روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه
۲۲ تیر
۱۳۹۹

Sun. 12 Jul 2020
۲۰ ذوالقعده ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۸۰- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

تذکر رئیس‌جمهور به ادارات درباره ساعت کار کارمندان

فقط ۷ ساعت سر کار بمانید!

فرصت امروز: در حالی برخی از نهادها و ادارات نسبت به ساعت کاری کارکنان خود در زمان تعیین‌شده از سوی دولت، انتقاد دارند و مشکل‌ساز شده‌اند که رئیس‌جمهور در تازه‌ترین سخنان خود تاکید کرده...

۲

آیا شیوه رفع تعهد ارزی صادرکنندگان توسط بانک مرکزی تغییر می‌کند؟

شمارش معکوس برای بازگشت ارزهای صادراتی

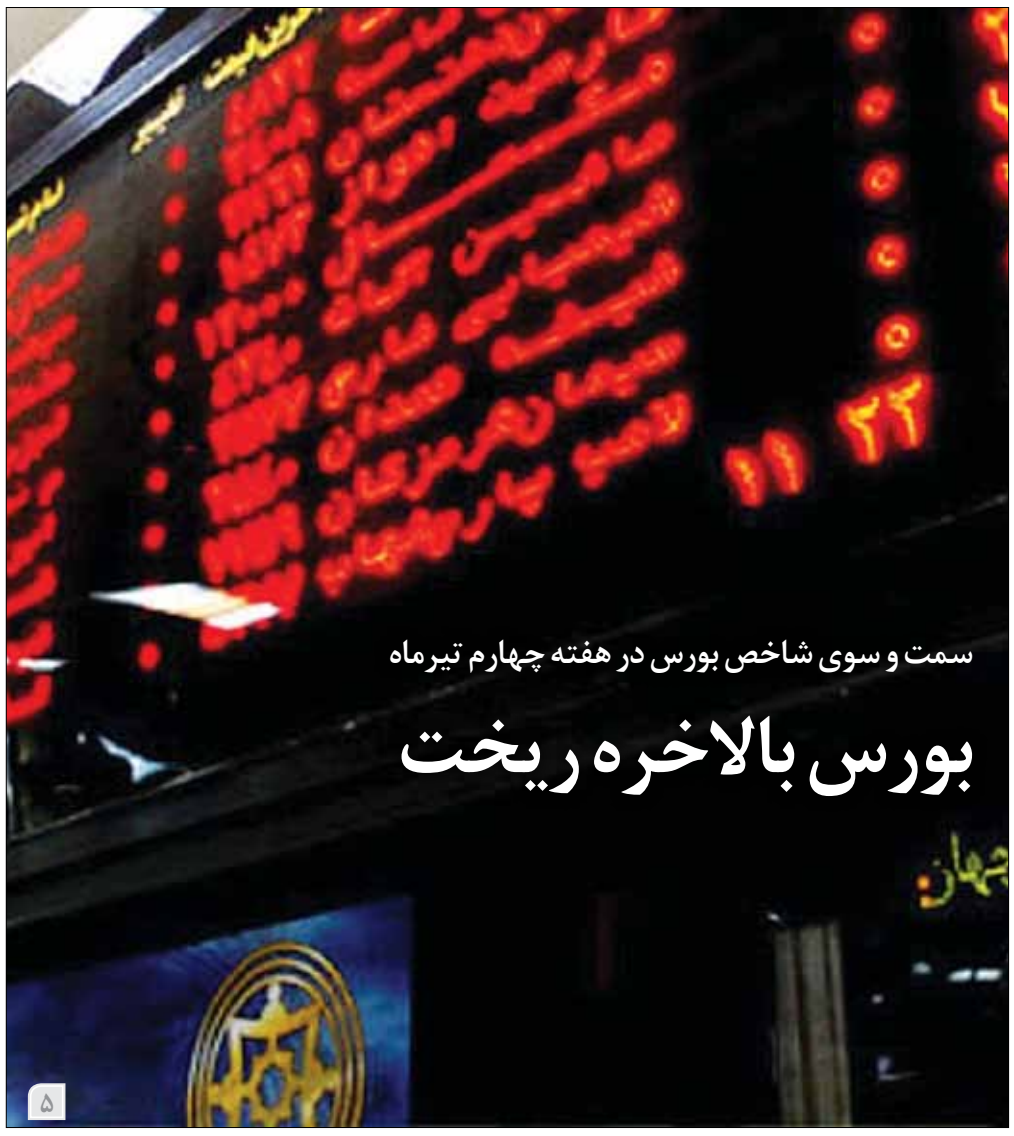
کمتر از ۱۰ روز دیگر تا پایان مهلت رسمی رفع تعهد ارزی از سوی صادرکنندگان برای صادرات سال ۹۸ باقی نمانده و اکنون، به گفته فعالان اقتصادی، تغییراتی در روش‌های بازگشت ارز صادراتی ایجاد شده است.
به گزارش مهر، بانک مرکزی مهلت بازگشت ارز حاصل از صادرات سال ۹۸ به کشور را پایان تیرماه ۹۹ اعلام کرده است. مهلتی چهار ماهه که براساس آن صادرکنندگان باید ارز حاصل از صادرات خود را به روش‌های اعلامی بانک مرکزی، به چرخه اقتصادی کشور برگردانند. آنگونه که بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران اعلام کرده، صادرکنندگان می‌توانند ارز صادراتی سال ۹۸ خود را به روش‌هایی همچون بازگشت به صورت اسکناس...

۴

مرکز آمار ایران از رشد ۲۶درصدی شاخص فلاکت در ۳ سال گذشته خبر داد

رشد فلاکت در سایه تورم و بیکاری

۳



سمت و سوی شاخص بورس در هفته چهارم تیرماه

بورس بالاخره ریخت

۵

مدیریت و کسب‌وکار

- چگونه برای یک شغل درخواست دهیم؟
- ۲۰ توصیه طلایی که یک کارآفرین موفق شویم
- ۶اشتباه مرگبار در زمینه تولید محتوا
- بازاریابی با استفاده از اطلاعات شبکه‌های اجتماعی
- پاساژ در کرونا؛ با قرار قبلی خرید کنید
- انتظارات نسل جوان از برندها

۸ تا ۱۶

تاکسی دریایی
ایده جدید اوبر

یادداشت

موج دوم کرونا با اقتصاد ایران چه می‌کند؟

حسین سلاح‌ورزی
نایب رئیس اتاق ایران

همانطور که انتظار می‌رفت موج دوم کرونا در کشور آغاز شده و به‌سرعت به‌سوی قله‌های جدیدی از آمار مبتلایان و درگذشتگان حرکت می‌کند و همانطور که تجربه پاندمی‌های قبلی نشان داده است، این موج دوم به‌مراتب شدیدتر و مرگبارتر از موج اول خواهد بود. واقعیت این است که در ایران، دولت دانش فنی کافی و ظرفیت اجرایی مناسب و منابع موردنیاز برای حمایت ساخت‌یافته و هدفمند از کسب‌وکارهای آسیب‌دیده در کرونا را نداشت. همان کمک‌های موردی و کارشناسی نشده به مردم و کسب‌وکارها هم آنقدر دیر و بد توزیع شدند که بخشی از مردم و کسب‌وکارها خود محدودیت‌های اعمال‌شده را نادیده گرفتند و بخشی را نیز دولت برای جلوگیری از ایجاد یک بحران اجتماعی فراگیر، به‌صورت شتاب‌زده لغو کرد.

امروز اما در میان موج دوم کرونا هستیم و ظرفیت‌های نظام درمان و منابع عمومی برای حمایت از مبتلایان و محافظت از آسیب‌دیدگان از گذشته به‌مراتب کمتر است. نکته کلیدی در مورد ادامه روند...

۲

از ایمن‌سازی محیط شعبه‌ها تا ایفای مسئولیت‌های اجتماعی

بانک پاسارگاد برای مقابله با کرونا سنگ تمام گذاشت

بانک پاسارگاد با انجام اقدامات متعددی در حوزه‌های اطلاع‌رسانی، پیشگیری و مقابله با کرونا در سطح کشور سنگ تمام گذاشت.

به گزارش پایگاه خبری نقدینه، بانک‌ها به عنوان سازمان‌هایی که با توجه به مراجعه‌کنندگان بسیار، ریسک بالایی در ابتلا به بیماری کرونا چه در بین مشتریان و چه در بین کارمندان را متحمل شده‌اند، اقدامات درخور توجهی برای کاهش این ریسک انجام داده‌اند. از اتخاذ تمهیداتی برای ضدعفونی کردن محیط و افزایش امکانات بهداشتی تا ارائه اکثر خدمات بانکی به صورت غیرحضوری و تشویق مشتریان به کاهش رفت و آمدهای غیرضروری به شعبه‌ها از جمله اقدامات سیستم بانکی است.

بانک پاسارگاد نیز که همواره در عرصه ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، نام خود را به عنوان یکی از بانک‌های پیشرو مطرح کرده است در عرصه مقابله با کرونا هم اقدامات مؤثری را در راستای کمک به جامعه پزشکی، اطلاع‌رسانی عمومی و فرهنگ‌سازی، پیشگیری، ارائه خدمات ویژه به مشتریان انجام داده است و اقدامات متعددی را نیز در دستور کار دارد.

تمهیدات مناسب برای ایمن‌سازی محیط شعبه‌ها

در این راستا، بانک پاسارگاد از همان ابتدای دوران شیوع این بیماری با تشکیل کارگروه ویژه پیشگیری از شیوع بیماری کرونا تصمیماتی را برای افزایش ایمنی مشتریان و مراجعه‌کنندگان در نظر گرفته و اجرایی کرد. تهیه و نصب حفاظ‌های جداکننده پلکسی روی باجه‌های شعبه‌ها، استقرار تجهیزات تب‌سنجی و اندازه‌گیری دمای بدن تمامی مراجعه‌کنندگان به ساختمان‌های ستادی بانک، ضدعفونی مستمر محیط شعبه‌ها و واحدهای ستادی و تجهیزات بانکی، تغییر در چیدمان صندلی‌های انتظار شعبه‌ها و واحدهای ستادی به جهت رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی در بین مراجعه‌کنندگان، در دسترس قرار دادن تجهیزات بهداشتی شامل محلول و دستمال ضدعفونی در فضاهای مشاعی شعبه‌ها و ساختمان‌های ستادی و ... نمونه‌ای از اقدامات این بانک برای جلوگیری از شیوع ویروس کرونا است.

تلاش برای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی

بانک پاسارگاد در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود، علاوه بر ایجاد امکانات لازم جهت ویزیت مجازی بیماران از طریق دستگاه تله‌مدیسین (Telemedicine) در پایگاه‌های تشخیص سیار، ۷۰ دستگاه ترمومتر، ۳۵۰ هزار ماسک N۹۵ و ۱۰ هزار واحد لباس مخصوص بیماران کرونایی به دانشگاه‌های علوم پزشکی سراسر کشور اهدا کرده است. این بانک در اقدامی دیگر نیز برای خرید تجهیزات و ملزومات درمانی، دارو و اقلام موردنیاز از دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور حمایت کرده است. بانک پاسارگاد همچنین اعلام کرده است که از هر پروژه تحقیقاتی و تولیدی برای ساخت واکسن بیماری کرونا و همچنین تولید دارو برای این بیماری، حمایت مادی و معنوی خواهد کرد.

