های مؤثر بر محیط کسب‌وکار ایران در زمستان ۱۳۹۸ تا حدودی نامساعدتر شده است.

* موانع اصلی کسب و کار: در زمستان ۱۳۹۸، فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در این پایش سه مؤلفه: «غیرقابل‌پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»، «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار»، «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» را نامناسب‌ترین و سه مؤلفه «محدودیت دسترسی به آب»، «محدودیت دسترسی به حامل‌های انرژی (برق، گاز و گازوییل و ...)، «محدودیت دسترسی به شبکه تلفن همراه و اینترنت» را مناسب‌ترین مؤلفه‌های محیط کسب‌وکار کشور نسبت به سایر مؤلفه‌ها ارزیابی کرده‌اند.

در چهار دوره نخست اجرای این طرح، دشواری تأمین مالی از بانک‌ها به‌عنوان نامساعدترین مؤلفه کسب‌وکار ارزیابی شده بود، اما در ۱۰ دوره اجرا از پاییز ۱۳۹۶ تا زمستان ۱۳۹۸، غیرقابل‌پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات، نامساعدترین مؤلفه کسب‌وکار ارزیابی شده است.

* وضعیت کسب‌وکار در استان‌ها: براساس یافته‌های این طرح در زمستان ۱۳۹۸، استان‌های سیستان و بلوچستان، تهران و کردستان به ترتیب دارای بدترین وضعیت محیط کسب‌وکار و استان‌های مرکزی، آذربایجان غربی و قزوین دارای بهترین وضعیت محیط کسب‌وکار نسبت به سایر استان‌ها ارزیابی شده‌اند. لازم به ذکر است که به دلیل هم‌زمانی اجرای طرح در کشور و شیوع ویروس کرونا، تعداد پرسشنامه‌های تکمیل‌شده در برخی استان‌ها به حد کفایت نبوده، لذا نتایج استانی طرح در این دوره باید بااحتیاط بیشتری مورداستفاده و استناد قرار گیرند.

* شرایط بخش‌های اقتصادی: براساس نتایج این پایش که از سوی مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی اتاق ایران انجام شده است، در زمستان ۱۳۹۸ وضعیت محیط کسب‌وکار در بخش خدمات در مقایسه با بخش‌های صنعت و کشاورزی نامناسب‌تر ارزیابی شده است. در بین رشته فعالیت‌های اقتصادی، رشته فعالیت‌های سایر فعالیت‌های خدماتی، اداری و خدمات پشتیبانی و ساختمان به ترتیب دارای بدترین وضعیت کسب‌وکار و رشته فعالیت‌های سایر فعالیت‌های هنر، سرگرمی و تفریح، املاک و مستغلات و آموزش به ترتیب بهترین وضعیت کسب‌وکار را در مقایسه با سایر رشته فعالیت‌های اقتصادی در کشور داشته‌اند.

* شاخص کسب‌وکار براساس نظریه شین: براساس نظریه عمومی کارآفرینی شین، شاخص ملی محیط کسب‌وکار ایران در زمستان ۱۳۹۸، عدد ۶،۱۹(عدد ۱۰ بدترین ارزیابی است) به‌دست‌آمده است که بهتر از وضعیت این شاخص در ارزیابی فصل گذشته (پاییز ۱۳۹۸ با میانگین ۶،۱۵) است. میانگین ارزیابی محیط اقتصادی عدد ۶،۳۹ است که در ارزیابی فصل گذشته عدد ۶،۵۰ حاصل شده بود و میانگین ارزیابی محیط نهادی عدد ۶،۰۲ است که در فصل گذشته عدد ۵،۸۷ ارزیابی شده بود. نگاه اجمالی نشان می‌دهد محیط جغرافیایی با عدد ۵،۳۹ و محیط مالی با عدد ۸،۶۰ به ترتیب مساعدترین و نامساعدترین محیط‌ها براساس نظریه عمومی کارآفرینی شین بوده‌اند. همچنین در این گزارش میزان ظرفیت فعالیت برای ۱۸۸۰ بنگاه اقتصادی به طور میانگین ۴۰،۳۴درصد و شاخص ملی محیط کسب‌وکار با احتساب اثر کرونا معادل ۶،۱۰ محاسبه شده است.

زمین‌لرزه بامداد جمعه، مصرف بنزین را افزایش داد

کشاکش زلزله و کرونا در مصرف بنزین

پس از آنکه با شیوع کرونا مصرف بنزین در کشور کاهش قابل توجهی یافت، اما زمین‌لرزه بامداد جمعه تنها طی چند ساعت باعث افزایش مصرف بنزین شد، چنانچه مصرف روزانه بنزین کشور در روز جمعه (۱۹ اردیبهشت‌ماه) همزمان با وقوع زمین‌لرزه در استان تهران به ۵۷ میلیون لیتر رسید.

فاطمه کاهی، رئیس روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران در این باره به ایسنا، گفت: مصرف روزانه بنزین کشور روز جمعه (۱۹ اردیبهشت‌ماه) در حالی به ۵۷ میلیون لیتر رسید که این مقدار جمعه هفته پیش از آن (۱۲ اردیبهشت‌ماه) ۵۵ میلیون لیتر بود.

او با اشاره به افزایش ۲ میلیون لیتری مصرف بنزین روزانه در این روز گفت: این افزایش مصرف به دلیل شلوغی و ازدحام مردم در جایگاه‌های عرضه سوخت در نخستین ساعات وقوع زلزله در استان تهران بوده است که پس از ساعاتی از این ازدحام کاسته شد.

طبق اعلام وزارت نفت، رئیس روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی پیش از این اعلام کرده بود: ستاد بحران شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه تهران از همان ساعات اولیه در حالت آماده‌باش قرار گرفت و خوشبختانه به هیچ کدام از تاسیسات و جایگاه‌ها آسیبی وارد نشده است و سوخت کافی در جایگاه‌های سطح شهر و استان تهران وجود دارد.

گفتنی است در ساعت ۴۸ دقیقه بامداد جمعه، ۱۹ اردیبهشت‌ماه زمین‌لرزه‌ای به بزرگی ۵.۱ ریشتر که مرکز آن حومه شهر دماوند در استان تهران گزارش شد، استان تهران را لرزاند و باعث شد تا شهروندان تهرانی شب را در خیابان و خودرو به صبح برسانند.

یادداشت

با «تقسیم کار ملی» از بحران کرونا عبور کنیم

کیومرث کرمانشاهی
معاون اسبق سازمان توسعه تجارت ایران

دنیا با ویروس کووید ۱۹ دست‌وپنجه نرم می‌کند و اکثر کشورها با فاجعه انسانی مواجه‌اند. اقتصاد جهانی از هر دو سوی عرضه و تقاضا با رکود مواجه است، چنانچه رئیس سازمان جهانی تجارت WTO معتقد است که این معضل، تجارت جهانی را با کاهش سی و اندی درصدی در سال جاری مواجه خواهد کرد.

در این شرایط برخی از کشورها بدون توجه به این معضل جهانی و به طور سلیقه‌ای با باز و بسته کردن مرزهای خود به بهانه مباحث بهداشتی، این وضعیت تجارت جهانی را آشفته‌تر می‌کنند بنابراین ضرورت ورود سازمان‌های جهانی به این موضوع هر روز بیشتر احساس می‌شود. علی‌الخصوص ضرورت ورود اتاق بازرگانی بین‌الملل و همراهی اتاق‌های بازرگانی دنیا در امر تجارت بین‌الملل به‌منظور جلوگیری از حادتر نشدن تجارت دنیا ضرورت دارد. لازم است سازمان سلامت جهان WHO با ورود خود، پروتکل‌های بهداشتی لازم را تنظیم کند و سازمان تجارت جهانی و اتاق بازرگانی بین‌الملل (به‌غیر از قانون متحدالشکل اعتبارات اسنادی ICC که برای شرایط عادی تجارت تنظیم شده) با همکاری و همراهی سایر کشورها برای جلوگیری از اعمال سلیقه در شرایط حاضر اقدام کنند.

قطعا رایزنی اتاق بازرگانی ایران می‌تواند در این زمینه کارساز باشد، اما از جمله امور دیگری که در شرایط سخت کسب‌وکار کرونایی برای عبور از وضعیت موجود بایستی صورت پذیرد، «درک واقعیت‌ها و درک شرایط موجود» است. همچنین لازم است که به چند نکته توجه کنیم: اینکه اپیدمی کرونا جهان‌شمول است و فراگیر، ویروس کووید۱۹ فقیر و غنی نمی‌شناسد، اوضاع اقتصاد دنیا با چالش مواجه شده و... .

اقتصاد ایران نیز قبل از شیوع کرونا با چالش مواجه بود و وضعیت اقتصاد ما در مقایسه با بقیه کشورها که در شرایط عادی و غیرتحریمی به سر می‌برند، وخیم‌تر است. قبل از بیماری کرونا به دلایل مختلف می‌گفتیم که سال جدید سال سختی است و با کسری بودجه مواجه هستیم و به دلیل عدم امکان فروش نفت، تولید و صادرات غیرنفتی و مالیات قرار بوده کسری بودجه را تأمین کند، اما حالا با شیوع کرونا شرایط ما از دیگران سخت‌تر است بنابراین در شرایط حاضر چه باید کرد؟ همدلی، همفکری، هم‌افزایی و استفاده از تجارب گذشته، امیدواری، کار تیمی و استفاده از فرصت‌ها و... .

به خوبی می‌دانیم که برندهای معروف و ارزشمند جهانی بعضاً و به خاطر حفظ منافع و سهم بیشتر از بازار با هم ادغام می‌شوند بنابراین توصیه اصلی ضمن درک شرایط موجود، همفکری و کار تیمی جهت عبور از مشکلات است. نباید فلسفه وجودی تشکل‌ها را فراموش کنیم؛ واقعیت این است وظیفه اصلی حاکمیت یعنی دولت، سیاست‌گذاری است و بخش خصوصی وظیفه تصدیگری را دارد. وظیفه حمایت بخش خصوصی هم با اتاق‌های سه‌گانه است. اتاق بازرگانی ایران، تشکلِ تشکل‌هاست و بایستی یک‌صدا یعنی صدای واحد از اتاق در رابطه با هر موضوعی ازجمله؛ مالیات و ارزش‌افزوده، بیمه، مباحث مربوط به قانون کار، تسهیلات بانکی، نرخ ارز، قانون تجارت، مقررات صادرات و واردات و صدور بخشنامه‌های ضدونقیض و خلق‌الساعه، شفافیت، مقابله با تبعیض و رانت و رانت‌خواری و ... شنیده شود. به عبارت دیگر خوب است اتاق بازرگانی در این برهه با نظرخواهی از تشکل‌ها در رابطه با هر موضوعی، یک‌صدای واحد داشته باشد تا تکلیف دولت هم که قرار است با منابع محدود سیاست‌گذاری کند، روشن شود. اما در شرایط بحران از دولت چه می‌خواهیم؟ اول اجماع و یک‌صدایی خود دولت در رابطه با مسائل اقتصادی روز مهم و تأثیرگذار است، یعنی حرف ریاست محترم جمهوری، معاون اول ایشان، وزرا، معاونین، مدیرکل و بقیه بایستی یکی باشد و نه اینکه به طور مثال: رئیس دولت بگوید وضع استان‌های جنوبی سفید است و معاون وزیر بهداشت بگوید استان سفید نداریم (اخبار چند روز پیش در مورد کرونا) و شفاف واقعیت‌ها را به مردم بگویند. سلامت جامعه اولویت بر دیگر مسائل و حتی مسائل اقتصادی داشته باشد. هزینه مبارزه با بهداشت جامعه را از قبیل لباس، دستکش و ماسک و ... را دولت تأمین کرده و با حداقل قیمت به دست مصرف‌کننده برساند. از زمان شروع تا پایان زمان بحران ناشی از ویروس، بخشودگی و یا حداقل زمان لازم تنفس برای هزینه‌های بیمه، مالیات و بازپرداخت تسهیلات و امهال وام‌ها را بپذیرند و بانک‌ها نرخ سود تسهیلات را حتی‌المقدور برای بدهکاران شاغل در فضای کسب‌وکار کرونایی را در دوران کرونا کاهش دهند. هزینه بیمه بیکاری را طی دوره بحران تأمین و بپردازند. از صدور بخشنامه‌های خلق‌الساعه که مخل کسب‌وکار است، بپرهیزند و فضای کسب‌وکار را سخت‌تر از شرایط موجود نکنند. در سال جدید که سال «جهش تولید» نام‌گذاری شده است، ضمن کاهش تعرفه‌های موردنیاز تولید در حوزه واردات، خصوصاً برای تولید صادراتی، هزینه‌های تولید و قیمت تمام‌شده را کاهش دهند، شرایط را برای بازگرداندن بازارهای ازدست‌رفته صادرات به علت بسته شدن مرزها فراهم کنند و به‌هیچ‌وجه هیچ تصمیمی بدون نظرخواهی و مشارکت بخش خصوصی و اتاق ایران به‌عنوان تشکلِ تشکل‌ها گرفته نشود و اتاق هم با ساماندهی تشکل‌ها در هر موردی نظریه واحد و اصولی بخش خصوصی را به اطلاع بخش سیاست‌گذار برساند. اگر همین کارها انجام شود، به نظر می‌رسد عمده مشکلات به وجود آمده حل‌وفصل خواهد شد. همچنین هرگونه منابع ناشی از یک‌صد هزار میلیارد تومان تخصیصی با نظرخواهی اتاق ایران و تشکل‌ها با برنامه و عادلانه تخصیص یابد. در خاتمه و در مقابل به نظر می‌رسد که هرگونه درخواست از دولت در شرایط فعلی باید منطقی باشد و بی‌جهت طرح نشود.

امسال به دلیل شرایط خاص باید همه حوزه‌ها با برنامه کار کنند و برنامه‌ها با «تقسیم کار ملی» تعیین تکلیف شود. یعنی براساس اولویت‌بندی هر کدام از مشکلات ملی کشور ازجمله مباحث رقابت‌پذیری، مشکلات بانکی، قوانین کار، توسعه صادرات غیرنفتی، جهش تولید و... باید با هماهنگی کامل در دستور کار مسئولین دولتی و خصوصی قرار گیرد و با عزم جدی و «تقسیم کار ملی» انجام شود؛ به‌نحوی که وظیفه و تکلیف هر دستگاه مشخص باشد تا با رصد و پیگیری دستگاه‌های نظارتی، هر دستگاه موظف به ارائه گزارش کار باشد. همچنین با قدردانی از دستگاه‌هایی که به وظایف خود عمل کرده‌اند و معرفی آنان به‌عنوان نهاد پیشرو و نمونه، به دستگاه‌هایی که به وظیفه خود عمل نکرده‌اند، تذکر داده شود و این دستگاه‌ها معرفی شوند تا بالاخره معلوم شود، کدام دستگاه‌ها، کار کشور را معطل کرده‌اند. در این صورت است که پیشرفت امور در کارهای ملی ازجمله جهش تولید، اجرای اصول اقتصاد مقاومتی و تحقق شعار سال یعنی «جهش تولید» اتفاق خواهد افتاد.

سکه و ارز

سد مقاومتی دلار تغییر کرد

جهش ۱۲۰ هزار تومانی قیمت سکه

قیمت دلار در اولین روز هفته با افزایشی ۱۰۰ تومانی، بار دیگر سد مقاومتی شکل گرفته در بازار را شکست و به قیمت ۱۵ هزار و ۸۰۰ تومان در صرافی‌های بانکی به فروش رسید.

در روز شنبه، هر دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی یک گام دیگر به کانال ۱۶ هزار تومان نزدیک شد تا پیشروی این ارز شاخص در بازار آزاد در کانال ۱۶ هزار تومان سرعت گیرد. نرخ خرید دلار در صرافی‌های بانکی نیز به ۱۵ هزار و ۷۰۰ تومان رسید و بر این اساس سد مقاومتی شکل گرفته در بازار دلار تغییر کرد و در حالی که پیشتر این سد ۱۵ هزار و ۷۰۰ تومان بود، با افزایش نرخ‌ها بار دیگر به کانال ۱۶ هزار تومان نزدیک شد.

همزمان با رشد قیمت دلار در صرافی‌های بانکی و بازار آزاد قیمت هر یورو نیز به ۱۷ هزار و ۲۰۰ تومان رسید که رشدی ۱۰۰ تومانی را نسبت به روز قبل شاهد است. نرخ خرید یورو نیز ۱۷ هزار و ۱۰۰ تومان گزارش شد.

همچنین هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار آزاد تهران با رشد ۱۲۰ هزار تومانی قیمت به مبلغ ۶ میلیون و ۷۷۰ هزار تومان فروخته شد. عامل اصلی رشد قیمت طلا و سکه در معاملات این روز، افزایش قیمت دلار در داخل و بهای اونس در بازارهای جهانی بود.

بر این اساس، نرخ دلار با رشد ۱۰۰ تومانی به ۱۵ هزار و ۸۰۰ تومان رسید. اونس طلا نیز به ارزش یک هزار و ۷۰۰ دلار فروخته شد. هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان قیمت‌گذاری شد. نیم سکه نیز ۳ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان، ربع سکه یک میلیون و ۹۳۰ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی یک میلیون تومان تعیین قیمت شد.

هر گرم طلای خام ۱۸ عیار ۶۵۶ هزار تومان و هر مثقال طلا نیز ۲ میلیون و ۸۴۲ هزار تومان ارزش‌گذاری شد. اونس هم با عبور از مرز یک هزار و ۷۰۰ دلار عبور کرده و پیش‌بینی‌ها حاکی از رشد بیشتر آن در هفته‌های آتی است.

پیش‌بینی تحلیلگران در نظرسنجی هفتگی کیتکونیوز

روند افزایشی طلا ادامه دارد

در نظرسنجی هفتگی کیتکونیوز، اکثریت هر دو گروه کارشناسان وال استریت و سرمایه‌گذاران تحت تاثیر آمار اشتغال ماهانه آمریکا که نشان داد کارگران زیادی ماه گذشته از کار بیکار شده‌اند، ادامه روند افزایش قیمت طلا در هفته جاری را پیش‌بینی کردند.

به گزارش ایسنا، گزارش روز جمعه وزارت کار آمریکا نشان داد که شمار مشاغل غیرکشاورزی در آوریل ۲۰.۵ میلیون مورد کاهش پیدا کرده است و نرخ بیکاری به ۱۴.۷درصد صعود کرده که بالاترین سطح از اوایل دهه ۱۹۳۰ تاکنون محسوب می‌شود. ضعف شدید بازار کار با توجه به آمار هفتگی متقاضیان دریافت بیمه بیکاری پیش‌بینی شده بود.

شون لاسک، از مدیران شرکت والش تریدینگ در این باره به کیتکونیوز، گفت: اگر قرار باشد مشاغل از دست رفته احیا شوند، ابهامات فراوانی وجود دارد. تصور می‌کنم طولی نخواهد کشید که طلا حداقل تا مرز ۱۷۵۰ دلار صعود خواهد کرد و رکورد بالاترین قیمت امسال که ۱۷۸۸ دلار بود را خواهد شکست.

در نظرسنجی کیتکونیوز از کارشناسان وال استریت برای هفته جاری، ۱۱ نفر شرکت کردند که از میان آنها شش نفر معادل ۵۵درصد به افزایش قیمت طلا و سه نفر معادل ۲۷درصد به کاهش قیمت طلا رأی دادند و دو نفر معادل ۱۸درصد نظر خنثی داشتند.

در این بین، ۷۵۰ نفر در نظرسنجی آنلاین کیتکونیوز شرکت کردند که از میان آنها، ۵۰۲ نفر معادل ۶۷درصد افزایش قیمت طلا و ۱۳۹ نفر معادل ۱۹درصد کاهش قیمت طلا در هفته جاری را پیش‌بینی کردند و ۱۰۹ نفر معادل ۱۵درصد نظری نداشتند.

در نظرسنجی کیتکونیوز برای هفته گذشته اکثر کارشناسان وال استریت و سرمایه‌گذاران افزایش قیمت طلا را پیش‌بینی کرده بودند. بهای معاملات آتی هر اونس طلا در بازار نیویورک روز جمعه پس از نوسان زیادی که تجربه کرد با ۱۱ دلار و ۹۰ سنت معادل ۰.۷ درصد کاهش، در ۱۷۱۳ دلار و ۹۰ سنت بسته شد اما برای کل هفته ۰.۸درصد رشد قیمت ثبت کرد.

ریچارد بیکر، دبیر نشریه «اورکا ماینرز ریپورت» در میان کسانی بود که به افزایش قیمت طلا خوشبین هستند. او گفت که از دست رفتن ۲۰.۵ میلیون شغل در آوریل نسبت به رقم نابودی ۲۱.۵ میلیون شغلی که پیش‌بینی شده بود بهتر بود و به نظر می‌رسد که تنش‌های اخیر میان آمریکا و چین فروکش کرده است اما در بهترین حالت، بهبود اوضاع وحشتناک اخیر تدریجی صورت می‌گیرد و در نتیجه هجوم به سوی دارایی‌های پرریسک می‌تواند به راحتی جای خود را به ریسک‌گریزی دهد به خصوص اگر خبر بد دیگری منتشر شود.

وی ادامه داد: بیماری کووید ۱۹ باعث کاهش تقاضا در چین و هند شده و برخی از بانک‌های مرکزی روند خرید طلا را کاهش داده‌اند اما شکاف به وجود آمده از جانب آنها توسط سرمایه‌گذارانی پر می‌شود که به دنبال دارایی امن هستند. این امر طلا را به روند بازارهای سهام حساس‌تر می‌کند و انتظار می‌رود که نوسان قیمت طلا ادامه پیدا کند. پیش‌بینی من این است که طلا در هفته جاری تا مرز ۱۷۵۰ دلار صعود خواهد کرد.

جیم ویکاف، تحلیلگر تکنیکال ارشد کیتکونیوز بیان کرد: نمودارهای فنی به نفع روند افزایشی قیمت طلا مانده‌اند.

دانیل پاویلونیس، کارگزار ارشد کالا در شرکت «آر جی او فیوچرز» اظهار کرد که انتظار دارد طلا در کوتاه‌مدت عقب‌نشینی کند، اما تصور نمی‌کند که روند صعودی بلندمدت این فلز ارزشمند خاتمه پیدا کرده باشد.

فیلیپ استرایبل، استراتژیست ارشد بازار در شرکت «بلو لاین فیوچرز» نسبت به روند قیمت طلا نظر خنثی داشت و گفت: روند قیمت طلا به چندین عامل بستگی دارد. اگر نرخ‌های بهره منفی شوند، همه به سمت طلا هجوم می‌برند و همچنین نرخ‌های بهره منفی باعث سقوط شاخص دلار می‌شود و از قیمت طلا پشتیبانی می‌کند، اما اگر سرمایه‌گذاران همچنان وضعیت وخیم اقتصادی را نادیده گرفته و در بازارهای سهام آمریکا فعالیت کنند، بهای معاملات طلا احتمالا کاهش پیدا می‌کند و در محدود ۱۷۰۰ دلار می‌ماند.

آسیب کرونا به اقتصاد در افزایش چک‌های برگشتی پیداست

دومینوی چک‌های برگشتی

ویروس کرونا به بسیاری از کسب و کارها آسیب زده و آسیب بخش‌های اقتصادی از شیوع کرونا در جهش قابل توجه شمار چک‌های برگشتی قابل مشاهده است، به طوری که صاحبان مشاغل مختلف در پاس کردن چک‌های خود دچار مشکل شده و شمار قابل توجهی از چک‌ها به دلیل کسری یا فقدان موجودی برگشت خورده است.

به گزارش ایرنا، در اسفندماه ۹۸ یعنی نخستین ماهی که کشور به طور جدی درگیر کرونا شد، بسیاری از کسب و کارها یا ناچار به تعطیلی شده و یا با کاهش شدید مشتری و فروش مواجه شدند که باعث شد آنها نتوانند به تعهدات مالی خود عمل کنند. نگاهی به آمارها به خوبی گویای وضعیت پیچیده و دشوار کسب و کارهای مختلف به ویژه مشاغل خرد در دوران شیوع کروناست.

در حالی که میزان چک‌های برگشتی در دی ۹۸ (پیش از شیوع کرونا) از نظر تعداد ۳.۹درصد و از نظر مبلغ ۷.۷درصد افزایش داشت و در بهمن‌ماه نیز میزان چک‌های برگشتی از نظر تعداد ۳.۶درصد و از نظر مبلغ ۴.۱درصد بالا رفت؛ به یکباره در اسفندماه (پس از شیوع کرونا) با رشد بی‌سابقه و شتابان چک‌های برگشتی مواجه شدیم.

رد پای کرونا در افزایش چک‌های برگشتی

گزارش‌ها نشان می‌دهد که در اسفند ۹۸، حدود یک میلیون و ۳۶ هزار فقره چک به ارزش حدود ۱۷۷ هزار میلیارد ریال در کل کشور برگشت داده شد که نسبت به بهمن‌ماه از نظر تعداد ۴۴.۲درصد و از نظر ارزش ۵۱.۹درصد افزایش داشته است. روند صعودی میزان چک‌های برگشتی در ایام کرونا به حدی بوده که بانک مرکزی تلاش کرده است، از شدت قوانین سختگیرانه نسبت به چک‌های برگشتی کم کند تا صاحبان مشاغل آسیب‌دیده از کرونا با مشکلات کمتری مواجه شوند. براساس اصلاح قانون چک، قوانین سخت‌گیرانه‌ای برای دارندگان چک‌های برگشتی در نظر گرفته شده بود که باعث می‌شد ادامه فعالیت برای آنها دشوار شود. این قوانین سخت‌گیرانه اگرچه در حالت عادی باعث افزایش شفافیت عملکرد صادرکنندگان چک شده و امنیت معاملات را بالا برده بود، اما در زمان شیوع کرونا، این قوانین سخت‌گیرانه، مشکل‌ساز شده بود.

وابستگی و تعامل مشاغل و کسب و کارهای مختلف به حدی است که عدم توان یک فعال اقتصادی در عمل به تعهدات مالی و ناتوانی در پاس کردن چک، می‌تواند باعث ناتوانی سایر مشاغل مرتبط در پاس کردن چک‌های‌شان شود. مشاغل خرد به همدیگر وابسته هستند به طوری که پول دریافتی از یک مشتری را به حساب یکی دیگر واریز می‌کنند؛ آن فرد نیز پول دریافتی را به شخص دیگر پرداخت می‌کند. بر این اساس، چرخه تعاملات اقتصادی به حرکت درآمده و افراد زیادی را منتفع می‌کند.

اما اگر در این چرخه پولی، یک نفر نتواند به تعهدات مالی خود عمل کند، به طور دومینووار همه کسب و کارهای مرتبط دچار چالش شده و نمی‌توانند چک‌های خود را پاس کنند و بدین ترتیب چک‌های اغلب آنها برگشت می‌خورد. در حال حاضر به علت شیوع کرونا، چنین وضعیتی در چرخه اقتصاد کشور حاکم شده به طوری که شماری از کسب و کارهای خرد، با معضل بدهی و ناتوانی در عمل به تعهدات مالی دست به گریبان هستند.

بیشترین علت برگشت خوردن چک‌ها چیست؟

حدود ۹ میلیون و ۵۰۰ هزار فقره چک به ارزش بیش از ۱۴۹۴ هزار میلیارد ریال در اسفندماه ۹۸ در کل کشور مبادله شد. براساس آمار بانک مرکزی، حدود ۸ میلیون و ۵۰۰ هزار فقره چک به ارزش حدود ۱۳۱۸ هزار میلیارد ریال در این مدت وصول شد که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۸.۲درصد و ۱۹.۵درصد افزایش داشته است

همچنین در اسفند ۹۸ حدود یک میلیون و ۳۶ هزار فقره چک به ارزش حدود ۱۷۷ هزار میلیارد ریال در کل کشور برگشت داده شده است که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۴۴.۲درصد و ۵۱.۹درصد افزایش را نشان می‌دهد. بر این اساس، در دوره مورد بررسی، ترتیب ۱۰.۹درصد تعداد و ۱۱.۸ درصد ارزش چک‌های صادره برگشت داده شده است. این در حالی است که در اسفندماه سال ۱۳۹۷، فقط معادل ۸.۸درصد تعداد و ۴.۹درصد ارزش چک‌ها برگشت خورده بود.

در این میان، بررسی‌ها نشان می‌دهد که کسری یا فقدان موجودی از نظر تعداد عامل ۹۷درصد و از نظر ارزش، علت ۹۱.۵درصد از کل چک‌های برگشتی در کشور بوده است. در اسفند ۹۸، حدود یک میلیون و ۵ هزار فقره چک به ارزش حدود ۱۶۲ هزار میلیارد ریال به دلایل کسری یا فقدان موجودی برگشت داده شده است. سایر عوامل برگشت خوردن چک، شامل عدم تطابق امضا، نقص امضا، مغایرت تاریخ عددی و حروفی، مخدوش بودن امضا با مندرجات چک، مغایر بودن مبلغ حروفی و عددی چک و مسدودبودن حساب است.

تلطیف قوانین برای چک‌های برگشتی در ایام کرونا

با توجه بالارفتن شمار چک‌های برگشتی به علت شیوع کرونا، شرایط سخت‌گیرانه برای چک‌های برگشتی، تلطیف شده و تسهیلات موقتی برای دارندگان چک‌های برگشتی در نظر گرفته شده است. بانک مرکزی اعلام کرده است: صاحبان چک‌های دارای سررسید ابتدای اسفند ۹۸ تا پایان اردیبهشت ۹۹ در صورت برگشت چک، مشمول محرومیت قانون صدور چک نمی‌شوند.

بر این اساس، در صورت تسلیم درخواست دارندگان این چک‌ها به بانک یا موسسه اعتباری غیربانکی، ذی‌ربط حداکثر تا سه ماه پس از تاریخ برگشت چک‌های مذکور، مشمول محرومیت‌ها و ممنوعیت‌های ناظر بر چک برگشتی مقرر در ماده ۵ مکرر الحاقی قانون صدور چک نمی‌شود.

ادغام بانک‌های نظامی چه نفعی برای مشتریان بانک دارد؟

ادغام بانک‌ها در ایستگاه پایانی

پرونده ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح که طبق گفته رئیس کل بانک مرکزی روزهای پایانی خود را سپری می‌کند، با ارائه خدمات بهتر به مشتریان، کنترل و تزریق آرامش به پول و بهبود وضعیت سود سپرده و سود بین بانکی، منافع و سهولت‌هایی را برای مردم در ارتباطات بانکی ایجاد می‌کند.

به گزارش ایسنا، پروژه ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح در بانک سپه، از بیش از یک سال پیش کلید خورده و در این مدت نیز اقدامات مقدماتی آن در حال انجام بوده که در پی آن ادغام بانک‌های انصار، قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد و موسسه مالی و اعتباری کوثر در بانک سپه از ماه‌های پایانی سال ۱۳۹۷ آغاز شد و در سال گذشته نیز در تابلوی این بانک‌ها عبارت وابسته به بانک سپه درج شده است. در این زمینه، مدیرعامل بانک سپه در روزهای گذشته از نزدیک شدن ماموریت ملی ادغام به ایستگاه پایانی خود خبر داد و گفت که تمام ارکان بانک سپه آماده برگزاری مجامع نهایی ادغام چهار بانک و یک موسسه مالی وابسته به نیروهای مسلح است.

به گفته وی، با توجه به اقدامات صورت‌گرفته انتظار داریم در صورت کسب مجوز از مراجع ذی‌ربط تا پایان اردیبهشت ماه حداقل دو بانک از مجموع بانک‌ها و موسسه مالی وابسته به نیروهای مسلح رسما به بانک سپه ملحق شوند.

علاوه بر این، پس از آن رئیس کل بانک مرکزی نیز اعلام کرد که ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح در هفته‌های آینده نهایی می‌شود و پیگیری‌های ایسنا مشخص کرد که دو بانکی که قرار است تا پایان اردیبهشت به بانک سپه ملحق شوند، بانک‌های حکمت ایرانیان و قوامین است که کارهای ارزش‌گذاری دارایی‌های آنها تقریبا به پایان رسیده است. بانک‌های مهر اقتصاد و انصار و موسسه مالی کوثر نیز پس از انجام ارزش‌گذاری دارایی‌ها توسط قوه قضائیه به بانک سپه ملحق می‌شوند، در واقع زیرساخت‌های ادغام این بانک‌ها فراهم شده و برای الحاق به بانک سپه در انتظار ارزش‌گذاری دارایی‌ها هستند که به نظر می‌رسد این بانک‌ها نیز در آینده نه چندان دور به بانک سپه ملحق و پروژه ادغام نهایی شود.

همچنین رئیس کل بانک مرکزی در جدیدترین اظهارات خود درباره ادغام بانک‌های نظامی از رسیدن پرونده ادغام بانکی به مراحل پایانی خبر داد و گفت: با تصمیماتی که در جلسه ستاد ادغام این بانک‌ها انجام شد، مجامع ادغام این بانک‌ها برگزار و پرونده مهم‌ترین ادغام بانکی بسته خواهد شد.

اکنون این پرونده طبق اعلام بانک مرکزی با هدف متمرکز کردن توانمندی و ظرفیت بانک‌های انصار، قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد و مؤسسه اعتباری کوثر در قالب یک بانک واحد باثبات و کارآمدتر و به منظور ارائه خدمات بهتر به خانواده نیروهای مسلح و عموم مردم، به مرحله پایانی خود نزدیک شده است.

علاوه بر موارد ذکرشده، طبق گفته همتی در طول ماه‌های گذشته و در پی ادغام، با نظارت بانک مرکزی و تدبیر و راهبری خوب مدیریت بانک سپه، اصلاحات خوبی خصوصا در منابع و مصارف بانک‌های ادغام‌شده انجام شده که به آرامش فعلی پول کمک خوبی شده است و ادغام این نوع بانک‌ها از جمله مواردی است که بر روند کنونی سود سپرده‌ها و سود بین بانکی تاثیر گذاشته تا بانک‌ها از سود سپرده ۱۵درصدی تمکین کنند.

بنابراین ادغام بانک‌های نظامی علاوه بر اینکه یکی از پرونده‌های مهم بانکی را به اتمام می‌رساند و موجب ارتقای بانکداری می‌شود، می‌تواند با تمرکز چندین بانک در یک بانک، خدمات بهتری را به مردم ارائه کند و با کنترل پول و سودهای سپرده بانکی که مردم و معیشت آنها را به دلیل بازپرداخت اقساط وام‌ها تحت تاثیر قرار می‌دهد، نقش موثری برای مردم داشته باشد و آنها را کمتر تحت فشار سودهای سرسام‌آور بانکی قرار دهد.

۱۳میلیارد دلار به ثروت دارندگان ارزهای دیجیتال اضافه شد

بیت‌کوین به بالاترین سطح خود از ماه فوریه رسیده است.

به گزارش سی ان بی سی، بیت کوین پس از دو بار تلاش ناموفق برای شکستن کانال ۹۵۰۰ دلاری موفق به عبور از آن شد و حتی در مقطعی به بالای ۱۰ هزار دلار نیز رسید. این برای نخستین بار از فوریه امسال است که بیت کوین به چنین سطحی می‌رسد و برخی از معامله‌گران فنی امیدوارند دستیابی به این سطح زمینه را برای صعودهای بعدی این ارز دیجیتالی فراهم کند.