زمینه‌سازی کاهش رفت و آمدهای غیرضروری به شعبه‌ها

بانک پاسارگاد از ابتدای شیوع ویروس کرونا، با گسترش خدمات بانکداری الکترونیک و تقویت ظرفیت‌های پاسخگویی به مشتریان، زمینه را برای ارائه خدمات غیرحضوری و کاهش رفت و آمدهای غیرضروری به شعبه‌ها و واحدهای ستادی فراهم کرد. این بانک با افزایش ظرفیت مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی خود، به صورت ۲۴ ساعته پاسخگوی تماس‌های مشتریان و ارائه مشاوره درخصوص انجام امور بانکی آنهاست. بر این اساس، مشتریان می‌توانند موارد پیشنهاد، انتقاد، مغایرت، سؤال و شکایت خود را از طریق سامانه (CRM) ثبت کرده و از نتیجه آن آگاه شوند. علاوه بر این همکاران در کلیه شعبه‌های این بانک آمادگی پاسخگویی غیرحضوری به مشتریان را دارند.

همچنین بانک پاسارگاد با ایجاد شرایط مناسب برای انتقال وجه غیرحضوری، افزایش سقف کارت به کارت و تمدید خودکار کارت‌های بانکی، نسبت به خرید و نصب دستگاه‌های خوددریافت (CRS) در شعبه‌های منتخب اقدام کرد که باعث کاهش بار مراجعه به شعبه‌ها برای واریز وجه نقد شد. ایجاد امکان ثبت درخواست برای متقاضیان مساعدت در بازپرداخت تسهیلات دریافتی فعالان اقتصادی به‌ویژه صاحبان کسب و کارهای کوچک و متقاضیان برخورداری از قانون تسهیل تسویه بدهی بدهکاران شبکه بانکی کشور، از دیگر اقدامات این بانک برای کاهش مراجعه حضوری به شعبه‌ها بود.

افزایش سقف انتقال وجه به سایر حساب‌ها با بانکداری مجازی

بانک پاسارگاد همچنین جهت رفاه حال مشتریان، سقف پیش‌فرض برای انتقال وجه به سایر حساب‌ها و یا حواله بین بانکی را برای تمام کاربران اینترنت بانک با رمز ثابت و دوعاملی، به مبلغ ۵۰ میلیون ریال افزایش داد بنابراین مشتریان از این پس می‌توانند از طریق بانکداری مجازی (اینترنت‌بانک)، تا مبلغ ۵۰ میلیون ریال، به سایر حساب‌ها انتقال وجه و یا حواله بین بانکی (ساتنا و پایا) انجام دهند.

از سوی دیگر، بانک پاسارگاد به منظور افزایش امنیت در بانکداری مجازی و صیانت از سپرده‌های مشتریان، جهت انتقال وجه و حواله بین بانکی از طریق سامانه بانکداری مجازی با شیوه ورود با رمز ثابت، برای مبالغ بیش از ۲ میلیون ریال، ثبت کد دوعاملی اینترنت‌بانک (رمز یک بار مصرف) را الزامی کرد. به این ترتیب، در صورتی که مجموع دستور پرداخت‌های حواله بین بانکی (شامل ساتنا و پایا) یا انتقال به حساب غیر (به جز انتقال وجه بین سپرده‌های خود مشتری)، به مبلغ ۲ میلیون ریال در روز برسد، برای انجام انتقال وجه و یا حواله بین بانکی بیش از این مبلغ، با ورود به صفحه انتقال وجه و انتخاب یکی از گزینه‌های ذکرشده برای دریافت رمز دوعاملی اینترنت‌بانک، کد را دریافت کرده و پس از تایید آن، ادامه عملیات حواله بین بانکی یا انتقال وجه به حساب غیر، انجام خواهد شد.

دلایل پیشرفت خودروسازی در سرزمین ترک‌ها

خودروسازی ایران چگونه از ترکیه عقب افتاد؟

فرصت امروز: تاریخ صنعت خودروسازی اگرچه از عمر تقریبا یکسان این صنعت در ایران و ترکیه حکایت دارد، اما با روندی که در خودروسازی ترکیه از چند دهه پیش اتفاق افتاد، این همسایه غربی ایران هم‌اکنون به یکی از قدرت‌های خودروسازی تبدیل شده است. بنابراین پر بیراه نیست که چرایی عقب‌ماندگی صنعت خودروی ایران از دیگر کشورها و به‌خصوص ترکیه به یکی از مهم‌ترین سوالات افکار عمومی تبدیل شود. صنعت خودرو ترکیه حدود ۶۰ سال پیش با تولید تراکتور در شهر آنکارا بنا نهاده شد و در سال ۱۹۵۹ نیز اولین کارخانه تولید خودروهای سواری در این کشور به بهره‌برداری رسید. این کارخانه، اوتسان نام داشت و برخی محصولات فورد موتورز آمریکا را با تیراژی چهار دستگاهی در روز، مونتاژ می‌کرد. ترکیه که خود را در گوشه‌ای از عرصه خودروسازی دنیا می‌دید، تا سال ۱۹۶۳ به تاسیس کارخانه‌های صرفا مونتاژکار پرداخت، اما همان سال قانون خودرو در این کشور تدوین شد تا فصلی جدید در صنعت ترکیه کلید بخورد. هدف از تدوین قانون خودرو این بود که کارخانه‌های خودروسازی این کشور به تدریج از مونتاژکاری و وابستگی بی‌چون و چرا به شرکت‌های خارجی، آزاد شده و داخلی‌سازی در آنها افزایش یابد. دولتمردان وقت ترکیه قصد داشتند با تدوین قانون خودرو، سرمایه‌های خارجی بیشتری جذب کرده و صنعت خودرو را به واسطه این سرمایه‌گذاری‌ها توسعه دهند. یکی از جملات معروف در قانون خودرو ترکیه آن بود که «غرور ملی ترک‌ها کلید پیشرفت ماست». کارخانه‌های خودروسازی ترکیه تا قبل از تدوین این قانون، محصولاتی مانند جیپ، کامیون کرایسلر، فورد و وانت تولید می‌کردند و در تولید آنها به غربی‌ها وابستگی صرف داشتند، این در حالی بود که ترکیه قصد داشت با نشانه رفتن «غرور ملی» مردمش، انقلابی از داخلی‌سازی قطعات خودرو را به وجود بیاورد. اگرچه ترکیه در سال ۱۹۶۳ قانون خودرو را تدوین کرد، اما اثرات مثبت این قانون ۱۰ سال بعد خود را نشان داد و از همین رو، سال ۱۹۷۳ را نقطه عطف صنعت خودروسازی ترکیه می‌دانند. در این سال، رنو و فیات به عنوان دو برند بزرگ خودروسازی اروپا، شرکت‌هایی مشترک به نام اویاک و توفاژ را در ترکیه تاسیس کردند. این دو البته از سال ۱۹۷۱ وارد ترکیه شده بودند، اما سرمایه‌گذاری آنها در سرزمین ترک‌ها در سال ۱۹۷۳ آغاز شد. پیش از رنو و فیات نیز بیشتر شرکت‌های آمریکایی با محصولاتی مانند تراکتور و اتوبوس، در ترکیه آقایی می‌کردند، اما از آنجا که دولتمردان این کشور، استراتژی و هدفی بزرگ را در خودروسازی ترسیم کرده بودند، خودروسازان بزرگ اروپا و آسیا نیز قدم به ترکیه گذاشتند. پس از رنو و فیات نیز هوندا در سال ۱۹۹۲ به ترکیه آمد و دو سال بعد، تولید محصولات هیوندای و تویوتا در ترکیه آغاز شد. پژو نیز پنج سال بعد راهی ترکیه شد و اولین کارخانه خود را در این کشور بنا کرد. بیشترین انگیزه‌ای که پای خودروسازان بزرگ دنیا را به ترکیه گشود، بازار بزرگ ترکیه و تولید ارزان‌تر قطعات در این کشور بود، چراکه خودروسازان می‌توانستند علاوه بر بازاریابی در ترکیه، قطعات محصولات خود را ارزان‌تر تولید کرده و صادر کنند. در واقع، خودروسازی ترکیه با برنامه‌ریزی بلندمدت در یک دوره مشخص، از مونتاژ خودرو به یک صنعت تمام عیار با قابلیت طراحی و ظرفیت تولید گسترده خودرو تبدیل شد. این صنعت به واسطه مشارکت‌هایی که توسط شرکت‌های خارجی با کارآفرینان ترکیه داشته، از اهمیت کلیدی در تولید داخلی این کشور برخوردار است. ترکیه هم‌اکنون بزرگ‌ترین تولیدکننده وسایل نقلیه تجاری سبک در اروپاست و از نظر میزان تولید خودرو در رتبه چهاردهم جهان قرار دارد. در همین خصوص، فربد زاوه کارشناس صنعت خودرو درباره دلایل پیشرفت خودروسازی ترکیه به باشگاه خبرنگاران جوان گفت: «خودروسازی در ترکیه هم مثل ایران عمری حدود ۶۰ ساله دارد که البته خودروسازی ما قدمت بیشتری دارد، هرچند که ما چند سالی می‌شود به طور جدی روی آن کار می‌کنیم. تا قبل از دولت اردوغان خودروسازی ترکیه به شدت تحت حمایت دولت به شکل تعرفه‌ای بود، یعنی دولت در قالب نظام تعرفه از خودروسازی حمایت می‌کرد و نتیجه آن این بود که تعدادی ماشین‌های قدیمی و بی‌کیفیت رنو و فیات تولید می‌شد.» زاوه با اشاره به تغییر سیاست‌های دولت ترکیه در صنعت خودروسازی این کشور، ادامه داد: «حدود ۱۰ تا ۱۲ سال پیش، دولت ترکیه تصمیم گرفت که سیاست‌های حمایتی خود را بردارد و تعرفه را هم از محل ساخت خودرو برداشت و صرفا به شماره‌گذاری و مشخصات فنی مربوط کرد، یعنی در واقع دیگر مهم نبود که خودرو ساخت آلمان یا ترکیه است و مهم این بود که خودرو چقدر حجم موتور و چقدر مصرف سوخت دارد. این سیاست باعث شد که خودروسازهایی مانند فیات و رنو هم در داخل ترکیه سعی کنند سیاست‌های‌شان را عوض کنند و سرمایه‌گذاری را به سمت تولید خودروهایی ببرند که بتوانند هم در داخل ترکیه و هم در بازارهای بین‌المللی آن را صادر کنند. خود این موضوع منجر شد که یک زنجیره ارزشی از قطعه‌سازان بین‌المللی در ترکیه ایجاد کنند و میلیاردها دلار سرمایه جذب کردند.» این کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه «ترک‌ها به این شیوه توانستند اقتصادشان را تنها به خودرو محدود نکنند، افزود: «پس از آن نیز همه حوزه‌های دولتی این کار را انجام دادند و توانستند اقتصادشان را از یک اقتصاد متمرکز به داخل به یک اقتصاد برون‌گرای صادراتی تبدیل کنند. این اتفاقی بود که در داخل ترکیه حدود ۱۵ سال گذشته رخ داد و باعث شد ترکیه بیش از یک و نیم میلیون اتومبیل تولید کند که عمده آنها صادر می‌شود و بیش از ۱۴ تا ۱۵ میلیارد هم صادرات قطعه دارد.» به اعتقاد زاوه، «حدود دو سال پیش دولت ترکیه در راستای حمایت محصولات ملی خود تلاش کرد که یک برند ترک ایجاد کند، ولی خود دولت به این قضیه ورود نکرد، یعنی این کنسرسیوم تحت حمایت مالیاتی و حتی تسهیلات دولت قرار گرفت، ولی دولت ترکیه نقشی در اجرا و مدیریت آن ایفا نکرد. در نتیجه یک کنسرسیومی متشکل از ۵ سازنده تشکیل شد که تمام طراحان داخل ترکیه و حجم عمده‌ای از قطعه‌سازی بین‌المللی در آن حضور یافتند و با یکدیگر همکاری کردند. پس از آن فرآیند طراحی هم در خارج از ترکیه و در ایتالیا انجام شد و ترک‌ها یک پروژه درست را طراحی، نظارت و همکاری کردند.»