صعود اخیر باعث شد دارندگان ارزهای دیجیتالی ۱۳ میلیارد دلار ثروتمندتر شوند که از این میزان، ۲۶۸ میلیون دلار مربوط به بیت کوین بوده است. از مارس سال گذشته تاکنون بهای بیت کوین ۱۵۰درصد افزایش یافته است. در روزهای اخیر، خبر راه‌اندازی آزمایشی ارز دیجیتالی بانک مرکزی چین به صورت محدود در چهار شهر این کشور جان تازه‌ای به معاملات بخشیده است.

متیو دیب، بنیانگذار موسسه استک گفت: ما شاهد یک افزایش محسوس در ورود جریان سرمایه‌ای جدید به بازار ارزهای دیجیتالی بوده‌ایم و بسیاری از بازارهای ارز دیجیتالی و پلتفرم‌های دیجیتالی شاهد افزایش جریانات سرمایه‌ای بوده‌اند.

از زمان تعطیلی گسترده کسب و کارها در سطح جهان به دلیل شیوع کرونا و ریزش شدید شاخص‌های بورسی، تمایل سرمایه‌گذاران به هدایت سرمایه خود به سمت ارزهای دیجیتالی افزایش یافته است و برخلاف شاخص‌های بورسی، بیشتر ارزهای دیجیتالی اکنون در سطح بالاتری از زمان قبل شیوع کرونا قرار دارند. تاکنون بیش از ۲۷۴ هزار نفر در سراسر جهان جان خود را بر اثر ابتلا به کووید-۱۹ از دست داده‌اند.

آرتور هایز، مدیرعامل موسسه «بیت مکس» گفت: شیوع گسترده کرونا در سطح جهان باعث شده است که تقاضا برای ارزهای دیجیتالی به سطح بسیار بالایی برسد. اکنون زمان جشن گرفتن بیت کوین است و معامله‌گران می‌توانند انتظار سود خوبی از نوسانات بازار داشته باشند.

به مانند بیت‌کوین، قیمت بسیاری از ارزهای دیجیتالی دیگر صعودی بود؛ به گونه‌ای که اتریوم با ۱.۶۶درصد افزایش به ۲۱۴.۹۴ دلار، بیت کوین کش با ۴.۶۷درصد افزایش به ۲۶۲.۹۷ دلار، لایت کوین با ۲.۱۵درصد صعود به ۴۸.۲۴ دلار، مونرو با ۲.۸۱درصد افزایش به ۶۴.۶۸ دلار، دش با ۱.۳۱درصد افزایش به ۷۹.۸۵ دلار، زدکش با ۴.۷۱درصد افزایش به ۴۶.۰۵دلار و دکارد با ۱.۲۷درصد کاهش به ۱۴.۸۹ دلار رسید.

رکوردشکنی بزرگ و تاریخی در تالار سهام

شاخص بورس میلیونی شد

فرصت امروز: ساعت ۹ و ۲۰ دقیقه روز شنبه باز هم رکوردی تاریخی در تالار بورس تهران به ثبت رسید و شاخص کل وارد ابرکانال یک میلیون واحد شد. این اما تنها رکورد این روزهای بورس تهران نبود و شاخص کل بورس در طول یک ۱۰ روز گذشته حدود ۲۰۰ هزار واحد و در طول حدود یک ماه گذشته به‌اندازه ۴۰۰ واحد رشد داشته که در طول تاریخ ۵۰ ساله بورس بی‌سابقه است. به اعتقاد کارشناسان این روزها رکوردهای صعودی پی‌درپی شاخص بورس، حمایت تمام‌قد دولت از بازار سرمایه و عرضه سهام‌های دولتی، کاهش جذابیت بازارهای موازی و فریز شدن سود تسهیلات بانکی روی عدد ۱۵درصد همگی باعث شده تا استقبال مردم از بازار سرمایه روزبه‌روز بیشتر شود و سرمایه‌های سرگردان سر از بورس دربیاورند.

همچنین در روزهای گذشته پذیره‌نویسی نخستین صندوق قابل معامله در بورس (ETF) دولتی مرتبط با سهام بانک و بیمه هم آغاز شده و همچنان ادامه دارد؛ فروش بزرگی که برآورد می‌شود تا ۱۶ هزار میلیارد تومان نقدینگی نیاز داشته باشد و به دلیل تخفیف ۲۰درصدی دولت انتظار می‌رود با استقبال گسترده مواجه شود. عرضه سهام دولت در شرکت‌های بورسی در قالب صندوق‌های قابل معامله (ETF) به‌عنوان یکی از اقدامات مهم دولت در راستای حمایت از گسترش و رشد بازار سرمایه و درعین‌حال، استفاده از فرصت تأمین مالی کسری بودجه، از سوی مدیران ارشد دولتی مطرح است. علاوه بر اینها در روزهای گذشته موافقت مقام معظم رهبری با آزادسازی سهام عدالت هم اثرات مثبتی را در بازار سرمایه به دنبال داشته و کارشناسان معتقدند به رونق بیشتر بورس منجر خواهد شد.

این روزها در بورس تهران چه خبر است؟

البته رشد سریع بورس و رکوردشکنی‌های پی‌درپی نگرانی‌هایی را هم در بین کارشناسان به وجود آورده و این سؤال را مطرح کرده که آیا بورس دچار حباب شده است؟ محمودرضا خواجه‌نصیری، نایب‌رئیس هیأت‌مدیره بورس تهران چندی پیش در این باره هشدار داد: «براساس مطالعات انجام‌شده روی سهام شرکت‌های بورس، در سال۹۸، رشد قیمت ۷۵درصد شرکت‌ها، ازنظر تعداد و ۵۵درصد آنها از نظر ارزش، با عملکردشان همخوانی نداشته است.»

خواجه‌نصیری با اشاره به بررسی صورت گرفته درخصوص قیمت سهام ۴۰۰ شرکت بورسی و رشد فروش و سودآوری آنها در سال ۹۸ گفت: «طبق آمارها ۹۸درصد شرکت‌های بازار سرمایه به لحاظ تعدادی، دارای انحراف منفی بازده سهم از رشد فروش و سودآوری هستند و تنها ۲درصد این شرکت‌ها توانستند رشد مساوی و یا بهتر از بازده سهم را تجربه کنند. به‌عبارت‌دیگر قیمت سهام این شرکت‌ها در سال ۹۸ رشد کرده اما در مقابل انتظار رشد سودآوری و فروش آنها با این رشد قیمتی همخوانی ندارد و عملکرد شرکت‌ها نتوانسته آن را پوشش دهد. به‌عنوان مثال درصورتی‌که شرکتی در سال ۹۸ رشد قیمتی ۲۰ برابری را تجربه کرده و قیمت آن امروز ۴۰ برابر نسبت به‌کل فروش سالیانه آن باشد این بدان معناست که اگر این شرکت در ۴۰ سال آینده؛ رشد فروشی نداشته باشد و با همین فروش ادامه دهد ۴۰ سال با حاشیه سود ۱۰۰درصد بفروشد، بازهم به قیمت ارزش امروزی خود نخواهد رسید.»

به اعتقاد کارشناسان برای جلوگیری از تبعات آینده سرمایه‌گذاری در بورس، هدایت نقدینگی براساس اصول بنیادی بازار از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است و باید به سرمایه‌گذاران این نکته را گوشزد کرد که در تصمیم‌گیری‌های خود، اصول بنیادی و فاکتور عملکردی شرکت‌ها را مدنظر قرار دهند.

روزی که شاخص بورس ۷ رقمی شد

شاخص کل بورس که دو روز آخر هفته گذشته را نزولی طی کرده بود، در نخستین روز این هفته با رشد بی‌سابقه ۴۲ هزار واحد وارد کانال یک میلیون واحدی شد. شاخص کل با این صعود ۴۲ هزار و ۲۹۴ واحدی برای نخستین بار در ارتفاع یک میلیون و ۲۰ هزار واحد ایستاد. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۱۱ هزار و ۲۴۶ واحد افزایش به ۳۱۹ هزار و ۳۸۱ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۷ هزار و ۴۶۲ واحد رشد به ۲۱۱ هزار و ۹۱۲ واحد رسید. شاخص آزاد شناور نیز ۵۲ هزار و ۶۲۵ واحد، شاخص بازار اول ۳۱ هزار و ۵۵۹ واحد و شاخص بازار دوم ۸۲ هزار و ۹۵۶ واحد افزایش داشتند.

در معاملات این روز بیش از ۶ میلیارد و ۵۹۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۰۱ هزار و ۱۸ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۲ هزار و ۷۹۹ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۲ هزار و ۶۳ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با یک هزار و ۹۸۸ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با یک هزار و ۹۷۴ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با یک هزار و ۸۲۱ واحد، توسعه معادن و فلزات (ومعادن) با یک هزار و ۵۹۳ واحد و معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با یک هزار و ۳۱۵ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در نقطه مقابل نیز نمادهای سرمایه‌گذاری خوارزمی (وخارزم) با ۸۶ واحد، شیشه همراه (کهمدا) با ۴۹ واحد، بیمه ملت (ملت) با ۳۱ واحد، صنایع آذرآب (فاذر) با ۲۸ واحد، عمران و توسعه فارس (ثفارس) با ۲۵ واحد، بیشترین تاثیر منفی بر شاخص را داشتند. همچنین نمادهای بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان، بانک تجارت، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو، ملی صنایع مس ایران، سرمایه‌گذاری خوارزمی و گلوکوزان از جمله نمادهای پربیننده دیروز بودند. گروه شیمیایی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۵۸۲ میلیون و ۹۰۱ هزار برگه سهم به ارزش ۱۱ هزار و ۷۳۵ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس هم بیش از ۳۶۴ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۱ هزار و ۵۱۳ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۳۹۵ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۴۴ هزار و ۹۳۷ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند) و فرابورس ایران (فرابورس) بیشترین تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای گروه تولید برق عسلویه مپنا (بمپنا)، اعتباری ملل (وملل)، پخش البرز (پخش)، تجارت الکترونیک پارسیان کیش (تاپکیش) و آسیاسیر ارس (حآسا) مانع از رشد بیشتر شاخص فرابورس شدند.

نشانه‌ای از ریزش شاخص بورس وجود ندارد

امیرعلی امیرباقری درباره وضعیت این روزهای بازار سرمایه گفت: از نظر تکنیکال، کانال شاخص بورس و قیمت سهم‌ها به سمت رشد شکسته شده و انتظار می‌رود این رشد در بازار ادامه‌دار باشد و در وضعیت کنونی هیچ نشانه‌ای از اصلاح بازار به چشم نمی‌خورد.

امیرباقری در گفت و گو با ایرنا، گفت: هفته گذشته ارزش معاملات با دستیابی به رکورد بی‌سابقه‌ای به عدد ۲۰ هزار میلیارد تومان در روز رسید که عمده بازیگران این بازار، حقیقی‌ها بودند و ورود نقدینگی تا پایان هفته از جانب حقیقی‌های خرد به بازار ادامه پیدا کرد.

وی ادامه داد: موضوعی که اخیرا زیاد با آن مواجه هستیم، مطرح شدن بحث حباب شاخص بورس است که به دلیل رشد اخیر بورس این موضوع از سوی برخی از فعالان بازار مطرح شده است. در دو سال گذشته با ورود نقدینگی سهامداران حقیقی به بورس، شرکت‌های کوچک و متوسط وارد فاز صعودی شدند و شرکت‌های بزرگ به دلیل عرضه سهام توسط حقوقی‌های خود از رشد بازار جا مانده بودند. اکنون سیل ورود نقدینگی به بازار تا حدودی عرضه حقوقی‌ها را محدودتر و زمینه رشد پرشتاب بازار را فراهم کرده است.

او با بیان اینکه اخیرا حقوقی‌ها دیگر نسبت به گذشته یکه‌تاز بازار نیستند، گفت: سهام شرکت‌های بزرگ که نسبت به شرکت‌های کوچک از رشد بازار جا مانده بودند با محوریت ورود نقدینگی در مسیر رشد قرار گرفتند.

به گفته امیرباقری، با توجه به اینکه روند معاملات شرکت‌های بزرگ تاثیر بسزایی را بر شاخص کل و شاخص هم وزن در بازار دارند رشد اخیر این شرکت‌ها باعث صعود چشمگیر این دو شاخص در کنار یکدیگر شده است. از چند روز آینده مسیر سهام از یکدیگر جدا خواهند شد و دیگر با کلیت رشد در سهام همه شرکت‌های حاضر در بورس مواجه نخواهیم بود.

امیرباقری افزود: سهام شرکت‌های بزرگ که از رشد حقیقی بر پایه تورم و صورت‌های مالی خود جا ماندند مورد اقبال سهامداران در بازار قرار خواهند گرفت و می‌توان بر رشد این سهم‌های بزرگ و شاخص ساز امید داشت.

به اعتقاد وی، در میان‌مدت و بلندمدت به دلیل استقبال دولت و بانک مرکزی از بورس، ورود نقدینگی حقیقی به بازار تا حد زیادی افزایش یافته که این موضوع به مراتب باعث افزایش حجم معاملات در بازار خواهد شد و زمینه رشد معاملات بازار و زمینه عمق بخشیدن معاملات را فراهم خواهد کرد.

امیرباقری در انتها گفت: در چنین بازاری که تعداد زیادی سهامدار وجود دارد و نقدینگی زیادی با این بازار درگیر شده است شاهد افزایش کارایی بازار و و قوام بخشیدن به شاخص‌ها خواهیم بود که به نظر می‌رسد احتمال ریزش و واکنش‌های هیجانی در بازار به مرور زمان کمتر خواهد شد.

در یک گزارش تحلیلی آماری بررسی شد

بازار سرمایه در فروردین ۹۹

شاخص‌کل (وزنی-ارزشی) در فروردین ۹۹ به مقدار ۶۹۰ هزار و ۳۷ واحد رسیده است که این بیشترین مقدار شاخص‌کل طی دوره ۱۳ ماهه اخیر محسوب می‌شود .

به گزارش سنا، در پایان معاملات فروردین ماه ۱۳۹۹ ارزش بازار اوراق بهادار شامل ارزش کل بورس تهران، فرابورس ایران، بورس انرژی و بورس کالا به ۳۵۲۱۵ هزار میلیارد ریال رسید که ۳۴.۶۷درصد رشد نسبت به ارزش بازار اوراق بهادار در پایان سال ۱۳۹۸ (ماه قبل) داشته است.

* شاخص‌های بازار سرمایه: بررسی شاخص‌های بازار سرمایه نشان می‌دهد، شاخص‌کل (وزنی-ارزشی) بورس اوراق بهادار در پایان معاملات فروردین ماه نسبت به پایان سال ۱۳۹۸ (ماه قبل) ۳۴.۵درصد رشد داشته است. به این ترتیب شاخص‌کل (وزنی-ارزشی) به مقدار هزار ۶۹۰ واحد رسیده است که این بیشترین مقدار شاخص‌کل طی دوره ۱۳ ماهه اخیر محسوب می‌شود. شاخص‌کل (وزنی-ارزشی) فرابورس ایران نیز در پایان فروردین ماه با ۳۰.۲درصد افزایش نسبت به پایان سال ۱۳۹۸ (ماه قبل) به مقدار ۸۵۸۳ واحد رسید که این بیشترین مقدار طی دوره ۱۳ ماهه اخیر بوده است.

* ارزش معاملات: به طور کلی مجموع ارزش معاملات بورس‌ها (بورس تهران، فرابورس ایران، بورس کالا و بورس انرژی) در پایان فروردین ماه ۱۳۹۹ به ۱۷۰۹۵۸۲ میلیارد ریال رسید که این مقدار ۵.۹۴درصد نسبت به ماه گذشته (پایان سال ۱۳۹۸) کاهش داشته است.

* جذب و تجهیز منابع: ارزش جذب و تجهیز منابع به تفکیک سرمایه‌ای و بدهی از ابتدای سال تا پایان فروردین ماه ۱۳۹۹ حدود ۲۹۹ هزار میلیارد ریال بوده است. این در حالی است که ارزش جذب و تجهیز منابع در دوره یک ماهه مشابه سال ۱۳۹۸، ۳۷ هزار میلیارد ریال بوده است. همچنین ارزش مانده اوراق بدهی منتشره در پایان فروردین ماه ۱۳۹۹ به بیش از ۱.۶۰۷ هزار میلیارد ریال رسید که از این مقدار ۸۲.۷درصد اوراق با ناشر دولتی، ۱۳.۵درصد اوراق شرکتی و ۳.۸درصد سهم اوراق شهرداری‌ها است. همچنین از منظر نوع اوراق، بیشترین ارزش مانده اوراق به ترتیب مربوط به اوراق اسناد خزانه اسلامی با ۴۲.۵درصد و اوراق منفعت با ۲۰درصد است.

دریچه

رئیس سازمان خصوصی‌سازی خبر داد

مهلت ۲۰ روزه برای تعیین روش مدیریت سهام عدالت

رئیس سازمان خصوصی‌سازی از پایان مهلت تعیین روش مدیریت سهام عدالت تا ۲۰ روز آینده خبر داد و گفت مشمولان سهام عدالت باید بدانند که فقط ۲۰روز تا تعیین نحوه مدیریت سهام عدالت باقی مانده است و این زمان به هیچ وجه تمدید نخواهد شد. علیرضا صالح دیروز در نشست خبری ستاد راهبری آزادسازی سهام عدالت در جمع خبرنگاران گفت: به مدت یک ماه به مشمولان فرصت داده شد تا نحوه مدیریت خود را انتخاب کنند که براساس مدت تعیین شده سهامداران تا هشتم خرداد این فرصت باقی است، اما در صورتی که سهامداران روش مستقیم را انتخاب نکنند سیستم به صورت اتوماتیک روش غیرمستقیم را برای این افراد انتخاب خواهد کرد.

به گفته وی، ساعت ۲۴روز هشتم خرداد ۱۳۹۹، آخرین مهلت اعلام نحوه مدیریت سهام عدالت است. صالح با بیان اینکه برخی از افراد دارای سهام عدالت ۴۹۲ هزار تومانی و برخی دیگر از سهام ۵۳۲ هزار تومانی برخوردارند، گفت: در یک مقطع زمانی ۴۰ هزار تومان سود بین مشمولان توزیع شد، عده‌ای این سود ۴۰ هزار تومان را دریافت نکردند که به رقم ۴۹۲ هزار تومان اضافه شد و در مجموع ارزش سهام آنها به رقم ۵۳۲ هزار تومان رسید. وی خاطرنشان کرد: برخی از افراد دارای سهام عدالت بیش از یک میلیون تومان هستند که از طریق سهم‌الارث به سهام آنها اضافه شده و عده‌ای هم ممکن است دارای سهام عدالت کمتر از ۴۹۲ هزار تومان باشند که این افراد جزو مشمولین سهام عدالت در سال ۸۵ نبودند و از طریق سهم‌الارث رقمی از سهام عدالت فرد متوفی به آنها اختصاص یافته است.

سخنگوی سهام عدالت:

خبرهای خوب بورسی در راه است

سخنگوی سهام عدالت با بیان اینکه خبرهای خوب دیگری نیز در راه است، گفت این تصمیمات در مرحله فعلی برای کسانی است که قصد خرید دارند و اخبار درخصوص تکالیف و اقدامات فروشندگان سهام عدالت یا کسانی که قصد نگهداری این سهام را دارند، در مراحل بعد اعلام خواهد شد. حسین فهیمی در نشست خبری ستاد راهبری آزادسازی سهام عدالت که در وزارت اقتصاد برگزار شد، گفت: اگرچه هرگونه تصمیم درخصوص سهام عدالت برعهده مشمول و براساس توانمندی و دانش و تشخیص اوست، اما توصیه ما نگهداری سهام و نگهداری و نفروختن آن است.

سخنگوی آزادسازی سهام عدالت با اشاره به افزایش مراکز احراز هویت گفت: هم‌اکنون مراکز احراز هویت به ۲ هزار مرکز ارتقا یافته است و دیگر تجمع انبوه مراجعه‌کنندگان را در مقابل بانک‌ها و دفاتر پیشخوان دولتی نمی‌بینیم. فهیمی تاکید کرد: تلاش و هدف‌گذاری ما این است که برای تمام مشمولان بدون جابه‌جایی و مراجعه، خدمات لازم فراهم شود، برای افرادی که قصد خرید دارند، طبیعتا مسیر ورود به بازار سرمایه همان سامانه سجام است، اما اگر افرادی قصد فروش یا نگهداری دارند، کار خاصی لازم نیست انجام دهند و تنها باید به سایت خصوصی‌سازی مراجعه و اطلاعات هویتی خود به ویژه تلفن‌همراه خود را به روزآوری کنند.

به گفته فهیمی، تا هشتم خرداد ۹۹ به این کدهای بورسی دارایی تخصیص پیدا خواهد کرد و بعد از آن با تمرکز بیشتر به سوی استیفای حقوق مشمولان پیش خواهیم رفت.

شرکت پالایش گاز ایلام

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

نوبت دوم

شرکت پالایش گاز ایلام در نظر دارد موضوع ذیل را از طریق مناقصه عمومی به شرکتهایی که دارای گواهینامه صلاحیت معتبر از مراجع ذیربط و ذیصلاح در زمینه موضوع مناقصه میباشند، واگذار نماید.

شماره مناقصه: ۹۹/۰۰۴
موضوع مناقصه: خدمات نگهداری وتعمیرات برق و ابزار دقیق و کارگاههای مربوطه شرکت پالایش گاز ایلام
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار (مناقصه): ۲،۴۷۷،۷۷۴،۰۰۰
نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار (مناقصه): ضمانتنامه بانکی یا فیش نقدی به حساب ۰۱۰۰۵۵۶۶۵۲۰۰۹ بانک صادرات کد ۱۹۰
تاریخ آخرین مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد توسط مناقصه گران: ۹۹/۰۳/۰۱
تاریخ آخرین مهلت درج اسناد در سامانه ستاد توسط مناقصه گران: ۹۹/۰۳/۱۳
تاریخ گشایش پاکات: ۹۹/۰۳/۱۲ (ساعت ۸ صبح)
آدرس دریافت اسناد الکترونیک: www.setadiran.ir
آدرس پستی مناقصه گزار: ایلام/ بخش چوار /صندوق پستی ۱۴۴-۶۹۳۶۱ / کد پستی ۶۹۳۷۱۷۰۱۱۰/ دبیرخانه کمیسیون مناقصات
* مناقصه گران میتوانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۰۷۷ و ۳۲۹۱۲۸۵۰-۰۸۴ (دبیرخانه کمیسیون مناقصات) تماس حاصل فرمایند.
نوبت چاپ اول : ۹۹/۰۲/۲۰ نوبت چاپ دوم : ۹۹/۰۲/۲۱
روابط عمومی شرکت پالایش گاز ایلام
۹۳

شرکت گاز استان خراسان رضوی

آگهی مناقصه (ارزیابی کیفی)

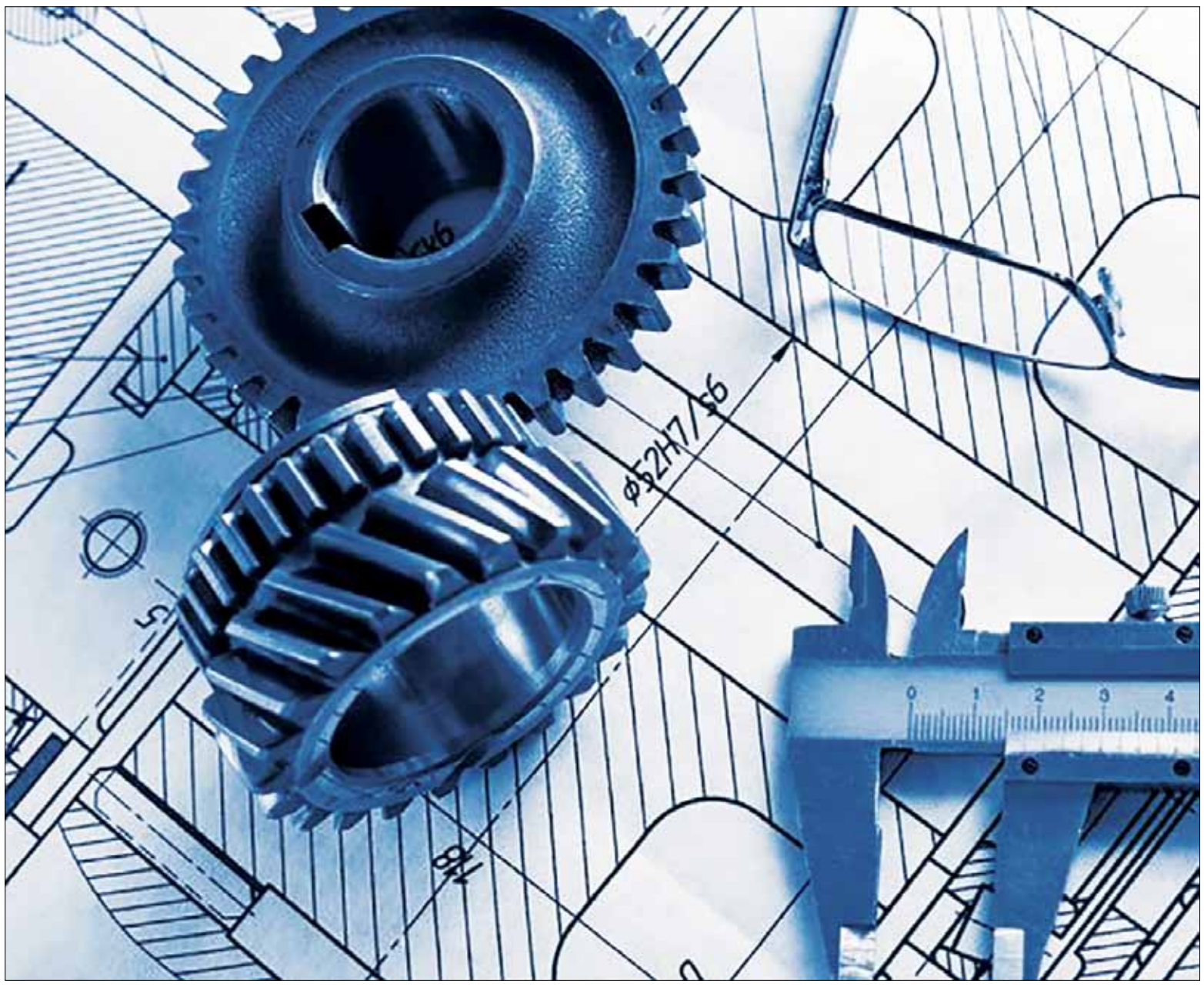
نوبت دوم

شماره مجوز: ۱۳۹۹.۶۵۴

۱- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی
۲- موضوع مناقصه: خدمات راهبری امور اداری، دفتری و ... شرکت گاز خراسان رضوی
۳-شرایط اولیه متقاضیان:
الف- دارا بودن تاییدیه صلاحیت مرتبط از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
ب- دارا بودن ظرفیت خالی ارجاع کار
ج- دارا بودن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کار و امور اجتماعی
د- ثبت نام در سایت www.setadiran.ir و دریافت گواهی امضای الکترونیکی
هـ-ارائه اعلام آمادگی و دریافت کاربرگ‌های استعلام ارزیابی کیفی/ تکمیل و ارائه کاربرگ‌های استعلام ارزیابی کیفی به همراه مستندات مربوطه مطابق مندرجات آن در مهلت مقرر
۴- مهلت اعلام آمادگی و دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: از تاریخ ۹۹/۰۲/۲۰ لغایت آخر وقت اداری ۹۹/۰۲/۲۴
۵- مهلت تکمیل و تحویل کاربرگ‌ها و اسناد استعلام ارزیابی: تا آخر وقت اداری مورخ ۹۹/۰۳/۰۸
۶- نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: مطابق مصوبه شماره ۱۲۳۴۰۲/ ت ۵۰۶۵۹هـ هیات محترم وزیران و اصلاحیه‌های بعدی آن می‌باشد.
۷- یادآورد می‌گردد کلیه مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، در سایت www.nigc-khrz.ir امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۳۷۰۷۲۵۳۲ - ۰۵۱ - فاکس ۳۷۶۴۰۰۳۶ - ۰۵۱ تماس حاصل شود.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۲/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۲/۲۱
۹۲
روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی

جهش تولید یک انتخاب نیست، تنها گزینه برای بهبود معیشت و اقتصاد است



علی صالح‌آبادی، مدیرعامل بانک توسعه صادرات گفت ریشه تورم در ایران صرفا پولی نیست بلکه به متغیرهای واقعی (مانند تولید) نیز ارتباط دارد به این معنا که افزایش تولید در بلندمدت موجب کاهش تورم می‌شود بنابراین رشد تولید موجب بهبود وضع معیشت و اقتصاد مردم می‌شود.

به گزارش خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، اثرگذاری کرونا در اقتصاد ایران چه از جنبه تولید ناخالص داخلی و چه به لحاظ کاهش سطح اشتغال به مهم‌ترین موضوع مورد بحث کارشناسان و تحلیلگران تبدیل شده است. کرونا علاوه بر تبعات مختلف به بخش خصوصی چالش‌هایی را در بودجه عمومی دولت ایجاد خواهد کرد.

هرچند به دلیل تحریم‌های اقتصادی فروش نفت کشور با چالش جدی رو به رو شده بود اما با تدوین برنامه اقتصاد بدون نفت قرار بود دولت روی درآمدهای مالیاتی تاکید بیشتری داشته باشد که بنا بر اظهارنظر رئیس سازمان مالیاتی درآمدهای این بخش نیز با کاهش ۴۰ هزار میلیارد تومانی مواجه خواهد شد.

در این بین یکی از بحث‌هایی که این روزها در فضای مجازی مطرح است، به دلایل انتخاب شعار «جهش تولید» برای سال ۹۹ بازمی‌گردد یا به عبارت دیگر چه ضرورتی داشت که رهبری همانند سال گذشته مسئله تولید را مسئله اول و اصلی کشور معرفی کند؟ همچنین پرداختن به مسئله تولید چقدر می‌تواند در حل مشکلات دیگر اقتصادی و معیشتی مردم و کشور مشکل‌گشا باشد؟ چه فرقی بین رونق تولید که شعار سال گذشته بود و جهش تولید وجود دارد؟ آیا به لحاظ زیرساختی و ظرفیت‌ها، امکان جهش تولید در کشور مهیا است؟

در همین راستا برخی کارشناسان اقتصادی معتقد هستند، امسال با توجه به تداوم تحریم‌های اقتصادی و پیش‌بینی کاهش صادرات غیرنفتی انرژی پایه، ناچار هستیم که جهش تولید را با هدف رفع نیازهای کشور محقق کنیم. بر این اساس باید توجه داشت امروز جهش تولید یک انتخاب نیست بلکه تنها گزینه ممکن برای اقتصاد ایران است.

علی صالح‌آبادی در همین ارتباط در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، به سوالاتی درباره مبنای انتخاب شعار جهش تولید برای سال ۹۹ و ارتباط بین رونق تولید با رفع مشکلات اقتصادی کشور پاسخ داد.

تسنیم: مبنای انتخاب شعار «جهش تولید» چیست؟ چه ضرورتی داشت که رهبری همانند سال گذشته مسئله تولید را مسئله اول و اصلی کشور معرفی کند؟

جهش تولید از لحاظ علمی و مبتنی بر اقتصاد یک موضوع راهبردی بوده و به معنای گذار از شرایط بحرانی خاص در حوزه‌های تولید ناخالص داخلی و ملی، بهره‌وری و اشتغال، بیکاری و تورم، نقدینگی، ارزش پول ملی، ریسک‌های اقتصادی، مالی و پولی و میزان سرمایه‌گذاری جهت رسیدن به رونق و رشد اقتصادی است.

مبنای انتخاب شعار جهش تولید از سوی مقام معظم رهبری ناشی از تحت تاثیر قرار گرفتن اقتصاد ایران از دو پدیده پیچیده تحریم‌ها و گسترش شیوع ویروس کرونا بوده که به واسطه آن دو، بسیاری از کسب و کارهای متوسط و کوچک با کاهش تولید مواجه شده و یا به کلی تعطیل شده‌اند که به تبع آن با کسادی بازار کسب و کارها، میزان درآمدهای مالیاتی دولت جهت تامین بودجه و مخارج عمومی دولت به شدت کاهش می‌یابد.

لذا با توجه به شرایط اقتصاد ملی و انعکاس آن در اقتصاد استان‌ها، به منظور ریشه‌یابی و مبارزه با این پدیده اقتصادی نیازمند یک جهش جهادی در تولید برای جبران و ترمیم واحدهای تولیدی به ویژه کسب و کارهای متوسط و کوچک است. بر این اساس، می‌بایست با الهام از اسناد بالادستی نظیر چشم انداز ۲۰ساله کشور، برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و اقتصاد مقاومتی می‌توان با فراهم کردن بسترهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری نظیر ایجاد امنیت، فضای رقابتی و غیررانتی برای سرمایه‌گذاران، رفع موانع تولید و فراهم کردن تامین مالی و غیرمالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط به خصوص شرکت‌های دانش‌بنیان، طراحی مدل‌های کسب و کارها مبتنی بر فناوری دیجیتال، هدایت نقدینگی جامعه به سمت بازار سرمایه، کاهش فرآیندهای اداری و بوروکراسی در خدمات بانکی، تقویت بخش خصوصی، استارت‌آپ‌ها، پارک‌های علم و فناوری و ... نسبت به اهرم‌سازی بسترهای اقتصادی به سمت جهش اقتصادی اقدام کرد.

تسنیم: پرداختن به مسئله تولید چقدر می‌تواند در حل مشکلات دیگر اقتصادی و معیشتی مردم و کشور مشکل‌گشا باشد؟

مطالعات اقتصادی نشان می‌دهند نرخ رشد اقتصادی مناسب، از مهمترین اهداف اقتصاد کلان کشورها است و رشد اقتصادی نیز با سرمایه‌گذاری در تولید به وجود می‌آید. رشد تولید به ویژه در برخی بخش‌های اقتصاد مانند بخش صنعت، موجبات بهبود وضعیت اشتغال مردم را فراهم می-آورد. همچنین ریشه تورم در ایران صرفا پولی نیست بلکه به متغیرهای واقعی (مانند تولید) نیز ارتباط دارد به این معنا که افزایش تولید در بلندمدت موجب کاهش تورم می‌شود بنابراین به طور خلاصه رشد تولید موجبات بهبود وضعیت معیشتی و اقتصادی مردم را فراهم می‌آورد.

تسنیم: چه فرقی بین رونق تولید که شعار سال گذشته بود و جهش تولید وجود دارد؟

براساس رهنمودهای مقام معظم رهبری، در سال ۱۳۹۸ رونق تولید مبنا قرار گرفت و بخش‌های مختلف کشور ملزم شدند این مسئله را پایه و اساس پیشرفت و توسعه اقتصاد کشور در نظر گیرند. به گفته ایشان با توجه به تشدید تحریم‌های ظالمانه علیه ایران و هدف قرار دادن اقتصاد کشور و معیشت مردم، توجه به تولید کشور بسیار بااهمیت بوده و شناسایی گره‌های مشکلات اقتصادی کشور و رفع آنها منوط به حمایت از تولید ملی است.