این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: «ترکیه تلاش کرد تا بتوانند صاحب پلتفرمی شوند که این پلتفرم علاوه بر اینکه خودروهای الکتریکی خوبی را تولید می‌کند، خودروهای دیگری را استخراج کند. تاکنون برای این طرح حدود ۴ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری شده تا به خط تولید برسد.» زاوه در پاسخ به این سوال که چرا ترکیه توانست خودروساز شود و ما نتوانسته‌ایم، گفت: «این موضوع به نحوه نگاه ما به اقتصاد باز می‌گردد. در داخل کشور سال‌های سال است که گرفتار واژه‌های مجهولی شده‌ایم. به طور مثال، خروج ارز از کشور، واژه‌هایی هستند که فی النفسه فاقد ارزش و اعتبار هستند که اگر در زنجیره جهانی تعریف نشود بدون نگاه به بازار بین‌المللی، قطعه را به هر کیفیت و هر قیمتی درآورده‌ایم که هزینه آن را مشتری پرداخت می‌کند. این در حالی است که ترک‌ها اتومبیل خود را تنها برای بازار داخلی خودشان طراحی نکردند بلکه آن را برای افزایش زنجیره صادرات طراحی کردند و در تلاش هستند مانند حوزه قطعه حضور فعالی در جهان داشته باشند. در گذشته ترکیه با برند فیات، رنو و اخیرا فولکس واگن و قبلا بنز حضور داشتند که هم‌اکنون برند ترک را به آن اضافه کردند. این نگاه به بازارهای بین‌المللی و این عدم استفاده از ارزش‌هایی که واقعا یا ارزش نیست یا به شدت منحرف شده، در قالب ارزش باعث شده که همچنان در صنعت خودرو درجا بزنیم و محل انتقادات وسیع مردم باشیم.»

به گفته وی، «ترک‌ها با ساخت خودروها و قطعات سالیانه ۱۵ تا ۲۰ میلیارد دلار ارزآوری با صنعت خودروسازی دارند و به کمک این کار باعث اشتغال‌زایی زیادی شده‌اند. ترکیه محل بسیاری از تأمین‌کنندگان قطعه جهانی است. بیش از ۲۵۰ تأمین‌کننده جهانی وجود دارد که از ترکیه به عنوان پایگاه تولید استفاده می‌کنند و ۳۰ مورد از آنها در بین ۵۰ تأمین‌کننده بزرگ جهانی قرار دارند.» زاوه در پایان با اشاره به اهمیت ترکیه در زنجیره جهانی صنعت خودروسازی گفت: «تولیدکنندگان خودرو به طور فزاینده ترکیه را به عنوان پایگاه تولید برای فروش صادراتی خود انتخاب می‌کنند. بر همین اساس، ۸۵درصد از تولید خودرو در ترکیه در سال ۲۰۱۸ به بازارهای خارجی اختصاص یافت. بیش از ۱٫۳ میلیون دستگاه خودرو در همان سال از ترکیه به بازارهای خارجی صادر شد. علاوه بر این، ترکیه صادرکننده شماره یک خودرو به بازارهای اروپا با ۱٫۱ میلیون دستگاه در سال ۲۰۱۸ بوده است. ترکیه با تولیدکننده‌های بین‌المللی فورد، فیات-کرایسلر، رنو، تویوتا و هیوندای که همه در این کشور فعالیت می‌کنند، دارای یک بخش بزرگ در تولید خودرو است، اما در این زنجیره، کارگران ترکیه در حال تولید اتومبیل و قطعاتی هستند که از دور طراحی شده و اغلب مدل‌های نهایی را به اروپا صادر می‌کنند.»

یادداشت

موج دوم کرونا با اقتصاد ایران چه می‌کند؟

حسین سلاح‌ورزی
نایب رئیس اتاق ایران

همانطور که انتظار می‌رفت موج دوم کرونا در کشـور آغاز شـده و به‌سـرعت به‌سـوی قله‌های جدیدی از آمار مبتلایان و درگذشتگان حرکت می‌کنـد و همانطور که تجربه پاندمی‌های قبلی نشـان داده اسـت، این موج دوم به‌مراتب شـدیدتر و مرگبارتر از موج اول خواهد بود. واقعیت این اسـت که در ایران، دولت دانش فنی کافی و ظرفیت اجرایی مناسب و منابع موردنیاز برای حمایت ساخت‌یافته و هدفمند از کسب‌وکارهای آسیب‌دیده در کرونا را نداشت. همان کمک‌های موردی و کارشناسی نشـده به مردم و کسب‌وکارها هم آنقدر دیر و بد توزیع شدند که بخشی از مردم و کسب‌وکارها خود محدودیت‌های اعمال‌شده را نادیده گرفتند و بخشـی را نیـز دولت برای جلوگیری از ایجاد یک بحران اجتماعی فراگیر، به‌صورت شتاب‌زده لغو کرد.

امروز اما در میان موج دوم کرونا هستیم و ظرفیت‌های نظام درمان و منابع عمومی برای حمایت از مبتلایان و محافظت از آسیب‌دیدگان از گذشته به‌مراتب کمتر است. نکته کلیدی در مورد ادامه روند موجود در موج دوم کرونا این است که نتایج حاصل از تشدید وخامت اپیدمی در شرایط حاضر ممکن است به بروز بحران‌ها و آسیب‌های جبران‌ناپذیر ساختار در نظام سیاسی و اقتصادی کشور منجر شود.

در شرایط حاضر افزایش شمار مبتلایان و فرسودگی نظام درمان و به‌تبع آن افزایش شمار درگذشتگان، می‌تواند خلأهای جدی در نظم ساختاری و ارتباطات اقتصادی و اجتماعی کشور ایجاد کند که اثرات آن بر زندگی روزمره و آینده درازمدت همه ما، قابل‌مقایسه با هیچ‌یک از شـوک‌هایی که نظام اقتصادی و اجتماعی ایران در سال‌های اخیر تحمل کرده است، نخواهد بود.

همچنین افزایش شـدت شـیوع می‌تواند به بسته شـدن مرزها و توقف فرآیندهای صادرات و واردات منجر شـود و علاوه بر همه اینها، کشور در میان‌مدت و درازمدت هم باید هزینه‌های گزافی را بابت مهار آسیب‌های اجتماعی ناشی از اثرات مستقیم و غیرمستقیم صدمات و تلفات این بیماری بپردازد.

درمجموع می‌توان گفت در شرایط حاضر قطعا کشور و نظام اقتصادی و اجتماعی آن هیچ اولویتی راهبردی فراتر از مهار بحران اپیدمی کرونا ندارد، اما سـؤال کلیدی اینجاست که دولت، فعالان اقتصادی و مردم، هر یک در این زمینه می‌توانند چه اقداماتی انجام دهند؟

حمایت‌های موردی و غیرکارشناسی باید جای خود را به یک نظام حمایتی منسجم با یک سیاسـت‌گذاری سنجیده و کارشناسی شده بدهد که در بخش اجرا بر استفاده حداکثر از ظرفیت فناوری‌های نوین ICT بـرای مدیریت زنجیره تأمیـن و نظام مدیریت اعتبارات مبتنی باشـد. آشـفتگی و ترس و نااطمینانی، کنترل رفتارهای اجتماعی را دشوارتر می‌کند و لذا در این شرایط باید از مداخلات موردی در بازارها، به‌قصد اصلاح یک متغیر جزئی، جدا اجتناب کرد؛ چراکه هرج‌ومرج و نااطمینانی و نگرانی، میوه‌ای جز کنترل‌ناپذیری بیشتر نخواهد داشت.

نوآوری مهم‌ترین مولفه در دوران پساکرونا است

آنچه کرونا بر سر کسب و کارها آورد

اتاق بازرگانی ایران در جدیدترین گزارش خود به بررسـی وضعیت اقتصاد ایران و جهان در سـال ۲۰۲۰ پرداخت و از شـیوع کرونا به عنوان بزرگ‌ترین بحران اقتصادی بعد از جنگ جهانی دوم و اولین رکودی که پس از ۱۵۰ سال به دلیل یک پاندمی رخ داده است، نام برد.

طبق برآوردها، کرونا توانسته عمیق‌ترین رکود اقتصادی پس از جنگ جهانی دوم را ایجـاد کند تا جایی که بانک جهانی پیش‌بینی کرده رشـد اقتصادی جهان در سال جاری میلادی منفی ۵٫۲درصد خواهد شد. همچنین با توجه به ناشناخته بودن ابعاد این ویروس، نگرانی و عدم اطمینان سراسر جهان را دربر گرفته و برآوردها نشان می‌دهد که رکود حاصل از این ویروس بسیار گسترده خواهد بود؛ چنانچه رشـد اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته منفی ۷ درصد و رشد اقتصادی کشورهای نوظهور برای نخستین بار در ۶۰ سال گذشته کاهش ۲٫۵ درصدی خواهد داشـت. در منطقه منا که شامل کشورهای صادرکننده نفت می‌شود افت تولید ناخالص ملی قطعی خواهد بود و هرچند برآوردهایی از مثبت شـدن این رشدها در سـال ۲۰۲۱ وجود دارد اما همچنان نمی‌توان پیش‌بینی دقیقی از سرانجام اقتصاد جهان در سال آینده داشت.

همچنین تحت تاثیر کرونا میانگین قیمت فلزات اساسـی در سال ۲۰۲۰ کاهش ۱۶درصدی داشته و تنها به دلیل افزایش احتیاطی تقاضای طلا، قیمت این فلز افزایش پیدا کرده، همچنین در سال جاری تقاضا برای نفت نیز کاهش ۹درصدی داشـته و پیش‌بینی می‌شـود کاهش تولیدات اوپک نیز نتواند این کاهش را جبران کند. برآوردها نشـان می‌دهد که کرونا در حوزه‌های خدمات اقامتی و غذایی، فعالیت‌های بازرگانی و اجرایی، تولیدات کارخانه‌ای و همچنین عمده‌فروشی و خرده‌فروشی در حوزه‌هایی مانند خودرو و موتورسیکلت تاثیر منفی جدی گذاشته است. در حوزه هنر و سرگرمی و حمل و نقل نیز میزان تاثیر متوسط به بالا بوده و حوزه‌هایی مانند بهداشت و مددکاری اجتماعی و تامین آب و برق و گاز کمترین تاثیر منفی را از شـیوع کرونا در سطح جهان تجربه کرده‌اند. در تجربه ایران نیز پیش از شیوع کرونا، اقتصاد با تبعات تحریم روبه‌رو بود. از این رو با آغاز کرونا مشکلات در این حوزه شدت پیدا کرده است و در آمارهایی که از وضعیت فعالیت‌های اقتصادی در فروردین و اردیبهشـت امسال منتشر شده، بسیاری از ظرفیت‌های اقتصادی عملا بلااستفاده باقیمانده اسـت. در این گزارش با طرح این سؤال که مسـیر بازگشت به رشد در دوره پسـاکرونا چگونه خواهد بود؟ خاطرنشان شده اسـت که پاسخ به این سؤال به طیف وسـیعی از متغیرها و آسیب‌های سـاختاری بستگی دارد، اما مولفه تعیین‌کننده، سیاسـت‌گذاری و نوآوری است. بررسی شرایط اقتصادی کشور قبل و بعد از کرونا از دیگر سـرفصل‌هایی اسـت که در گزارش اتاق ایران به آنها پرداخته شده و خسـارت‌های اقتصادی ناشی از شیوع کرونا با استناد به نتایج شامخ به تفکیک تحلیل شده است. همچنین پرداخت حقوق و دستمزد، پرداخت اجاره، هزینه‌های مربوط به‌سـلامت و... ازجمله مهم‌ترین مشکلات کسب‌وکارها در دوران شیوع کرونا اعلام شده است.

از سـوی دیگر، معافیت مالیاتی، تأمین سرمایه در گردش از طریق اعطای وام‌های با سـود پایین، کاهش نرخ ارز برای واردکنندگان، تعویق بازپرداخت وام‌ها تا مدتی پس از پایان شیوع ویروس کرونا و تشویق تقاضا از طریق اعطای کارت‌هـای اعتباری، مهم‌ترین انتظار فعالان و بنگاه‌های اقتصادی از دولت در شـرایط فعلی اسـت که در گزارش مرکز پژوهش‌های اقتصادی اتاق ایران به آنها اشاره شده است.

تذکر رئیس‌جمهور به ادارات درباره ساعت کار کارمندان

فقط ۷ ساعت سر کار بمانید!

فرصـت امروز: در حالی برخی از نهادها و ادارات نسـبت به سـاعت کاری کارکنان خود در زمان تعیین‌شـده از سـوی دولت، انتقاد دارند و مشکل‌ساز شـده‌اند که رئیس‌جمهور در تازه‌ترین سخنان خود تاکید کرده اسـت که کارکنان باید پس از حضور بین ساعت ۷:۳۰ تا ۱۴:۳۰ محـل کار خود را ترک کـرده و هیچ‌کس نمی‌توانـد مانعی در این راه ایجاد کند.

با شیوع ویروس کرونا از اواخر سال گذشته بود که تغییراتی در رفت و آمد و زمان حضور کارکنان در ادارات اعمال شـد و البته این سـاعت در زمان‌های مختلف متغیر بود، به طوری که سـاعت کار برخی ادارات از جمله بانک‌ها بین سـاعت ۸ تا ۱۳ یا برای کارکنان بین سـاعت ۷ تا ۱۴ تعیین شـد، اما از دهم خردادماه امسال که روال حضور کارکنان به صورت عادی خود بازگشت، بنا به ابلاغیه دولت، کارکنان باید از ساعت ۷:۳۰ تـا ۱۴:۳۰ در محـل کار خود حضور پیدا کننـد، بنابراین میزان سـاعت حضور در محل کار طبق تصمیم سـتاد ملی مبـارزه با کرونا، حضور هفت ساعته در سر کار است، اما با وجود این الزام دولت، برخی از دستگاه‌ها و سازمان‌های اداری این تصمیم را رعایت نکردند و میزان سـاعات حضور در محل کار را همانند قبل از دوران شیوع کرونا، هشت سـاعت در نظر گرفتند. در نتیجه این امر موجب بروز مشـکلاتی برای کارکنان ادارات و سازمان‌ها شده است.

در همین حال، رئیس‌جمهور روز گذشـته در تازه‌ترین سخنان خود در ستاد ملی مبارزه با کرونا، بار دیگر بر این موضوع تاکید کرد و گفت که «وقتی اعلام می‌کنیم ساعت کاری کارکنان از ۷:۳۰ تا ۱۴:۳۰ است باید محاسـبات نیز برهمین مبنا صورت بگیـرد، به عبارتی در کل روز ساعت موظفی کارکنان با این میزان محاسبه و پر شود.»

حسـن روحانی ادامه داد که «اعلام سـاعت ۷:۳۰ تا ۱۴:۳۰ خواسته دولـت بوده و خود آن را پذیرفته اسـت، بنابرایـن کارکنان بعد از این ساعت باید محل کار خود را ترک کنند و سازمان یا دستگاهی نمی‌تواند در ایـن رابطه بـه آنها ایرادی وارد کند و بگوید که سـاعت موظفی پر نشـده یا کاسـتی دارد، پس همین میزان حضور لازم‌الاجرا بوده و باید به آن پایبند بود.»

بنابراین طبق آنچه رئیس‌جمهور تاکید کرده، هیچ ضرورتی بر حضور بیش از هفت ساعت کارکنان در محل کارشان وجود ندارد و دستگاه‌ها نمی‌توانند کارمندان را به زمانی بیشـتر از این میزان ساعت الزام کنند، چراکه این تصمیم در راسـتای کنترل ویـروس کرونا و کاهش حضور شـاغلان در محل کار و ممانعت از ایجاد شلوغی و رفت و آمد در سطح شهر بوده است. همچنین دولت در بخشنامه‌ای این شرایط را هم ایجاد کـرده تا اگر امکانات لازم برای دورکاری کارکنان فراهم اسـت، از این مجوز قانونی اسـتفاده کرده و در شرایط کرونایی موجود حداقل رفت و آمدها و تجمع‌ها در سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی ایجاد شود.

روحانی روز شـنبه در سـتاد ملی مبارزه با کرونا، همچنین تعطیلی کسب و کار و فعالیت اقتصادی برای مدت طولانی را قابل اجرا ندانست و گفـت: «تعطیلی کسـب و کار و فعالیت اقتصـادی در طولانی مدت قابل اجرا نیسـت و هیچ کشـوری در دنیا نمی‌تواند شـش ماه این کار را ادامه دهد.»

رئیس‌جمهور با بیان اینکه «مردم و دولت باید همکاری خوب و دقیق داشته باشند»، افزود: «اگر اینگونه باشد در برابر مشکلات کرونا سریع‌تر عمل می‌کنیم و عبورمان راحت‌تر اسـت اما اگر جز این باشـد موفقیت ما دچار مشکل می‌شود.»

او با اشـاره به اینکه «عادی‌انگاری این ویروس و کروناهراسـی هر دو ما را دچار مشـکل می‌کند»، اضافه کرد: «اگـر فکر کنیم که دیگر این ویروس را پشـت سر گذاشته‌ایم که ما را دچار مشکل می‌کند و اگر هم فکر کنیم باید همه کارها تعطیل شود بازهم به مشکل می‌خوریم.»

رئیس‌جمهوری یادآور شد: «تعطیلی کسب و کار و فعالیت اقتصادی در طولانـی مدت قابل اجرا نیسـت و هیچ کشـوری در دنیا نمی‌تواند شـش ماه این کار را ادامه دهد و مردم هم نمی‌پذیرند. اما راه درسـت در ادامـه فعالیت‌هـای اقتصادی یـا فرهنگی فقط منحصـر به رعایت پروتکل‌های بهداشـتی اسـت و هیچ راه دومی وجود ندارد. تجمعات به طور کلی در وضعیت امروز غیرقابل قبول اسـت. چه عزا چه عروسـی، چه سـمینار چه جشنواره. همه اینها مضر است و حتی اگر برای کنکور هم وزارت بهداشت مشکلی داشته باشد برای آن تمهیدات بیشتری در نظر می‌گیریم.»

روحانی با اشـاره به محدودیت‌هایی که کشـورهای دیگر برای ادامه حیات اقتصـادی جامعه ایجـاد کرده‌اند، گفت: «ایـن راحت‌ترین کار اسـت که همه‌جا را تعطیـل کنیم و فردایش مـردم بیایند از تعطیلی و بیکاری و گرسـنگی شـکایت کنند. البته ما باید در چارچوب حرکت کنیم. حتماً باید در پروتکل‌های بهداشتی حرکت و این موارد را رعایت کنیم. هرگونه مراسـمی را در تمام شهرهای کشور ممنوع کنیم و اصلا اجتماعی شکل نگیرد. مگر با جمعی محدود و چند نفره.»

رئیس‌جمهـور بار دیگر بر اهمیت فاصله‌گـذاری اجتماعی تاکید کرد و ادامـه داد: «ایـن موضوع در کنار اسـتفاده از ماسـک در همه مراکز اقتصـادی و صنعتـی و مراکز عمومـی کاملا لازم و ضروری اسـت. ما باید مراقبت‌های بهداشـتی فـردی و اجتماعی را بـه عنوان یک اصل خدشه‌ناپذیر بدانیم.»

او با بیان اینکه «همه رسانه‌ها، هنرمندان و استادان به صحنه آیند و به مردم بگویند راهی جز رعایت پروتکل‌های بهداشـتی نیست»، گفت: «مـا حـدود یک ماه با این ویروس در ابتدای شـیوع آن جنگیدیم و از ۲۵ اسـفند فوتی‌های ما سـه‌رقمی شد و محدودیت‌ها آغاز شد و از ۲۶ فروردین باز مرگ و میر سه‌رقمی به دورقمی کاهش یافت و این دو ماه ادامه پیدا کرد اما از ۲۵ خرداد بازهم سـه‌رقمی شـدیم و امیدواریم که تا ۲۵ تیر این شرایط به پایان برسد. ما از ابتدای شیوع کرونا برای مواد شست‌وشو، مواد ضدعفونی‌کننده و مواد غذایی دچار مشکل نشدیم، در حالـی که در اروپا و آمریکا این اتفاقات رخ داد. ما نه یک سـاعت قطع آب و برق و تعطیلی پمپ بنزین داشـتیم و نه یک سـاعت قحطی مواد غذایی پیش آمد و این یعنی همه تلاش کردند.»