از سوی دیگر طبق بیانات مقام معظم رهبری سال ۱۳۹۹ سال جهش تولید نام‌گذاری شده است. ایشان این جهش را به معنای ایجاد تغییرات محسوس در زندگی مردم تفسیر کردند. که این مسئله نیازمند همکاری قوای سه‌گانه و سازمان‌های مختلف و برنامه‌ریزی در این زمینه است. سپس به طور خاص بر مجموعه‌های دانش‌بنیان تأکید کردند و لزوم توجه به جوانان نخبه و فعال را مورد توجه قرار دادند.

به منظور رونق تولید با استفاده از ظرفیت‌ها و امکانات در کشور جهت افزایش تولید و رقابت‌پذیری کالاهای تولیدی صادراتی در بازارهای بین‌المللی اقدام می‌شود. به این منظور کاهش هزینه تولید و پرهیز از اتلاف منابع و بهبود کیفیت محصولات تولیدی مدنظر تولیدکنندگان است این در حالی است که در جهش تولید کلیه واحدهای مرتبط و آحاد ملت علاوه بر حفظ توان تولید موجود می‌بایست از تهدید تحریم‌ها به عنوان فرصتی برای دستیابی به خودکفایی و رقابت‌پذیری کالاهای صادراتی کشور بهره ببرند.

قیمت هر کیلو مرغ ۱۰ هزار و ۸۰۰ تومان

نایب‌رئیس انجمن صنفی مرغداران گوشتی گفت قیمت هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۷ هزار تومان و مرغ آماده به طبخ ۱۰ هزار و ۸۰۰ تومان است.

حبیب اسداله‌نژاد، نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات قیمت مرغ در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون متوسط قیمت هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۷ هزار تومان و مرغ آماده به طبخ در خرده‌فروشی‌های سطح شهر ۱۰ هزار و ۵۰۰ تا ۱۰ هزار و ۸۰۰ تومان است.

وی با انتقاد از این مسئله که ارزانی مرغ در سطح کشور مدیریت می‌شود، افزود: تصور تولیدکنندگان بر آن است که افراد دخیل در قیمت‌گذاری، تمایلی به افزایش قیمت ندارند.

اسداله‌نژاد ادامه داد: با توجه به اختلاف معنادار هزینه تمام شده تولید با قیمت کنونی مرغ، تولیدکنندگان در وضعیت بدی قرار دارند که استمرار این روند به قیمت نابودی صنعت تمام می‌شود.

این مقام مسئول درباره آینده بازار مرغ بیان کرد: با توجه به تعادل نسبی عرضه و تقاضا و کاهش حجم دپو مرغ در واحدها پیش‌بینی می‌شود که قیمت مرغ هفته آینده تا حدی به نرخ منطقی خود نزدیک می‌شود.

نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی ادامه داد: شرکت پشتیبانی امور دام قیمت مرغ شیرینگ پک شده را از ۱۳ هزار تومان به ۱۴ هزار و ۵۰۰ تومان افزایش داده است که به نظر می‌رسد این موضوع در افزایش قیمت مرغ و کاهش زیان مرغداران بی‌تاثیر نیست. وی درباره آخرین وضعیت بازار نهاده‌های دامی بیان کرد: توزیع نهاده‌های دامی با نرخ مصوب از سوی پشتیبانی امور دام در حجم محدود از طریق بازارگاه در اختیار مرغداران قرار می‌گیرد.

اسداله‌نژاد ادامه داد: مرغداران هر کیلو ذرت را با نرخ ۲ هزار و ۴۰۰ تومان و کنجاله سویا ۴ هزار و ۵۰۰ تومان در بازار آزاد خریداری می‌کنند که اختلاف معناداری با کارگروه تنظیم بازار دارد.

نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی در پایان با بیان اینکه ۶۰ تا ۷۰درصد نهاده‌های دامی از بازار آزاد خریداری می‌شود، تصریح کرد: با وجود افزایش هزینه‌های تولید حداقل ۲۵درصد به قیمت تمام شده تولید اضافه شده است که انتظار می‌رود کارگروه تنظیم بازار هرچه سریع‌تر نرخ جدید را اعلام کند.

اخبار

فعالیت دماوند با زمین‌لرزه‌های تهران ارتباطی ندارد

طبق اعلام سازمان زمین‌شناسی ارتباطی میان فعالیت آتشفشان دماوند و زمین‌لرزه‌های استان تهران در سال‌های اخیر مشاهده نشده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان نقل از وزارت صمت، سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور در بیانیه‌ای، اعلام کرد: بررسی داده‌های زمین‌لرزه موسسه ژئوفیزیک دانشگاه تهران و مرکز اروپایی زمین‌لرزه و انطباق موقعیت مراکز روسطحی زمین‌لرزه‌های یک ماه گذشته (و حتی پنج سال گذشته) نشان می‌دهد که هیچ‌کدام از زمین‌لرزه‌های گزارش شده (بزرگ‌تر از ۲.۵) در اطراف آتشفشان دماوند نبوده است، بنابراین زمین‌لرزه‌ها در نتیجه ارتباط با حرکت ماگما یا فعالیت دماوند رخ نداده است. در ادامه بیانیه سازمان زمین‌شناسی آمده است: باتوجه به اینکه نزدیک‌ترین زمین‌لرزه یک ماه اخیر با دماوند حدود ۱۰ کیلومتر فاصله داشته است، ارتباط خاصی میان زمین‌لرزه‌های به‌وقوع پیوسته و فعالیت آتشفشان دماوند وجود نداشته است.

کدام مشاغل بیشترین آسیب را از کرونا دیدند؟

مشاغلی مانند گردشگری، کشاورزی، صنعت پوشاک، خرده‌فروشی مواد غذایی، خدمات اورژانسی و اضطرابی عمومی، آموزش، سلامت و درمان و صنایع خودروسازی از جمله مشاغلی بودند که تحت تأثیر ویروس کرونا آسیب دیدند و بیکاران زیادی دارند. به گزارش خبرگزاری تسنیم، بعد از شیوع ویروس کرونا بخش قابل توجهی از مشاغل تحت تأثیر این ویروس از بین رفتند؛ مشاغلی مانند گردشگری، کشاورزی، صنعت پوشاک، خرده‌فروشی مواد غذایی، خدمات اورژانسی و اضطرابی عمومی، آموزش، سلامت و درمان و صنایع خودروسازی از جمله مشاغلی بودند که تحت تأثیر این ویروس آسیب دیدند. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که صنعت گردشگری که ۱۰٫۵درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را به خود اختصاص می‌دهد در اثر بحران کرونا دچار افتی ۴۵تا۷۰درصدی خواهد شد. با توجه به این تعداد زیادی از ۳۱۹ میلیون شاغل این بخش را زنان و جوانان تشکیل می‌دهد. حمایت از نیروی کار این بخش از اهمیت زیادی برخوردار است. صنعت پوشاک: اشتغال در صنعت پوشاک به شدت تحت تاثیر تعطیلی کارخانه‌ها و مغازه‌ها قرار دارد. مضاف بر این افزایش بیکاری و کاهش درآمدها باعث لغو سفارش‌ها و یا تعلیق تولید تا حد۸۰درصد برای برخی از کارخانه‌های مطرح پوشاک در سطح بین‌المللی شده است.

استمرار رشد تولید، نیازمند حمایت بانک‌ها است

معاون عملیات بانکی بانک ایران زمین با تاکید بر ضرورت حمایت از تولید داخلی اظهار داشت: در سال‌های اخیر با وجود تحریم‌های سخت اقتصادی، شاهد رشد خوبی در حوزه تولید هستیم و استمرار این شرایط نیازمند حمایت بانک‌ها از تولیدکنندگان داخلی هستیم. به گزارش خبرگزاری تسنیم به نقل از روابط عمومی بانک ایران زمین، هادی قدیمی معاون عملیات بانکی این بانک و هیأت همراه در راستای سیاست‌های حمایتی بانک ایران زمین از بخش‌های تولیدی از شرکت نامی نو بازدید کرد. در این بازدید قدیمی با اشاره به نامگذاری سال ۱۳۹۹ به نام جهش تولید توسط رهبر معظم انقلاب گفت: نامگذاری سال جاری به نام جهش تولید نشان از درایت رهبر معظم انقلاب و اهمیت حوزه تولید است و این مهم باید سرلوحه همه فعالین حوزه‌های اقتصادی و مالی قرار گیرد و بانک ایران زمین هم در سال‌های اخیر اولویت اول خود را حمایت تولیدکنندگان قرار داده است. معاون عملیات بانکی به همراه، رئیس بانکداری شرکتی، مدیر منطقه ۱ تهران و رئیس شعبه مرکزی بانک ایران زمین ضمن بازدید از شرکت نامی نو با مدیرعامل این شرکت دیدار و راه‌های همکاری‌های فی مابین را بررسی و بر گسترش همکاری‌ها تاکید کردند.

خبر خوش برای سرمایه‌گذاران طلا

رئیس اتحادیه سازندگان و فروشندگان طلا و جواهر تهران گفت خوشبختانه مساعدت و همکاری لازم انجام شده و برنامه‌ریزی شده که بعد از کرونا، موانع و مشکلات دست و پاگیری مثل رویه‌های گمرکی، ثبت سفارش، نحوه ورود مواد اولیه، استاندارد، بانک مرکزی مرتفع شود.

به گزارش گسترش‌نیوز ،شنیده‌ها حاکی از آن است که یکی از مطالبات تولیدکنندگان و فعالان بازار طلا ظرف چند روز آینده محقق می‌شود و به زودی امکان صادرات طلا فراهم می‌شود. برای بررسی صحت‌وسقم این موضوع و جوانب مختلف آن و نیز اطلاع از آخرین وضعیت بازار با رئیس اتحادیه سازندگان و فروشندگان طلا و جواهر تهران به گفت‌وگو نشستیم. با گسترش‌نیوز همراه باشید. رئیس اتحادیه سازندگان و فروشندگان طلا و جواهر تهران اظهار کرد: صنعت طلای ایران توانمند و جزو هشت کشور برتر جهان است بنابراین باید به آن کمک کرد و موانع از سر راهش برداشت. بارها این موضوع را بیان کرده‌ایم. خوشبختانه اکنون این اتفاق در شرف وقوع است. اگر با کرونا مواجه نمی‌شدیم احتمالاً صادرات طلا حداقل بعد از سیزده به در به‌صورت رسمی شروع شده بود. خوشبختانه مساعدت و همکاری لازم انجام شده و برنامه‌ریزی شده که بعد از کرونا موانع و مشکلات دست و پاگیری مثل چندوچون رویه‌های گمرکی، ثبت سفارش، نحوه ورود مواد اولیه، استاندارد، بانک مرکزی و مشکلات دیگر مرتفع شود. البته باید توجه داشت که فقط محصول نهایی صادر می‌شود نه طلای خام.

طبق برنامه‌ریزی به‌عمل‌آمده صادرات طلا طی چند روز آینده، امکان‌پذیر می‌شود آیت محمدولی ضمن بیان این مطلب افزود: «مسیر بسیاری مناسبی باز می‌شود قاعدتاً ورود به عرصه صادرات طلا برای کسانی که قصد سرمایه‌گذاری زیاد داشته باشند نتیجه‌بخش خواهد بود. قرابت فرهنگی و ارتباطات وسیع باعث شده است که بسیاری از کشورهای همسایه به طلای ایران نیازمند و دنبال خرید باشند. کاهش نسبی قیمت طلا هم در کنار بحث صادرات، تاسیس واحد تولیدی طلا را موجه می‌کند.»

تاثیر کاهش سود بانکی بر بازار طلا

چندی پیش بانک مرکزی اقدام به کاهش سود بانکی کرد، گفته می‌شود که این تصمیم علاقه مردم به سرمایه‌گذاری در حوزه‌هایی مثل مسکن و طلا را بیشتر می‌کند. آیا این اتفاق در حوزه طلا و جواهر افتاده است؟ رئیس اتحادیه سازندگان و فروشندگان طلا و جواهر در پاسخ این سوال گفت: «فعلاً و در شرایط کرونایی نمی‌توان در ارتباط با تاثیر این تصمیم بر علاقه مردم به خرید طلا پاسخ قطعی داد. می‌توان گفت که حداقل در مقطع کنونی تاثیر چندانی نداشته است اما می‌تواند به نفع تولید و صنعت کشور باشد. اگر این اقدام واقعاً علاقه مردم به بازار طلا را افزایش دهد باید بعد از کرونا تاثیر آن را احساس کرد.»

چرا ترمز قیمت خودرو برید؟

وزیـر صمت گفت باید واقعیت را پذیرفـت در دوره‌ای کالاها با ارز ۴۲۰۰ تومان وارد می‌شـد، اما در حال حاضر رقم ارز به رقم نیمایی تبدیل شـده است، بنابراین گرانی دور از انتظار نیست.

اختلاف شدید در ستاد تنظیم بازار با شورای رقابت بر سر مشخص کردن قیمت خودرو و ابلاغ نشـدن میزان رشـد قیمت‌ها به‌خصوص خودروهـای پرتیراژ باعث شـده تا خودروسـازان اعلام کنند فعلاً تمایلی به عرضه خودروهای تولیدشده به نرخ‌های سال گذشـته ندارند و همین موضوع باوجود رکود شدید بازار باعث شده تـا قیمت خـودرو به‌خصوص خودروهای پرتیراژ مانند پراید، تیبـا، پژو ۲۰۶ و... با رشـد چشـمگیری روی کاغذ و در آگهی‌های اینترنتی مواجه شوند. خودروسازان می‌گویند سـال گذشـته هم دولت اجازه نداد آنها نرخ کارخانه‌ای قیمت خودرو را باوجود میانگین تورم بیش از ۴۰درصدی آنچنان که می‌خواسـتند تغییر دهند و حالا در شرایط کنونی که خودروسازان با مشکلات بسیار پساکرونا و تحریم روبه‌رو هسـتند، حاضر نیسـتند خودروها را به قیمت سال گذشـته به فروش برسانند و می‌گویند باید قیمت‌های جدید اعلام شـود. از طرف دیگر بیماری کرونا در چین در ماه‌های گذشـته باعث شـده تا تولید قطعات خودرو کاهش شدیدی پیدا کند؛ همچنین کندشدن تجارت خارجی چالش‌هایی را برای تأمین مواد اولیه بسیاری از کارخانه‌ها ازجمله خودروسازان به وجود آورده که درنهایت به کاهش شدید تولیدات خودرو منجر شده است. از ابتدای سال جاری شرکت‌های خودروسازی اصرار دارند که هرچه سـریع‌تر شورای رقابت و ستاد تنظیم بازار قیمت‌های جدید خودروها را اعلام کنند تا آنها عرضه خودرو را شروع کنند ولی اختلاف‌های شدیدی که بر سر قیمت‌گذاری در شورای رقابت و ستاد تنظیم بازار وجود دارد باعث شده قیمت‌های جدید هنوز کشف نشوند.

رحمانی وزیر صنعت چند روز پیش گفته بود: «سال گذشته خودروسازان افزایش قیمت نداشـتند، اما بازار تلاطم‌های بسیاری داشـت؛ در سال جاری هم براساس برنامه‌ریزی‌هایی مقرر شده است تیراژ تولید بیشتر شود و در این صورت با افزایش تولید بسـیاری از مشکلاتی که الان به آن اشاره شد، هم حل می‌شود.» او با اشاره به اینکه درباره میزان رشـد قیمت خودرو هنوز به نتیجه نرسـیده‌اند، گفت: «باید واقعیـت را پذیرفت در دوره‌ای کالاها با ارز ۴۲۰۰ تومان وارد می‌شـد، اما در حال حاضر رقم ارز به رقم نیمایی تبدیل شده است، بنابراین گرانی دور از انتظار نیست.» اما وزیر صنعت در حالی نیمه‌های هفته گذشته این حرف‌ها را زد که روز آخر هفته قیمت خودروها بار دیگر رشد چشمگیری داشت و قیمت‌ها پرواز کرد تا جایی که قیمت پراید به ۹۰ میلیون تومان رسید. قیمتی که البته وزیر صنعت آن را نامتعارف می‌خواند و دسـتور داده با آن برخورد شـود. رحمانی به رئیس سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان دسـتور داد تا با برخی قیمت‌های غیرمتعارف و فاصله‌دار نسـبت به قیمت واقعی خودرو در بازار آزاد نسـبت به قیمت کارخانه، با همه متخلفان این موضوع با جدیت تمام و قاطعانه برخورد کنند و مراتب را رسماً به مردم اطلاع‌رسانی کنند.»

همچنین رئیس‌جمهوری حسـن روحانی هم عصـر روز جمعه به وزیر صنعت، معدن و تجارت دستور داد تا افزایش قیمت خودرو هرچه سریع‌تر ساماندهی شود. او در گفت‌وگـو با رضا رحمانی گفت: «افزایش قیمت خودرو به این شـکل خلاف مصوبه سـتاد اقتصادی دولـت بوده و قابل‌پذیرش نیسـت و وزارت صمت موظف اسـت سـریع برای کنترل این موضوع ورود کرده و با هرگونـه اقدام متخلفانه در افزایش قیمت خودرو برخورد شود.» در این بین البته سعید موتمنی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو تهران، تعطیلی مراکز شماره‌گذاری خودروها را هم از دیگر دلایل افزایش قیمت خودرو اعلام می‌کند.

خط قرمز اتومبیل‌سازان معتبر دنیا چیست؟

یکی از مهم‌ترین کارهایی که یک شـرکت معتبر تولیدکننده خودرو و وسایل نقلیه در جهان انجام می‌دهد، پاسـخگویی اسـت. دریافـت بازخوردها و نظرات مشـتریان می‌تواند کمک شـایانی به پیشـبرد طرح‌ها و برنامه‌های آتی شرکت داشـته باشد. به گزارش صبحانه، تا به حال دیدید یک خودروساز داخلی بـرای ایرادی فراگیر در یکی از تولیداتـش عذرخواهی کند؟ تا به حال شـنیده‌اید که مدیران یک شـرکت اتومبیل‌سازی داخلی بگویند که ما به خاطر قیمت حاضر نیسـتیم از امکانات اتومبیل کم کنیم؟ تا به حال چند بار شـنیده‌اید که یک خودروساز حاضر شده باشد برای یک نقص کوچک در اتومبیل فروخته شده، خودرو را به طور کامل پس بگیرید و ماشین جدیدی به مشتری بدهد؟ پاسخ این سؤال‌ها در کشور ما معمولا ناامیدکننده است، در حالی که اینها خط قرمزهای اتومبیل‌سازان عظیم دنیا هسـتند که به هیچ وجه از آن تخطی نمی‌کنند. در ادامه برای‌تان بیشتر توضیح داده‌ایم که این خطوط قرمز آنها چیست؟

خط قرمز اول؛ کیفیت اتومبیل

با نگاهی به اتومبیل‌های در معرض فروش گذاشته شده در سایت آگهی دیوار می‌توانید خودتان هم متوجه شـوید که حتی ایرانی‌هـای صاحب اتومبیل‌های خارجـی هـم در توضیحات خود به کیفیت این خودروها در سـاخت و طراحی به عنوان اولین ویژگی اصلی اشـاره می‌کننـد. در حقیقت مهم‌ترین نکته‌ای که خودروسـازان بزرگ جهان به آن فکر می‌کنند، کیفیت محصولات‌شـان اسـت. آنهـا هیچ‌گاه و در هیچ شـرایطی سـعی نکرده‌اند کیفیت را فـدای مثلاً قیمت کننـد. این یک اصل اسـت؛ اگرچـه در برخی موارد سـهل‌انگاری‌هایی صورت گرفته، اما نمی‌توان آن را به حسـاب سیاست‌های کلی کارخانه سازنده گذاشت. طراحی‌هایی که انجام می‌شـود، همگی در راسـتای بهینه‌سازی کیفیت خودرو اسـت. به‌همین دلیل می‌توان گفـت که نگاه به مقوله کیفیـت، می‌تواند نوعی احترام به مشـتری محسـوب شـود. البته در بازاری که رقابت در آن داغ است، خودروسازان به‌خوبی می‌دانند که اگر با افت کیفیت محصولات به‌دنبال راه‌های دیگری باشـند، به‌طور حتم در بازار شکست خواهند خورد. به هر حال بسیاری از خودروسـازان جهان، به‌دنبال ارائه طرح‌هایی برای بهینه‌سازی محصولات‌شان هسـتند. نمونه‌های ارائه‌شده، حتی ممکن است با تغییرات بسیار جزئی به بازار عرضه شوند، اما حتما دلایلی قانع‌کننده برای ارائه آن داشته‌اند.

خط قرمز دوم؛ بی‌احترامی به مشتری

مدیرعامل شـرکت تویوتا چند سال قبل به دلیل نقص فنی در یکی از مدل‌ها به نام پریوس و به‌خاطر فراخوان‌های بزرگ و دردسـرهایی که برای مشـتریان، خصوصا در آمریکا ایجاد شده بود، به‌صورت رسمی عذرخواهی کرد. فیلم مراسم عذرخواهی تویوتا در تمام جهان پخش شـد و تحسـین بسـیاری را برانگیخت. او حتـی بـه آمریکا رفـت و در جمع برخی مشـتریان حاضر شـده و از آنها به دلیل مشـکلات فنی خودروی تولیدی کارخانـه‌اش عذرخواهی کرد. او در یکی از ملاقات‌ها و در جمع ۲۰۰ نفری مشـتریان واشـنگتنی، بـه گریه افتاد و جو را به‌شـدت تحت تأثیر قرار داد. این در حالی اسـت کـه تویوتا، همواره یکی از معروف‌ترین و برترین برندهای خودروسازی جهان بوده و پس از چنین اتفاقاتی، گزارشـی از میزان کاهش فروش محصولات تویوتـا به‌خاطر نقص فنی پریوس در سیسـتم ترمزش منتشر نشد. چنین حرکتی از سوی تویوتا، پس از فراخوان و جمـع‌آوری محصولات مشـکل‌دارش، یکی دیگر از نمونه‌هـای بارز احترام به مشتری است.

خط قرمز سوم؛ پاسخگویی به مشتریان

یکـی از مهم‌ترین کارهایی که یک شـرکت معتبـر تولیدکننده خودرو و وسـایل نقلیه در جهان انجام می‌دهد، پاسـخگویی است. دریافت بازخوردها و نظرات مشـتریان می‌تواند کمک شایانی به پیشـبرد طرح‌ها و برنامه‌های آتی شـرکت داشته باشـد. به همین دلیل در تمامی پایگاه‌های اطلاع‌رسانی خودروسـازان بزرگ دنیا بر روی شـبکه جهانی اینترنت، می‌توانید محلی را پیدا کنید تا نظرات خود را به اطلاع مدیران و مسـئولان کارخانه برسـانید. پاسـخگویی سـریع به سوالات و مشکلات مشـتریان همواره در اولویت قرار می‌گیرد؛ یعنی پاسـخ شـما زودتـر از آن چیزی که فکـرش را می‌کنید به اطلاع‌تان خواهد رسـید. به‌همین دلیل اسـت که کارخانه‌هایی مانند تویوتا، مجبور می‌شـوند، میلیون‌ها دلار غرامت و خسارت به مشتریان خود بدهند. همچنین برگزاری نظرسنجی‌های حرفه‌ای همواره به شرکت‌های خودروساز کمـک کـرده تا از حال و هـوای بازار و وضعیت فروش خود به‌دقت کسـب اطلاع کنند. این نظرسـنجی‌ها معمولاً به‌وسیله شرکت‌های حرفه‌ای صورت می‌گیرد که در قراردادی با سـازندگان اقدام به طراحی فرم‌های مخصوص و انتشار آن می‌کنند.

زیان انباشته ۲۰ هزار میلیارد تومانی خودروسازان نتیجه قیمت‌گذاری دستوری است

معـاون دفتـر صنایـع خودرو و نیرومحرکه وزارت صمـت درخصوص وضعیت تولیدات خودرویی طی دهه اخیر تحت تأثیر قیمت‌گذاری دسـتوری در مقایسه با قیمت‌گذاری در حاشـیه بازار طی ۲۰ سال گذشـته اظهار داشت نرخ‌گذاری دستوری همواره کاهش سـرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، افت تولید و نهایتاً کاهش بهره‌وری را به همراه داشته است.

امیر جعفرپور در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، ضمن اشـاره به تشدید آثار منفـی قیمت‌گذاری دسـتوری طی ۱۰سـال اخیر به ویژه در سـال ۹۷ و ۹۸، گفت: به ازای قیمت‌های دسـتوری، زیان انباشـته ۲۰ هـزار میلیارد تومانی به خودروسازان تحمیل شد.

وی در ادامـه بیان کرد: با بهـره‌وری می‌توان قیمت خودرو را تا حدی کاهش داد اما ۷۲درصد قیمت خودرو را قیمت مواد اولیه تشکیل می‌دهد و ۹درصد آن به نیروی انسانی برمی‌گردد.

معـاون دفتر صنایع خودرو و نیرومحرکـه وزارت صمت با بیان اینکه نیازمند بررسـی نیروی مازاد در دو خودروسـاز بزرگ کشـور هسـتیم، اذعان داشـت: هزینه‌هایـی که قطعه‌سـازان بـا آن مواجه هسـتند، امکان اسـتفاده از نیروی مازاد را محدود می‌کند و در شـرکت‌های ایران خودرو و سـایپا نیز تلاش‌هایی درخصـوص افزایش بهـره‌وری در حوزه نیروی انسـانی، افزایش تولید و کاهش ضایعات صورت گرفته است. جعفرپور با اشاره به هزینه ۲۰درصدی خودروسازان ناشـی از پرداخت مالیات و عوارض براساس قانون گفت: هزینه‌های پولی و مالی مشـمول تخفیفات نمی‌شـود مگر اینکه قانون‌گذار با عدول از مبالغی در بخش شـماره‌گذاری و براسـاس قانون حمایت از ارزش افزوده میزانی از بخشودگی را در نظـر بگیرد. وی با بیان اینکه اعمال تغییرات در قیمت خودرو بازه وسـیعی را شـامل نمی‌شـود، گفت: در صورت تأمین قیمت مواد اولیـه با قیمت کمتر، برگزاری میزهای سـاخت داخل که تاکنون کاهش ۲۷۵ میلیون دلاری ارزبری را بـه همراه داشـته اسـت و همچنین سـاخت متعهدانه قطعاتی کـه تاکنون داخلی‌سازی نشده است، قطعاً کاهش هزینه‌ها محقق خواهد شد.

وی با اشـاره به قیمت‌گذاری دسـتوری برمبنای ۱۶ ماه گذشـته بیان کرد: خودروسازان در حال حاضر نیازمند همکاری تأمین‌کنندگان مواد اولیه هستند و اگر تولیدکنندگان موادی نظیر فولاد و پتروشیمی، مکلف به کسب سود حداقلی شوند؛ کاهش قابل توجهی در قیمت تمام شده خودرو را شاهد خواهیم بود.

معـاون دفتـر صنایع خـودرو و نیرومحرکه وزارت صمت با اشـاره به نظارت سـه قوه بر صنعت خودروی کشـور تصریح کرد: نظارت قوه مجریه در سازمان حسابرسـی، قوه مقننه در غالب دیوان محاسـبات و تحقیـق و تفحص مجلس شـورای اسـلامی و همچنین قوه قضائیه از طریق بازرسـی کل کشور، نشان از شفافیت و فقدان مشکل در صورت‌های مالی شرکت‌های خودروساز است و عدم بهره‌وری مشاهده نمی‌شود.

جعفرپـور ادامـه داد: گـزارش اسـفند ۹۸ درخصـوص وضعیـت مناسـب خودروسـازان، تجدید ارزیابی‌های انجام شـده، مدیریت حاشـیه بازار و کاهش قیمت بازار منجر به محرومیت سـوداگران از سود بادآورده ناشی از تولید ملی و تحصیل آن توسـط مردم به عنوان متقاضیان اصلی خودرو می‌شـود که نیازمند مکانیزم‌های مناسب فروش خودرو، تقسیط آن برای اقشار محروم است.

جعفرپـور توضیح داد: پـس از اعمال تحریم‌های ظالمانه بـر صنعت خودرو، کشـورهای خارجی نهایـت همکاری را درخصوص واردات خـودرو دارند اما در حوزه واردات قطعه، به دلیل ایجاد ارزش افزوده، ثروت و اشـتغال‌زایی ناشـی از آن، کارشکنی‌های بسیاری صورت می‌گیرد.

اخبار

۱۵۰۰ صنف خودرویی در شهرک خودرو مستقر خواهند شد

مدیرعامل سـازمان میادین میوه و تره‌بار و سـاماندهی مشـاغل شهری شهرداری قم گفت با تکمیل بخش‌های مختلف شهرک خودرو به مرور هزار و ۵۰۰ صنف خودرویی در آن مستقر خواهند شد.

علیرضـا مظفـری در گفت وگو با خبرنـگار فارس در قم، بـا بیان اینکه یکی از وظایف سـازمان میوه و تره‌بار و سـاماندهی مشاغل شهری، همین سـاماندهی مشـاغل شهری اسـت، اظهار کرد: سـاماندهی مشاغل شهری ضوابـط و پارامترهای خاص خود را داشـته و همکاری تمام مردم، صنوف، اتحادیه‌ها و... را می‌طلبد و در این راستا طی سال‌های قبل احداث شهرک خودرو پیگیری شد.

مدیرعامل سـازمان میادین میوه و تره‌بار و سـاماندهی مشـاغل شهری شـهرداری قـم با تاکید بر اینکه باید عزمی شـکل گرفته تا شـهرها خالی از خدمات آلاینده شـده و فضایی برای آرامش عمومی باشـند، گفت: باید خدماتی ویژه خارج از شـهرها برای مردم ایجاد شـود تا شهر صرفا فضایی برای آرامش عمومی باشد.

مظفری با بیان اینکه ایجاد زیرسـاخت‌ها در زمینه سـاماندهی مشـاغل شهری با سازمان میادین است، افزود: انتقال این صنوف با شهرداری نیست و باید همکاری عمومی صورت گیرد.

وی با بیان اینکه شـهرک خودرویی در ۳۳ هکتار در حال احداث اسـت، گفت: لاین اول این شـهرک در ۸۸ واحد صنفی تکمیل شده که شامل ۳۴ واحد نمایشگاهی، شش واحد خدماتی و ۴۸ واحد تعمیرگاهی بوده است.

مدیرعامل سـازمان میادین میوه و تره‌بار و سـاماندهی مشـاغل شهری شـهرداری قم با اذعـان به اینکه بسـیاری از این واحدها بـه فروش رفته اسـت، افزود: لاین دوم این شهرک ۴۴ واحد نمایشگاهی حیاط‌دار در حال نماکاری اسـت و شش واحد نمایشگاهی بدون حیاط و شش واحد خدماتی هم در آن وجود دارد.

مظفری با بیان اینکه لاین بعدی این شهرک ۱۰۰ واحد را شامل می‌شود، گفت: به مرور این لاین‌ها در حال تکمیل است؛ مجموعا هزار و ۵۰۰ واحد صنفی در این مجموعه پیش‌بینی شده است.

وی گفت: این شهرک با مشارکت بخش خصوصی با سهم ۶۷درصد و ۳۳ درصد سازمان در حال احداث است.

فروش فوری خودروسازان در سال ۹۹ آغاز می‌شود

شـنیده‌ها حاکی از صـدور مجوز فروش فوری محصولات خودروسـازان داخلـی برای افزایش عرضه و کاهش قیمت در بازار در روزهای آینده دارد. بر همین اساس به گفته کارشناسان بازار خودرو با اجرای برنامه‌های فروش فوری و افزایش عرضه، حباب قیمت‌های کاذب در بازار از بین خواهد رفت.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، در حال حاضر قیمت کارخانه‌ای و بازار محصولات اختلاف فاحشـی دارد که در این میان دلالان توانسته‌اند با جوسـازی و دروغ‌پردازی درباره افزایش ۵۰درصـدی قیمت کارخانه‌ای، سـودهای نجومی نصیب خود کنند. کارشناسان بازار خودرو یکی از عوامل در افزایش اخیر قیمت در بازار خودرو را آغاز نشـدن فرآیند شـماره‌گذاری خودروهـای صفر کارخانه‌ای می‌دانند که در روزهای آینده و رفع این مانع، عرضـه خودرو به بازار افزایش چشـمگیری خواهد یافت. به نظر می‌رسـد، در شـرایط فعلی عدم اعتماد به سـودجویان بازار و صبر پیشه کردن برای اجرای برنامه‌های فروش کارخانه‌ای مسیر مطمئن‌تری برای خودردار شدن مشتریان است. از سـوی دیگر آغاز شماره‌گذاری خودروها و افزایش عرضه کاهش قیمت بازار را به دنبال خواهد داشت.

دلیل حذف شرط اسقاط در واردات خودروهای هیبریدی و برقی چیست؟

عضـو کمیسـیون صنایع و معادن مجلس شـورای اسـلامی درخصوص اصلاح بندی از طرح سـاماندهی صنعت خودرو مبنی بر عدم دریافت گواهی اسـقاط بـرای واردات خودروهـای هیبریدی و برقی اظهار داشـت: این بند از طرح ساماندهی، چندین مرتبه میان مجلس، شورای نگهبان و کمیسیون صنایع مورد مذاکره قرار گرفت.

وی با بیان اینکه عقیده طراحان این بند، حذف تعرفه واردات خودروهای هیبریـدی تحت شـرایطی و همچنین اعمال آن بـر خودروهای برقی بود، گفت: اسـتدلال ارائه شـده درخصـوص حذف تعرفـه واردات بـرای این خودروهـا، مبتنی بر توانایی مالی واردکنندگان ایـن خودروها، عدم انتفاع این خودروها از یارانه سوخت و همچنین عدم آلایندگی این خودروها بود.

نماینده مردم لنجان در مجلس شـورای اسـلامی افزود: پس از اسـتماع نظـر دولت و رفع ایرادات وارده به این بنـد، نگاه درآمدزایی از محل تعرفه واردات خودروهـای هیبریـدی و برقی، جهت تأمین نظر شـورای نگهبان، نادیده گرفته شـد، امـا در عین حال، تعهد واردکنندگان مبنی بر اسـقاط خودروهای فرسوده حذف گردید تا تفاوتی میان واردات خودروهای برقی و بنزینی وجود داشته باشد.

کوهکن‌ریـزی ادامـه داد: مفهوم ایـن بند در صورت عدم ایراد شـورای نگهبان و تبدیل آن به قانون، این اسـت کـه خودروهای هیبریدی و برقی بدون تعرفه وارد نمی‌شوند اما تعهد اسقاط خودروی فرسوده حذف می‌شود.

وی درخصـوص عدم اجرای قوانین اسـقاط از جمله قانـون هوای پاک گفت: عملکرد دولت دوازدهم، در ارائه تسـهیلات برای تشـویق به اسقاط خودروهای فرسـوده قابل قبول نبوده اسـت. در دوره‌های گذشـته اسقاط خودروهای فرسـوده با سـرعت بیشـتر، متعهدانه و با استفاده از تسهیلات ارزان‌قیمت وجود داشت.

کوهکن‌ریـزی تصریح کرد: عدم پیگیری جدی طرح اسـقاط و همچنین بروز مشکلاتی در مراکز اسقاط برای تحویل خودروهای فرسوده، موضوع از رده خارج کردن خودروهای فرسوده به دست فراموشی سپرده شد.

عضـو کمیسـیون صنایع و معـادن مجلس شـورای اسـلامی در پایان خاطرنشان کرد: تأمین خودروی ساخت داخل، برای تاکسیران یا شهروندی که خودروی فرسـوده خود را به مراکز اسـقاط تحویل داده است، به حکم عقل و منطق و لزوم تأمین هوای سـالم برای شـهروندان، نزد خودروسازان می‌بایست از اولویت برخوردار باشد.