روحانـی همچنین بـا قدردانـی از تلاش‌های وزارت اقتصـاد، بانک مرکزی و سـازمان برنامه و بودجه در واردات مواد موردنیاز بهداشتی به کشور، افزود: «ما در ساخت واکسن کرونا مشغول تلاش هستیم و کناره نگرفتیم. به اندازه توان خود کار می‌کنیم و کشوری نیستیم که بگوییم حالا که تحریم هستیم گوشه‌ای بنشینیم و منتظر بمانیم تا اگر واکسن تولید شد به ما هم بدهند.»

رئیس‌جمهـور با بیـان اینکه «بخـش اعظم جامعه مـا هیچ‌وقت به تبلیغات دشمنان توجه نکرده و حالا هم توجه نمی‌کند»، افزود: «کسی نباید بیماری‌اش را مخفی کند. این کار ظلم به دیگران است. اگر مبتلا شـدیم به اطلاع اطرافیان برسـانیم. برخی می‌گویند روی‌مان نمی‌شود بگوییـم، یعنی چه؟ اینجا دیگر موضوع شـرم‌کردن وجـود ندارد. باید بگویند و از محل کار مرخصی بگیرند. هر کس از سـاعت هفت و نیم تا چهارده و سی دقیقه کار کرد، یعنی ساعت آن روزش را پر کرده است. پس دیگر نباید کسـی جز این عمل کند و از کارمندان ساعت بیشتری برای حضور بخواهد.» روحانـی در انتها با بیان اینکه «اگر پروتکل‌های بهداشتی به درستی رعایت شود و سبک زندگی تغییر یابد به خوبی در برابر کرونا عمل می‌کنیم»، گفت: «ما باید وظایف خود را در این زمینه به خوبی انجام دهیم و برخی عادت‌ها مثل دست‌کشـیدن به صورت را کنار بگذاریم. یعنی بیاموزیم که دسـت مبارک را به سـمت صورت که خطرناک‌ترین محل برای انتقال ویروس اسـت، نبریم! اگر به این موارد توجه کنیم ان‌شاءالله این بیماری را هم پشت سر می‌گذاریم.»

آیا با اپراتورهای گران‌فروش اینترنت برخورد می‌شود؟

جدال وزارت ارتباطات با اپراتورها

در شـرایط کرونایی کشـور و در حالی که وضعیـت اقتصادی مردم روز به روز سـخت‌تر می‌شود، ناگهان از حدود ۱۰ روز پیش، دو اپراتور اصلی تلفن همراه یعنی ایرانسل و همراه اول اقدام به افزایش سرسام‌آور نرخ اینترنت همراه کردند؛ افزایشـی که از نرخ تورم هم بالاتر و حدود ۱۰۰درصدی بوده اسـت. پس از این اتفاق، موج اعتراض در شبکه‌های اجتماعی به راه افتاد. اغلب کاربران، وزیر ارتباطات را خطاب قرار دادند و نسـبت به وضع پیش آمده برای تعرفه اینترنت همراه به محمدجواد آذری جهرمی اعتراض کردند. پس از آن وزارت ارتباطات واکنش نشان داد و اقدام اپراتورها را غیرقانونی دانست.

حسین فلاح جوشقانی، معاون وزیر و رئیس سازمان تنظیم و مقرارت در توئیتی نوشـت: «بالابردن قیمـت در برخی اپراتورهای تلفن همراه، در حالی که مردم به دلیل شـیوع کرونا وابسـتگی بیشـتری به فضای مجازی پیدا کرده‌اند، غیرمنطقی و غیرمعقول اسـت و سازمان تنظیم با آن مخالفت کرده اسـت. برخورد قانونی با اپراتورهای متخلف با ارسال اخطار آغاز شد. قیمت‌ها باید به قبل بازگردد.»

او همچنیـن از جریمه ۲میلیارد تومانی در انتظار اپراتورها خبر داد و گفت: «اپراتورها برخلاف مصوبات رگولاتوری عمل کردند و باید قیمت را به شـرایط قبل بازگردانند تا راه تعامل باز شـود. در غیر این‌صورت جریمه ۲ میلیاردی در انتظار آنها خواهد بود.»

بـه گزارش فـرارو، وزیر ارتباطـات تاکنون به ایـن افزایش قیمت‌ها واکنشـی نشـان نداده و تنها توئیت معاونش را بازنشر داد. در این بین، هشدار سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی به عنوان قیمت‌گذار و رگولاتـور بـه اپراتورها جدی بـود و حتی کار به اولتیماتوم کشـیده شـد. سـیدمحمد امامی، مدیرکل دفتر نظارت بر سـرویس ارتباطی و فناوری ارتباطات در این باره گفت: «افزایش قیمت بسـته‌های اینترنت تلفن‌همراه از سوی اپراتورها برابر با مقررات نیست و باید به نرخ گذشته برگـردد و این اقـدام مطابق مصوبات ۲۶۶ کمیسـیون تنظیم مقررات تخلف محسوب می‌شود.»

او ضمن اخطار به اپراتورها، افزود: «ظرف ۲۴سـاعت آینده اپراتورها باید با هماهنگی سـازمان تنظیم مقررات قیمت بسـته‌های اینترنتی را به نرخ گذشـته بازگردانند و در صورت عدم اجرای اپراتورهای متخلف با جریمه مواجه خواهند شـد. اپراتورها موظف هستند اضافه دریافت از مشترکانی که اقدام به خرید بسته‌های اینترنتی کرده‌اند را باز گردانند.»

به گفته امامی، افزایش قیمت تعرفه بسـته‌های اینترنتی از سوی دو اپراتور یکسان نبوده و تخلف آنها متفاوت از یکدیگر است. تاکید بیشتر وزارت ارتباطات بر این نکته اسـت که اپراتورهـا باید رگولاتوری را در جریان اصلاح قیمت‌ها می‌گذاشتند. از طرف دیگر این وزارتخانه افزایش قیمت‌هـا را در این شـرایط کرونایی نامناسـب ارزیابی می‌کند، چراکه اپراتورهـا بایـد برمبنای کف و سـقف مصوبه تعرفه اینترنت از سـمت رگولاتوری باید بسته‌های اینترنت خود را تعیین کنند.

در همین حال، اپراتورها به هشدارهای وزارت ارتباطات و ضرب‌الاجل تعیین شده بی‌توجهی کردند. ایرانسل در توضیحی کوتاه و مبهم اعلام کرد کـه عرضه همه بسـته‌های اینترنت با قیمت سـابق ادامه خواهد داشـت؛ هرچند با مراجعه به اپلیکیشـن و کدهای دستوری این اپراتور قیمت‌هـای جدید اصلاح نشـده بود. همـراه اول، دیگـر اپراتوری که مبادرت به افزایش یک‌باره قیمت بسـته‌های اینترنتی خود کرده است، همین میزان از توضیح را هم برای مشترکانش نداشت و موضعی در این باره اتخاذ نکرد. در این بین، بی‌توجهی دو اپراتور اصلی یعنی ایرانسل به اولتیماتوم وزارت ارتباطات باعث شد که این وزارتخانه به دنبال راه‌های دیگری برای مقابله با اقدام غیرقانونی اپراتورها باشد. راهکار اول شکایت بود که حسین فلاح معاون وزیر از آن رونمایی کرد و گفت «گرانفروشی و تخلف دو اپراتور موبایل، در مورد افزایش ۱۰۰درصدی تعرفه اینترنت، به سازمان حمایت و تعزیرات حکومتی ارسال شد.»

او متـن شـکایت را در توئیتر خود منتشـر کرد. با ایـن حال باز هم ایرانسـل و همراه اول واکنشی نشـان ندادند و بر تصمیم خود مبنی بر افزایش تعرفه اینترنت پافشـاری کردند. این دو اپراتور می‌دانند نتیجه شـکایت از آنها چیزی بیش از جریمه نه‌چندان سنگین نیست. ممکن اسـت این جریمه حـدود ۲۰۰ میلیارد تومان باشـد. جریمه‌ای که به راحتـی با تغییر نرخ تعرفه در کوتاه‌ترین زمان ممکن جبران می‌شـود. در واقع این دو اپراتور می‌خواهند با تن ندادن به فشار وزارت ارتباطات شـرایط را عادی‌سـازی کرده و نهایتا با پرداخت جریمه اندک به هدف خود در افزایش قیمت‌ها برسند.

در یـک کلام، آنها از شـرایط انحصـار اینترنت همراه سوءاسـتفاده می‌کنند. البته وزارت ارتباطات ابزارهای دیگری همچون کاهش پهنای باند این دو اپراتور را برای تمکین آنها در اختیار دارد، اما این اقدام نیز با توجـه به انحصار موجود، باعث اعتراض‌های مردمی می‌شـود که در شرایط کنونی اقدام کارسازی نیست.

حـالا ظاهرا وزارت ارتباطات به دنبال راه دیگری اسـت اسـتفاده از اپراتور سـوم یعنی رایتل. البته به نظر نمی‌رسـد این اقدام به سـرعت بتواند کارساز باشـد، اما تقویت رایتل به عنوان اپراتور رقیب ایرانسل و همراه اول می‌تواند در آینده و در شرایط مشابه موثر واقع شود.

به هر حال باید دید که نتیجه این جدال وزارت ارتباطات با اپراتورها به کجا ختم خواهد شـد. آن هم در شـرایطی که ایـن وزارتخانه و به ویژه شـخص آذری جهرمی تحت شدیدترین فشارها و انتقادات از چند طرف است. مجلس شورای اسلامی وزیر جوان را زیر ذره‌بین قرار داده، شیوع کرونا و افزایش استفاده از اینترنت به زیرساخت‌های کشور فشار سـنگینی وارد کرده، عده‌ای هم مدام در رسـانه‌ها حرف از فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی می‌زنند و خواستار ایجاد شبکه ملی‌اند.

مرکز آمار ایران از رشد ۲۶درصدی شاخص فلاکت در ۳ سال گذشته خبر داد

رشد فلاکت در سایه تورم و بیکاری

فرصت امروز: در گزارشی که مرکز آمار ایران درخصوص وضعیت اقتصاد ایران منتشر کرده است، به افزایش ۲۶درصدی شاخص فلاکت طی سه سال گذشته اشاره شده که در سایه تورم و بیکاری به ۴۵,۴درصد رسیده است. شاخص فلاکت دربرگیرنده معیارهای رشد اقتصادی، نرخ بیکاری، نرخ تورم و نرخ بهره است و از جمله شاخص‌های مهم اقتصادی است که مجموعه‌ای از نرخ بیکاری و تورم را در اقتصاد کشور دربر می‌گیرد و تغییرات آن می‌تواند تبعات اقتصادی و اجتماعی خاص خود را به همراه داشته باشد. گزارش مرکز آمار ایران از وضعیت شاخص‌های اقتصادی در سال گذشته قابل تأمل است، چنانکه وضعیت شاخص‌ها در بخش واقعی اقتصاد ایران نشان می‌دهد که شاخص فلاکت (که وضعیت اقتصادی و اجتماعی یک جامعه را نشان می‌دهد و برای به دست آوردن آن نرخ بیکاری و نرخ تورم را با هم جمع می‌زنند) در پایان سال ۱۳۹۸ به ۴۵,۴درصد رسیده است.