دوره‌های آموزشی کیمیا؛ برای ورود به بازار کسب‌وکار توانمند شوید

از سال ۹۶ یک تلاش حرفه‌ای و منسجم دانشجویی برای پر کردن خلأ نیروی کارشناسی و تخصصی زیست‌بوم استارت‌آپی کشور با برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی آغاز شد. سه دوره برگزاری این دوره‌ها با حمایت معاونت علمی و فناوری و توسط پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف، به توانمندی ۲۰۵ نفر برای ورود به بازار کار منجر شد. این دوره‌های آموزشی تجربی با هدف ارتقای آگاهی، دانش و مهارت به علاقه‌مندان فعالیت در حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و نهادهای فعال در زیست‌بوم فناوری و نوآوری کشور برگزار می‌شود. دوره‌های آموزشی کیمیا قصد دارد با توجه به خلأ نیروی انسانی توانمند در زیست‌بوم فناوری و نوآوری به آموزش و ارتقای مهارت متقاضیان بپردازد تا این افراد بتوانند به عنوان کارشناسان ارزیابی، مدیران اجرایی و مدیران منابع انسانی در مجموعه‌هایی مانند شتاب‌دهنده‌ها، صندوق‌های VC، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و ... کار کنند.

دریچه

با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

پایان‌نامه‌های دانشجویی کاربردی می‌شود

هر سال تعداد زیادی پایان‌نامه در کشور توسط دانشجویان به رشته تحریر درمی‌آید اما چه تعداد از آنها تجاری‌سازی شده و به جامعه رسوخ می‌کند و راه حلی برای یکی از مشکلات جامعه می‌شود. تعداد زیادی از این تلاش‌های علمی تنها در همان سطور پایان‌نامه باقی می‌ماند و افراد کمی از نتیجه و دستاورد آن آگاهی می‌یابند، اما این موضوع در جشنواره و مسابقه‌ای ملی «پاناسه»، دیده شد تا راهکاری برای کاربردی شدن این پایان‌نامه‌ها باشد.

در همین راستا نخستین دوره از مسابقات ملی پایان‌نامه‌های سه دقیقه‌ای با حمایت معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری برگزار می‌شود.

از پایان‌نامه به آغازنامه

پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان درباره اهداف برگزاری این رویداد ملی، توضیحاتی ارائه داد و گفت: بیش از ۴ میلیون دانشجو در مقاطع گوناگون مشغول تحصیل هستند، تعداد زیادی هم در سال‌های گذشته فارغ‌التحصیل شده‌اند. همه این افراد در انتهای مسیر تحصیل خود با موضوعی به نام پایان‌نامه مواجه می‌شوند. حال با برگزاری «پاناسه» در نظر داریم پایان‌نامه را به آغازنامه و امیدنامه تبدیل کنیم. تا مردم و سازمان‌ها از فعالیت‌های علمی و فناوری دانشجویان و آنچه در دانشگاه‌ها می‌گذرد آگاه شوند؛ آن‌هم با زبانی شیرین، جذاب و قابل فهم برای عموم و در کوتاه‌ترین زمان ممکن.

رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی ادامه داد: پس در این رویداد به دنبال آن هستیم تا دستاورد تحقیقات دانشجویان و فارغ‌التحصیلان به میان مردم برود. در این صورت این پژوهش‌ها که قطعا بسیاری از آنها فایده و تازگی دارد به جامعه ورود پیدا می‌کند و نتیجه‌بخش می‌شود، اما در این میان نباید غافل شد که یکی از دستاوردهای مهم این رویداد فرهنگ‌سازی و ترویج علم است. «پاناسه» با بیان نتایج علمی و تخصصی پایان‌نامه‌ها با زبانی روان راه را برای نفوذ در زندگی‌ها هموار می‌کند و عموم از نتایج تلاش‌های علمی و آنچه در دانشگاه‌های کشور اتفاق می‌افتد، مطلع می‌شوند. در این صورت راهکاری نیز برای افزایش علاقه به موضوعات علمی در جامعه ارائه شده است.

به سوی رفع نیازهای جامعه

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به اینکه این رویداد می‌تواند گامی برای حرکت به سوی رفع نیازهای فناورانه جامعه با پایان‌نامه‌های دانشجویی باشد، افزود: با برگزاری این رویداد موضوعات پژوهشی در پایان‌نامه‌ها رصد می‌شود و می‌توان آنها را به سوی تجاری‌سازی و رفع نیازهای جامعه سوق داد و از نوآوری و خلاقیت نیروی جوان و تازه نفس کشور در این زمینه بهره برد.

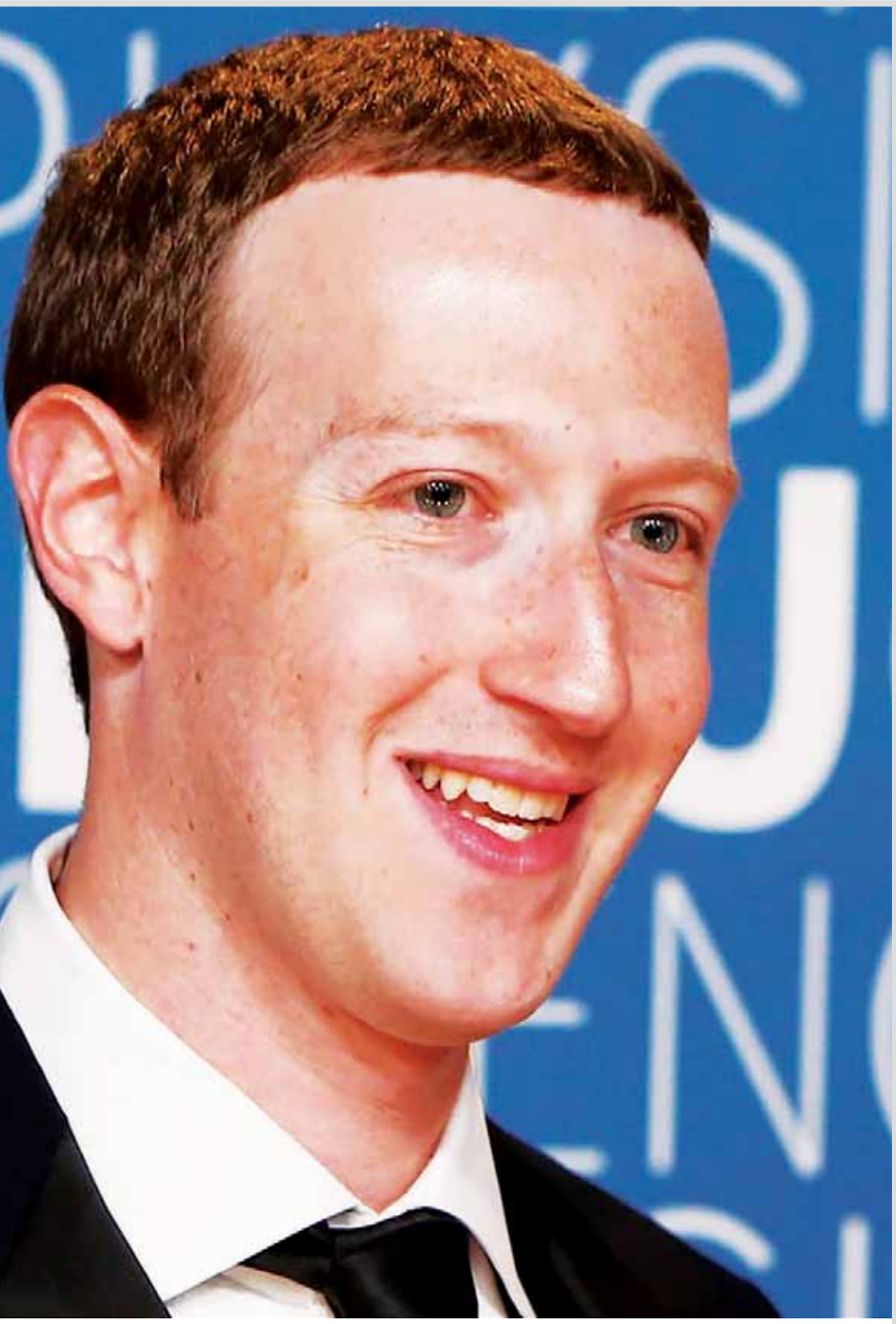
رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همچنین بیان کرد: در نهایت نیز از پنج پایان‌نامه برتر حاضر در این رویداد برای تجاری‌سازی حمایت‌های ویژه می‌شود. البته دانشجویان و فارغ‌التحصیلان شرکت‌کننده در «پاناسه» پس از گذراندن مرحله منطقه‌ای وارد مسابقه ملی می‌شوند.

۳ دقیقه خلاقانه

کرمی با بیان اینکه علاقه‌مندان برای شرکت در این رویداد در فیلمی به مدت سه دقیقه خلاقانه و به دور از پیچیدگی‌های تخصصی پایان‌نامه خود را توضیح می‌دهند، گفت: پس از آن این فیلم در سامانه جشنواره به آدرس http://panase.ir بارگذاری می‌شود و در مرحله مجازی ۱۵۰ نفر انتخاب می‌شوند و به مرحله منطقه‌ای راه می‌یابند در این مرحله نیز ۳۰ نفر برگزیده به مرحله کشوری می‌روند و در نهایت پنج نفر برگزیده می‌شوند.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی با اشاره به اینکه از زمان انتشار فراخوان تاکنون بیش از ۱۵۰ پایان‌نامه و طرح پژوهشی به جشنواره ارسال شده است، افزود: دانشجویان و فارغ‌التحصیلان از سراسر کشور برای شرکت در این رویداد تا ۱۵ تیرماه سال‌جاری مهلت دارند. البته با توجه به شیوع کرونا و تعطیلی دانشگاه‌ها این مهلت تمدید شد. این اقدام با توجه به استقبال در همین مدت کم و درخواست زمان بیشتر انجام شد.

شایسته یادآوری است جشنواره اولین دوره مسابقات ملی پایان‌نامه‌های سه دقیقه‌ای «پاناسه» با حمایت معاونت علمی و فناوری و توسط صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور و ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان در حال برگزاری است.



فیس‌بوک به کارمندان خود اجازه م

فیس‌بوک به کارمندان خود اجازه می‌دهد در صورتی که مایل باشند، تا پایان سال ۲۰۲۰ دورکاری کنند.

به گزارش زومیت، سخنگوی فیس‌بوک در گفت‌وگو با ورج اعلام کرد این شرکت به کارمندانی که تمایل داشته باشند، اجازه می‌دهد تا پایان سال جاری میلادی دورکاری کنند. او همچنین گفت فیس‌بوک انتظار ندارد بیشتر دفاتر خود را تا قبل از شش ژوئیه سال جاری بازگشایی کند. خبرگزاری CNBC اعلام کرد مارک زاکربرگ مدیرعامل فیس‌بوک به زودی با انتشار بیانیه‌ای در این باره اظهارنظر خواهد کرد.

سخنگوی فیس‌بوک اعلام کرد این شرکت برای رسیدن به این تصمیم که دفاتر خود را بازگشایی کند، فاکتورهای زیادی را مدنظر
اظهارنظرهای مقام‌های ارشد بهداشتی از جم
جان هاپکینز خواهند بود. سخنگوی فیس‌بوک
دستورالعمل‌های دولتی را هم مدنظر خواهد دا
کارمندان فیس‌بوک از ماه مارس در حال دور
کارمندانی که دستمزد آنها ساعتی محاسبه م
حتی اگر این افراد نتوانند به هر دلیلی چون ب
دهند. زاکربرگ ماه گذشته اعلام کرد فیس‌ب

یک فعال فناور:

در تولید ماسک به نقطه اشباع نزدیک شده‌ایم

خط تولید ماسک سه لایه و تجهیزات وابسته به آن از جمله پیش‌نیازهای حیاتی برای گسترش این محصول در عرصه مقابله با بیماری کرونا است. مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان می‌گویند با توجه به تولید قابل توجه این دستگاه‌ها در کشور، به زودی در زمینه تولید ماسک به نقطه اشباع خواهیم رسید. علی موسوی، مدیرفروش شرکت بهیار صنعت سپاهان در این باره گفت: شاید خط تولید ماسک سه لایه جراحی، به نسبت دیگر دستگاه‌ها از فناوری بسیارهای تکی برخوردار نباشد، اما چون پیش از وقوع این همه‌گیری، در بسیاری از کشورها، امکان تولید آن وجود نداشت، برای همین در زمینه تولید ماسک با مشکل مواجه شدند. موسوی با اشاره به زیرساخت‌های فناورانه موجود در کشور، بیان داشت: ایران از جمله محدود کشورهایی است که این دستگاه از مدت‌ها قبل در آن تولید می‌شد، به همین خاطر با توجه به روند فعلی تولید و رصد علمی بازار، به نظر می‌رسد در آینده بسیار نزدیک در زمینه تولید ماسک در کشور به نقطه اشباع برسیم.

وی افزود: اخیراً تنها در این شرکت، ۴۰ خط تولید کامل تحویل مشتری شد و تصور کنید که هر کدام از این خطوط تولید چقدر محصول ماسک تولید خواهند کرد. در حال حاضر سفارشات متعددی از خارج از کشور داریم و امیدوار هستیم با کمک معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بتوانیم به زودی، برنامه‌های صادراتی شرکت را در این زمینه محقق سازیم. با توجه به کیفیت محصولات دانش‌بنیان ایرانی، ما با مشتریانی در اروپا نیز برای فروش این خط تولید مذاکراتی داشته‌ایم.

استراتژی شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه بازاریابی دیجیتال تقویت می‌شود

بازاریابی به روش‌های سنتی جای خود را به شیوه‌های مدرن‌تری همچون بازاریابی دیجیتال داده است. از این رو مدیران و نمایندگان شرکت‌های دانش‌بنیان دعوت شدند تا در همایش آنلاین «آشنایی با استراتژی بازاریابی دیجیتال» به تقویت بنیه علمی و تجاری خود بپردازند.

مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سلسله گردهمایی‌های حقیقی و مجازی را برگزار کرده است که هدف محوری آن رونق بازاریابی و اصول علمی مرتبط با آن در میان شرکت‌های دانش‌بنیان است. آخرین مورد از این نشست‌های مشاوره و هم‌اندیشی، منسجم و هدفمند در قالب وبینار آشنایی با استراتژی بازاریابی دیجیتال برگزار شد.

در هر کدام از این نشست‌ها که با هدف ارتقایی آگاهی و دانش مدعوین و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان برگزار می‌شود، کارشناسان و خبرگان آن حوزه دعوت می‌شوند.

شراگیم مرادی، مشاور بازاریابی دیجیتال، مشاور و کارشناس دعوت شده به این نشست آنلاین بود که از طریق سامانه lms.nimael.com برگزار شد.

وی با اشاره به وقوع بحران‌های مانند همه‌گیری کووید۱۹ بر لزوم اهتمام و توجه بیشتر شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه بازاریابی دیجیتال تاکید کرد.

شناسایی فضایی که مخاطبین اصلی شرکت دانش‌بنیان در آن حضور دارند از جمله مسائلی بود که در این وبینار بر آن تاکید شد. این نکته باید محرز شود که این مخاطبین بیشتر به چه شبکه اجتماعی علاقه دارند.

شرکت‌های دانش‌بنیان باید بدانند که دغدغه‌های مشتریان آنها شامل چه مواردی می‌شود تا براساس آن سیاست‌های خود را در این حوزه تبیین کند.

شرکت‌های دانش‌بنیان باید توجه داشته باشند که مشتریان آنها بیش از آنکه به دنبال این باشند که آنها چه محصولی تولید می‌کنند، به دنبال این هستند که بدانند این محصولات چه مزیتهایی دارند.

جهت استفاده علاقه‌مندان و مدیران و فعالان شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور، فایل ویدئویی این نشست مجازی، هفته آینده از طریق وب‌سایت daneshbonyan.ir در دسترس عموم قرار خواهد گرفت.

محصولی دانش‌بنیان راه را بر خروج ۸۰میلیون دلار ارز بست

فناوران کشور با تولید محصولی دانش‌بنیان در حوزه کشاورزی از خروج ۸۰میلیون دلار ارز جلوگیری کردند. کودهای فسفاته «ایران‌ساخت» محصولی است که جایگزین نمونه‌های خارجی شده است.

تولید و تامین محصولات سالم راهی برای ارتقای سلامت جامعه است. بی‌شک نیروی انسانی خلاق و نوآور در این زنجیره نقشی برجسته دارد. یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان با تکیه بر همین دارایی خود موفق به تولید ۴۶ محصول در حوزه‌های زیست فناوری، کشاورزی، دامی و پروبیوتیک‌های انسانی شده است.

همایون مرادی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان فناوری زیستی طبیعت‌گرا گفت: فرآورده‌های بیولوژیک گوناگون سازگار با محیط زیست و سلامت انسان با توجه به فناوری‌های روز دنیا در این شرکت تولید می‌شود.

مرادی ادامه داد: تولید یکی از محصولات دانش‌بنیان این شرکت به ریشه‌کن کردن مالاریا در کشور کمک کرد. «لارو کش مالاریا» نام این محصول است که در سازمان بهداشت جهانی نیز ثبت شده است. پیش از تولید این محصول برای از بین بردن این لاروها از سم استفاده می‌شد که اثرات زیانبار خود را به دنبال داشت، اما تولید این محصول با دانشی کاملا بومی کمک بسیاری در این عرصه بود.

وی در ادامه به محصول دانش‌بنیان دیگر در بخش کشاورزی اشاره کرد و افزود: این محصول برای از بین بردن بیماری‌های پروانه‌ای و آفات کشاورزی کاربرد دارد و ۷۰درصد بیماری‌ها را شامل می‌شود که جایگزینی مناسب برای سم است. از مزیت آن می‌توان ارزان‌تر و تاثیرگذاری بیشتر را نام برد. همچنین قدرت تولید ۴ میلیون لیتر آفت‌کش پروانه‌ای را داریم که برای رفع نیاز کشور کافی است.

مرادی همچنین گفت: در حوزه کودهای فسفاته نیز با تولید محصولی «ایران‌ساخت» از خروج ۸۰ میلیون دلار ارز جلوگیری کردیم. در گذشته حدود ۴۰۰ هزار تن کود فسفاته وارد کشور می‌شد، اما با تولید این محصول این روند کاهشی شد.

صادرکنندگان خدمات فناوری اطلاعات توانمند می‌شوند

با برگـزاری یک رویداد فناورانـه که با حمایت مرکـز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری برگزار خواهد شـد، صادرکننـدگان خدمات فنـاوری اطلاعات توانمند می‌شـوند. «وبینار انتقال تجربه در زمینه صادرات خدمات فناوری اطلاعات»، ۲۱ اردیبهشـت‌ماه سال جاری برگزار می‌شود.

در بـازار فناوری اطلاعات، خدمـات و محصولات متنوعـی در حوزه فناوری اطلاعات، ارتباطات، امنیت اطلاعات، توسـعه نرم‌افزارهـا و ... در اختیار کاربران شبکه قرار می‌گیرد. خدماتی که به دلیل توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی مشتریان زیادی دارد و هر روز بر تعداد و نوع این خدمات افزوده می‌شود.

یادداشـت

دستیار توسعه زیست‌بوم نوآوری حوزه انرژی معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری:

ساختمان انرژی نزدیک‌به‌صفر محل استقرار فعالین زیست‌بوم انرژی خواهد شد

پروژه احداث سـاختمان انرژی نزدیک‌به‌صفـر در ناحیه نوآوری شـریف (Energy Building) nearly Zero، بـه کارفرمایـی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری آغاز به کار کرده اسـت. ارتقای سـطح آگاهی مهندسین و سازندگان کشور، از جمله اهداف مجریان ساخت این مرکز است.

زینب حمیدزاده، دسـتیار توسعه زیست‌بوم نوآوری حوزه انرژی معـاون علمـی و فنـاوری رئیس جمهـوری درباره ماهیـت پروژه و مجریـان اجـرای آن، اظهار کرد: ایـن پروژه بـا حمایت مالی و کارفرمایـی معاونـت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، همچنین صندوق تسـهیلات جهانی محیط زیسـت (GEF) و برنامه عمران سـازمان ملل متحد (UNDP) و با همکاری نزدیک حوزه توسعه زیسـت بوم نوآوری انرژی معاونت علمی، ایستگاه نوآوری شریف و پروژه EEEB اجرا خواهد شد.

امکان ارزیابی مقایسه‌ای عملکرد انرژی

وی افزود: این ساختمان، به گونه‌ای طراحی خواهد شد که تا حد ممکن نیاز انرژی با منشأ سـوخت‌های فسیلی ساختمان به سمت صفر کاهش یابد و با شاخص عملکرد انرژی بین ۵۰ تا ۷۵ کیلووات سـاعت بر مترمربع در سال، کمترین اثرات مخرب بر محیط زیست را نیز داشته باشد. در واقع با انجام این پروژه، ویرایش جدید مبحث ۱۹ مقررات ملی سـاختمان به صورت عملی ترویج خواهد شـد. از طرفی امکان ارزیابی مقایسه‌ای عملکرد انرژی ساختمان‌های دیگر با این سـاختمان، به عنوان اولین سـاختمان انرژی نزدیک‌به‌صفر که توسط متخصصین ایرانی طراحی شده، پدید می‌آید. پیش‌بینی می‌شود که سـالانه چندین هزار نفر از این ساختمان بازدید کنند، که این موجب ارتقای سـطح آگاهی مهندسین و سازندگان خواهد شد و ان‌شاءالله این روند به اصلاح رویه‌های ساخت و ساز، همراستا با رویکرد بهینه‌سازی انرژی و کاربرد انرژی‌های تجدیدپذیر، کمک خواهد کرد.

وی در مورد اهدافی که این پروژه براساس آنها شکل گرفته است، گفت: هدف کلی از این پروژه توسعه زیست‌بوم نوآوری حوزه انرژی در بخش سـاختمان است و قرار اسـت ساختمان به عنوان مرکزی برای کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران حوزه بهینه‌سازی انرژی برای آموزش و ترویج فرهنگ در این زمینه شناخته شود. همچنین با اهداف ترویجی که دنبال می‌شـود، امید است که بتوان با رویکرد بهینه‌سازی انرژی و کاربرد انرژی‌های تجدیدپذیر کمکی به اصلاح رویه‌های ساخت و ساز رساند.

ضرورت انجام پروژه‌های ملی در حوزه انرژی ساختمان

دسـتیار توسـعه زیسـت‌بوم نوآوری حوزه انرژی معـاون علمی و فنـاوری رئیـس جمهور در مورد ضـرورت و اولویت انجام چنین پـروژه‌ای بیان داشـت: در حـال حاضر هیـچ بسـتر مطالعاتی و آزمایشـگاهی در فضای دانشگاهی کشـور در زمینه ساختمان‌های انـرژی صفر وجـود نـدارد در حالی که نیـاز به پژوهـش در این زمینه با نگاه به آینده، بر کسـی پوشـیده نیست. ما بر این موضوع واقف هسـتیم که در وضعیت کنونی کشـور از لحاظ قیمت پایین حامل‌های انرژی و قوانین موجود، احداث سـاختمان nZEB شاید غیراقتصـادی به نظر برسـد، اما با نگاه به آینده و با هدف توسـعه پایدار، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان پرچمدار عرصه علم و فناوری در کشـور، ایجاد بسـتر برای شروع حرکت در این مسیر را رسـالت خود می‌داند، به ویژه در شرایط کنونی که به لحـاظ وجود انگیزه و حمایت‌های مالی بین‌المللی، از فرصت خوبی برخوردار هستیم.

وی افزود: علاوه بر این، در حال حاضر در شهرهای بزرگ کشور با دو مشکل بزرگ آلودگی و پیک مصرف انرژی بخش خانگی روبه‌رو هستیم و قطعاً در صورت توسعه ساختمان‌های انرژی صفر و نزدیک به صفر، این معضلات نیز تا حد چشـمگیری کاهش خواهند یافت و طبق پیش‌بینی‌های کارشناسان، جذابیت چنین ساختمان‌هایی، حتی در کشور ما، با گذر زمان افزایش خواهد یافت. باید نگاهی به تجربیات برخی کشـورهای پیشـرو در این حوزه نیز داشت. از این گذشـته، محیطی که قرار است به عنوان زیست‌بوم استارت‌آپ‌های نوآور حوزه انرژی به بهره‌برداری برسـد، بهتر است خود از بالاترین حد شـاخص‌های انرژی و محیط زیست (حداقل همرده با الزامات ساختمان بسیار کم انرژی EC++ و براساس ویرایش جدید مبحث ۱۹ مقررات ملی ساختمان) برخوردار بوده و خود نمونه‌ای عملیاتی شده باشد.

کاربری ساختمان

حمیدزاده در توضیح برنامه زمانی پروژه و کاربری این ساختمان، اینگونه توضیح داد: تصمیم داریم فعالین زیست بوم حوزه انرژی اعم از شـتابدهنده‌ها و استارت‌آپ‌های نوآور حوزه انرژی و فناوری‌های پاک در این سـاختمان مستقر شوند و همزمان امکان بازدید عموم مهندسین، معماران، اساتید و دانشجویان حوزه انرژی از ساختمان وجـود دارد. مطابق با برآوردهای اولیه کارشناسـان پروژه EEEB، پس از طی مراحـل مختلف از جمله مناقصـات دریافت طرح‌های مختلـف، داوری و انتخاب بهترین طـرح و همچنین مناقصه برای انتخاب مجری برای پیاده‌سـازی طرح منتخب، ان‌شـاءالله تا بهمن ماه سال جاری، ساختمان به بهره‌برداری خواهد رسید.

اصلاح الگوی مصرف

زینب حمیدزاده در پایان گفت: طبق سیاسـت‌های ابلاغی مقام معظم رهبری در سـال ۱۳۸۹ تحت عنـوان اصلاح الگوی مصرف، صرفه‌جویـی در مصرف انرژی باید بـا اعمال مجموعه‌ای متعادل از اقدامات قیمتی و غیرقیمتی به منظور کاهش مستمر شاخص شدت انرژی کشـور به حداقل دو سـوم میزان کنونی (منظور سال پایه = ۱۳۸۹)، تـا پایان برنامه پنجم توسـعه (سـال ۱۳۹۵) و به حداقل یک دوم میزان کنونی تا پایان برنامه ششـم (سـال ۱۴۰۰) تحقق یابد، درحالی که روند شدت انرژی ایران طی سال‌های اخیر روندی افزایشی بوده است و عدم تطابق روند شدت انرژی در ایران، با روند حاکم بر جهان، نشـان می‌دهد هنوز اهمیت مدیریت مصرف انرژی در کشور و همچنین لزوم بهره‌گیری از انرژی‌های تجدیدپذیر مورد توجه قرار نگرفته است. امیدواریم با احداث این ساختمان در ناحیه نوآوری شـریف گام مهمی در راسـتای فرهنگ‌سازی به کارگیری انرژی‌های تجدیدپذیر در آینده نزدیک برداریم.

ی‌دهد تا پایان سال دورکاری کنند

قـرار خواهد داد. او گفت این فاکتورها شـامل له مرکز کنترل بیماری‌های واگیردار و دانشگاه گفت این شـرکت برای بازگشایی دفاتر خود، شت.

رکاری هسـتند. این شـرکت اعلام کرد حقوق ی‌شـود، طبق برنامه قبلی پرداخت خواهد شد یماری یـا تعطیل بودن دفاتر کار خود را انجام وک هرگونه رویـداد فیزیکی که بیش از ۵۰نفر در آن حضور داشـته باشـند را تا ژوئن ۲۰۲۱ میلادی برگزار نخواهد کرد. این رویدادها شامل کنفرانس Oculus Connect VR که قرار بود پاییز سـال جاری برگزار شـود هم می‌شود. این کنفرانس قرار اسـت به صورت آنلاین برگزار شود. برخی کارمندان فیس‌بوک امکان انجام دورکاری ندارنـد. زاکربـرگ ماه آوریل در ایـن باره گفته بود: انتظار نداریـم که به این زودی دفاتر خود را در شهرهای مختلف باز کنیم. انتظار می‌رود تصمیم فیس‌بوک برای ایجاد امکان دورکاری تا پایان سـال ۲۰۲۰، سایر شرکت‌های حوزه فناوری را هم به اتخاذ تصمیمی مشابه ترغیب کند. این شـرکت جزو اولین شرکت‌های بزرگی بود که برای جلوگیری از شیوع بیشتر ویروس کرونا، از کارمندان خود خواست در خانه بمانند و دورکاری کنند.

فناوران برای حل چالش سکونتگاه‌های موقت دعوت شدند

«طراحـی سـکونتگاه‌های مـاژولار نانوپلیمری برای اسـکان موقت شـهروندان» عنوان مسـابقه و رویدادی اسـت که از فناوران برای رفع چالش سـکونتگاه‌های موقت دعوت به همکاری شده است تا راهکاری برای یکی از مشـکلات در شـرایط بحرانی باشد.

ایـن مسـابقه با حمایت سـتاد توسـعه فنـاوری نانو معاونت علمی برگزار می‌شـود و علاقه‌منـدان بـرای ارسـال طـرح تا ۳۰ اردیبهشـت ماه سـال جاری مهلـت دارند. افزایش سـهولت حمل و نقل سکونتگاه‌های موقـت از محـل تولیـد به نصب، سـهولت راه‌انـدازی و مونتاژ قطعات سـکونتگاه‌های موقت و کاهش هزینه تمام شده ساخت آنها برخی از اهدافی اسـت کـه در برگزاری این رویداد دنبال می‌شود.

فناوران و پژوهشـگران دارای ایده و طرح در زمینه تولید، حمل و نقل و نصب سـکونتگاه‌های موقت می‌توانند در این رویداد شـرکت کنند. در این صورت ایده‌های نوآورانه آنها به کمک سـاخت ماژولارهای نانوپلیمری می‌آید تا با سرعت بیشتری و در زمان کمتر به حادثه‌دیدگان خدمات ارائه شود.

حوادث طبیعی مانند زلزله و سـیل باعث تخریب خانه‌های بسـیاری می‌شـود. در نتیجه خانواده‌های زیادی مکان سـکونت خود را از دست می‌دهند. سـکونتگاه‌های مـاژولار در این مواقع برای اسـکان موقت کاربردی است. در این مدل قطعـات گوناگون در کارخانه سـاخته می‌شـود. پس از انتقـال به محل حادثه آن را نصب می‌کنند.

ایـن نـوع سـکونتگاه باعث دسترسـی بـه سـرپناه آن هم با سـرعت زیـاد برای خانواده‌های حادثه‌دیده می‌شـود و بسـیار کاربردی است.

در مرحلـه ارزیابـی و داوری از میـان حداکثـر ۲۰ طـرح برگزیـده برگزیدگان مرحلـه نخسـت انتخـاب می‌شـوند. در نهایـت نیز پس از انجام اصلاحات و داوری نهایی سـه برگزیده نهایی مشـخص و برای تجاری‌سـازی طرح خود حمایت می‌شـوند. علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر به http://ichallenge.ir/ مراجعه کنند.

حمایت شهرداری از کسب و کارهای اینترنتی در «تهران من»

مرکز فنـاوری اطلاعات و ارتباطات شـهرداری تهران اعـلام کرد با هدف حمایت از کسـب و کارهای اینترنتی و تشویق شهروندان به دریافت خدمات غیرحضوری از این پس، بخشی از سامانه «تهران من» به عنوان سامانه جامع خدمات شـهروندی به معرفی این کسب و کارها می‌پردازد.

به گـزارش ایرنا، در پی شـیوع بیماری کرونا و لـزوم رعایت فاصله‌گـذاری اجتماعی، با هدف حفظ سـلامت شـهروندان و نیز تشویق آنان به دریافت سرویس‌های شـهری به صورت آنلاین، ایـن سـازمان در اقدامی حمایتـی بیش از ۷۰ فروشـگاه اینترنتی و کسـب وکار آنلاین داخلی را که موردنیاز روزمره شهروندان است، از طریق درگاه «تهـران من» به نشـانی my.tehran.ir معرفـی کـرده و بـه این ترتیب شـهروندان می‌توانند نسـبت به دریافت خدمـت موردنظر خود از خانه اقدام کنند.

همچنین شهروندان از این پس با مراجعه به قسمت «فروشگاه‌ها و خدمات آنلاین» در سـامانه و اپلیکیشـن تهران من ضمن آشناشدن با انواع خدمات آنلاین موجود در پایتخت، می‌توانند برای ثبت سـفارش و دریافت خدمات به صورت آنلاین به سایت‌های معرفی‌شده، متصل شوند.

در این قسمت از سامانه، بیش از ۷۰ فروشگاه اینترنتی و ارائه‌کنندگان انواع خدمات برخط در دسترس شهروندان قرار داده شده است.

ایـن مرکـز ادامـه داد: دسـته‌بندی‌های تفکیک‌شده‌ای برای سـهولت دستیابی به این خدمات ارائه شده اسـت. همچنین دسترسی به فروشـگاه‌ها و خدمـات در حوزه‌های تغذیه و مـواد خوراکی، خدمات منزل، حمل و نقل و خودرو، سـرگرمی و ورزش، لوازم الکترونیکی، خدمات کسـب و پیشه، آموزشـی، فرهنگی و هنری، خدمات پرداخت، لوازم کودک و نوزاد، آرایشـی، بهداشـتی و سـلامت نیز امکانپذیر است و در هر دسـته‌بندی، ارائه‌کنندگان ویژه آن خدمات برخط، معرفی شـده و با کلیک بر روی هر گزینه مسـتقیما به سـایت آنها وارد می‌شویم.

گفتنی است سامانه و اپلیکیشن تهران من به صورت مدام به‌روزرسانی شده و امکانات تازه‌ای در حوزه سرویس‌های برخط به شهروندان به‌ویژه در شرایط شیوع بیماری کرونا ارائه می‌دهد.

کارگاه برندینگ

آغاز بازگشایی فروشگاه‌های اپل در اروپا

به قلم: مایکل استیبر خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

با شیوع جهانی ویروس کرونا، اپل فروشگاه-های خود را در سراسر جهان تعطیل کرد، با این حال به نظر می‌رسد که اوضاع در قاره اروپا بهبودهایی را داشته است و به همین خاطر اپل اعلام کرده که بازگشایی فروشگاه-ها در دستور کار قرار گرفته شده است، با این حال این اقدام به صورت مرحله‌ای خواهد بود و در گام نخست اتریش و استرالیا انتخاب شده‌اند. در این رابطه تیم کوک، مدیرعامل اپل اعلام کرده است که از امروز نمایندگی‌های فروش این دو کشـور به مانند سـابق کار خود را از سر خواهند گرفت. با این حال هنوز هم اپل بر روی خرید آنلاین تاکید داشته و اعلام کرده است که برای پیشگیری از به وجود آمدن یک موج جدید، فاصله اجتماعی در فروشگاه‌ها حفظ خواهد شد. همچنین برنامه‌ای منظم جهت ضدعفونی‌کردن تجهیزات و محیط در دسـتور کار قرار گرفته شـده است. حال باید دید که این اقدام چه واکنش‌هایی را به همراه خواهد داشت. درواقع این اقدام اپل در شرایطی در حال انجام اسـت که هنوز تقریبا تمامی برندهـای دیگر، برنامه‌ای برای بازگشایی فروشگاه‌های خود اعلام نکرده‌اند. همچنین نسبت به کشور بعدی نیز اطلاعاتی منتشر نشده است.