به گفته مرکز آمار، شاخص فلاکت در سال ۱۳۹۵ معادل ۱۹,۳درصد بوده است که در سال ۱۳۹۶ به ۲۰,۳درصد و در سال ۱۳۹۷ به ۳۸,۹درصد می‌رسد. شاخص فلاکت همچنین در فصول مختلف سال ۱۳۹۸ دچار نوسان شده است؛ به گونه‌ای که در فصل بهار به ۴۸,۴درصد، در تابستان به ۵۳,۱درصد و در فصل پاییز به ۵۰,۶درصد رسید، اما نهایتا در فصل زمستان به ۴۵,۴درصد کاهش یافت. بر این اساس، در مجموع شاخص فلاکت نسبت به سال ۱۳۹۵ حدود ۲۶درصد و در مقایسه با پایان سال ۱۳۹۷ حدود ۶درصد افزایش داشته است.

ریزش ۲۱درصدی رشد اقتصادی در ۳ سال گذشته

همچنین بررسی وضعیت سایر شاخص‌های اقتصادی در بخش واقعی اقتصاد نشان می‌دهد که رشد اقتصادی با نفت در سال ۱۳۹۵ حدود ۱۴درصد بوده که با نوسان در سه سال اخیر به منفی ۶,۳درصد در زمستان سال گذشته رسیده است. رشد اقتصادی بدون نفت نیز از ۹,۲درصد در سال ۱۳۹۵ به منفی ۲,۵درصد در سال ۱۳۹۸ رسید. وضعیت نرخ تورم نیز بیانگر رشد حدود ۲۸درصدی از سال ۱۳۹۵ تا پایان سال گذشته است. بنا بر اعلام مرکز آمار، نرخ تورم از ۶,۹درصد در سال ۱۳۹۵ به ۳۴,۸درصد در سال ۱۳۹۸ افزایش یافته است.

همچنین وضعیت اشتغال در اقتصاد ایران از سال ۱۳۹۵ تا پایان سال گذشته روندی نزولی داشته است، چنانچه از ۱۲,۴درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۰,۶درصد در پایان سال گذشته کاهش یافته و همینطور نرخ مشارکت اقتصادی نیز از ۳۹,۴درصد در سال ۱۳۹۵ به ۴۲,۲درصد در پایان سال گذشته رسیده است.

بخش پولی اقتصاد ایران نیز در دوره ۱۳۹۵ تا پایان ۱۳۹۸ به این صورت بوده است: رشد نقدینگی از ۲۳,۲درصد در سال ۱۳۹۵ تا ۳۱,۳درصد در سال ۱۳۹۸پیش رفته است و رشد پول از ۱۹,۳درصد به ۴۹,۸درصد و رشد شبه پول از ۲۳,۸ به ۲۸درصد رسیده است.

از درآمدهای مالیاتی و نفتی تا تحولات تجارت خارجی

در ادامه گزارش مرکز آمار ایران به درآمدهای دولت در سه سال گذشته اشاره شده است. بر این اساس، سهم درآمدهای مالیاتی از کل منابع در سال ۱۳۹۵ برابر با ۳۵,۹درصد بوده که این رقم در زمستان سال ۱۳۹۶ با ۴۷,۳درصد به بالاترین میزان می‌رسد. البته مرکز آمار گزارشی از وضعیت این شاخص از پاییز ۱۳۹۷ که حدود ۳۰,۶درصد بوده، اعلام نکرده است. همچنین سهم درآمدهای نفتی از کل منابع از حدود ۲۶,۱درصد به ۳۰,۲درصد در پاییز ۱۳۹۷ رسیده است و همچون درآمدهای مالیاتی، آماری از مقطع زمانی بعد از آن نیامده است. در حوزه تجارت خارجی نیز تغییرات ارزش دلاری صادرات گمرک نسبت به دوره مشابه سال قبل از ۳,۸درصد در سال ۱۳۹۵ به منفی ۱۲,۶درصد در پایان سال گذشته کاهش یافته است و همچنین تغییرات ارزش دلاری واردات گمرک نسبت به دوره مشابه سال قبل از ۵,۲درصد به ۱۵,۱درصد افزایش داشته است. البته این شاخص در برخی مواقع در سال ۱۳۹۷ تا منفی ۳۶درصد نیز کاهش یافته است.

اما شاخص درجه باز بودن اقتصاد یعنی نسبت حاصل جمع واردات به صادرات به تولید ناخالص ملی نیز از ۳۴,۶درصد در سال ۱۳۹۵ تا ۲۵,۶درصد در پایان سال گذشته کاهش داشته است.

زنگنه: تمامی میادین مشترک تا پایان دولت تعیین تکلیف می‌شود

قرارداد طرح توسعه میدان نفتی یاران امضا شد

قرارداد طرح توسعه میدان نفتی یاران در قالب الگوی جدید قراردادهای نفتی، بین شرکت ملی نفت ایران و شرکت توسعه صنعت نفت و گاز پرشیا امضا شد. این قرارداد که با هدف بهره‌مندی حداکثری از توان و ظرفیت شرکت‌های اکتشاف و تولید ایرانی به امضا رسید، دستیابی به تولید تجمعی اضافی حدود ۳۹.۵ میلیون بشکه را طی ۱۰ سال هدف‌گذاری کرده و هزینه‌های سرمایه‌ای مستقیم آن معادل ۲۲۷ میلیون دلار و هزینه‌های بهره‌برداری از تأسیسات در طول مدت قرارداد (شامل تولید خط پایه و اضافی) معادل ۲۳۶ میلیون دلار برآورد شده است. پیمانکار مؤظف است تمام منابع مالی لازم برای اجرای طرح را تأمین کند.

شرح کار این قرارداد مشتمل بر حفاری شش حلقه چاه جدید (سه حلقه در یاران شمالی و سه حلقه در یاران جنوبی)، حفاری یک حلقه چاه توصیفی، حفاری یک حلقه چاه تزریق آب موجود، تعمیر پنج حلقه چاه، تجهیز ۲۷ حلقه چاه تولیدی لایه سروک به پمپ درون‌چاهی (ESP)، احداث و به‌روزرسانی تاسیسات سطح‌الارضی، انجام مطالعات آزمایشگاهی و طراحی روش ازدیاد برداشت (EOR) است.

توافقنامه‌ای به‌منظور مطالعه میدان یاران مهرماه سال ۱۳۹۵ میان شرکت ملی نفت ایران و شرکت نفت و گاز پرشیا امضا شده بود که این توافقنامه، روز شنبه به امضای قرارداد نهایی منتهی شد. توسعه میدان مشترک یاران که در ۱۳۰ کیلومتری جنوب غربی اهواز و غرب میدان آزادگان جنوبی قرار دارد و با میدان مجنون عراق مشترک است، در دو بخش جنوبی و شمالی دنبال شده؛ توسعه یاران شمالی، نخستین پروژه ۱۰۰درصد بیع متقابل ایرانی به حساب می‌آید که از سوی شرکت نفت و گاز پرشیا با هدف تولید روزانه ۳۰ هزار بشکه نفت اجرایی شد و در آبان‌ماه سال ۱۳۹۵ به بهره‌برداری رسمی رسید و حدود یک سال بعد، برداشت نفت از بخش جنوبی میدان یاران نیز که توسعه آن در دستور کار شرکت مهندسی و توسعه نفت قرار داشت، آغاز شد.

اجرای این طرح توسعه که تا این مرحله نیز با اتکا به توان و ظرفیت‌های داخلی دنبال شده است، ضمن افزایش ظرفیت تولید نفت خام کشور و حفظ سرمایه‌های ملی در میدان‌های مشترک، با حمایت از ظرفیت‌های ایرانی، زمینه بهره‌مندی حداکثری از توان داخل، رونق فضای کار استان و اشتغال‌زایی برای سرمایه انسانی بومی را ایجاد خواهد کرد.

همه میادین تا پایان دولت دوازدهم سامان می‌گیرد

وزیر نفت در مراسم امضای این قرارداد گفت: تمامی میادین نفتی و گازی مشترک تا پایان دولت در قراردادهای واقعی با شرکت‌های توانمند بسامان می‌رسند.

به گزارش ایسنا، بیژن زنگنه با بیان اینکه در حال حاضر از ۲۷ فاز پارس جنوبی برداشت داریم و تنها دو پالایشگاه باقی مانده که به زودی وارد مدار خواهند شد، افزود: قرارداد میدان بلال در یارد شرقی پارس جنوبی منعقد شده، قرارداد فرزاد B به زودی منعقد می‌شود. توسعه فروزان در دستور کار قرار گرفته، قرارداد پایدار غرب و آبان نافذ شده است. او با تاکید بر اینکه تمامی میادین نفتی و گازی مشترک تا پایان دولت در قراردادهای واقعی با شرکت‌های توانمند بسامان می‌رسند، تصریح کرد: میدان یاران شمالی تحت قرارداد بیع متقابل با شرکت پرشیا و میدان یاران جنوبی تحت قرارداد شرکت متن در قالب IPC بوده که اکنون تجمیع شده است.

وزیر نفت با بیان اینکه قراردادهای IPC تکامل یافته بیع متقابل قبلی هستند هرچند عده‌ای همانگونه که قبلا با بیع متقابل مخالف بودند اکنون با IPC مخالفند، گفت: در قرارداد IPC توسعه با بهره‌برداری همراه است، به این معنا که بازپرداخت پاداش پیمانکار منوط به تولید است یعنی در این قرارداد ۲.۵ دلار در هر بشکه به پیمانکار پرداخت می‌شود به ازای هر بشکه اضافه تولید پرداختی به پیمانکار افزایش یافته و اگر تولید کم شود پرداختی نیز کم می‌شود به شرط اینکه با انجام کار فنی، چاه‌ها آسیب نبینند.

زنگنه مدت‌زمان قرارداد را ۱۰ سال اعلام کرد و افزود: در قراردادها از همه نوع قراردادی استفاده می‌کنیم. از EPC تا GC را انجام می‌دهیم. اکنون نمی‌توان میادین نفتی را با روش‌های ۱۰۰ سال قبل اداره کرد. باید قراردادها جدید باشند. در تمام دنیا قراردادها به صورت E&P هستند. ما نیز شرکت‌های ایرانی کوچک درست کردیم که در پروژه‌ها شرکت دارند البته ما نیز به آنها کمک می‌کنیم.

وزیر نفت با بیان اینکه صنعت نفت هرچند با کمبود منابع روبه‌رو است اما سعی دارد کار و اشتغال در این صنعت مولد و زنده باشد، اظهار کرد: تولید به خاطر تحریم‌ها کم شده اما ما باید ظرفیت‌ها را بالا ببریم تا هر زمان که لازم شد با قدرت تولید خود را محقق کنیم و سهم‌مان هم احیا شود.

به گفته وی ایران اکنون شرایط سختی را به لحاظ تحریم و کرونا سپری می‌کند اما ما در وزارت نفت سعی می‌کنیم فشارها به مردم کم شود. بخشی از نیاز بهداشتی مردم مربوط به حوزه پتروشیمی است که ما سعی می‌کنیم حتما تولید داشته باشیم. همچنین تولید مواد شوینده و لباس‌های ایمنی در پتروشیمی و پالایشگاه‌ها بدون وقفه در حال انجام است.

وزیر نفت با تاکید بر اینکه قرار نیست تسلیم شویم و این قرارداد امروز نیز نمونه‌ای از عزم ما برای تحقق اهداف تولید است که عملیاتی خواهد شد، تصریح کرد: توسعه میادین مشترک یک اصل و ضرورت بوده است، در میدان گازی پارس جنوبی با حداکثر تولید در ۲۷ فاز برداشت گاز داریم. فقط دو فاز باقی مانده که قبلا در دست توتال و شرکت‌های چینی بود که کنار رفتند و قرارداد به پتروپارس منتقل شده است.

وزیر نفت همچنین درباره ابهام‌های مطرح در پرونده گازی ایران و ترکمنستان توضیح داد و با یادآوری این مطلب که طرف قرارداد، دولت جمهوری اسلامی ایران یا وزارت نفت نبوده است، گفت: حکم داوری در پرونده گازی شرکت‌های ملی گاز ایران و ترکمن‌گاز، هیچ جریمه یا خسارتی را متوجه شرکت ملی گاز نکرده و تنها حکم پرداخت بدهی ایران به ترکمنستان صادر شده که نتیجه دور از انتظاری نبوده است.

وی با بیان اینکه این قرارداد تجاری بین شرکت‌های ملی گاز ایران و ترکمن‌گاز بوده که به دلیل چند بار قطع گاز از سوی ترکمنستان و اعلام ترکمن‌گاز مبنی بر پرداخت نشدن بدهی‌های شرکت ملی گاز ایران با اختلاف‌هایی همراه شد، افزود: ما به دلیل تحریم امکان انتقال پول را نداشتیم؛ حتی شرکت ملی گاز ایران بهره‌ای را که برمبنای قرارداد به دلیل پرداخت نکردن بدهی تعلق می‌گیرد و به وام تبدیل می‌شود، قبول داشت و حتی بخشی از این بدهی با شکل کالا و خدمات پرداخت شد، اما ترکمن‌گاز اصرار داشت پول را به صورت کامل دریافت کند و در این زمینه، انعطافی برای مذاکره نداشتند. شرکت ملی گاز بحث طرح موضوع در داوری را عنوان و اعلام کرد در صورتی که پرونده به داوری برود، قیمت گاز ترکمن‌گاز هم باید در داوری مطرح شود، زیرا از نظر شرکت ملی گاز ایران، قیمت ترکمنستان به دلیل الحاقیه‌هایی که به قرارداد پیشین بسته بود، بالا و از نظر شرکت گاز غیرمنصفانه بود. از سوی دیگر شرکت ملی گاز بر این نظر بود که باید جرایمی مربوط به کمیت و کیفیت گاز نیز به ترکمن‌گاز تعلق گیرد. سرانجام آنها پیشنهاد طرح موضوع در داوری را قبول نکردند، اما مدتی بعد، خود پرونده را به داوری بردند.

جریمه ترکمن‌گاز از بدهی ایران کسر می‌شود

وزیر نفت با بیان اینکه آنچه در داوری تصمیم گرفته شد، نتیجه دور از انتظاری نبوده است، تصریح کرد: داوری به این تصمیم رسید که شرکت ملی گاز ایران باید بدهی خود را به ترکمن‌گاز پرداخت کند، اما حکم داوری، هیچ جریمه یا خسارتی را متوجه شرکت ملی گاز ایران نکرده است و از سوی دیگر، داوری با بخش قابل توجه درخواست شرکت ملی گاز ایران مبنی بر جریمه مربوط به کمیت و کیفیت گاز صادراتی ترکمن‌گاز موافقت کرده است که به این ترتیب، این میزان جریمه از بدهی شرکت ملی گاز ایران کسر می‌شود.

زنگنه با یادآوری اینکه ایران به دلیل تحریم، امکان انتقال پول را نداشته است، افزود: باز هم باید بر سر اینکه چطور بدهی ایران پرداخت شود، بحث و راهکاری پیدا شود. دولت و ملت ترکمنستان دوست هستند و ما می‌خواهیم با این کشور همسایه در درازمدت کار کنیم. اختلاف‌های تجاری در سطح بین‌الملل مطرح، بررسی و برطرف می‌شود و اینطور نیست که بگوییم ببینیم چه کسی برد، چه کسی باخت یا حال چه کسی گرفته شد. همان‌طور که پیش از این نیز شرکت ملی گاز و بوتاش ترکیه به داوری رفتند و در عین حال به روابط دوستانه خود ادامه داده‌اند.

وی گفت: همچنین برمبنای حکم داوری، دو قرارداد موجود بین دو شرکت که بخشی از آن به نفع ایران نبود و به دلیل قطعی گاز از سوی ترکمنستان به ما تحمیل شده بود، خاتمه‌یافته تلقی شد.

انرژی

آژانس بین‌المللی انرژی نسبت به خطر اوج‌گیری کرونا هشدار داد

نفت زیر تیغ کرونا

آژانس بین‌المللی انرژی چشم‌انداز خود را نسبت به تقاضای جهانی نفت تقویت کرد اما هشدار داد که با احیای دوباره شیوع کرونا، وضعیت بهبود تقاضای نفت ممکن است مختل شود.

به گزارش بلومبرگ، آژانس بین‌المللی انرژی در گزارش ماهانه خود اعلام کرد فروپاشی مصرف سوخت در سه ماهه دوم سال ۲۰۲۰ اندکی کمتر از برآوردهای اولیه بود و تقاضا در سه ماهه سوم با ازسرگیری فعالیت اقتصادی بهبود چشمگیری پیدا خواهد کرد. سطح بالای ذخایر نفت هم با اقدام گروه اوپک پلاس در محدودیت عرضه، کاهش پیدا می‌کند.

با این حال اوج‌گیری دوباره شیوع ویروس کرونا در ایالت‌های متعدد آمریکا و آسیا روی چشم‌انداز تقاضا برای نفت سایه افکنده است. شمار زیاد موارد جدید ابتلا به ویروس کرونا در برخی از کشورها یادآور این موضوع است که پاندمی هنوز تحت کنترل درنیامده و ریسک دورنمای بازار نفت قطعا نزولی است.

قیمت‌های نفت در بازار جهانی از رکورد اندکی که در آوریل به آن سقوط کرده بودند، بیش از دو برابر افزایش پیدا کرده‌اند و نفت برنت روز جمعه در بازار لندن حدود ۴۲ دلار در هر بشکه معامله شد.

با این همه شوک ناشی از بحران ویروس کرونا در بازارهای نفت ملموس است. تقاضای جهانی برای نفت امسال به دلیل قرنطینه و رکود اقتصادی که تقاضا برای سوخت‌هایی مانند سوخت جت و بنزین را کاهش داده است، ۷.۹ میلیون بشکه در روز معادل حدود ۸درصد کاهش پیدا خواهد کرد. اگرچه این میزان کاهش کم نیست اما به وخامتی که تا ماه گذشته پیش‌بینی شده بود هم نیست. آژانس بین‌المللی انرژی ماه پیش کاهش تقاضا را ۸.۳ میلیون بشکه در روز پیش‌بینی کرده بود.

اگرچه آژانس بین‌المللی انرژی ارزیابی خود از تقاضا برای نفت در سه ماهه دوم را که اوج بحران کرونا بود، ۱.۵ میلیون بشکه در روز بالاتر برد اما میزان تقاضا در مدت مذکور ۱۷درصد کاهش نسبت به سه ماهه دوم سال ۲۰۱۹ نشان می‌دهد. انتظار می‌رود مصرف جهانی نفت در سه ماهه سوم حدود ۱۴درصد نسبت به سه ماهه دوم بهبود پیدا کند و با احیای فعالیت اقتصادی، به ۹۴.۳ میلیون بشکه در روز بالغ شود.

عرضه جهانی نفت ماه میلادی گذشته تحت تاثیر اجرای توافق کاهش تولید اوپک پلاس، کاهش سرمایه‌گذاری و کاهش فعالیت حفاری در آمریکا و کانادا به ۸۶.۹ میلیون بشکه در روز کاهش پیدا کرد که پایین‌ترین میزان تولید در ۹ سال اخیر بود.

براساس گزارش بلومبرگ، گروه اوپک پلاس که متشکل از ۲۳ تولیدکننده شامل عربستان سعودی و روسیه است، متعهد شده است میزان تولید خود را معادل حدود ۱۰درصد از عرضه جهانی کاهش دهد تا به تعادل بازار و تقویت قیمت‌ها کمک کند. طبق اعلام آژانس بین‌المللی انرژی، این گروه تولیدش را در ژوئن بیش از آنچه که وعده داده بود کاهش داد زیرا سعودی‌ها کاهش تولید بیشتری صورت دادند تا به روند احیای تقاضا سرعت ببخشند.

مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران اعلام کرد

عایدی ۲ میلیارد دلاری از توسعه میدان یاران

مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران گفت عایدی ناشی از توسعه میدان نفتی مشترک یاران ۲ میلیارد دلار خواهد بود.

مسعود کرباسیان در مراسم امضای قرارداد توسعه میدان نفتی مشترک یاران، با اشاره به برنامه ابلاغی وزارت نفت در قالب اقتصاد مقاومتی برای تعیین تکلیف میادین مشترک در دولت دوازدهم، ادامه داد: با وجود مشکلات ناشی از تحریم، کرونا و کمبود منابع مالی، برنامه توسعه میادین مشترک در حال انجام است. او به فاز ۱۱ پارس جنوبی اشاره کرد و افزود: نخستین جکت این فاز، حدود یک ماه پیش در دریا نصب شد. در فاز ۱۴ نیز توسعه دریایی تکمیل شده و امیدواریم در بخش خشکی نیز به نتیجه برسیم.

کرباسیان تاکید کرد: قرارداد در میدان مشترک بلال منعقد شده و فرآیند اجرای آن در حال انجام است. قرارداد توسعه میدان فرزاد B نیز در آینده‌ای نزدیک امضا می‌شود. وی به توسعه میادین مشترک در غرب کارون اشاره کرد و گفت: توسعه در آزادگان و یادآوران در دستور کار است و خبرهای خوبی اعلام خواهد شد. مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران ادامه داد: در ۳۳ پروژه نگهداشت تولید و ازدیاد برداشت، چند مورد مربوط به میادین مشترک تعریف شده است. یک مورد نفت‌شهر است که کار اجرایی آن دنبال می‌شود. مورد دیگر در میادین فروزان و رشادت است که در هفته‌های آینده عملیاتی خواهد شد. به گفته کرباسیان در حال حاضر سه قرارداد آی پی سی در میادین مشترک در دستور کار بوده که منتظر تایید سازمان برنامه و بودجه است که شامل میادین چنگوله، سهراب و لایه‌های نفتی پارس‌جنوبی می‌شود. مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران با اشاره به اینکه قرارداد توسعه میدان مشترک یاران، ششمین قرارداد آی پی سی در نفت است، افزود: توسعه این میدان در ۱۳۰ کیلومتری اهواز و در نقطه صفر مرزی انجام می‌شود. این میدان ۱.۵۵ میلیارد بشکه نفت درجا دارد و با میدان مجنون در عراق مشترک است.