منبع: 9to5mac.com

پادکست ویدئویی برنامه جدید اسپاتیفای

به قلم: برد بنت نویسنده حوزه تکنولوژی و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

اسـپاتیفای را باید بزرگ‌ترین پایگاه اشتراک‌گذاری موسیقی و پادکست دانسـت، با این حال این شـرکت از برنامه خود برای نمایش ویدئو نیز پرده برداشـته اسـت. درواقع پس از انتشار پادکسـت تصویری توسط برخی از کانال‌ها، هم‌اکنون اعلام شـده اسـت کـه این اقدام، توسـط خود مدیران اسپاتیفای برنامه‌ریزی شده و در آینده شاهد تعداد بیشتری از آنها خواهیم بود. به همین خاطر ممکن است این برنامه به رقیب جدی یوتیوب و برنامه تد نیز تبدیل شده و با افزایش محدوده عملکردی خود، طرفداران بیشتری را جذب کند. این موضوع باعث می‌شود تا امکان پخش تبلیغات نیز مهیاتر باشد. با توجه به شرایط حال حاضر که ویروس کرونا باعث افزایش چشمگیر کاربران اینترنتی شـده اسـت، به نظر می‌رسـد اکنون بهترین زمان برای این طرح جدید بوده اسـت، با این حـال این اقدام هنوز در مرحله آزمایش قـرار داشـته و در صورت عـدم بازخوردهای لازم، ممکن اسـت به صورت کامل کنار گذاشـته شـود. حال باید دید که واکنـش مخاطبان و برندهای رقیب این برنامه، به این سیاست جدید چه خواهد بود. درواقع ممکن است پادکسـت صوتی تنها نقطه شروع باشد و این شرکت، برنامه‌هایی به مراتب جسـورانه‌تری را پیگیری کند. توجه به این نکته ضروری است که براساس آمـار، محتواهای تصویـری، دارای بالاتریـن میزان اسـتقبال و محبوبیت هستند. به همین خاطر ورود به این حوزه، ابدا عجیب محسوب نمی-شود.

منبع: mobilesyrup.com

معایب خرید فالوور فیک در حوزه بازاریابی

به قلم: سارا میلز کارشناس حوزه بازاریابی و شبکه‌های اجتماعی
مترجم: امیر آل‌علی

در حال حاضر شـبکه‌های اجتماعی در صدر توجـه برندها قرار دارند، با این حال یکی از اقدامات بسـیار نادرست ولی رایج این است که افراد برای بزرگ جلوه کردن، به سـراغ خرید فالوور فیک می‌روند. اگرچه ممکن است ایـن اقدام را کاملا ضروری تلقی کنید، با این حال در این مقاله دلایل خود را برای بد بودن این ایده مطرح خواهم کرد.

۱-هیچ نتیجه‌ای را به دست نخواهید آورد

نکته اولی که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما بخشی از بودجه بازاریابی خود را صرف اقدامی می‌کنید که از کنار آن مشـتری ایجاد نمی‌شود. درواقـع این موضـوع تنها به درج تعداد بالای دنبال‌کننده منجر می‌شـود که هیچ‌گونه تعاملی با شما ندارند. همچنین این نکته را فراموش نکنید که میزان رشـد یک صفحه باید با میزان فعالیت و شهرت برند شما تناسب داشته باشد. برای مثال اگر شما تنها یک پست گذاشته‌اید و برندی نوپا محسوب می-شوید، دلیلی وجود ندارد که چندین هزار نفر شـما را دنبال کرده باشـند. این امر در نهایت باعث خواهد شد تا برای حفظ آبرو، مجبور به خرید لایک و کامنت نیز باشید که با کمی دقت هر فردی می‌تواند غیرواقعی بودن آنها را تشخیص دهد. تحت این شرایط شما اعتماد اولیه مخاطبان را از دست خواهید داد. به همین خاطر توصیه می‌شود که مسیر طبیعی را در این رابطه طی کرده و بودجه خود را صرف همکاری با اینفلوئنسرها و میکرواینفلوئنسرها، بهبود سطح محتواها و اقداماتی از این قبیل کنید.

۲-امکان تعامل با سایر برندها را از دست خواهید داد

با توجه به این امر که شناسـایی صفحات فیک از طریق برخی نرم‌افزارها و یا دقت در صفحه افراد امکان‌پذیر خواهد بود، شـما عملا شانس همکاری و تعامل با برندهای دیگر را از دست خواهید داد. درواقع هیچ برندی تمایل ندارد که با شـما برای تبلیغ یکدیگر همکاری داشته باشد. علت این امر به این خاطر اسـت که آنها اطمینان دارند که شـما از بازدیدکنندگان خاصی برخوردار نخواهید بود. تحت این شـرایط شما یک شانس بزرگ جهت رشد سـریع خود را از دسـت خواهید داد. همچنین این اقدام برخلاف سیاست اینسـتاگرام اسـت و هر لحظه احتمال دارد که صفحه خود را به طور کامل از دست بدهید.

۳-امنیت شما کاملا در خطر تهدید خواهد بود

برای خرید فالوور فیک و یا استفاده از نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌های مرتبط با این موضوع، شما باید اطلاعات خود را وارد کنید. تحت این شرایط سازندگان این برنامه‌ها، به راحتی می‌توانند به صفحه شما دسترسی پیدا کرده و با چند پست غیراخلاقی، اعتبار شما را به صورت کامل نابود کنند. همچنین ممکن است آنها از اطلاعـات موجود، برای انواع کلاهبرداری‌ها اسـتفاده کنند. به همین خاطر این اقدام ریسک بسیار بالایی را به همراه دارد. در نهایت این اقدام شما توجیه اقتصادی نداشته و تنها هزینه محسوب می‌شود. در نهایت شما با تحلیل سلیقه جامعه هـدف در کنار ارائه نوآوری، می‌توانید در حوزه خود پیشـرفتی مداوم را داشته و پس از مدتی، به تعداد دنبال‌کننده مدنظر خود دست پیدا کنید.

منبع: business۲community.com

بازاریابی و تبلیغات در حوزه B۲B با راهکارهای طلایی

به قلم: لارا داگلاس کارشناس بازاریابی و کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

تجارت الکترونیک اغلب به عنوان راهکاری برای تعامل با مشتریان از پیش موجود مورد بحث قرار می‌گیرد. بر این اسـاس تیم فروش پس از جلب نظر مشتریان تازه و ترغیب آنها برای خرید محصولات کار را به بخش تجارت الکترونیک می‌سـپارد. وظیفـه اصلـی در گام دوم نیز ارائه خدمـات پس از فروش و تـلاش برای حفظ مشتریان قلمداد می‌شـود. در این دیدگاه نهایت کاربرد فرآیند تجارت الکترونیک کمک به وضعیت برندها در شرایط دشواری مانند شیوع کروناست. ما در این مقاله قصد بررسـی بیشتر این دیدگاه و ارائه نکات کاربردی برای دستیابی به چشم‌انداز وسیع‌تری را داریم.

خرید اولیه

برخـلاف تصور عمومی، امکان جلب نظر مشـتریان تـازه از طریق فرآیندهای تجارت آنلاین نیز وجود دارد. این امر شامل طراحی سایت‌های فروش برای تعامل با مشـتریان اسـت. فرآیند موردنظر به طور رایج نیازمند ثبت نام کاربران و سپس تعیین شـماره حساب مشخص برای خرید محصولات مختلف می‌شود. این امر در حوزه کسب و کارهای B۲B اهمیت بالایی دارد. اغلب کارشناس‌ها وضعیت کسب و کارهای B۲B را خاص قلمداد می‌کنند. بر این اساس برندها در حوزه B۲B برای فروش مناسب نیازمند ملاقات‌های حضوری و شاید بحث‌های طولانی هستند. این دیدگاه در عین کاربرد بسیار زیادی نقطه ضعف‌هایی نیز دارد.

امروزه بسیاری از کارآفرینان به طور آنلاین تمام نیازهای کسب و کارشان را پیش می‌برند بنابراین تلاش برای تمرکز بر روی کسب و کارهای حضوری با جهت‌گیری عمومی دنیای کسـب و کار سازگاری ندارد. هدف اصلی در جلب نظر مشتریان در کسب و کارهای B۲B تبدیل‌شان به مشتریان ثابت است. همیشه خرید اولیه برای جلب نظر مشـتری هدف اهمیت بسـیار زیادی دارد. در این زمینه توجه به عنصر تبلیغات ضروری خواهد بود.

تبلیغات آنلاین و آفلاین

تبلیغات در دنیای آنلاین تاثیر مستقیمی بر سرنوشت برندها دارد. این امر حتی در حوزه کسـب و کارهای B۲B نیز به خوبی قابل مشـاهده اسـت. امروزه شمار هرچه بیشتری از برندها در تلاش برای بهبود شرایط‌شان از طریق تبلیغات آنلاین هسـتند. دلیل این امر حضور هرچه بیشتر مردم در فضای آنلاین است. همچنین هزینه تبلیغات در دنیای آنلاین بسیار کمتر از سایر نمونه‌ها ارزیابی می‌شود بنابراین برند مـا در تحلیل نهایی فرصت بهتری برای تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت.

وقتی ما از تبلیغات در دنیای آنلاین صحبت می‌کنیم، این امر به معنای فراموشی کامل حوزه تبلیغات آفلاین نیست. هنوز هم بسیاری از برندها علاقه‌مند به فعالیت در حوزه تبلیغات آفلاین هستند. این امر در کنار توجه پایدار مشتریان به این حوزه دارای اهمیت فراوانی است.

کسـب و کارهای B۲B نوع خاصی از خدمـات را ارائه می‌کنند. حجم مبادلات و قراردادهای تجاری در این حوزه به طور معمول از الگوی B۲C (تعامل میان برندها و مشتریان نهایی) بیشتر است بنابراین وسواس برندها برای خرید محصولات در حوزه موردنظر طبیعی خواهد بود. برخی از برندها برای موفقیت در عرصه فروش B۲B اقدام به حضور در برخی از حوزه‌های خاص ماننـد مطبوعات و مجلات تخصصی می‌کنند. این امر به طور کلی شامل درج تبلیغات در مجلات تخصصی می‌شود بنابراین هنوز هم تبلیغات آفلاین تاثیرگذاری نهایی‌اش را حفظ کرده است.

نکته مهم در اینجا اسـتفاده از تبلیغات آفلاین و آنلایـن به طور همزمان برای افزایش تاثیرگذاری بر روی مشـتریان اسـت. در غیر این صورت ما به طور مداوم برخی از مشتریان‌مان را از دست خواهیم داد.

طراحی الگوی بازاریابی محتوایی

تولید محتوا برای جلب نظر مشـتریان راهکاری سنتی محسوب می‌شود. با این حسـاب ما نیازمند تولید محتوا برای جلب نظر مخاطب هدف خواهیم بود. بدون تردیـد توضیح برخی از ویژگی‌های محصولات در قالب ویدئو یا سـایر محتواهای تعاملی برای فروش بیشـتر ضروری است. طراحی استراتژی یکسان و یکپارچه در این بخش امکان جلب نظر مشتریان به صورت پایدار را فراهم خواهد کرد.

موفقیـت در زمینه فروش B۲B پیوند نزدیکی با سـطح توانایـی برندها برای بازاریابـی آنلایـن دارد. ما در ادامه به بررسـی برخی از نکات مهـم در این زمینه خواهیم پرداخت.

۱. ضرورت شخصی‌سازی محتوا

بدون تردید در هر حوزه‌ای محصولات مشابه زیادی وجود دارد. ما با شخصی‌سازی کمپین‌های بازاریابی‌مان امکان جلب نظر مخاطب هدف به محصولات‌مان را خواهیم داشت. وقتی ما در حوزه B۲B با برندها و شرکت‌های دیگر در تعامل هستیم، باید به دنبال ارائه محتوای بازاریابی در قالبی جذاب برای آنها باشیم. در غیر این صورت توجه آنها به صورت پایدار به ما جلب نخواهد شد.

۲. توجه به حساب‌های مهم در شبکه‌های اجتماعی

بازاریابی حسـاب‌محور مبتنی بر هدف‌گذاری بر روی برخی از حساب‌های مهم در شـبکه‌های اجتماعی است. نکته مهم درباره تفاوت میان بازاریابی در کسب و کارهای B۲B و B۲C مربوط به همین امر اسـت. در بازاریابی B۲B ما باید به دنبال برخی از اکانت‌های خاص در شبکه‌های اجتماعی باشیم. این امر در بازاریابی B۲C دقیقا برعکس است. هرچه توانایی ما برای جلب نظر شرکت‌های موردنظرمان برای توجه به محتوای بازاریابی بیشتر باشد، موفقیت بیشتری در زمینه فروش کسب خواهیم کرد.

۳. تحلیل بلندمدت بازخوردها

واکنش مخاطب هدف پیرامون محتوای بازاریابی ما دارای اهمیت بسـیار زیادی است. هدف از تحلیل سطح بازخورد مخاطب هدف بهبود کیفیت کمپین‌های بعدی است. البته امکان اصلاح در لحظه محتوای بازاریابی نیز وجود دارد. به این ترتیب ما در حین اجرای کمپین در صورت مشاهده واکنش‌های منفی مخاطب هدف اقدام به اصلاح به‌روز رسانی سریع محتوای بازاریابی خواهیم کرد.

بهترین راهکار برای مشـاهده نوع واکنش مخاطب هـدف به محتوای بازاریابی برندمان استفاده از اطلاعات مربوط به ترافیک سایت رسمی و همچنین کمپین‌های بازاریابی ایمیلی است. تحلیل اطلاعات در این حالت‌ها بسیار راحت‌تر از دیگر الگوها خواهد بود.

شما باید به طور مداوم به دنبال ترغیب دیگران برای به اشتراک‌گذاری تجربه‌شان به عنوان مشـتری یا حتی بازاریاب و فروشـنده حوزه B۲B باشـید. گاهی اوقات تجربه بازاریاب‌های حرفه‌ای امکان نجات کمپین‌ها از شکسـت را فراهم می‌سازد. اگر ما به این نکات توجه نداشـته باشیم، امکان جلب نظر مداوم مخاطب هدف را از دست خواهیم داد.

منبع: smallbusinessbonfire.com

همزمان با بازگشایی مجدد کسب و کارها در ایالات متحده:

سرمایه‌گذاری مجدد استارباکس بر روی حوزه بازاریابی

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

ویروس کرونا در طول بیش از دو ماه تاثیرات قابل توجهی بر روی وضعیت کسب و کارها داشـته است. نتیجه این امر تعطیلی موقت اغلب شرکت‌ها در سراسر دنیا بود. اگرچه وضعیت برندها در طول دوران شـیوع کرونا بسـیار حاد بود، اما اکنون نشـانه‌هایی از بهبود وضعیت به چشم می‌خورد. بسیاری از کارشناس‌ها از ضرورت بازگشایی کسب و کارها در ایالات متحده و به طور کلی تمام نقاط جهان صحبت می‌کنند. تاثیر اولیه این امر افزایش علاقه برندهای مختلف برای سرمایه‌گذاری در حوزه بازاریابی با هدف افزایش درآمد اسـت. استارباکس در طول دوران قرنطینه و تعطیلی کسـب و کارها تقریبا تمام شـعبه‌های خود را تعطیل کرده بود. آگاهی از ضررهای مالی هنگفت تعطیلی شـعبه‌ها برای اسـتارباکس امر پیچیده‌ای نیست. اکنون با بحث پیرامون ضرورت بازگشـایی کسـب و کارها همـراه با رعایت نکات بهداشتی امیدواری زیادی در تیم مدیریتی استارباکس ایجاد شده است.

براسـاس گزارش موسسـه Seeking Alpha مقامات ایالتـی آمریکا در حال بررسـی طرح‌های پیشنهادی برای بازگشـایی سراسری کسب و کارها هستند. در وهله نخسـت ۳۰ نقطه و مرکز تجاری برای بازگشایی آزمایشی مدنظر قرار گرفته است. هدف اصلی برند استارباکس بازگشایی ۹۰درصد از شعبه‌ها در مناطق مختلف اسـت. بدون تردید طرح‌های اولیه با این اقدام جسـورانه استارباکس در تضاد قرار دارد، با این حال مدیران ارشـد استارباکس از همین حالا مشغول برنامه‌ریزی برای بازگشایی سراسری شعبه‌های‌شان هستند.

وقتی یک برند برای مدتی به نسبت طولانی در حوزه کسب و کار حضور نداشته است، باید بازگشـت پرقدرتی به عرصه داشته باشد. اسـتارباکس براساس همین تحلیل اقدام به افزایش بودجه بازاریابی و تبلیغات برای ادامه سال جاری کرده است. همچنین استارباکس از مدت‌ها قبل بر روی سیستم‌های مختلف برای ثبت تحویل آنلاین سفارشـات کار کرده اسـت. ترکیب این دو عامل نوید روزهای خوشی برای صنعت کافه‌داری و عرضه انواع نوشیدنی را می‌دهد.

براسـاس اقدامـات دولت چیـن در مهار و کنتـرل ویروس کرونا، بسـیاری از کارشـناس‌های حوزه کسـب و کار از بازگشایی قریب‌الوقوع کسـب و کارها خبر داده‌انـد. بـدون تردید خطر کرونا همچنـان در کنار ما باقی خواهـد ماند، با این حـال افزایش آگاهی مـا از نحوه ابتلا به این ویروس امکان پیشـگیری را افزایش می‌دهد. کوین جانسون، رئیس و مدیرعامل استارباکس، برای اقدام بر رعایت تمام توصیه‌های بهداشتی و پزشکی تاکید دارد.

اگرچه هنوز اخبار رسـمی از بازگشـایی کسـب و کارها در بازار ایالات متحده مخابره نشـده اسـت، اما اقدامات برندهایی مانند استارباکس نوید روزهای خوشی برای حوزه‌های مختلف کسب و کار را می‌دهد. براساس اعلام رسمی کوین جانسون، بودجه بازاریابی و تبلیغات اسـتارباکس برای ادامه سـال جاری ۴۴درصد افزایش خواهد یافت بنابراین ما در ادامه باید منتظر تماشای کمپین‌های مختلف بازاریابی از سوی استارباکس باشیم.

نوآوری‌های اسـتارباکس در زمینه دریافت و تحویل سفارشات به صورت آنلاین در نوع خود نوآورانه محسـوب می‌شـود. بدون تردید کمتر مشـتری از یک کافه انتظار تحویل سـریع سفارشـات را دارد، با این حال تیم فروش استارباکس با اتکا بر برنامه‌نویسـی کاربردی و طراحی اپ رسمی اقدام به ارائه خدمت حتی در طول اوج‌گیری ویروس کرونا کرده است.

اخیرا برخی از شـعبه‌های استارباکس با رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی و تحویل بیرون‌بر سفارشـات مشـتریان اقدام به بازگشـایی کرده‌اند. این امر جان دوباره‌ای بـه گـردش مالی غول صنعت و کافه‌دار ایالات متحده داده اسـت، با این حال اگر اسـتارباکس هرچه زودتر توانایی بازگشـایی تمام شـعبه‌هایش را نداشته باشد، با مشکلات مالی عمده‌ای مواجه خواهد شد.

بـدون تردید ارائه خدمات به صورت آنلاین برای برندهای تازه‌کار امر دشـواری محسوب می‌شود. استارباکس نیز در این عرصه تا حد زیادی تازه‌کار است. این امر موجب بروز برخی نارضایتی‌ها در ابتدای تحویل آنلاین سفارشات شد، با این حال تیم فروش استارباکس به سرعت مشکل موردنظر را مدیریت کرد. بازگشایی کسب و کارها فقط منحصر به ایالات متحده نیست. بسیاری از برندها دیگر امکان مدیریت شـرایط تعطیلی را ندارند بنابراین دیر یا زود اقدام به بازگشـایی سراسری کسب و کارهای مورد تایید نهادهای اجرایی قرار خواهد گرفت.

منبع: marketingdive.com

بازاریابی مشتری مرکز با ترکیب فناوری‌های داده‌محور

به قلم: پریمیجس بی پی کی کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

حوزه بازاریابی در طول سال‌های اخیر تحولات بسیار زیادی پشت سر گذاشته است. ۱۰ سال پیش اغلب تیم‌های بازاریابی در شرکت‌های بزرگ در قالب دپارتمان‌های مجزا فعالیت می‌کردند. آن زمان مزیت اصلی بازاریابی توانایی‌شان برای پیش‌بینی رفتار مشتریان بود. دسترسی به سطح محدود اطلاعات برای بسیاری از آنها شرایط دشواری را فراهم می‌ساخت. همچنین طراحی استراتژی و کمپین‌های بازاریابی نیز در دفترهای رسمی شرکت‌ها یا آژانس‌های بازاریابی صورت می‌گرفت. نکته مهم در این میان تلاش برای پیش‌بینی آینده برند و میزان تاثیرگذاری کمپین‌های بازاریابی براساس راهکارهایی به غیر از مشاهده مستقیم مخاطب هدف بود.

امروزه فناوری‌های مدرن تاثیر قابل توجهی بر روی حوزه بازاریابی داشته است. این امر موجب افزایش تقاضا برای تحلیل داده‌ها به منظور طراحی کمپین‌های بازاریابی با محوریت رفتار مشتریان شده است. اغلب برندهای بزرگ در حال سرمایه‌گذاری بر روی فناوری‌های تازه برای بهبود کیفیت محتوای بازاریابی‌شان هستند. به عبارت بهتر، امروزه دیگر فرآیند بازاریابی نوعی فعالیت مبتنی بر حدس و گمان برندها نیست. استفاده از فناوری‌های داده‌محور امکان ترکیب انواع داده‌های مرتبط با رفتار مشتریان و استفاده از آنها برای جلب نظرشان را فراهم کرده است بنابراین امروزه رفتار مشتریان و تحلیل داده پیرامون آن اهمیت مرکزی در حوزه بازاریابی دارد.

فهم بازاریابی مشتری مرکز

یادگیری نکات تازه در حوزه بازاریابی همیشه نکته مثبتی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در صاحبان کسب و کار در حوزه بازاریابی همچنان به شیوه‌های فعالیت قدیمی پایبند هستند. این امر موجب ناتوانی آنها برای رقابت با برندهای بزرگ می‌شود. امروزه توجه به مشتریان در مدیریت امور کسب و کار اهمیت بیشتری پیدا کرده است. حوزه بازاریابی نیز در این میان تاثیر به شدت بالایی از تغییر کسب و کار پذیرفته است.

وظایف کنونی بازاریاب‌ها پیچیده و چندبعدی است. این امر شامل تلاش برای یافتن مشتریان تازه، حفظ مشتریان قدیمی و ترجمه کمپین‌های مختلف بر اساس فرهنگ بومی هر منطقه به طور همزمان است. بی‌تردید این حجم از فعالیت‌ها برای هر بازاریابی دشوار خواهد بود. همچنین با افزایش دامنه کارها در حیطه وظایف تیم‌های بازاریابی احتمال بروز خطا و اشتباه نیز افزایش یافته است.

وظیفه نخست هر تیم بازاریابی تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف است. هر برند دارای مخاطب هدف منحصر به فردی است. همین امر موفقیت برندهای بزرگ در یک صنعت واحد را مشخص می‌سازد. اگر به وضعیت بازاریابی برندهای بزرگ نگاه کنید، هر کدام از آنها دارای شیوه‌ای خاص برای جلب نظر مشتریان هستند. این امر در کنار سایر شرایط موجب افزایش تقاضا برای حفظ مشتریان می‌شود. امروزه برندها براساس میزان مشتریان ثابت یا وفادارشان مورد ارزیابی قرار می‌گیرند بنابراین وظیفه تکمیلی بازاریاب‌ها حفظ مشتریان برندهاست.

بدون شک بازاریابی بدون توجه به مشتریان هیچ کاربردی ندارد. به عبارت بهتر، مشتریان در کانون فعالیت‌های بازاریابی قرار دارند بنابراین استفاده از داده‌های معتبر در زمینه رفتار مشتریان برای بهبود کمپین‌های بازاریابی ضروری خواهد بود. معیارهای اساسی برای بازاریابی داده‌محور توجه به میزان رضایت مشتریان است. پیش از این توجه به رضایت مشتریان فقط از طریق پیش‌بینی‌های بازاریاب‌ها امکان‌پذیر بود. امروزه بسیاری از برندها امکان استفاده از داده‌های دقیق پیرامون گروه‌های مختلف مشتریان را دارند. این امر در کنار مهارت بازاریاب‌ها فرصت طلایی برای جذب مشتری تازه و حفظ مشتریان وفادار برند محسوب می‌شود.

بازاریابی داده‌محور چیست؟

اجازه دهید بحث را با بیان تفاوت میان بازاریابی داده‌محور با الگوی سنتی بازاریابی شروع کنیم. بازاریابی داده‌محور یک فرآیند یکپارچه و دقیق است. این فرآیند مبتنی بر کاربرد داده‌های دقیق درباره رفتار مشتریان و وضعیت بازار است. بازاریاب‌ها با تحلیل داده‌های موردنظر اقدام به طراحی کمپین‌های بازاریابی می‌کنند. مزیت اصلی این نوع کمپین‌ها امکان تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف است.

اگر بخواهیم فرآیند بازاریابی داده‌محور را در سه گام تشریح کنیم، باید به موارد ذیل اشاره شود:

•چرا مشتریان از ما خرید می‌کنند؟

•آنها چه محصولی را خریداری کرده‌اند؟ آیا آن محصول از برند ما بوده است؟

•چگونه از داده‌های معتبر پیرامون رفتار مشتریان برای طراحی استراتژی بازاریابی استفاده کنیم؟

همانطور که مشاهده می‌شود، بازاریابی داده محور یک فرآیند دایره‌ای است. به این معنا که چرخه موردنظر به طور مداوم تکرار می‌شود بنابراین با یادگیری شیوه استفاده از آن امکان مدیریت بهینه اطلاعات بازاریابی در گام‌های بعدی فراهم می‌شود.

شاید در نگاه نخست جمع‌آوری اطلاعات کاربردی درباره مشتریان کار دشواری باشد. این امر کاملا طبیعی است، با این حال نگاهی کوتاه به علاقه مشتریان برای استفاده از نرم‌افزارها و اپ‌های آنلاین در راستای خرید به خوبی فرصت استفاده از داده‌های معتبر را به ما نشان می‌دهد. امروزه اغلب برندهای بزرگ دارای اپ رسمی برای خرید آنلاین مشتریان هستند. برند شما نیز به احتمال فراوان دارای اپ یا دست‌کم سایت رسمی است. استفاده از داده‌های مرتبط با کاربران در چنین پایگاه‌هایی گزینه منطقی برای بازاریابی بهتر خواهد بود.

تحلیل داده‌ها همیشه فرآیند دشواری محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به حجم وسیع داده‌ها در کسب و کارهای مختلف است بنابراین شاید ما با چندین ابرداده در زمینه بازاریابی مواجه باشیم. خوشبختانه امروزه فناوری هوش مصنوعی امکان تحلیل خودکار داده‌های عظیم را فراهم کرده است. نکته جالب اینکه کار با نرم‌افزارهای دارای هوش مصنوعی نیازمند اطلاعات دقیق در حوزه بازاریابی یا حتی برنامه‌نویسی نیست.

پاسخگویی به سه پرسش مورد بررسی در سطرهای پیشین با استفاده از هوش مصنوعی بسیار ساده‌تر خواهد بود. این امر در زمینه بازاریابی تحولات بسیار زیادی ایجاد کرده است. بر این اساس دیگر تیم‌های بازاریابی نیازمند بازه‌های زمانی طولانی برای طراحی کمپین‌های باکیفیت نخواهند بود. این نکته در دنیای بازاریابی کنونی دارای اهمیت بسیار زیادی است. بسیاری از تیم‌های بازاریابی به طور مداوم تحت فشار هیأت مدیره برای اجرای سریع‌تر کمپین‌های بازاریابی هستند. اغلب اوقات چنین فشارهایی موجب ناتوانی برندها در زمینه اجرای کمپین‌ها به صورت تاثیرگذار می‌شود. خبر خوش در این میان امکان ساماندهی و طراحی کمپین‌های بازاریابی در مدت‌زمان کوتاه بدون نیاز به کاهش کیفیت است بنابراین بازاریابی داده محور در عمل موجب کاهش زمان موردنیاز تیم‌ها و افزایش قابل توجه کیفیت نهایی شده است.

تکنیک‌های بازاریابی مشتری مرکز

بدون تردید تحلیل داده‌های عظیم از سوی نرم‌افزارهای دارای هوش مصنوعی تاثیر قابل توجهی بر روی کیفیت کمپین‌ها دارد. این امر فرآیند فعالیت برندها را نیز ساده‌تر ساخته است. شاید در نگاه نخست این امر موجب کاهش نیاز برندها به بازاریاب‌های حرفه‌ای شود. اگر شما نیز به این نکته فکر می‌کنید، باید نسبت به سرانجام چنین کارهایی آگاه باشید. بدون تردید بسیاری از برندها دیگر نیاز چندانی به حوزه بازاریابی تخصصی احساس نمی‌کنند. این امر ناشی از اعتماد بالا به سیستم‌های دارای هوش مصنوعی است. این امر از نقطه نظر بازاریابی اشتباه بزرگی محسوب می‌شود. اگرچه برندها اکنون امکان دسترسی به اطلاعات دقیق را دارند، اما هنوز هم نحوه کاربست آنها اهمیت دارد. بازاریاب‌های حرفه‌ای امکان کاربست بهتر و دقیق‌تر اطلاعات کاربردی در حوزه بازاریابی را دارند.

نکته جالب درباره نیاز به استفاده از داده‌های معتبر در زمینه بازاریابی مربوط به پیچیدگی این حوزه است. بدون تردید حوزه بازاریابی در طول سال‌های اخیر با استفاده از فناوری هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی پیچیدگی‌های زیادی پیدا کرده است بنابراین اگر ما با حوزه بازاریابی آشنایی کاملی نداشته باشیم، امکان جلب نظر مخاطب هدف فراهم نخواهد شد.

دسترسی به اطلاعات معتبر درباره مشتریان همیشه دارای اهمیت است. برندهای مختلف شیوه‌های متفاوتی برای ساماندهی این بخش دارند بنابراین ما باید در عمل از چنین شیوه‌ای برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف استفاده کنیم. متاسفانه برخی از برندها در عمل شیوه مشخصی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ندارند. به همین خاطر از شیوه‌های کلیشه‌ای برای تحلیل داده‌ها و ساخت کمپین استفاده می‌کنند. توصیه کلیدی ما در این بخش تلاش برای ایجاد ساز و کارهای اختصاصی برای برند است. این امر جایگاه هر برند را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

بدون تردید استفاده از داده‌های معتبر در زمینه بازاریابی گام نهایی برای موفقیت نیست. چالش اصلی توجه به فاصله میان اطلاعات معتبر در زمینه رفتار مشتریان و تصمیم‌گیری بازاریابی است. گاهی اوقات تصمیم‌گیری براساس داده‌ها و اطلاعات ریسک‌های زیادی در پی دارد. بازاریاب‌ها مسئول اصلی شکست کمپین‌ها خواهند بود بنابراین کاربست شیوه‌های تازه همیشه همراه با ریسک شکست و انتقادات فراوان خواهد بود. اگر ما به طور دقیق کمپین بازاریابی‌مان را ساماندهی نکنیم، حتی امکان اخراج از محل کار نیز وجود دارد.

همانطور که اشاره شد، ما نیازمند تصمیم‌گیری در زمینه بازاریابی هستیم. این امر چالش بزرگی، باتوجه به دشواری اعتماد قطعی به اطلاعات در پی دارد. ما در اینجا برای سهولت هرچه بیشتر بازاریاب‌ها و صاحبان برند قصد بررسی راهکارهای مناسب برای بازاریابی مشتری مرکز با استفاده از داده‌های معتبر را داریم.

۱. ترسیم نقشه سفر مشتریان

تعامل میان برندها و مشتریان شباهت زیادی به سفرهای جادویی دارد. وظیفه اصلی ما در این میان ایجاد شرایطی مناسب برای مشتریان به منظور تعامل با برندمان است. هرچه این فرآیند دلپذیرتر باشد، شانس ما برای جلب نظر مخاطب هدف افزایش خواهد یافت. امروزه مشتریان انتظارات بسیار زیادی از برندها دارند. این امر شامل تلاش برندها برای جلب نظر مشتریان براساس تحلیل سلیقه‌شان می‌شود. اگر ما توجه کافی به سلیقه مشتریان نداشته باشیم، به سرعت مشتریان‌مان را از دست می‌دهیم بنابراین رقابت در فضای کسب و کار نیز بر روی اهمیت بازاریابی خواهد افزود.

طراحی نقشه سفر مشتریان در تعامل با برندمان کاربرد بسیار زیادی دارد. ما در این میان وظیفه افزایش جذابیت سفر مشتریان را داریم. این امر به عوامل متعددی بستگی دارد. به عنوان مثال، هرچه اطلاعات موردنیاز مشتریان درباره برند ما و محصولاتش در دسترس‌تر باشد، انگیزه آنها برای تعامل با ما بیشتر خواهد شد. ما به طور کلی براساس ماهیت برندمان باید اقدام به ترسیم نقشه سفر مشتریان کنیم، با این حال برخی از نکات عمومی و رایج در این زمینه به شرح ذیل است:

• توجه به سادگی نقشه موردنظر و تلاش برای پرهیز از سردرگمی مشتریان

• طراحی شخصیت‌های مختلف برای مشتریان و تلاش برای شخصی‌سازی نقشه برندمان براساس هر کدام از شخصیت‌ها

• توجه به توانایی‌های درونی برندمان و کارمندان برای تعامل با مشتریان و عدم سرمایه‌گذاری بیش از اندازه بر روی این حوزه

• توافق و تعامل با سرمایه‌گذارهای شرکت درباره طرح‌های پیش روی در زمینه تعامل با مشتریان به منظور جلب رضایت‌شان

۲. ترکیب داده‌ها

بازاریابی با هدف جلب نظر مخاطب هدف همیشه کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در عمل توانایی جلب نظر مشتریان در فرآیند بازاریابی را ندارند. شاهد اصلی این ادعا کمپین‌های شکست خورده فراوان در اطرافمان است. همچنین به عنوان یک مشتری ما همیشه خیل عظیمی از محتوای بازاریابی را مورد بی‌توجهی قرار می‌دهیم بنابراین استفاده از داده‌های معتبر برای طراحی کمپین‌های بازاریابی کار چندان ساده‌ای هم نیست.

راهکار اصلی برای غلبه بر مشکلات بازاریابی داده‌محور و تلاش برای تمرکز بر روی مشتریان استفاده از ترکیب اطلاعات است. بسیاری از برندها فقط بر روی یک نوع اطلاعات واحد سرمایه‌گذاری می‌کنند. در این میان اگر سلیقه مشتریان برای تعامل با برند موردنظر متفاوت باشد، کار برای آنها به شدت دشوار خواهد شد.

اگر ما به دنبال تعامل بلندمدت با مشتریان هستیم، باید اقدام به ترکیب اطلاعات در دسترس‌مان کنیم. این امر بدون توجه به تکنیک‌های بازاریابی امکان‌ناپذیر است. اغلب شکست‌ها در زمینه بازاریابی به دلیل حضور افراد غیرحرفه‌ای در مقام بازاریاب صورت می‌گیرد. این امر شامل دخالت‌های بی‌مورد هیأت مدیره در فرآیند بازاریابی می‌شود. امروزه برای موفقیت در عرصه بازاریابی باید به بازاریاب‌ها آزادی عمل موردنیازشان اعطا شود. در غیر این صورت نتیجه نهایی کمپین‌ها همیشه با سطح انتظارات ما فاصله خواهد داشت.

۳. ارزیابی رفتار مشتریان

واکنش مشتریان نسبت به کمپین‌های بازاریابی یکسان نیست. هر گروه از مشتریان براساس سطح نیاز، سلیقه و تجربه تعامل با برند واکنش متفاوتی نشان می‌دهند. نکته مهم در این میان استفاده از واکنش‌های متفاوت مشتریان برای شخصی‌سازی محتواست. امروزه دیگر دوره تولید محتوای بازاریابی یکسان برای تمام مشتریان گذشته است بنابراین باید به دنبال راهکارهایی برای شخصی‌سازی محتوا براساس سطح نیاز گروه‌های مختلف مشتریان باشیم.

استفاده از داده‌های معتبر برای بازاریابی همیشه دشوار نیست، با این حال هنر شخصی‌سازی آنها نیازمند مهارت بالا در حوزه بازاریابی است. گام نخست در این میان طبقه‌بندی واکنش‌های مختف مشتریان به کمپین اولیه‌مان است. این امر ما را با گروه‌های مختلف مشتری هدف آشنا خواهد کرد. سپس براساس سلیقه هر دسته از مشتریان باید در مراحل بعدی محتوا را شخصی‌سازی کرد. استفاده از تجربه تعامل مشتریان با دیگر برندها در اینجا اهمیت بالایی دارد.

هدف اصلی ما در این بخش جایگزینی داده‌های مرتبط با رفتار و واکنش مشتریان با الگوها و اصول بازاریابی از پیش طراحی شده است. ما باید به طور مداوم اصول بازاریابی برندمان را براساس سطح نیاز مشتریان به روز رسانی کنیم. در غیر این صورت امکان جلب نظر آنها فراهم نخواهد شد.

۴. ذخیره‌سازی مداوم اطلاعات

تکیه بر اطلاعات قدیمی همیشه راهکار مناسبی محسوب نمی‌شود. ما اغلب اوقات نیازمند اطلاعات تازه در حوزه بازاریابی هستیم، بنابراین باید به طور مداوم اقدام به افزایش بانک اطلاعاتی و جایگزینی اطلاعات تازه با نسخه‌های قدیمی کنیم. در غیر این صورت به سرعت با شکست مواجه خواهیم شد.

فرآیند گردآوری اطلاعات تازه دشواری زیادی ندارد. در اینجا نیز اگر از نرم‌افزارهای دارای هوش مصنوعی استفاده کنیم، فرآیند گردآوری اطلاعات به شدت ساده خواهد شد. نکته مهم در این میان تلاش برای تحلیل اطلاعات و کاربست آنها براساس تغییرات مداوم سلیقه مشتریان است.

برندها همیشه رویدادهای بسیار زیادی را پیش روی دارند. این امر شامل شرکت در مراسم‌های بزرگ یا حتی برگزاری برخی از آنهاست. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از اطلاعات مربوط به رفتار مشتریان در مراسم‌های بزرگ است. شاید این امر در ابتدا اندکی عجیب به نظر برسد، اما از نقطه نظر بازاریابی دارای اهمیت بالایی است. امروزه برخی از رویدادهای مهم در حوزه بازاریابی به صورت آنلاین اتفاق می‌افتد بنابراین ما باید نسبت به جمع‌آوری داده‌ها در چنین موقعیت‌هایی نیز حساس باشیم. در غیر این صورت امکان فعالیت مناسب نخواهیم داشت.

آینده حوزه بازاریابی

فناوری‌های داده‌محور نقش مهمی در توسعه بازاریابی ایفا می‌کند. این امر در طول سال‌های آینده شدت بسیار بیشتری خواهد یافت بنابراین تمام تیم‌های بازاریابی باید به استفاده از چنین فناوری‌هایی عادت کنند. در غیر این صورت به سرعت از دنیای بازاریابی حذف خواهند شد. نکته مهم در این میان دست بالاتر کسب و کارهای آنلاین در مقایسه با نمونه‌های سنتی است. بدون شک خرده‌فروشی‌های آنلاین مانند آمازون با سهولت بسیار بیشتری در مقایسه با دیگر کسب و کارهای حضوری اقدام به گردآوری و تحلیل داده‌ها می‌کنند. بنابراین یکی از ترندهای مهم در آینده بازاریابی جهت‌گیری به سوی کسب و کارهای آنلاین است.

استفاده از ساز و کارهای هوشمند برای تحلیل داده‌ها نیز گسترش فراوانی در حوزه بازاریابی خواهد یافت بدون تردید اکنون موقعیت مناسبی برای برندها به منظور استفاده از فناوری هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی است. این امر نیاز به رسیدگی به کارهای عادی را کاهش می‌دهد. در عوض مهارت بالا و تخصص در حوزه بازاریابی بیش از اندازه ارزشمند خواهند شد.

منبع: smallbusinessbonfire.com

ایستگاه بازاریابی

۴ گام یک لایو اینستاگرامی موفق

به قلم: مارگات ویتنی کارشناس بازاریابی و شبکه‌های اجتماعی
مترجم: امیر آل‌علی

براساس جدیدترین آمارها، مخاطبین بیشترین تمایل را به بخش لایو اینستاگرام دارند. تحت این شرایط سوالی که مطرح است این است که چگونه می‌توان در این زمینه کاملا حرفه-ای و موفق ظاهر شد. دلیل دیگری که اهمیت صحبت در رابطه با این موضوع را افزایش داده است این است که در شرایط فعلی ویروس کرونا منجر به قرنطینه خانگی و در نتیجه افزایش چشمگیر تعداد و میزان استفاده‌کنندگان اینترنت شده است. به همین خاطر هم‌اکنون بهترین زمان برای شروع فعالیت شما خواهد بود.

۱-به کیفیت کار توجه داشته باشید

کیفیت پخش در بخش لایو به اندازه کافی ضعیف است. به همین خاطر شما نباید در این رابطه اقدامی را انجام دهید که به بدتر شدن اوضاع منجر شود. برای این منظور توجه به نور کافی، استفاده از یک گوشی با دوربین باکیفیت در کنار سرعت بالای اینترنت شروط اولیه محسوب می‌شود، با این حال شما باید برنامه‌ریزی نیز در این رابطه داشته باشید تا اقدام شما ارزش مشاهده بالایی را داشته باشد. در نهایت توجه داشته باشید که اخیرا روشی معرفی شده است که به واسطه آن می‌توان از دوربین عکس‌برداری خود نیز به عنوان وبکم استفاده کرد. درواقع شما تمامی اقدامات را برای ایجاد جذابیت بصری باید مورد توجه خود قرار دهید. همچنین ضروری است تا دوربین خود را از جایی ثابت نگه داشته و از تکان خوردن‌های زیاد در حین پخش زنده، خودداری کنید. این امر باعث خواهد شد تا کیفیت تصویر، در شرایط بهتری قرار گیرد.

۲-اصل اختصار را رعایت کنید

به هر میزان که اقدام شما زمان بیشتری را اشغال کند، احتمال همراه ماندن افراد نیز کمتر خواهد شد. درواقع هیچ دلیلی وجود ندارد که یک لایو، حتما باید یک ساعت طول بکشد. در این رابطه توصیه می‌شود که مباحث را به چند قسمت کوتاه تقسیم کنید. این امر باعث خواهد شد تا افراد بتوانند تا آخرین دقیقه با شما همراه شوند. همچنین لازم است تا به مسائل روز توجه داشته باشید. برای مثال در شرایط فعلی، صحبت کردن در رابطه با ویروس کرونا، یک انتخاب کاملا درست خواهد بود، با این حال شما در این رابطه می‌توانید خلاقیت داشته باشید. برای مثال به جای توصیه‌های پیشگیرانه، آینده کسب‌وکار خود را در پساکرونا شرح دهید. همچنین این نکته را مورد توجه خود قرار دهید که ممکن است صدا در وضعیت ایده‌آل نباشد. به همین خاطر بهتر است که از هندزفری استفاده کنید. درواقع توصیه‌ها این است که در حد چند ثانیه لایو خود را در معرض آزمایش قرار دهید تا از مناسب بودن همه چیز اطلاع داشته باشید. همچنین وجود متن در کنار دست شما باعث می‌شود تا از محور گفت‌وگو خارج نشده و تنها براساس برنامه‌ریزی رفتار کنید.

۳-از قبل اطلاع‌رسانی‌های لازم را انجام دهید

منظور از این بخش صرفا این نیست که شما اعلام کنید که در چه زمانی لایو خود را آغاز خواهید کرد. بلکه شما قبل از شروع اقدام خود، باید مخاطب را به دنبال کردن این اقدام قانع کنید. برای این موضوع می-توانید سه دلیل مهم بودن مشاهده لایو خود را عنوان کرده و سابقه مهمان برنامه و یا پیش‌زمینه‌های بحث خود را منتشر کنید. همچنین ضروری است تا از مخاطبین خود بخواهید تا به بازنشر استوری شما پرداخته و برای لایو تبلیغ کنند. همچنین ضروری است تا به مخاطب خود توجه ویژه‌ای داشته باشید. درواقع اگر صرفا آنها را مشاهده‌کننده در نظر بگیرید، بدون شک تعاملی شکل نگرفته و افراد دیگر لایوهای شما را دنبال خواهند کرد. در نهایت توصیه می‌شود که بخش‌های مختلفی را داشته باشید تا تمامی سلیقه‌ها را به خود جذب کنید. برای مثال ممکن است یک روز در هفته را به پاسخ دادن به سوالات، یک روز را به مصاحبه و یا اقداماتی از این قبیل اختصاص دهید. بهتر است که برنامه کاری خود را در یک هایلایت استوری قرار دهید تا حتی افراد جدید با شیوه کار شما آشنا شوند.

۴-ذخیره‌کردن را جدی بگیرید

در پایان ضروری است تا لایو خود را حتما ذخیره کنید تا به مدت ۲۴ ساعت قابل مشاهده باشد. همچنین راهکارهای ضبط را معرفی کنید. برای مثال برخی از نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌ها از صفحه نمایش فیلم می‌گیرند و افراد می‌توانند با این اقدام، محتواهای مورد علاقه خود را برای همیشه داشته باشند. در این رابطه برخی از برندها به شیوه حرفه‌ای‌تر عمل کرده و لایو-هایی را در فضایی دیگر نظیر یوتیوب قرار می‌دهند تا افرادی که به تازگی اضافه شده-اند و یا بنا به هر دلیل موفق لایو را مشاهده نکرده‌اند به محتواها دسترسی داشته باشند. همچنین ضروری است تا لایو خود را با یک پرسش به پایان برسانید تا فراخوان عمل (CTA) نیز شکل گرفته و مخاطبان به خوبی با شما درگیر باقی بمانند.

منبع: business۲community.com

رهبری

وبینارهای پیشنهادی در رابطه با سئو برای روزهای قرنطینه

به قلم: برنت کساتوراس کارشناس حوزه سئو و بازاریابی
مترجم: امیر آل‌علی

در این روزها که کرونا جهان را تسخیر کرده و افراد به ماندن در خانه محکوم هســتند، بهترین زمان جهت افزایش ســطح آگاهی و تقویت مهارت‌ها وجود دارد که پس از طی کردن این دوران سخت، بتوان عملکرد بســیار خوبی را از خود نشان داد. در این رابطه سئو یکی از مهم‌ترین مهارت‌ها محســوب می‌شــود. علت این امر به این خاطر اســت که در حال حاضر بازاریابــی اینترنتی در صدر تمامی روش‌هــا قرار گرفته اســت و در این رابطه ســئو یکی از بخش‌های جدانشــدنی آن است. در این رابطه وبینارها یک گزینه بسیار خوب محسوب شــده و در این راستا به بررسی پنج مورد از جدیدترین و در عین حال بهترین آنها خواهیم پرداخت.

۱-آنچه باید در رابطه با الگوریتم جدید گوگل بدانیم

گوگل همواره الگوریتم‌های جدیدی را معرفی می‌کند که آگاهی از آنها باعث خواهد شد تا عملکرد به مراتب بهتری را داشته باشید. اگر در این رابطه خواندن مطالب را اقدامی زمانبر دانســته و ممکن است متوجه برخی از موارد نشوید، توصیه می‌شود که وبینار جدید آقای برت را مشــاهده کنید. وی یکــی از خبره‌ترین افراد در حوزه ســئو محسوب شــده و در وبینار خود همراه با مثال‌های متعدد، به خوبی همه چیز را توضیح داده است.

۲-تغییرات سئو در دوران پساکرونا

هیچ فهرســتی از بهترین‌ها در حال حاضــر بدون توجه به کرونا، کامل نخواهد بود. درواقع این ویروس با ســرعتی فوق‌العاده به تمام جهان سرایت کرده و در این رابطه اکثر کسب‌وکارها را وارد بحران کرده اســت، با این حال این اتفاق منجر به اســتفاده بیشتر افراد از اینترنت نیز شــده اســت که خود یک فرصت طلایــی بوده و لازم اســت تا به آن توجه داشــته باشیم، با این حال یکی از سوالاتی که مطرح اســت این اســت که پس از پایان این دوره، چه تغییراتی در بخش‌هایی نظیر ســئو رخ خواهد داد. در ایــن رابطه اریک نیوتون مدیرعامــل شــرکت Milestone Anil ضمــن تحلیــل اوضاع و اقداماتــی که در حال حاضر باید انجام شــود، به تغییرات احتمالی ســئو در آینــده نیز پرداخته و کمک می‌کند کــه از امروز برای آن آماده باشیم.

۳-ترندهای حوزه سئو در سال ۲۰۲۰

توجــه به ترندهــا در هر حوزه‌ای باعث خواهد شــد تــا بهترین تصمیم‌گیری‌ها را داشــته باشــیم. امســال ما وارد یک دهه جدید شده‌ایم و طبیعی اســت که شاهد تغییرات بیشتری باشیم. در این رابطه ســه تن از بهترین‌ها به نام‌هــای بن آگروال، بیل هانت و بک آزیموت ضمن بررســی اتفاقات مهم حوزه سئو در سال گذشته، به معرفــی جدیدترین ترندها پرداخته‌انــد. همچنین توصیه‌هایی ارائه شده است که به بهبود عملکرد شما کمک خواهد کرد.

۴-چگونه ترافیک سایت خود را افزایش دهیم

گرت مهرگات در وبینار خود به بررسی خلاقانه‌ترین و جدیدترین روش‌هایی پرداخته اســت که باعث خواهد شــد تا به بهترین شکل ترافیک ســایت افزایش پیــدا کند. نکته جالب این اســت که اکثر روش‌های او کاملا ســاده بوده و این امر کمک می‌کند تا هر فردی بتواند از آن استفاه کند.

۵-تاثیر اینفلوئنسرها بر سئو سایت

در این وبینار شما با اهمیت همکاری با اینفلوئنسرها آشنا خواهید شد. همچنین در هر حوزه‌ای بهترین‌های حال حاضر جهان معرفی شــده و دلایل اهمیت و نکاتی که باید در این رابطه رعایت شــود، به خوبی توضیح داده شــده و متوجه نکاتی خواهید شد که تاکنون از نظر شــما پنهان مانده است. در نهایت آمارهایی ارائه می‌شود که بدون شک بر روی تصمیمات و کسب اعتماد، تاثیرگذار خواهد بود.

در نهایت توجه داشته باشید که در صورتی که بخواهید از تمامی پنج گزینه استفاده کنید، به زمانی در حدود پنج ساعت نیاز خواهید داشت. به همین خاطر این اقدام چندان زمانبر نیز نخواهد بود.

منبع: searchenginejournal.com

بهترین سایت‌ها برای آموزش سئو

به قلم: دنی گودوین کارشناس حوزه سئو
مترجم: امیر آل‌علی

برای یادگیری و به‌روز نگه داشــتن اطلاعات خود در زمینه ســئو چه اقدامی را انجام می-دهید؟ ممکن اســت کتاب را در این رابطه کافی بدانید، با این حال توجه داشــته باشید که از زمان نوشتن تا چاپ یک کتاب، زمان طولانی‌ای طی خواهد شــد و اگر صرفا به آن تاکید داشته باشید، بدون شک جدیدترین ترندها را از دست خواهید داد. در این رابطه پادکست نیز گزینه چندان خوبی محسوب نشــده و شــما نیاز به مشــاهده خواهید داشــت. به همین خاطر در حال حاضر ســایت‌ها بهترین گزینه‌های موجود محســوب شــده و کمک می‌کنند که شما بتوانید به انواع اطلاعات موردنیاز خود در کمترین زمان ممکن دست پیدا کنید، با این حال سوالی که مطرح می‌شود این است که بهترین سایت‌ها در این حوزه کدامند؟ در این مقاله به بررسی ۱۳ مورد منتخب خواهیم پرداخت. نکته دیگری که اهمیت فهرســت کردن بهترین‌ها را کاملا ضروری کرده اســت این است که برخی از ســایت‌ها اقدام به معرفی روش-هایی می‌کنند که ابدا متناسب نبوده و به همین خاطر بسیار مهم است که نسبت به معتبرترین‌ها آگاهی داشته باشید.

۱- Google Webmaster Central Blog

گوگل به عنوان بزرگ‌ترین و محبوب‌ترین موتور جست‌وجو جهان، همواره در زمینه ســئو اقدامات متنوعی را انجام داده اســت. برای مثال تولید نرم‌افزارهای موردنیاز یکی از این اقدامات محســوب می‌شــود، با این حال برای یادگیری نیز می‌توانیــد از این برند جهانی کمک بگیرید. در این بخش شــما با انواع تعاریف، اقدامات و توصیه‌ها آشــنا خواهید شــد و می‌توانید اطلاعات خوبی را نسبت به سایت خود و یا افراد دیگر از نظر وضعیت سئو به دست آورید.

۲- Search Engine Journal

ســایتی که این مقاله در آن منتشر شده است، در سال ۲۰۰۳ تاسیس شده و از آن زمان در زمینه ســئو، تولید محتوا و تبلیغات جدیدترین مطالب را منتشر می‌کند. همچنین پوشــش اخبار از دیگر ویژگی‌های آن محســوب می‌شود. در نهایــت همکاری با بیش از ۵۰ متخصص ســئو، از دیگر امتیازهای این ســایت محسوب می‌شود.

۳- Search Engine Land

این ســایت از سال ۲۰۰۷ شــروع به فعالیت کرده است و موسس آن یکی از تاثیرگذارترین افراد حوزه سئو، دانی سالیوان است. در نهایت استفاده از یک تیم تحریریــه حرفه‌ای در کنار برگزاری دوره‌های آموزشــی، از دیگر ویژگی‌های این سایت محسوب می‌شود.

۴- Search Engine Roundtable

بری شــوارتز این ســایت را در ســال ۲۰۰۴ تاســیس کرده و از آن زمان به مصاحبــه و پوشــش اخبار حوزه ســئو تمرکز داشــته اســت. در نهایت معرفی جدیدترین راهکارها، از دیگر ویژگی‌ها محسوب می‌شود.

۵- The SEM Post

جنیفر اســلگ این سایت را از سال ۲۰۱۴ تاســیس کرده و در آن به بررسی راهکارهای مختلف برای سئو سایت در کنار پوشش اخبار می‌پردازد. نکته جالب این اســت که تمامی محتواها را خود او شــخصا تهیه کرده و این امر باعث شده است تا مخاطب بتواند ارتباط بیشتری را برقرار کند.

۶- Stone Temple Digital Marketing

اریک انج این ســایت را قبل از ســال ۲۰۰ تاســیس کرد. این ســایت اگرچه اعتبار بالایی را دارد، با این حال ســرعت پست‌گذاری در آن چندان بالا نبوده و بــرای مطالب جدید به زمانی در حدود یک هفته نیاز اســت. در نهایت توجه به انواع محتواها نظیر ایجاد اینفوگرافی و فیلم، از مزیت‌های آن محسوب می‌شود.

۷- GSQi Blog

گلــن گبــه رئیس برنــدی در زمینه مشــاوره دیجیتــال به نــام Squared Interactive اســت که در این ســایت ضمن به اشتراک گذاشتن تجربه کاری خــود، بــه انجام مداوم انــواع تحلیل‌ها و بررســی دلایل موفقیت و یا شکســت ســایت‌های مختلف در زمینه ســئو می‌پردازد. همین امر باعث شده است تا وی به عنوان مشــاور بسیاری از سایت‌ها انتخاب شود. در نهایت معرفی نرم‌افزارهای موجود در زمینه ســئو و آموزش آنها از دیگر مزیت‌های این ســایت محســوب می‌شود.

۸- The Moz Blog

در این ســایت انواع آمارها در زمینه سئو وجود دارد. همچنین شما می‌توانید رده‌بندی ســایت‌ها را نیز براســاس الگوهای مختلف مشــاهده کنید. در نهایت بخش دائمی آموزشی آن به دو فرمت تصویری و فایل صوتی در اختیار افراد قرار دارد، از جمله محبوب-ترین قسمت‌ها محسوب می‌شود.

۹- SEO Theory

بررســی انواع تئوری‌هــا و معرفی جدیدترین آنها بدون شــک برای هر فردی ارزشــمند خواهــد بود، با این حال این ســایت به علت رویکــرد تخصصی خود، برای تازه‌کارها ابدا توصیه نشــده و بهتر است پس از رسیدن به سطح حرفه‌ای، وارد آن شوید.

۱۰- State of Digital

این سایت در کنار سئو به بازاریابی اینترنتی و تولید محتوا نیز تاکید داشته و به همین خاطر پایگاه جامعی محســوب می‌شود، با این حال بخش بسیار جالب آن، مقایســه اســتراتژی‌ها، نرم‌افزارها و اقدامات مختلف در زمینه سئو است که بسیار خلاقانه و جالب است.

۱۱- Yoast SEO Blog

مزیت اصلی این ســایت، آموزش از پایه آن اســت. درواقع شــما می‌توانید از صفحه نخست تا جدیدترین مطالب، یک سیر آموزشی را طی کرده و به ترتیب، توانایی بالاتری پیدا کنید. به همین خاطر این سایت دارای بهترین ترتیب‌بندی است.

۱۲- WebmasterWorld

این ســایت به بزرگ‌ترین پایگاه تمامی افراد فعال در زمینه ســئو از سراســر جهان تبدیل شــده است. درواقع در این ســایت می‌توانید با افراد مختلف آشنا شــده و مطالب آنها را مشــاهده کنیــد. به همین خاطر بالاتریــن تنوع و حجم مطالــب، متعلق به این ســایت اســت. همچنین شــما در بخش پنــل کاربری، می‌توانید سوالات خود را مطرح کرده و بهترین پاسخ‌ها را دریافت کنید.

۱۳- Search News Central

شــیوه کاری این ســایت بسیار خلاقانه و جالب اســت. درواقع آنها به پوشش حداکثری اخبار حوزه ســئو تمرکز دارند، بــا این حال در هر بخش، گزینه‌هایی برای مطالعه بیشتر وجود دارد که به آموزش‌های مرتبط پرداخته شده است.

منبع: searchenginejournal.com

۵ تله ذهنی بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها و نحوه اجتناب از آنها

مترجم: طاهره منیری‌شریف

هر بنیان‌گذاری باید از بعضی طرز فکرهای خاص، اجتناب کند. مثلا تحت فشــار قرار دادن خود برای انجام دادن هر پروژه به تنهایی یا این احســاس که هرگز نمی‌تواند اســتراحت کند. شاید گفتنش ساده باشد کــه با خود بگویید من نباید این اشــتباه‌ها را انجام دهم، ولی وقتی در چنین شــرایطی قــرار می‌گیرید به‌راحتی ممکن اســت در یکی از این دام‌ها گرفتار شوید.

در ادامــه، پنج مورد از خطرناک‌ترین تله‌هــای ذهنی را که به عنوان بنیان‌گذار یک استارت‌آپ ممکن اســت گرفتارش شوید مرور خواهیم کرد:

۱- وقتــی می‌بینید هم‌تیمی‌تــان به کندی کار می‌کند و احســاس می‌کنیــد که خودتان می‌توانید ســریع‌تر کار را انجام دهید، می‌گویید: «خودم این کار را انجام خواهم داد»:

این اشــتباه در بین بنیان‌گذاران اســتارت‌آپ‌های نوپا شایع‌تر است، یعنــی در مواقعی که یک عضو جدید اســتخدام می‌کنید تا بخشــی از کارتان را برای شــما انجام دهــد. در واقع عضو جدید به زمان نیاز دارد تا بتواند کارش را یاد بگیرد و البته در طول آن دوره یادگیری، نخواهد توانست کارها را با آن سرعتی که مدنظر شماست پیش ببرد.

ولی این اصلا مهم نیست. اگر شما کار آنها را برعهده بگیرید به آنچه که می‌خواهید نمی‌رســید زیرا در این صورت آنها نمی‌توانند مســتقل بــار بیایند. علاوه بر این، با این کار نخواهید توانســت شــرکت خود را مقیاس‌بندی کنید.

ایــن کار اثــرات جانبی دیگری هــم دارد. اگر مــدام پاپیچ هم‌تیمی جدیدتان بشــوید، ممکن است به او ضربه روحی وارد شود. به کارکنان جدیدتان اجازه دهید تلاش کنند (حداقل چند هفته اول)، تا بتوانند به آن رشدی که از آنها انتظار دارید، برسند.

۲- اندازه‌گیری ساعات به جای پیشرفت:

در دنیای اســتارت‌آپ، خیلی آزاردهنده اســت وقتی که می‌شــنویم کســی با تکبر در مورد زود رفتن به اداره یا دیر ترک کردن اداره حرف می‌زند. اگر افراد در محل کار هشــیار و مولد باشــند دیگر زمان آمدن و رفتن آنها مهم نیســت. آنچه که مهم اســت، نتیجه کار اســت. برای سنجش مشارکت شخص در رشد شرکت، فقط به موارد زیر توجه کنید:

- آنچه که انجام می‌دهند.
- آیا در راســتای اهداف نقشــه راه یا ضرب‌الاجل‌ها حرکت می‌کنند یا نه؟
- آیا یک عضو قابل‌اعتماد و قابل‌احترام برای تیم هستند یا نه؟

البتــه معمولا رفتار بنیان‌گذاران به گونه‌ای اســت که از این اشــتباه حمایت می‌کنند. با ایجاد چک‌لیســت روزانه برای خودتان و محاســبه کارهای انجام‌شــده قابل‌مدیریت در طول روز یا پیشــرفتی که در طول روز ایجاد شده است، می‌توانید از این اشتباه اجتناب کنید.

بــرای اینکه خود را با مفهوم «بهره‌وری» به همراه موفقیت برای خود و تیم‌تان تطبیق دهید، باید هدف‌گرا باشید نه ساعت‌گرا.

۳-داشتن این احساس که نمی‌توانید استراحت داشته باشید:

بســیاری از بنیان‌گذاران، معمولا در شرکت خیلی به خودشان فشار آورده و خود را خســته می‌کنند (از لحاظ روحی ۱۸ ساعت در روز کار می‌کنند و هرگز به خودشــان اجازه توقف، خواب یا مقداری استراحت نمی‌دهنــد). آنها حــس می‌کنند این همان کاری اســت که باید انجام دهند. بعضی از بنیان‌گذاران، در مورد اخلاق کاری خود در شــبکه‌های اجتماعــی مطلــب می‌گذارند تا اعتبار اجتماعی کســب کنند و وانمود کنند که کاری غیرعادی و خارق‌العاده انجام می‌دهند.

ولی در واقعیت، این شیوه غیرمولد است. اگر زیادی خودتان را خسته کنید بهره‌وری‌تان کاهش می‌یابد. زندگی استارت‌آپی، یک دوی ماراتن اســت نه دوی ســرعت. اگر دائما مشــغول کارهایی هستید که فرصت استراحتی برای شما باقی نمی‌گذارند، یک گام به عقب برگشته و کمی فکر کنید. معمولا متوجه خواهید شــد که برای تکمیل بعضی کارهای خاص، بیشتر از آنچه که نیاز است وقت می‌گذارید، زیرا:

- دچار حواس‌پرتی شــده‌اید (نیازی نیســت به همه ایمیل‌ها یک جا پاسخ دهید).
- زمان خود را خوب مدیریت نمی‌کنید.
- بــرای دقــت کافی و عمیــق روی کار خــود، به انــدازه کافی وقت نمی‌گذارید.

منظور این اســت که باید هدفمند باشــید و همیشه برای خود وقت استراحت در نظر بگیرید.

۴- تلاش برای یک رئیس خوب بودن:

تفاوت زیادی بین رئیس بودن و دوست بودن وجود ندارد. ولی وقتی یک اســتارت‌آپ نوپا دارید همیشــه بهتر است رســمی‌تر باشید. یعنی ضرورتا در مربیگری و نقد سازنده خودتان صادق باشید. دوستانه بودن خوب است، ولی اگر به دروغ ادای صداقت را دربیاورید عواقب شدیدی (هم از نظر شــخصی و هم از نظر کاری) در پی‌خواهد داشت و به موارد زیر منجر خواهد شد:

- تیم شما در فضای کاری برای مولد یا باارزش بودن رقابت نمی‌کند.
- محصول شما خسارت می‌بیند، زیرا حلقه بازخورد شکسته می‌شود.
- فرهنگ شرکت شما نخواهد توانست در یک فضای صادقانه و شفاف و با بازخورد ثابت (مواردی که موردنیازتان هستند) رشد کند.

وقتی باید گفت‌وگوهای ســختی داشته باشید، از راه‌حل‌های سریع و موقت اســتفاده کنید. روراست باشــید و آنچه را که لازم است بگویید. فقــط در این صورت کارها بهبود خواهند یافــت. درواقع تا وقتی که با بازخوردهای خود همچنان حرفه‌ای باقی می‌مانید، هیچ‌کس از شما گله نخواهد کرد. حقیقت این است که اگر شما وظیفه خود را انجام ندهید تیم‌تان از شما گله خواهد کرد (و باید هم این کار را بکند).

۵-داشــتن این طــرز فکر که باید به همه بگوییــد همه چیز در تمام اوقات به خوبی پیش می‌رود:

بنیان‌گذاران بیشتر از بقیه کارکنان در این تله ذهنی گرفتار می‌شوند. با یک دوست یا همکاری که می‌خواهد همین الان یک شرکت راه‌اندازی کند صحبت کنید و از او بپرســید کارها چطور پیش می‌رود. ۹۹درصد اوقات در پاسخ خواهید شنید: همه چیز خوب پیش می‌رود.

این حــرف نه‌تنها صادقانه نیســت، بلکه عواقــب غیرقابل‌پیش‌بینی دیگری هم دارد. مثلا:

مانع از این می‌شــود که شما توصیه‌ها یا کمک‌های بسیار ارزشمند را دریافت کنید، زیرا کســانی که می‌توانند این توصیه‌ها را در اختیار شما بگذارند اصلا فکرش را هم نمی‌کنند شما به آنها احتیاج داشته باشید.

اعتبار شــما را کاهش می‌دهد، به خصوص بعد از اینکه افراد بفهمند کارهــا واقعا خوب پیش نمی‌رود. (حتی اگر بعد از مدت کوتاهی خلاف آن حرف را بگویید).

بنابراین در پاسخ به این سوال همیشه سعی کنید صادق باشید. در پایان روز، هر کسی که درگیر استارت‌آپ است اشتباه‌هایی را مرتکب می‌شود و این امری طبیعی و رایج است ولی آنچه باید به آن توجه داشت، این است که اشــتباه‌هایی را که می‌توانید از آنها اجتناب کنید، مرتکب نشوید. پس برای شروع، سعی کنید از این تله‌های ذهنی اجتناب کنید.

منبع: medium/modirinfo

اخبار

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری خبر داد:

ارزیابی پیشرفت اقدامات قطع زنجیره کرونا در جایگاههای سوخت

ساری – دهقان: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : قرارگاه زیستی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری به منظور هم اندیشی بررسی اقدامات برند و انجمن صنفی جایگاههای عرضه سوخت در مقابله با کرونا جلسه تشکیل داد .

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری بیان کرد : جلسه ای با عنوان هم اندیشی بررسی اقدامات برند و انجمن صنفی جایگاهداران استان در مقابل ویروس کرونا توسط قرارگاه زیستی نفت منطقه ساری در ستاد این شرکت برگزار شد. سبحان رجب پور اظهار کرد : در این جلسه بر عدم تبادل پول نقد ، استفاده از کارت بانکی ، حضور فرد پاسخگو در مجاری عرضه سوخت و رعایت پروتکل های بهداشتی هنگام سوختگیری تاکید شد. وی افزود : پرداخت حقوق و دستمزد کارگران بطور منصفانه و بر اساس قانون کار از مواردی بود که در این جلسه به آن پرداخته شد .

رجب پور اذعان کرد : مقرر شد شرکتهای صاحب برند و انجمن صنفی جایگاهداران گزارش تهیه و توزیع اقلام بهداشتی مصرفی کاربران تلمبه و مشتریان را به صورت روتین به قرارگاه زیستی منطقه ساری ارائه نمایند. مدیر منطقه ساری در جمع بندی جلسه تاکید کرد : تیمهای مراقبتی بهداشتی و کنترل و نظارتی این شرکت به صورت مستمر و در دو شیفت کاری در حال رصد کلیه جایگاهها هستند و مدیران مجاری عرضه سوخت موظف به همکاری با آنها می باشند .

اجرای عملیات روکش آسفالت در معابر شهر ملارد

استفاده از آسفالت پلیمری SMA برای نخستین بار در شهرستان ملارد

ملارد – جباری: به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری ملارد شهرستان ملارد با وسعتی حدود ۹۶۰ کیلومتر مربع بزرگترین شهرستان غرب استان تهران است که توجه به این وسعت پهناور رسیدگی و همچنین بسط و گسترش معابر،خیابانها و شاهراههای ترانزیتی آنرا به دنبال خواهد داشت.لازم به ذکر است که بخش زیادی از این معابر در محدوده شهری و زیرنظر شهرداری این شهر تامین نیاز می شوند که عمدترین موضوع تحت رسیدگی نحوه تامین آسفالت مورد نیاز می باشد لذا در همین زمینه عملیات تراش و روکش آسفالت مدرن پلیمری SMA(آسفالت نوینی است که از دو بخش سنگدانه ای درشت و ملات پر قیر، مخلوط قیر، فیلر و افزودنی های تثبیت کننده شامل الیاف سلولزی و یا معدنی تشکیل می شود. استحکام زیاد و عدم سرخوردگی، افزایش عمر خدمت دهی روسازی، بهبود مقاومت لغزندگی رویه آسفالت و ارتقاء مشخصات عملکردی روسازی آسفالتی مزیت اصلی آسفالت SMA می باشد)این شرقی بلوار دکتر حسابی روبروی فرمانداری شهر ملارد به همین شیوه اجرایی شد. از خصوصیات دیگراین آسفالت پخش در لایه نازک و عمر مفید بالای ۱۵سال است.

گلزار شهدای شهر ملارد در کانون توجه مدیریت شهری

به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری ملارد ، سیما و مناظر شهری شهر ملارد از قسمت های مختلفی شکل گرفته است و بخش زیادی از پروژه های عمرانی مدیریت شهری در همین حیطه عملیاتی می شوند.در همین راستا ادامه عملیات عمرانی ساخت ونصب وال پست (وال پست کلافی است که در طول های مشخص برای یکپارچه عمل نمودن دیوار به کار می رود. این وال پست ها سبب درگیری دیوار با اسکلت و در نتیجه استحکام دیوار خواهد شد) لذا اجرای دیوارهای پیرامونی وداخلی ساختمان اداری گلزار شهدا شهر ملارد با استفاده از این سیستم نوین در حال اجرا می باشد.

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان خبرداد:

فاز اول پست برق سرچشمه رامهرمز وارد مدار شد

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: عملیات احداث فاز اول پست ۱۳۲.۳۳ کیلو ولت سرچشمه رامهرمز به پایان رسید و برقدار شد. محمود دشت بزرگ اظهار کرد: فاز اول این پست ۲۷ مگا ولت آمپر ظرفیت دارد.

وی بیان کرد: ارزش سرمایه گذاری این پروژه حدود ۱۵۲ میلیارد ریال بوده و باعث توسعه شبکه برق در شهرستان رامهرمز می شود. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان افزایش ضریب اطمینان و توسعه شبکه برق جهت مشترکین خانگی، صنعتی و کشاورزی رامهرمز را یکی از اهداف بهره برداری این پروژه اعلام و افزود: افزایش پایداری، کاهش محدودیت و احتمال خاموشی شبکه توزیع در منطقه رامهرمز، افزایش تعداد فیدرهای خروجی و قابلیت مانور در شبکه توزیع و کاهش بار پست های رامهرمز ۱ و هرمز از دیگر اهداف بهره برداری پروژه بوده است.

تقدیر شهردار گرگان از کارگران نمونه

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: شهردار گرگان به مناسبت هفته کار و کارگر از کارگران نمونه خدمات شهری مناطق شهرداری گرگان و سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری گرگان تقدیر کرد.به گزارش مرکز اطلاع‌رسانی روابط عمومی و امور بین‌الملل شهرداری گرگان، عبدالرضا دادبود در مراسم تقدیر از کارگران نمونه خدمات شهری مناطق شهرداری گرگان و سازمان سیما، منظر و فضای سبز که به مناسبت هفته کار و کارگر برگزار شد، اظهار کرد: بدون شک بار اصلی ارائه خدمت به شهروندان توسط کارگران زحمت‌کش و پرتلاش انجام می‌شود.وی با ابراز احترام به تمامی کارگران به ویژه کارگران شاغل در شهرداری گرگان، تصریح کرد: تقدیر اصلی از همه ما، رضایت مردم است و امیدوارم بتوانیم با عملکرد مناسب شاهد رضایت مردمی باشیم.شهردار گرگان با ابراز رضایت از عملکرد تمامی کارگران در شهرداری گرگان که در راستای نظافت و زیبایی شهر تلاش می کنند، گفت: بهترین تقدیر ما از شما کارگران عزیز دفاع از حق و حقوق شما عزیزان خواهد بود. دادبود گفت: سال گذشته به دلیل افزایش قیمت‌ها و هزینه‌های شرکت‌های خدماتی بسیاری از شرکت‌ها در تدارک تعدیل قابل توجه نیرو برای کاهش هزینه‌ها و تحقق بخشیدن به تعهدات خود در قرار داد بودند که شهرداری گرگان با پذیرش سختی‌های فراوان از این اقدام جلوگیری کرد.وی اضافه کرد: ۶ ماه در سال ۱۳۹۸ برای اصلاح روند کاری شرکت‌های خدماتی و فضای سبز تلاش کردیم تا هیچگونه تعدیل نیرو برای کارگران ایجاد نشود و تمام حق و حقوق کارگران به صورت کامل پرداخت شود.شهردار گرگان با تاکید بر برنامه‌ریزی لازم برای پرداخت منظم و به موقع حقوق کارگران خطرنشان کرد: گرچه تمام حقوق کارگران پرداخت می‌شود اما تلاش ما بر این است نظم بهتری در تاریخ پرداخت شکل بگیرد که کارگران با مشکلات کمتری در رفع مشکلات معیشتی روبرو شوند.دادبود با اشاره به اقدامات انجام شده در روزهای ابتدایی شیوع ویروس کرونا در کشور به ویژه در گرگان، تاکید کرد: با رایزنی‌ها و هماهنگی‌های انجام شده تلاش کردیم وسایل بهداشتی همچون ماسک و دستکش را در اختیار کارگران قرار دهیم که مشکلی برای کارگران در این بخش ایجاد نشود.

در ادامه طرح یکپارچه سازی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی انجام شد

تودیع و معارفه مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان رشت

رشت – علی قلی پور: در راستای طرح یکپارچه سازی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی با حکم مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان محمود امیری بعنوان مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان رشت منصوب شد.سید محسن حسینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان در مراسم تودیع و معارفه مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان رشت با اشاره به یکپارچگی شرکت های آب و فاضلاب اظهار داشت: تغییر و تحولات در حوزه انتصاب مدیران بدلیل تغییر تاکتیک است و هدف از آن اصلاح روشهای انجام کار و بهبود روند اجراست.وی با تأکید بر اینکه رشت باید هدف محور و برنامه محور باشد تصریح کرد: امور آب و فاضلاب رشت فضای پرکاری است و از استاندارد خوبی در سطح دستگاههای خدمات رسان برخوردار است. تغییرات باعث پویایی خواهد شد و از تحولات جدید انتظار بهبود روند در ارائه خدمات است و با همکاری و همیاری مجموعه و مشخص شدن هدف به آن خواهیم رسید. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان در ادامه گفت: پس از ابلاغ طرح یکپارچه سازی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی در گیلان با موضوع کرونا مواجه شدیم و با تأکید بر لزوم رعایت بهداشت فردی با افزایش بی سابقه مصرف آب روبرو بودیم.وی همچنین افزود: با تدوین چند برنامه و اولویت حفاظت از جان همکاران در مقابله با ویروس کرونا ، تلاش مجدانه برای خدمت رسانی مطلوب در دستورکار قرار گرفت که با توجه به افزایش ۲۵ درصدی مصرف آب و در روزهای پایانی سال، تقارن با سنت خانه تکانی شاهد افزایش مصرف به میزان ۴۰٪ شدیم.مهندس حسینی با بیان اینکه با تشکیل جلسات بحران به منظور تأمین نیاز آبی استان، موضوع مدیریت شد تصریح کرد: مجموعه آبفای گیلان در این شرایط سخت پای کار بودند تا خللی در امر خدمت رسانی ایجاد نشود و با توجه به افزایش مصرف در اسفند ماه سال ۹۸ ، ۷۲۰ لیتر در ثانیه بر ظرفیت تولید آب استان افزوده شد و این منابع جدید در مدار بهره برداری قرار گرفت.وی همچنین یادآور شد: با توجه به طرح یکپارچه سازی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی و افزایش مراکز خدمت رسانی به مردم ، امیدواریم روز به روز شاهد ارتقاء خدمات این شرکت و رشد و تعالی آبفای گیلان در همه حوزه ها باشیم.

فاز اول پروژه تقاطع غیرهمسطح شهید کاوه نبیری اراک به بهره برداری رسید

معاون وزیر کشور: توسعه و پیشرفت واقعی کشور نیازمند بازنگری در برنامه‌ها است

اراک – خبرنگار فرصت امروز: 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 توسعه شهرها تعریف شده اما هنوز بسیاری از مشکلات گره‌گشایی نشده است. وی بیان کرد: نیاز است برای توسعه واقعی شهرها، نسخه شفابخشی پیچیده شود و شاید به جای مدیران شهری باید به دنبال حکیمان شهری رفت. معاون وزیر کشور ادامه داد: جای معماری ایرانی و اسلامی 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. جمالی نژاد اظهار داشت: ۲۱ هزار طرح بزرگ و کوچک در ایام‌الله دهه مبارک فجر پارسال در کشور بهره‌برداری و ایجاد شد و هم‌اکنون نیز ۸۰ هزار طرح نیمه تمام در کشور در دست اجرا است.

نقشه توسعه شهرها باید حکیمانه و متوازن باشد

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. آیت‌الله «قربانعلی دری نجف‌آبادی» افزود: افتتاح تقاطع غیرهمسطح شهید کاوه نبیری، یک قدم ارزشمند در راستای توسعه شهری است و باید این قدم‌ها روز به روز بلندتر شود. وی بیان کرد: در سال‌های گذشته، برخی از طرح‌ها و پل‌ها در شهر اراک بدون توجه به آینده نگری ایجاد شد و برای کاهش خطا در پروژه‌ها باید نقشه‌های بلندمدت ترسیم شود.

امام جمعه اراک ادامه داد: استان مرکزی در ابتدای شیوع ویروس کرونا رتبه دوم شیوع را به خود اختصاص داده بود اما با تلاش‌های صورت گرفته ،در شرایط خوبی نسبت به برخی استان‌های دیگر قرار دارد و نیاز است مراقبت‌ها و پروتکل‌های بهداشتی همچنان به صورت ویژه رعایت شود. آیت‌الله دری نجف‌آبادی گفت: انتظار است در آینده و در دوران پسا کرونا و در راستای جهش تولید، نیز استان مرکزی کارنامه خوبی در کشور کسب کند همت و تلاش مسوولان و مدیران در بخش‌های مختلف مضاعف شود. وی عنوان کرد: تمام ظرفیت‌ها و تلاش‌ها باید برای خدمت‌رسانی بیشتر به مردم به کارگرفته شود و بحث تولید ملی به صورت ویژه در کشور دنبال و حمایت شود.

اتمام پروژه‌های نیمه تمام استان مرکزی در دستور کار ویژه است

استاندار مرکزی نیز در ادامه این آیین گفت: همه تلاش‌ها برای دستیابی به عملکرد بهتر از سال قبل در سال پایانی دولت دوازدهم به کار گرفته شده است. سید «علی آقازاده» افزود: برنامه‌های ویژه‌ای در شهرداری‌های استان مرکزی برای اتمام طرح‌های نیمه تمام و آغاز چند طرح جدید و اثرگذار دیده شده است. وی بیان کرد: امید است در پایان سال دولت دوازدهم و شوراهای اسلامی، خاطرات خوبی از عملکرد و تلاش‌های مدیران و مسوولان امر در ذهن مردم این استان ماندگار شود. تقاطع غیرهمسطح شهید کاوه نبیری بطول ۱۹۸ متر توسط شرکت جهاد نصر استان مرکزی با صرف هزینه‌ای بالغ بر ۳۵۰ میلیارد ریال اعتبار ایجاد شده است و پس از افتتاح رسمی از سوی مسوولان کشوری و استان مرکزی زیر بار ترافیک قرار گرفت و عملیات اجرایی فاز دوم آن نیز آغاز شد. استان مرکزی با دارا بودن ۱۲ شهرستان دارای بیش از یک میلیون و ۴۰۰ هزار نفر جمعیت است.

استاندار آذربایجان شرقی: معلمان، پیشگامان تغییر و تحول در جامعه هستند

آموزش و فرهنگ از مهم‌ترین ایدئولوژی‌های مورد توجه در جامعه قلمداد می شوند

تبریز – ماهان فلاح: استاندار آذربایجان شرقی، فرهنگیان و معلمان را پیشگامان تغییر و تحول در جامعه و حرکت به سمت توسعه و پیشرفت دانست و بر تلاش همه‌جانبه برای رفع مشکلات این قشر تاکید کرد.

دکتر محمدرضا پورمحمدی در جلسه شورای آموزش و پرورش استان آذربایجان شرقی، با اشاره به اهمیت نقش و جایگاه معلمان در رفع مشکلات مختلف جامعه، گفت: در سایه تلاش‌ها و مجاهدت‌های بزرگمردانی همچون شهید مطهری که معلمی را اشتعال می‌دانست نه اشتغال، شاهد به ثمر نشستن بیش از پیش فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی در کشور هستیم. وی با اشاره به توجه بیشتر نسبت به علم و آموزش در طول سال‌های پس از انقلاب اسلامی، اظهار داشت: باید نسبت به مقوله علم و آموزش، نگرش سرمایه‌گذاری داشت نه نگرش مصرفی. هرچند اقدامات بسیار مطلوبی در این زمینه توسط دستگاه تعلیم و تربیت انجام شده ولی باید بهتر و بیشتر از گذشته استمرار یابد. وی آموزش و فرهنگ را از مهم‌ترین ایدئولوژی‌های مورد توجه در جامعه قلمداد کرد و ادامه داد: افتخار می‌کنیم پیرو مکتب و آیینی هستیم که آموزش و پرورش در آن به عنوان یکی از اعتقادات مسلم و پذیرفته شده محسوب شده و محدود به زمان خاص نیست. استاندار آذربایجان شرقی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به نقش مهم آموزش و پرورش در مدیریت بحران‌ها، گفت: در ماه‌ها و هفته‌های اخیر شاهد فعالیت‌های بسیار خوب دستگاه تعلیم و تربیت و معلمان بودیم که با وجود شرایط سخت اجازه ندادند مشعل علم‌آموزی و تربیت دانش‌آموزان خاموش شود.

پورمحمدی در همین راستا ادامه داد: ثمره درخت تنومند تعلیم و تربیت در طول زمان، بهتر و بیشتر خواهد شد، چنانکه در کنترل بیماری کرونا شاهد نقش آفرینی موثر مدافعان سلامت هستیم که تربیت یافتگان معلمان فداکار هستند. وی اظهار داشت: در سایه همین تلاش‌هاست که به رغم دشمنی‌های استکبار جهانی با ملت ایران، تحسین و اعجاب سازمان‌های بین‌المللی از عملکرد جمهوری اسلامی ایران در مدیریت و مقابله با کرونا برانگیخته شده است.

۱۵۰۰ صنف خودرویی در شهرک خودرو مستقر خواهند شد

قم – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار و ساماندهی مشاغل شهری شهرداری قم گفت: با تکمیل بخش‌های مختلف شهرک خودرو به مرور هزار و ۵۰۰ صنف خودرویی در آن مستقر خواهند شد. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم، علیرضا مظفری با بیان اینکه یکی از وظایف سازمان میوه و تره‌بار و ساماندهی مشاغل شهری، همین ساماندهی مشاغل شهری است، اظهار کرد: ساماندهی مشاغل شهری ضوابط و پارامترهای خاص خود را داشته و همکاری تمام مردم، صنوف، اتحادیه‌ها و... را می‌طلبد و در این راستا طی سال‌های قبل احداث شهرک خودرو پیگیری شد. مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار و ساماندهی مشاغل شهری شهرداری قم با تاکید بر اینکه باید عزمی شکل گرفته تا شهرها خالی از خدمات آلاینده شده و فضایی برای آرامش عمومی باشند، گفت: باید خدماتی ویژه خارج از شهرها برای مردم ایجاد شود تا شهر صرفا فضایی برای آرامش عمومی باشد.

مظفری با بیان اینکه ایجاد زیرساخت‌ها در زمینه ساماندهی مشاغل شهری با سازمان میادین است، افزود: انتقال این صنوف با شهرداری نیست و باید همکاری عمومی صورت گیرد. وی با بیان اینکه شهرک خودرویی در ۳۳ هکتار در حال احداث است، گفت: لاین اول این شهرک در ۸۸ واحد صنفی تکمیل شده که شامل ۳۴ واحد نمایشگاهی، ۶ واحد خدماتی و ۴۸ واحد تعمیرگاهی بوده است. مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار و ساماندهی مشاغل شهری شهرداری قم با اذعان به اینکه بسیاری از این واحدها به فروش رفته است، افزود: لاین دوم این شهرک ۴۴ واحد نمایشگاهی حیاط‌دار در حال نماکاری است و ۶ واحد نمایشگاهی بدون حیاط و ۶ واحد خدماتی هم در آن وجود دارد.

برگزاری بیش از ۴۳ هزار و پانصد نفر ساعت دوره آموزشی برای کارکنان شرکت گاز استان قزوین

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: واحد آموزش گاز استان قزوین در سال ۱۳۹۸؛ ۴۳ هزار و ۵۱۴ نفر ساعت دوره آموزشی برگزار کرده است تا ۶۲۶ نفر از کارکنان رسمی، قراردادمستقیم و پیمانکاری با حضور در ۷۷ دوره مختلف شغلی(فنی وتخصصی)،بهبود مدیریت و عمومی فرهنگی ؛ آموزش‌های لازم را دریافت کنند.

به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان قزوین، اسماعیل مفرد بوشهری، مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین با بیان این مطلب؛ یکی از مهم‌ترین اهداف و برنامه‌های اجرایی شرکت گاز استان قزوین را توجه به قابلیت های دانشی و مهارتی کارکنان و افزایش رشد علمی آن‌ها به عنوان سرمایه‌های اصلی شرکت عنوان کرد و گفت: این برنامه های آموزشی از طریق شرکت در مرکز آموزش قزوین و یا اعزام همکاران به شرکت های گاز استانی ویا سایر مراکز آموزشی معتبر و همچنین استفاده از ظرفیت های موجود در سامانه آموزش مجازی شرکت ملی گاز صورت گرفته است.

مفرد بوشهری با بیان اینکه بهسازی و آموزش نیروی انسانی و ارتقا دانش و آگاهی کارکنان در زمینه های فنی وتخصصی، کاربردی و مدیریتی با هدف افزایش بهره وری شرکت به عنوان اولین خط مشی شرکت گاز استان قزوین می باشد. افزود: این شرکت با تهیه تقویم سالیانه برای تمامی پرسنل و برگزاری دوره های شغلی، بهبود مدیریت و عمومی فرهنگی و نیز با استفاده از اساتید مجرب به این امر مهم دست یافته است.

وی در ادامه با اشاره به اهمیت آموزش کارکنان در مسیر شغلی خود به منظور متناسب ساختن دانش، مهارت و بینش خود با نیازهای شغلی مورد تصدی اعلام داشت: با توجه به برنامه ریزی صورت گرفته در سال گذشته بیش از ۱۹ هزار و ۳۰۰ نفر ساعت دوره شغلی، ۶ هزار و ۳۹۰ نفر ساعت دوره بهبود مدیریت و بیش از ۱۷ هزار و ۸۱۰ نفر ساعت دوره های عمومی وفرهنگی در آموزش این شرکت برگزار شده است.

این مقام مسئول؛ با اشاره به اهمیت موضوع ایمنی، بهداشت و محیط زیست ابراز داشت: واحد آموزش گاز قزوین در این راستا اقدام به برگزاری بیش از ۱۴ هزار و ۷۲۶ نفر ساعت دوره آموزشی نموده است.

مدیرعامل پالایشگاه گاز ایلام:

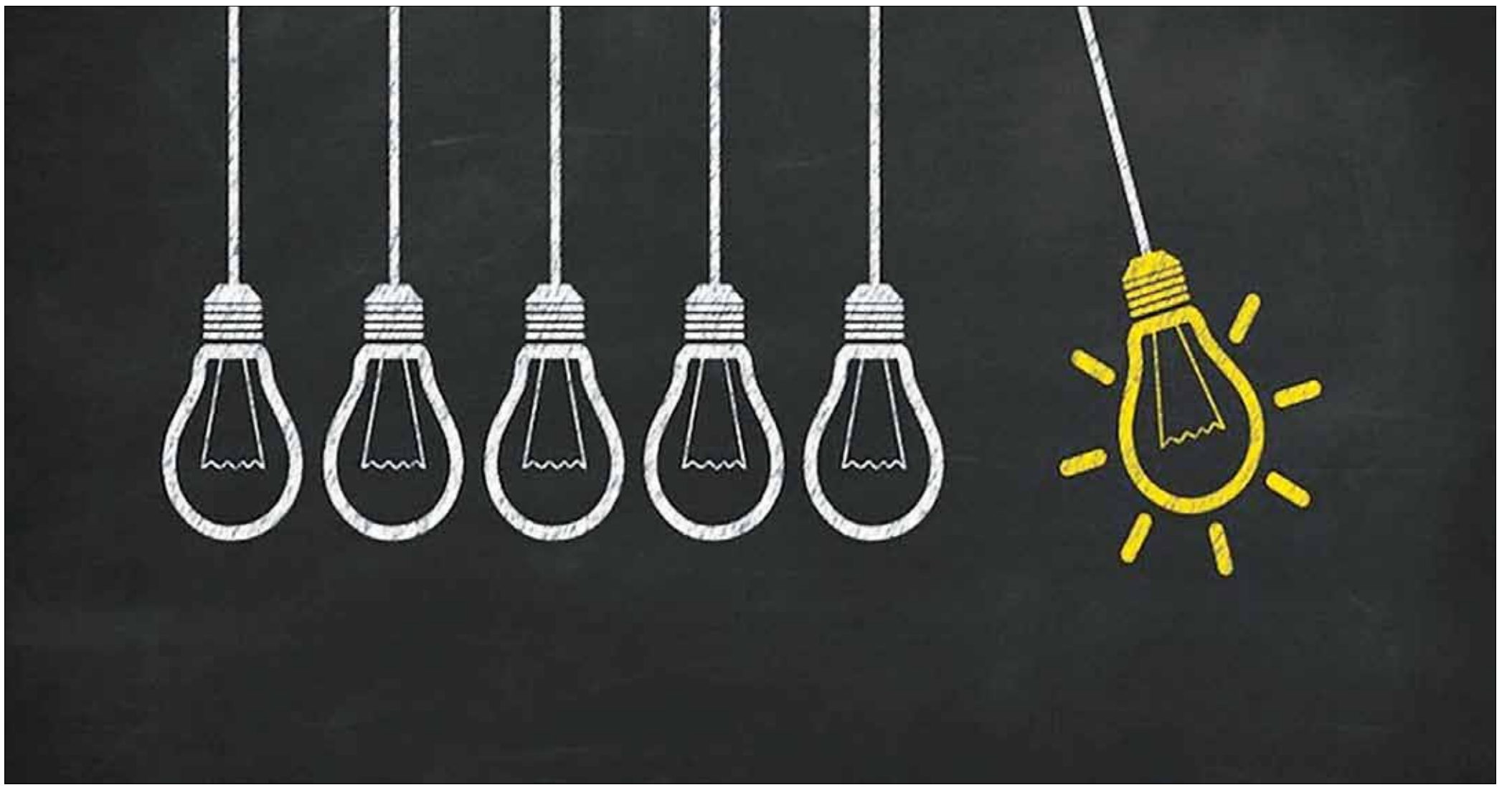
آسیب های زیست محیطی در پالایشگاه گاز ایلام کمتر می شود

ایلام – منصوری: مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به اینکه با برنامه‌ریزی های انجام شده آسیب های زیست محیطی در این واحد صنعتی کمتر می شود،گفت:با راه اندازی واحد الفین و سولفور زدایی پتروشیمی ایلام، و ارسال گاز مایع خام به عنوان خوراک به مجتمع، ارسال آن به مشعل و یا حمل توسط کامیون کاهش یافته که به تبع آسیبهای زیست محیطی نیز کمتر می شود.

به گزارش روابط عمومی، دکتر "روح اله نوریان" در دیدار با شهردار و اعضای شورای شهر چوار، افزود: با راه اندازی واحد فوق‌دو محصول دیگر پالایشگاه همچون میعانات گازی و اتان نیز بعنوان خوراک،تحویل پتروشیمی می شود.

وی اظهار داشت: این شرکت در راستای ایفای نقش مسئولیت های اجتماعی پروژه هایی را به وزارتخانه پیشنهاد نموده که در صورت تصویب و اختصاص بودجه، در شهر چوار و روستاهای اطراف تاسیسات پالایشگاه، هزینه خواهد شد. "جهانگیر چراغی" شهردار چوار نیز در این دیدار با اشاره به اینکه پالایشگاه گاز ایلام یکی از صنایع بزرگ فعال در استان است که می تواند دروازه ای به سوی توسعه پایدار باشد، گفت: ایجاد صنایع بزرگ همچون پالایشگاه و پتروشیمی می توانند تاثیر بسزایی در جنبه های مختلف اقتصادی،اجتماعی و فرهنگی در منطقه داشته باشند. همچنین "سجاد بیگ محمدی" رئیس شورای شهر چوار نیز گفت:از آنجا که پالایشگاه گاز ایلام در منطقه چوار قرار دارد انتظار می رود در راستای مسئولیت های اجتماعی در زمینه های مختلف شهرداری منطقه را یاری کند.

معرفی ۴ عادت روزانه مدیران فوق‌العاده باهوش



اصطلاحـات زیادی درباره «هدایت اجرایی» رهبران وجود دارد. همان‌طور که می‌دانید، هدایت کردن یکی از لغات محبوب در عرصه کسـب و کار به شـمار مـی‌رود. با این‌حال، فرهنگ کار در طول سـال‌ها تغییر کـرده و هدایت کردن، جایگاه مورد علاقه هیچ کسـی به شـمار نمی‌رود. اگر بیشتر به این موضوع فکر کنید، درمی‌یابید که ما ماشـین‌ها، کامیون‌ها و دیگر وسـایل از این دسـت را هدایت می‌کنیم؛ چون در واقع مسـئول آنها هسـتیم. ما آنها را به جلو می‌رانیم و آنهـا را به سـمتی کـه می‌خواهیم، هدایـت می‌کنیم، اما اینهـا دقیقا عکس رفتارهایی اسـت که یک رهبر خـوب را به وجود می‌آورد. اگـر می‌خواهید که پیروان وفاداری داشـته باشید، دسـت از کنترل کردن آنها بردارید. سپس باید ایجاد فرهنگ اعتماد را به عنوان اولویت شماره یک خود قرار دهید.

۱. چشم‌اندازی از آینده را به اشتراک بگذارید

مهم‌تر از رویاپردازی و بلندپروازی، رهبری اسـت که این چشـم‌اندازها را در میـان اعضای تیم خود بازتاب می‌دهد. ایـن رهبر می‌آموزد که چگونه تصویری از آینده را برای تیم خود تشـریح کند که بینش و احسـاس افراد را تحت تاثیر قـرار دهد، دلیل کاری که انجام می‌دهند را توجیه کند و تاثیر کار آنها بر هدف و مقصد نهایی را به نمایش بگذارد، اما نمی‌توان چنین چشـم‌اندازی را به زور و اجبار در ذهن آنها ایجاد کرد. شما به عنوان یک رهبر کاری باید آنها را ترغیب کنید که ایده‌ها، بینش و حقایق خود را بیان کنند.

۲. رهبری را به اشتراک بگذارید و کنترل کردن را رها کنید

اگر قصد دارید که اعتماد بالا، ریسک‌پذیری، خلاقیت‌های ناب و ارتباط آزاد را پرورش دهید، باید از مرکب هدایت پایین آمده و قدرت را با دیگران به اشتراک بگذارید. کنترل آنها را رها کنید، چراکه با انجام این کار، ترس را از میان اعضای خود خارج کرده‌اید و اینجاسـت که قدرت واقعی را به دسـت می‌گیرید. در این شرایط، تیم‌تان از شما حمایت می‌کند.

۳. با بهتر کردن حال دیگران، شرایط و موقعیت را با دیگران به اشتراک بگذارید

رهبران خوب با اشـتراک‌گذاری شـرایط و موقعیت خود، افـراد خود را توانا می‌کنند. تواضع یکی از نقاط قوت آنها به شـمار می‌رود بنابراین به جای اینکه از قدرت خود به عنوان اهرم اسـتفاده کنند و تنها به فکر دستاوردهای شخصی باشند، شرایط را برای موفقیت دیگران فراهم می‌کنند.

۴. قدرت را تقسیم کنید

همه افراد با ساختار رهبری- پیرو در رأس فرهنگ آشنا هستند. کارکنان در این روش از مسـئولیت کار سخت استفاده از مغز برای تصمیم‌گیری رها شده‌اند. گاهی اوقات، این افراد که به عنوان پیرو شـناخته می‌شوند، زمانی که وظیفه اداره بخشی را به عهده داشته باشند، دیگران را به عنوان پیرو خود می‌دانند. بدین ترتیب، بخش گسـترده‌ای از نیروی کار به عنوان پیرو شناخته شـده که مسئولیت فکر کردن و تصمیم‌گیری را ندارد. در بسـیاری از سـازمان‌های بزرگ، تمامی بخش‌ها از رهبر مجزایی برخوردار است. برای جلوگیری از ایجاد چنین شرایط تضعیف‌کننده‌ای باید قدرت را تقسیم کرد تا بتوان فرهنگ رهبری- رهبری را به وجود آورد.

منبع: inc/ucan

۷ جمله ممنوعی که هیچ‌وقت نباید به رئیس‌تان بگویید

خیلـی از کارمندان مهارت ارتباط با رئیس‌شـان را ندارنـد و اصلاً نمی‌دانند چطور باید با او صحبت کنند. در واقع کارمندان برای ارتباط با رئیس خود در دو دسته جای می‌گیرند. دسته اول از گفتن حرف‌شان واهمه دارند که این کار آنها را به شـخصیتی ترسو و بزدل تبدیل می‌کند، اما در مقابل دسته دوم با رفتاری سـتیزه‌جو خود را به دردسر می‌اندازند. در ادامه می‌خواهیم به هفت چیزی که هیچ وقت نباید به رئیس‌تان بگویید اشاره کنیم.

هدف از این مقاله، داشـتن رفتاری متعادل و درسـت در مقابل مدیران است. پس اگر دقت خود را بالا ببرید، یاد می‌گیرید چطور روابط کاری موفقیت‌آمیزی با مدیرتان داشته باشید و در عین پیشرفت، شغل‌تان را هم تهدید نکنید.

۱. این کار را باید چگونه انجام دهم؟

وقتی مدیر از شـما می‌خواهد کاری انجام دهید، به جای اینکه دسـت دست کنیـد، بایـد ببینید دقیقا چه چیزی می‌خواهد و بعد سـریعاً بگویید: «چشـم، مشـکلی نیست. می‌توانید روی من حساب باز کنید.» سپس محل را ترک کرده و به دنبال انجام آن کار بروید و حتماً انجامش دهید. با این روش به ارزش شما در نزد رئیس افزوده می‌شود و مسئولیت بیشتری را می‌پذیرید.

۲. وقت کافی برای انجام این کار ندارم

بایـد قبول کنید تمـام رئیس‌ها از کارمندان خود کار بیشـتر بـا پول کمتر می‌خواهند و این تنها در مورد رئیس شما صادق نیست. باید ببینید کاری که از شما می‌خواهند چه اهمیتی دارد و وظایف‌تان را اولویت‌بندی کنید. اگر به عهده گرفتن کار جدید به معنای آن اسـت که مسـئولیت دیگـری را زمین بگذارید، اجازه دهید این چنین شود و این را به رئیس‌تان هم بگویید.

۳. نه

هیـچ وقت به رئیس‌تـان «نه» نگویید، مگـر اینکه از شـما کار غیرقانونی و غیراخلاقـی بخواهند. پس هیچ‌گاه بدون اینکه فکر کنید به رئیس‌تان نه نگویید که اصلاً کار درسـتی نیسـت. باید سؤال بپرسید، عقب‌نشینی کنید و در صورت لـزوم مذاکره کنید اما هیچ وقت نه نگویید مگر اینکه نیازی به شـغل فعلی‌تان نداشـته باشید. شاید به جای گفتن «نه» از جملات مشابه مانند «فکر نکنم که ...» استفاده کنید، استفاده از این جملات هم به صلاح‌تان نیست.

۴. این کار را خودت انجام بده

ممکن اسـت رئیس‌تان رفتار خوبی با شـما نداشته باشـد، شاید او عقده‌های دوران کودکی‌اش را روی کارمندان خالی کند و آنها را بردگان خود بداند. او هر شـخصیتی که دارد، وقتی این کار را انجام دهید که تصمیم به ترک شـغل‌تان گرفته‌اید. نباید بی‌دلیل و با بهانه‌جویی شغل خود را از دست بدهید؛ عواقب این رفتار تنها به خودتان برمی‌گردد.

۵. به واحد نیروی انسانی مراجعه می‌کنم

وقتی بسـیار جوان بودم، از رئیسـم پرسـیدم چرا ارزیابی ضعیفی از من ارائه کرده اسـت. از پاسخ او قانع نشـدم و گفتم آیا می‌توانم با مافوقت صحبت کنم. او مخالفـت کرد اما من این کار را کردم. اشـکالی ندارد گاهی به سـراغ مافوق رئیس‌تان بروید، اما این کار باید صادقانه و محترمانه انجام شـود، اما هیچ وقت به سـراغ واحد نیروی انسـانی نروید که کمکی به شما نمی‌کند. اگر نمی‌توانید تحمل کنید استعفا دهید. اگر خلافی در کار است، شکایت کنید اما واحد نیروی انسانی را فراموش کنید.

۶. تقصیر من نیست، از فلانی بخواهید

باید در محل کار رفتاری مسـئولانه داشـته باشـید. اگر اشتباهی از شما سر نزده و تقصیری ندارید توضیح دهید، اما هیچ وقت انگشت اتهام خود را به سوی فرد دیگری دراز نکنید. شـاید این رفتار را در خیلی از مدیران و سیاسـتمداران دیده باشـید، اما باید بدانید این افراد غیرحرفه‌ای هستند و لایق استخدام شدن نیستند. پس سعی کنید همانند این افراد نباشید.

۷. فلانی احمق است

هیچ وقت نزد رئیس‌تان پشـت سر همکار، مشـتری یا فروشنده حرف نزنید و علیه او توطئه‌چینی نکنید. شـاید شـما از کسـی انتقاد می‌کنید که اهمیت بیشتری برای شرکت دارد، پس این رفتار خطری برای خودتان خواهد بود. نباید فکر کنید رئیس دوسـت شماست. شـاید او به این فکر فرو رود که پشت سر او به دیگران چه می‌گویید و با این کار اعتماد او نسبت به شما سلب خواهد شد.

باید بدانید رئیس همانند من و شـما انسـان اسـت، تنها در موقعیت بالاتری قرار گرفته، پس ارتباط با او باید محافظه‌کارانه باشـد. اگر رابطه‌تان حرفه‌ای و با احترام باشـد متقابلاً همین رفتار را دریافت خواهید کرد. اگر مسئولیتی به شما محول شده، در مقابل آن پاسخگو باشید و کارتان را به نحو احسن انجام دهید، در این صورت در کارتان پیشرفت خواهید کرد.

منبع: entrepreneur/ucan

حلقه مفقوده توسعه زیست‌بوم نوآوری حوزه انرژی

محمد طهماسب‌زاده - کارشناس توسعه زیست بوم نوآوری حوزه انرژی

حسـب تجربه یک سـاله‌ای که در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در زمینه توسـعه زیسـت بوم نوآوری انرژی داشـته‌ام، همواره از توانمندی‌های شـرکت‌های فنـاور، اسـتارت‌آپ‌ها و نخبگان حـوزه انرژی به وجـد آمده‌ام و توانمندی این عزیزان را در افق طولانی مدت مشـابه شـرکت‌های موفق جهانی دیدم، اما مشکل نبود بازار فروش محصولات و عدم استقبال از فناوری‌های آنها در ایران، کار را برای رشد، توسعه و ادامه حیات آنها و دستیابی به نتایج آرمانی دشوار کرده است و بعضا به دستیابی به نتایج حداقلی و بازگشت هزینه‌کردهای خود راضی می‌شوند.

ایـن در حالی اسـت که مطابق آمار بانک جهانی، سـرانه مصـرف انرژی در ایران ۶۰درصد از میانگین سـرانه مصرف انرژی در دنیا بالاتر اسـت و در سـند ملـی راهبرد انرژی کشـور مصوب ۱۳۹۶/۴/۲۸ هیأت وزیران، بالابودن شـدت انرژی و پایین بودن بهره‌وری انرژی در ایران در مقایسه با کشورهای همتراز به عنوان اصلی‌ترین چالش انرژی کشـور معرفی شـده است. پس قاعدتا باید بازار گسترده‌تری در اختیار این شرکت‌ها قرار داشته باشد و حوزه فعالیت آنها بسیار گسترده‌تر از حتی کشورهای خارجی باشد. مسئله پایین بودن قیمت‌های انرژی و عدم وجود اقبال مردم و صنایع به واسـطه پایین بودن قیمت‌ها به عنوان یکی از محوری‌ترین مشکلات این شرکت‌ها بیان می‌شود.

دلیـل اسـتمرار وضع موجـود را در نظام تصمیم‌گیری و اجرایی کشـور باید جسـت. در اسـناد بالادسـتی بخش انرژی بر کاهش شـدت مصـرف انرژی و بهره‌برداری بهینه از منابع انرژی تاکید ویژه‌ای شـده است، اما علی رغم قابلیت فنی و مهندسـی کشـور اقدام ملی برای تحقق این امر به شکل راضی‌کننده‌ای سازماندهی نمی‌شود. این واقعیت حاکی از آن است که از یک سو در سطح کلان تصمیم‌گیری و عزم جدی بر کاهش شـدت مصرف انرژی و بهره‌برداری بهینه از منابع انرژی وجود دارد، اما در میان مدیریت خرد و بدنه اجرایی، شاید این سطح از جدیت و همیت در کار وجود نداشته باشد.

دسـتگاه‌های اجرایی دولت (وزارت نفت و وزارت نیرو) و شـرکت‌های دولتی (شـرکت ملی نفت ایران، شرکت ملی گاز ایران، شـرکت مادر تخصصی تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران (توانیر) و ...) مسئولیت تولید و استخراج و حتی توزیـع انرژی را برعهده دارند و تامین درآمدهای حاصل از انرژی، حفظ سـهم ایران در بازارهای بین‌المللی انرژی و تامین رشد فزاینده تقاضای انرژی در داخل کشور را از جمله برنامه‌های با اولویت بالای آنها به شمار می‌آید .

از طرف دیگر این مدیران اجرایی با محدودیت منابع مالی، مسـائل سیاسـی بین‌المللی و یارانه‌های انرژی مواجه هستند. در چنین وضعیتی مدیریت میانی در حوزه انرژی انجام امور اجرایی روزانه را در اولویت کار خود قرار داده و عاجز از تدویـن برنامه مـدون و اجرای اقدامات ملی برای تحقق سیاسـت‌های کلان حـوزه انـرژی در زمینه بهره‌بـرداری بهینه از منابع و جلوگیری از آسـیب‌های جبران‌ناپذیر بر محیط-زیست است.

شـاید ایجاد بستر مناسـب برای مشـارکت مردم در کاهش تخریب منابع و بهینه‌سازی مصرف انرژی راه حل منطقی برای برون‌رفت از این انسداد مدیریتی باشد.

مسـئله اصلی آن اسـت که مالک و بهره‌بردار در یک بنگاه اقتصادی افزایش کارایـی اقتصـادی را از طریق کمینه‌سـازی هزینه‌های داخلـی تولید عینیت می‌بخشـد و دستگاه‌های اجرایی دولت کمینه‌سازی هزینه‌های خارجی تولید را پی می‌گیرد. زمانی که دستگاه اجرایی دولت بیشینه‌سازی درآمد حاصل از تولید را دنبال می‌کند هزینه‌های خارجی تولید افزایش می‌یابد.

در شـرایطی که دسـتگاه اجرایی دولت متولی کسـب درآمد از استخراج و صـادرات منابع انرژی می‌شـود افزایش هزینه خارجی تولیـد نفت که تخریب منابع و محیط‌زیست را به همراه دارد گریزناپذیر خواهد بود. از این رو است که ارتقای جایگاه دستگاه اجرایی به سیاست‌گذاری برای بهره‌برداری بهینه از منابع و فعال‌سازی بخش خصوصی به عنوان بهره‌بردار می‌تواند راهکار اساسی باشد.

آنچـه می‌تواند بر اصلاح امور و کاهش تخریب منابع کشـور موثر افتد از یک سـو تغییر نگرش از اقتصاد خطی مبتنی بر کسب درآمد به سازماندهی اقتصاد مدور برای توسـعه پایدار کشـور اسـت و از طرف دیگر، اصلاح سـطوح میانی نظـام تصمیم‌گیـری در بخش انرژی و ایجاد سـازوکار بازار بـرای نظام‌دهی به بهره‌برداری از منابع طبیعی از طریق جلب مشـارکت بخش خصوصی و حفاظت از محیط‌زیست است.

اگر چنانچه سطوح میانی سیستم تصمیم‌گیری کشور در حوزه انرژی به سطح سیاست‌گذاری و نظارت عالی بر عملکرد بازیگران بازار ارتقا پیدا کنند و جایگاه بخش خصوصـی در عرصه فعالیت اقتصادی در زمینـه منابع طبیعی ارتقا یابد می‌توان شـاهد کاهش شدت مصرف انرژی و بهره‌برداری بهینه از منابع انرژی و توسعه فعالیت شرکت‌های توانمند ایرانی در حوزه انرژی بود.

بنابرایـن در نـگاه کلان‌تر عدم وجـود بازار آزاد انرژی مهم‌ترین مانع بر سـر توسـعه فعالیت این شرکت‌هاست و بازار آزاد انرژی حلقه مفقوده توسعه زیست بوم نوآوری حوزه انرژی در ایران به شمار می‌رود.

دره فناوری شیراز طرحی برای تکامل فعالیت‌های دانش‌بنیان

ایده‌های بسیاری برای توسعه فعالیت‌های دانش‌بنیان در فارس مطرح و پیشرفت‌هایی نیز حاصل شده است اما هنوز دانشگاه نتوانسته نیاز صنعت برآورده کند و صنعت نیز نتوانسته نیازش را با دانشگاه هماهنگ کند و این استان نیز متناسب با ظرفیت‌هایش به جایگاه مطلوب در کشور دست نیافته است.

به گزارش ایرنا، راه‌اندازی پارک علم و فناوری فارس، مراکز رشد دانشگاهی، دفتر استعدادهای درخشان، مرکز نوآوری و کارآفرینی، دفتر ایده‌های برتر و دفتر ارتباط با صنعت در دانشگاه‌های استان از جمله ایده‌های اجراشده برای توسعه و حمایت از کسب و کارهای نوین است. در یک آسیب‌شناسی کلی در فعالیت‌های صورت‌گرفته می‌توان گفت عدم تمرکز فعالیت‌های انجام‌شده بر محور یک زیست‌بوم، بازارزدگی فضاهای گروه‌های مستقر در پارک علم و فناوری، دوری از فضای تحقیقات میان‌مدت دانشگاهی و عدم موفقیت مناسب در حوزه‌های صنعتی از دلایل اثربخش و نتیجه‌بخش نبودن فعالیت‌ها است.

از دیگر دلایل نیز می‌توان به عدم ایجاد تاثیر چشم‌گیر در ایجاد انگیزه و شغل، بعد مسافت پارک علم و فناوری، تغییر رویکردهای اساسی مراکز مرتبط با کسب و کارهای نوپا به سمت درآمدزایی به جای دانش‌بنیان‌گرایی و غلبه شوآف و استفاده از جو ایجادشده که سبب غفلت از طرح‌های کلان و بلندمدت می‌شود، اشاره کرد.

حال برای خروج از این وضعیت و حل مشکلات موجود، طرح دره فناوری شیراز مطرح شده است که این طرح زمینه و امکانی برای وصل‌شدن پیشرفت‌های اخیر فراهم می‌کند و به جای طرح یک ایده جدید، به دنبال یک تکامل است.

طرح دره فناوری شیراز

منصور کنعانی عضو هیات علمی بخش مهندسی و علم مواد دانشگاه شیراز و از طراحان دره فناوری شیراز در این زمینه به ایرنا، گفت: این طرح به دنبال ایجاد ناحیه نوآوری و کارآفرینی(دره فناوری) در فضای دانشگاه با تلفیق ایده‌های مراکز رشد و پارک علم و فناوری، ایجاد یک فضای شبکه‌ای از نیازمندی‌های اساسی اکوسیستم پیشرفت دانش‌بنیان فارس در یک منطقه، ایجاد زیرساخت عملیاتی برای کاهش فاصله ایده، دانش، تجاری‌سازی و بازار برای تحقیقات دانشگاهی است.

وی به مزایای اساسی طرح دره فناوری شیراز نسبت به طرح‌های انجام‌شده اشاره کرد و افزود: جغرافیای متمرکز به عنوان یک عامل قدرتمند زیست‌بوم صنعت و جامعه دانش‌بنیان، پایه‌ریزی چرخ تولید دانش از مبدأ دانشگاه تا تولد و رشد اولیه یک صنعت اشتغال‌زا و متناسب با نیاز اجتماعی روز و توجه به دانشجو به عنوان سرمایه اساسی در رشد و توسعه دانش‌بنیان از مزایای این طرح است.

وی ادامه داد: از دیگر مزایای این طرح می‌توان به کنترل دو عامل رقابتی دانشگاهی بودن و اقتصادی بودن با شاخص‌های همبسته، برنامه‌ریزی آسیب‌شناسانه و تحریم‌انگارانه از فعالیت‌های مشابه صورت‌گرفته تاکنون و مدل مدیریتی پویا و فازبندی پیشرفت با هدف‌گذاری قابل ارزیابی اشاره کرد.

عضو هیات علمی دانشگاه شیراز از دیگر مزایای طرح دره فناوری شیراز را برنامه‌ریزی برای ایجاد یک روح اجتماعی زنده در کل این زیست‌بوم عنوان کرد و گفت: این برنامه‌ریزی دیدن شرایط مختلف در مراحل اجرایی به صورت به هم پیوسته شامل ایجاد انگیزه، افزایش عرق ملی، امید به زندگی، نمایش دستاوردهای مثبت، کمک به تشخیص صحیح نقش‌آفرینی اجتماعی و جایگاه مناسب تنفس پاک و قابل دسترسی برای دانشجویان و جوانان شهر است.

کنعانی افزود: دره فناوری میزبان گروه‌های صاحب طرح تجاری‌شده یعنی کارآفرینان صاحب طرح تجاری‌شده دانش‌بنیان که در بدو استقرار از نظر مالی کاملا خودکفا یا از نظر مالی نیازمند حمایت هستند، خواهد بود.

وی ادامه داد: همچنین دره فناوری میزبان گروه‌های صاحب دانش فنی، صاحب ایده و گروه‌های متخصص بدون ایده خواهد بود.

عضو هیات علمی دانشگاه شیراز گفت: نیازمندی‌های اساسی گروه‌های مستقر، مدیریت یعنی استقرار در یک محیط منظم و با برنامه و قانونمند، فضا و امکانات در سطوح مختلف، حمایت مالی و سرمایه‌گذار، شتاب‌دهنده، مشاوره، آموزش و خدمت‌رسانی، مزایای سایر ارگان‌های حمایتی از کسب و کار دانش‌بنیان است.

کنعانی افزود: ارتقای سطح دانش علمی، عملی و کاربردی دانشجویان مقاطع مختلف دانشگاهی، افزایش انگیزه‌های تحصیلی و ایجاد نشاط و پویایی علمی- تخصصی دانشجویان و استادان با استفاده از بروز توانایی‌ها در قالب پروژه‌های دانش‌بنیان و تولید محور و ایجاد اشتغال جهت دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه همراه با توانمندسازی افراد جهت ایجاد زمینه‌های خوداشتغالی پس از تحصیل از اهداف اساسی طرح دره فناوری شیراز است.

وی ادامه داد: از دیگر اهداف اساسی این طرح می‌توان به افزایش بازدهی استادان مشغول به فعالیت‌های تولیدی دانش‌بنیان با حضور مفید و مستمر در دانشگاه، ایجاد زمینه مناسب برای ظهور، پرورش و شکوفایی ایده‌های بین رشته‌ای و نوین، ایجاد زمینه رفع مشکلات صنایع با پشتوانه علمی دانشگاهی و عملیاتی شرکت‌ها و شتابدهی پیشرفت‌های علمی و فناورانه کشور با استفاده از موضوعات مطرح و مورد نیاز کشور اشاره کرد.

عضو هیات علمی دانشگاه شیراز گفت: از دیگر اهداف طرح دره فناوری شیراز، ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان بزرگ برای تولید ثروت، حمایت‌های مالی از دانشگاه و ایجاد زمینه‌های همکاری با ابرپروژه‌ها و توجه عمیق و کارکردی به احیای نقش‌آفرینی اجتماعی دانشگاه در فرهنگ‌سازی و رشد معنوی جامعه است.

کنعانی به نتایج اولیه پیش‌بینی‌شده از طرح دره فناوری شیراز اشاره کرد و افزود: امکان ایجاد شبکه‌های فناوری شامل توزیع مناسبی از دانش، فناوری‌های نوین و محصولات، امکان تاثیرگذاری دانشگاه بر سیاست‌گذاری فناوری و اتخاذ تصمیمات درست در سطح استان و اشتغال‌زایی سطوح تخصصی بالا و متوسط در سطح منطقه از نتایج اولیه این طرح است.

وی ادامه داد: از دیگر نتایج اولیه پیش‌بینی‌شده این طرح می‌توان به امکان تجمع ارائه‌دهندگان خدمات کسب و کار اعم از فرشتگان کسب و کار، صندوق‌های سرمایه‌گذاری، ارائه‌دهندگان پلتفرم‌های تجهیزات، مالکیت فکری و ... در این ناحیه و استفاده از مزایای آن و امکان ایجاد دفتاتر کلان شرکت‌های موجود در استان فارس با هدف اجرای نوآوری باز اشاره کرد.

وی اضافه کرد: امکان جذب سرمایه‌گذاری خصوصی برای کسب و کارهای مبتنی بر تحقیق مستقیم دانشگاهی با اطمینان‌دهی به تجاری‌سازی فعالیت‌ها، ایجاد اشتغال مستقیم برای فارغ‌التحصیلان مقطع تحصیلات تکمیلی، ایجاد ارتباط مستقیم بین صنعت، بازار و دانشگاهیان، فضاسازی برای دانشجویان با هدف ورود به بازار کار و آشنایی با ظرفیت‌های کارآفرینی تحصیلات دانشگاهی و تبدیل شده به سرمنشأ اصلی تحول و پیشرفت در صنعت استان فارس در آینده نزدیک از دیگر نتایج اولیه این طرح است.

اجرای طرح دره فناوری شیراز همزمان با دهه فجر

امین ذوالقدر، رئیس پارک علم و فناوری استان فارس نیز در این زمینه به خبرنگار ایرنا، گفت: از دو سال قبل که در دانشکده فناوری نوین دانشگاه شیراز حضور داشتم پیگیر اجرای طرح دره فناوری شیراز بودم و با هیات رئیسه دانشگاه نیز تعاملات و ارتباطاتی در این زمینه صورت گرفت.

وی افزود: با اجرای طرح دره فناوری شیراز به دنبال آن هستیم تا رسالت جدیدی برای دانشکده علوم و فناوری‌های نوین و پژوهشکده نانوفناوری دانشگاه شیراز با محوریت پارک علم و فناوری ایجاد کنیم.

وی ادامه داد: به دنبال آن هستیم با توجه به جغرافیای متمرکز دانشگاه شیراز بتوانیم ناحیه فناوری و نوآوری شیراز را ایجاد کنیم تا این ناحیه در دسترس دانشجویان و استادان باشد و هسته‌های دانش‌بنیان و فناور را شکل دهند و پس از آنکه اصول را را یاد گرفتند به سایر اکوسیستم‌ها مثل پارک علم و فناوری وارد شوند. رئیس پارک علم و فناوری استان فارس گفت: برنامه‌ریزی شده است تا در دهه مبارک فجر امسال با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری طرح دره فناوری شیراز اجرایی شود. خبرنگار ایرنا با ظفر افشون، سرپرست معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری فارس نیز تماس گرفت تا دیدگاه‌های مدیریت ارشد استان در این موضوع را نیز جویا شود اما به رغم تماس‌های مکرر، وی پاسخگو نبود.

آگهی مفقودی (نوبت دوم)

پروانه اشتغال به کار مهندسی اینجانب مظفر مجیدی(دررشته مهندسی عمران، پایه یک نظارت) به شماره پروانه اشتغال ۲۲۳۰۰۰۰۴۰۱وشماره عضویت ۲۲۳۰۰۰۷۲۹ صادره از دیوان‌دره، درمقطع کارشناسی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج به شماره ملی ۳۸۵۸۷۹۷۶۵۰ مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

کردستان

مفقودی

مدارک خودرو برگ سبز تیبا سواری به شماره موتور NAs۸۱۱۱۰۰H۵۷۶۱۷۵۶شماره‌شاسی M۱۵۸۴۷۳۴۰۸ شماره انتظامی ۳۷۶ب۵۶ ایران ۳۰ بنام محمدرضاقلی مور فوشازدهی مفقود و از درجه اعتبار ساقط است.

آگهی مزایده اموال غیر منقول

حسب پرونده کلاسه ۹۷۰۰۳۵ اجرای احکام مدنی دادگستری ماسال به موجب دادنامه شماره ۹۰۰۹۹۷۱۸۳۰۱۰۰۶۲۵ صادره از شعبه اول دادگاه حقوقی ماسال دعوی خانم فاطمه کوهی با وکالت خانم سمیه حضرتی بطرفیت آقای کوروش شهسواری دایر بر مطالبه مهریه ، محکومیت به تادیه تعداد ۱۳۶۲ قطعه سکه طلای تمام بهار آزادی بابت اصل خواسته و علاوه بران هزینه دادرسی و حق الوکاله وکیل در حق محکوم له و به پرداخت نیم عشر در حق صندوق دولت که در همین راستا مال غیرمنقولی از محکوم علیه تعرفه که به حیطه توقیف درآمده و توسط هیئت سه نفره کارشناسان رسمی دادگستری به شرح ذیل ارزیابی و توصیف اجمالی گردیده است: یک ساختمان دو طبقه با کاربری گردشگری و اسکان مهمانپذیری (هتل) واقع در ماسال روستای شالماد متعلق به محکوم علیه کوروش شهسواری فاقد سند رسمی با اسکلت فلزی با دیوارهای چوبی و سقف شیروانی و پوشش حلب به مساحت همکف حدودا ۹۳ متر مربع دارای دو سوئیت با امکانات و تجهیزات آشپزخانه با سالن غذاخوری و طبقه فوقانی به مساحت ۱۱۲ مترمربع دارای سه سوئیت با سرویس بهداشتی دارای عرصه به مساحت حدودا ۲۵۰ مترمربع که با توجه به موقعیت و وضعیت و نوع کاربری و فعالیت آن به عنوان مهمانپذیر و توریستی بودن منطقه و همچنین کیفیت بنا ارزش کل ملک ۷/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال برآورد شده است. بنابراین مقرر شده ملک موصوف از طریق مزایده حضوری در روز چهارشنبه مورخه ۱۳۹۹/۰۲/۰۷ از ساعت ۱۰ الی ۱۱ در دفتر اجرای احکام مدنی دادگستری ماسال بفروش برسد قبل از موعد مقرر هریک از شرکت کنندگان به دفتر اجرا مراجعه و مبلغ ده درصد قیمت پایه را واریز و رسید دریافت نموده و رسید مربوطه را به همراه قیمت پیشنهادی بصورت مکتوب در وقت مقرر به دفتر اجرا ارائه نمایند و درخواست افراد بدون پیوست فیش فاقد اعتبار می باشد. برنده مزایده مجموعا می تواند ده درصد قیمت پیشنهادی خود را تودیع و نسبت به الباقی ظرف مدت یک ماه اقدام نماید و چنانچه برنده مزایده ظرف مدت یک ماه نتواند باقیمانده را پرداخت نماید ده درصد واریزی پس از کسر هزینه های اجرایی به نفع صندوق دولت ضبط و مزایده تجدید خواهد شد و وجوه واریزی کلیه شرکت کنندگان که در مزایده برنده نشده اند نیز به آنها مسترد خواهد شد و همچنین کسانی که تمایل برای شرکت در مزایده را دارند می توانند ۵ روز قبل از برگزاری مزایده به دفتر اجرا مراجعه تا مقدمات بازدید فراهم آید. اس

تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۲/۲۱

سید رحیم مهرجوی - مدیر اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان ماسال

آگهی حصر وراثت

آقای یوسف شیخی علی بابلو بشماره شناسنامه ۱۴۹۱۵ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۹۳/۶/۹۹ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان مباح ندائی بشناسنامه ۳ درتاریخ۹۹/۱/۱۵ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱-یوسف شیخی علی بابلو ش ش ۱۴۹۱۵ ت ت ۱۳۴۸ اردبیل فرزند متوفی ۲-صدقعلی شیخی علی بابلو ش ش ۱۴۹۱۶ ت ت ۱۳۴۹ اردبیل فرزند متوفی ۳-احترام شیخی علی بابلو ش ش ۱۳۵۰ت ت ۱۳۵۹ اردبیل فرزند متوفی ۴-مریم شیخی علی بابلو ش ش ۱۷۲۶ ت ت ۱۳۶۲ اردبیل فرزند متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک بانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا بلستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۲۰۲

آگهی حصر وراثت

خانم شهره بانو خدابنده لو بشماره شناسنامه ۱۸۵ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۸۲/۶/۹۹ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان مهدی ملایابانی بشناسنامه ۳۲۱ درتاریخ۹۹/۱/۹ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱-شیما ملایابانی ش ش ۰۰۷۸۳۲۱۶۳۸ ت ت ۱۳۶۶ تهران فرزند متوفی
۲-سیما ملایابانی ش ش ۴۹۰۰۰۷۹۵۷۱ ت ت ۱۳۶۹ شهریار فرزند متوفی
۳-معصومه ملایابانی ش ش ۴۹۰۰۳۵۴۶۳۵ ت ت ۱۳۷۳ کرج فرزند متوفی
۴-حمیدرضا ملایابانی ش ش ۴۹۰۰۶۸۲۱۱۱ ت ت ۱۳۷۷ کرج فرزند متوفی
۵-لیمو بابائی ش ش ۶ ت ت ۱۳۲۰ بیجار مادر متوفی
۶-شهره بانو خدابنده لو ش ش ۱۸۵ ت ت ۱۳۴۵ بیجار همسر دائمی متوفی
و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک بانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا بلستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۲۰۴

برگ اجرائیه

مشخصات محکوم له محب علی محمودی مشخصات محکوم علیه خدیجه هزاری ارغانی مجهول المکان محکوم به بموجب دادنامه ۲۵۱ مورخ ۹۸/۱۲/۴ شورای حل اختلاف شهرقدس حوزه ۱۰ قطعیت حاصل کرده است حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۵۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال به عنوان اصل خواسته به انضمام خسارت تاخیر تادیه از تاریخ سررسید چک ها ۹۷/۱۰/۲۸ و ۹۷/۶/۳۱ ونیز مبلغ ۱/۶۴۰/۰۰۰ ریال به عنوان هزینه دادرسی و همچنین حق الوکاله وکیل طبق تعرفه در حق خواهان صادر و نیم عشر در حق صندوق دولت

حوزه ۱۰شورای حل اختلاف شهرقدس م الف ۲۱۳

ساده‌ترین عادت‌های افراد موفق

به قلم: جان رمپتون کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

تصور تقریبا تمامی افراد این اســت که تقلیدکردن از عادت‌های افراد موفق بســیار ســخت خواهد بود. اگرچه این امر تا حدود زیادی درســت اســت و این افراد برای قرار گرفتن در جایگاه فعلی خود ســختی‌های مختلفی را متحمل شــده و در حال حاضر نیز مشــغله کاری بالایی را دارند، با این حال برخــی از عادت‌هــای آنها هیچ‌گونه هزینه‌ای را دربر نداشــته و می‌تواند نقطه شــروع خوبی برای هر فردی محســوب شود. درواقع برخی از عادت‌ها هستند که برای به اجرا درآوردن آنها شما باید به یک ســطحی از خودســازی رسیده باشید، در غیر این صورت تنها خود را خسته خواهید کرد و از آن هیچ نتیجه‌ای به دســت نخواهید آورد. در این راســتا به بررسی ۹ مورد از ساده‌ترین عادت‌های افراد موفق خواهیم پرداخت.

۱-سحرخیزی

این امر که صبح‌ها زود از خواب بیدار شــوید باعث خواهد شــد تا زمان بیشــتری را در طول روز خود داشــته و اقدامات بیشــتری را انجام دهید. همچنین این مســئله برای حفظ سلامت شما نیز بسیار مهم خواهد بود. در نهایت فراموش نکنید که خواب بدون نظم و بی‌موقع، باعث خواهد شد تا در طول روز نیز انرژی لازم را در اختیار نداشته باشید.

۲-مدیتیشن

به جرأت می‌توان گفت که حتی یک فرد موفق را نمی‌توان پیدا کرد که به مدیتیشــن توجهی نداشــته باشــد. این امر در حالی اســت که شــما تمرین‌های آن را حتی با اســتفاده از یک اپلیکیشن موبایل نیز می‌توانید انجام دهید، با این حال این اقدام عملکرد فوق‌العاده‌ای را بر روی ســلامت و حتی روحیه افراد خواهد داشــت. به همین خاطر اگر خواهان این امر هســتید که تا پایان روز انرژی بالایی را داشته باشید، حتما باید این ورزش را در برنامه روزانه خود قرار دهید.

۳-کار تیمی

افراد موفق نه‌تنها به اهمیت کار تیمی واقف هســتند و تلاش می‌کنند که همه کارها را به این صورت انجــام دهند، بلکــه از تکنولوژی نیز غافل نبوده و تلاش می‌کنند که ایجــاد و مدیریت یک تیم را تا حد امکان ساده کنند. در این رابطه فراموش نکنید تا زمانی که به کار تیمی توجهی ندارید و یا تیمی حرفه‌ای را تشــکیل نداده‌اید، شــانس موفقیت شما بسیار پایین خواهد بود. در این رابطه از مطالعه مداوم مقالات، سخنرانی‌ها و کتاب‌های مرتبط نیز غافل نشوید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا تجربه و عملکرد به مراتب بهتری داشته باشید.

۴-مشغله کاری زیاد

اگر فکر می‌کنید که پرمشــغله بودن یک اتفاق فاجعه‌بار محســوب می‌شود، جالب است بدانید که این موضوع یک انتخاب ارادی توســط افراد موفق محســوب می‌شــود. درواقع پرمشــغله بودن به معنای آن خواهد بود که شــرایط برای انجام کارهای بیشــتر مهیا بوده و پس از مدتی این امر به عادت رفتاری شما تبدیل خواهد شــد که دیگر فشــار اولیه را به همراه ندارد. همچنین این سیاســت کمک خواهد کرد که فرصتی برای پرداختن به اقدامات منحرف‌کننده و غیرضروری وجود نداشته باشد. تحت این شرایط امکان استفاده درست از زمان نیز به وجود خواهد آمد.

۵-کنار گذاشتن تلویزیون

تلویزیون را باید تنها تلف‌کننده وقت افراد به حساب آورد. بدون شک برای فردی که هدفی را در زندگی خود دارد، حتی دقایق نیز بســیار ارزشمند خواهد بود. به همین خاطر است که میزان مشاهده تلویزیون در بین افراد موفق خصوصا میلیاردرهای خودســاخته، بســیار کم بوده و آنهــا ترجیح می‌دهند که زمان اضافه خود را صرف مطالعه کتاب کنند. به همین خاطر شــما نیز می-توانید تلویزیون را کنار گذاشــته و شــروع به افزایش نرخ مطالعه خود کنید. با این اقدام بهترین آینده برای شــما رقم خواهد خورد، با این حال این نکته را نیز فراموش نکنید که با توجه به تنوع و تعداد بســیار بالای کتاب‌ها، شــما باید برطبق اولویت‌ها رفتار کنید.

۶-هنر نه گفتن

علت این امر که نه گفتن را به عنوان یک هنر به حساب آورده‌ایم این است که یکی از مشکلات بزرگ تقریبا تمامی افراد محســوب می-شود. درواقع آنها نمی‌توانند به خود و دیگران نه بگویند. همین امر نیز باعث می-شــود تا امکان به اجرا درآوردن یک برنامه منظم، عملا غیرممکن باشد. در این رابطه فراموش نکنید که نه گفتن به خودتان، به مراتب ســخت‌تر خواهد بود. به همین خاطر شــما باید قدرت در دست گرفتــن اتفاقــات پیرامون را پیدا کــرده و بدانید که در چه موقعیت-هایی بــدون هیچ‌گونه تردیدی باید پاسخ منفی بدهید.

۷-برنامه روزانه

افراد موفق برنامه خود را به صورت روزانه تنظیم می‌کنند. درواقع اگرچه باید اهداف را از مدت‌ها قبل مشخص کرد، با این حال اقدامات روزانه بهتر است که به صورت مداوم انجام شود. در این رابطه بهترین زمان شــب قبل اســت. این امر باعث خواهد شد تا به محض بیدار شــدن، بدانید که چه اقداماتی را باید انجام داده و زمان شما در این رابطه تلف نشود.

۸-مدیریت مالی

تا چه اندازه نسبت به روش‌های مدیریت مالی آگاهی دارید؟ برای مثال چند روش و تکنیک برای افزایش پس‌اندازها را می‌شناســید. درواقع این امر که بتوانید پول خود را به بهترین شــکل مدیریت کنید، تنها زمانی میســر خواهد بود که دانش کافی را در این رابطه در اختیار خود داشــته باشــید. خوشــبختانه امروزه امکان یادگیری بســیار ساده شده و شــما از انواع روش‌ها برخوردار هستید. در نهایــت فراموش نکنید که بهترین نوع ســرمایه‌گذاری، تقویت خودتان برای عملکرد درخشــان در آینده خواهد بود.

۹-تصویرسازی

منظور از تصویرســازی این اســت که جایگاه مطلوب و هدف موردنظر خود را باید از مدت-ها قبل در ذهن خود متصور شــده باشــید. این امر باعث خواهد شــد تا انگیزه شما برای رسیدن به آن افزایش پیدا کند. همچنین این نکته را فراموش نکنید که فکر کردن مداوم به اهداف، احتمال کنار گذاشــتن آنها را کاهش خواهد داد. همچنین این نکته را فراموش نکنید که شما باید به صورت مداوم اهداف خود را مورد بازبینی قرار داده و در صورت نیاز، آنها را تغییر دهید. برای مثال ممکن اســت یک اتفاق جدید در بازار رخ داده باشد که دیگر امکان ادامه فعالیت به شیوه سابق، امکان‌پذیر نباشد.

منبع: entrepreneur.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
یکشنبه | ۲۱ اردیبهشت ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۴۰ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱
روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲
سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

چگونه می‌توان رابطه مثبتی را با رئیس و همکاران برقرار کرد؟

در گذشــته، مدل رابطه یک کارمند با مافوق ارشــد خــود، یکــی از تاثیرگذارترین فاکتورهایــی بود که در لذت‌بخش بودن کار برای کارمند نقش داشت. به مرور زمان، این روند با تغییراتی مواجه شده است.

در ســال‌های اخیــر، رابطــه‌ای کــه بــا همــکاران برقــرار می‌شــود در میــزان رضایتمنــدی از کار نقش تاثیرگذارتری را یافته اســت. بخشــی از این رویکرد به خاطر نیروی کار جوان و تحصیلکرده‌ای اســت که وارد بازار کار شــده‌اند. جنبه دیگر این است که در بسیاری از تنظیمات سازمانی، تعداد زیادی از همکاری‌های بین واحــدی وجود دارد که بیش از یک رابطه تعریف‌شــده را تشــکیل می‌دهد. برای مثال، یکی از اعضای تیم در بخش خدمات به مشــتریان احتمــالا با بخش بازاریابی همــکاری می‌کنــد تا اطلاعــات لازم دربــاره وضعیت مشــتریان را در اختیار آنها قرار دهد و سرپرست بخش بازاریابی نیز بر این امور نظارت می‌کند.

فاکتــور دیگری که می‌تواند در کاهش اهمیت ارتباط کارمند با سرپرســت یا رئیس نقش داشــته باشــد، به هزاران روشی مربوط می‌شود که یک کارمند در محیط کار خود مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. در ادامه با برخی از روش‌هایــی که به ایجاد رابطه مثبت با همکاران و مدیر در محیط کار منجر می‌شود، آشنا خواهید شد.

قدردان باشید:

کمتــر پیــش می‌آیــد کــه کارمنــدان از رئیس‌ها و سرپرســتان خود قدردانی کنند. آنها اغلب با شکایت‌ها و مشکلات مختلف مواجه می‌شوند که انتظار می‌رود به آنها رســیدگی کنند. گاهی اوقات از آنها تشکر کنید و دلیل این تشکر خود را مشخص کنید. این روش، تاثیر بسزایی را در ایجاد یک رابطه مثبت می‌گذارد.

مراقب باشید:

یکی از رایج‌ترین شــکایاتی که بــه ویژه در برخورد افراد در ســنین مختلف به گوش می‌رســد، احســاس بی‌احترامی اســت. اکثر ما انســان‌ها نمی‌دانیم که چه چیزهایی باعث حــس بی‌احترامی می‌شــود، اما کاملا آن را احســاس می‌کنیــم. بــه روش محترمانــه درباره فعالیت‌های رئیس خود حرف بزنید تا چنین احساســی در او شکل نگیرد.

شفاف باشید:

اگر می‌خواهید درباره موضــوع نگران‌کننده‌ای حرف بزنیــد، باید آن را بــه صورت کاملا شــفاف بیان کنید و از ابهــام و کلی‌گویی پرهیز کنیــد. این رویکرد باعث می‌شــود که رئیس شــما به آن موضوع رسیدگی کند. دربــاره مدیریت یا یکی از همکاران در بخش‌های دیگر برای سرپرستی که نقشی در آن ندارد، حرفی نزنید.

مسئولیت‌پذیر باشید:

کار خــود را به خوبی انجام دهید و نشــان دهید که برای هر کاری آماده هستید. به یاد داشته باشد که برای انجــام دادن کارهای مختلفی در آن محل حضور دارید و بایــد آنها را به خوبی به اجــرا بگذارید. زمانی که کار باکیفیتی را ارائه می‌کنید، باعث می‌شــود که سرپرست یا مدیر شما نیز وجهه خوبی را به دست آورد.

هــدف از برقراری ارتبــاط مثبت با رئیــس یا مدیر، چاپلوســی کردن برای به دســت آوردن موقعیت بهتر نیســت. هدف این اســت کــه رابطه ســالم، مثبت و با احتــرام متقابلی شــکل بگیرد که در نهایــت به ارتباط بهتر منجر می‌شــود؛ این رویکرد باعث می‌شــود که در شــرایط عدم توافق، به خوبی با هم همکاری کنید و در واقع شراکتی را تشکیل می‌دهید که در شرایط سخت، از هم پشتیبانی و حمایت می‌کنید.

منبع: entrepreneur/ucan