وی با بیان اینکه توسعه این میدان ۲۳۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری مستقیم و در مجموع ۳۰۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری لازم دارد، گفت: ۲میلیارد دلار عایدی دولت از این قرارداد است.

دبیرکل اوپک:

قصد نداریم نفت شیل را از دور خارج کنیم

دبیرکل اوپک اعلام کرد که اوپک یا اعضای آن قصد ندارند صنعت نفت شیل آمریکا را تعطیل کنند. به گزارش مهر به نقل از عرب نیوز، محمد سانوسی بارکیندو پیش از نشست هفته آینده کمیته نظارت بر بازار اوپک و متحدانش (اوپک پلاس) در مصاحبه‌ای در نشست سراوپک اعلام کرد پس از آنکه قیمت شاخص نفت آمریکا در ماه آوریل ناگهان منفی شد، سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) هیچ برنامه‌ای برای بیکار کردن تولیدکنندگان نفت شیل آمریکایی نداشت. ائتلاف اوپک پلاس در ماه آوریل و در پاسخ به سقوط قیمت نفت که در پی همه‌گیری ویروس کرونا اتفاق افتاد، با بزرگ‌ترین کاهش تولید در تاریخ موافقت کرد.

بارکیندو گفت: در اوپک به عنوان یک سازمان یا کشورهای عضو آن به‌صورت مجزا، هیچ هدفی برای حذف نفت شیل ایالات متحده آمریکا از بازار وجود نداشت. انجام این کار به نفع ما و صنعت جهانی نیست. بدون احتساب نفت شیل آمریکا، می‌توانستیم وارد بحران وخیم‌تری از آنچه در زمان همه‌گیری این بیماری می‌بینیم، شویم.

بانک نامه

بازار مسکن برای سفته‌بازان غیرجذاب می‌شود؟

جزییات پرداخت وام ودیعه مسکن

برخی فعالان بازار مسکن معتقدند تسهیلاتی که قرار است در قالب وام ودیعه به مستاجران داده شود و همچنین مصوبه تعیین نرخ اجاره‌بها، در صورت تداوم اجرا، از جو روانی و التهاب بازار اجاره می‌کاهد. به گزارش خبرآنلاین، رشد عجیب اجاره‌بها در هفته‌های اخیر، این روزها مسئولان وزارت راه و شهرسازی را بر آن داشته که با پرداخت وام ودیعه مسکن، به حمایت از مستاجران اقدام کند. البته آن‌طور که از روند گزارش‌ها درباره وام ودیعه مسکن مشاهده می‌شود، ارائه اطلاعات تاکنون به صورت محدود و قطره‌چکانی بوده است. در همین خصوص چندی پیش معاون اول رئیس‌جمهور در جلسه ساماندهی بازار مسکن با تاکید بر ضرورت ساماندهی بازار مسکن، تاکید کرد: اجاره‌بها در سبد هزینه خانوارها بسیار تعیین‌کننده است و دولت تصمیم دارد به منظور حمایت از اقشار ضعیف و متوسط جامعه، تصمیماتی را برای کنترل و ساماندهی بازار مسکن و اجاره با هدف کاهش فشار بر مستاجران اتخاذ کند. البته در بخش مسکن و اجاره قانون مدونی وجود ندارد و این‌طور که وزیر راه و شهرسازی می‌گوید، بخش مسکن و اجاره، مربوط به بخش خصوصی است و همواره شرایط عمومی بازار، نرخ اجاره‌بها را تعیین کرده است. چندی پیش نیز مدیرکل دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی، به اجرای طرح حمایت از مستاجران اشاره کرد و گفت: بسته حمایتی به مستاجران در حال طی کردن مراحل نهایی در هیات وزیران است و پس از تصویب اجرایی خواهد شد. در نهایت طی یک تا دو هفته آینده این فرآیند زمان‌بر خواهد بود.

پروانه اصلانی درباره جزییات تسهیلات اعطایی به مستاجران و شرایط پرداخت آن افزود: بحث کمک ودیعه اجاره مسکن برای خانوارهایی که نسبت به سایر مستاجران به این ودیعه نیازمندتر هستند، اجرایی می‌شود. همچنین محمود محمودزاده، معاون مسکن وزیر راه و شهرسازی درباره اختصاص وام به مستاجران اعلام کرد: این امر مشروط به داشتن کد رهگیری است و تمامی بنگاه‌ها مجهز به این سامانه هستند، اما برخی از آژانس‌های املاک اقدام به ثبت کد رهگیری نمی‌کنند که تخلف است. تمامی بنگاه‌های املاک باید این تکلیف قانونی را انجام دهند و دولت برای شناسایی واجدین راهی جز دریافت کد رهگیری ندارد. به گفته محمودزاده، قراردادهای بین مستاجر و مالک بدون کد رهگیری حتی قابلیت پیگیری قضایی هم ندارد و ما تمام مستاجران را به دریافت این کد توصیه می‌کنیم.

در تازه‌ترین اظهارنظر نیز وزیر راه و شهرسازی با اشاره به اینکه بانک مرکزی در حال تجزیه و تحلیل نحوه پرداخت تسهیلات کمک هزینه ودیعه مسکن است، اعلام کرد: قرار شده کمیته تامین منابع ستاد ملی مبارزه با کرونا با محوریت بانک مرکزی، اقدامات لازم در این خصوص را مدنظر قرار دهد و بخشی از منابع ۷۵ هزار میلیارد تومانی که برای مبارزه با کرونا تخصیص داده شده است را برای کمک به مستاجران نیازمند در نظر گیرند. براساس تصمیم‌گیری‌های انجام‌شده برای پرداخت این تسهیلات، واحد مسکونی که در اختیار مستاجران قرار دارد، باید مطابق با الگوی مسکن باشد؛ بدین معنا که حداکثر متراژ واحد مسکونی مستاجران تهرانی برای برخورداری از این تسهیلات ۷۵ مترمربع و در سایر شهرهای کشور ۹۰ مترمربع در نظر گرفته شده است. نکته مهم دیگر برای پرداخت این تسهیلات، وجود قرارداد رسمی اجاره میان موجر و مستاجر است. این تسهیلات پس از نهایی شدن به‌عنوان کمک هزینه ودیعه مسکن از طریق شبکه بانکی در اختیار مالکان قرار می‌گیرد و مستاجران صرفا کارمزد تسهیلات را پرداخت می‌کنند. در این باره، حسام عقبایی نایب رئیس اتحادیه مشاوران املاک درباره سیاست حمایتی دولت برای ساماندهی بازار مسکن گفت: اگر بسته‌های سیاستی و حمایتی دولت برای ساماندهی بازار مسکن در ستاد ملی مبارزه با کرونا به همین روال تصویب و به مرحله اجرا برسد، بازار مسکن را برای سوداگران و سفته‌بازان غیرجذاب خواهد کرد که منجر به شکستن حباب قیمت مسکن خواهد شد.

آیا شیوه رفع تعهد ارزی صادرکنندگان توسط بانک مرکزی تغییر می‌کند؟

شمارش معکوس برای بازگشت ارزهای صادراتی

کمتر از ۱۰ روز دیگر تا پایان مهلت رسمی رفع تعهد ارزی از سوی صادرکنندگان برای صادرات سال ۹۸ باقی نمانده و اکنون، به گفته فعالان اقتصادی، تغییراتی در روش‌های بازگشت ارز صادراتی ایجاد شده است.

به گزارش مهر، بانک مرکزی مهلت بازگشت ارز حاصل از صادرات سال ۹۸ به کشور را پایان تیرماه ۹۹ اعلام کرده است. مهلتی چهار ماهه که براساس آن صادرکنندگان باید ارز حاصل از صادرات خود را به روش‌های اعلامی بانک مرکزی، به چرخه اقتصادی کشور برگردانند. آنگونه که بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران اعلام کرده، صادرکنندگان می‌توانند ارز صادراتی سال ۹۸ خود را به روش‌هایی همچون بازگشت به صورت اسکناس و به میزان حداکثر ۲۰درصد، ارائه ارز به سامانه نیما به میزان ۶۰درصد و نیز به کارگیری روش ارز صادراتی صادرات برای واردات خود یا شخص دیگری به میزان حداکثر ۲۰درصد به کشور بازگردانند.

آنگونه که تجربه سنوات گذشته صادرکنندگان نشان داده، بانک مرکزی همواره بیشترین همکاری را با صادرکنندگان به منظور بازگشت ارز به هر روشی داشته است و حتی کار تا جایی پیش رفته بود که صادرکنندگان می‌توانستند با بازگرداندن ۷۰ تا ۸۰درصد ارز حاصل از صادرات خود به چرخه اقتصادی براساس روش‌های اعلامی بانک مرکزی رفع تعهد ارزی کنند. در این میان حتی ترکیب بازگشت ارز صادراتی نیز چندان مورد توجه بانک مرکزی قرار نداشت و صادرکننده، به هر روشی که می‌توانست و قدرت اجرایی داشت، اجازه داشت تا ارز صادراتی را به چرخه اقتصادی برگرداند.

در همین ارتباط یکی از صادرکنندگان که خواست نامش در گزارش ذکر نشود، در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، گفت: انعطاف بانک مرکزی در همکاری با صادرکنندگان در بازگشت ارز صادراتی به نحوی بود که حتی اگر یک صادرکننده، توانایی لازم برای بازگرداندن بخش عمده‌ای از ارز خود یا حتی تمام ارز حاصل از صادرات خود به صورت اسکناس را داشت، می‌توانست از این روش استفاده کند یا حتی اگر بخش عمده‌ای از ارز حاصل از صادرات با درصد بالاتری از آنچه بانک مرکزی تعیین کرده به شیوه واردات خود صادرکننده یا واردکننده دیگری در مقابل ارز صادراتی به کار گرفته می‌شد نیز مانعی برای رفع تعهد ارزی ایجاد نمی‌کرد.

حال آنگونه که صادرکنندگان می‌گویند اکنون که برای رفع تعهد ارزی صادرات سال ۹۸ به سامانه مربوطه مراجعه کرده و تقاضای ثبت اطلاعات برای استفاده از ارز صادراتی برای واردات خود یا شخص دیگری را دارند، با برخی پیام‌ها از سوی سامانه مواجه می‌شوند که نشان می‌دهد تغییراتی در روش‌های بازگشت ارز صادراتی ایجاد شده است. البته هنوز بانک مرکزی بخشنامه رسمی در این خصوص صادر نکرده و باید دید که آیا این صرفاً یک پیام سامانه‌ای و محدودیت نانوشته است یا اینکه بانک مرکزی در بخشنامه‌ای مجزا شیوه دیگری را برای رفع تعهد ارزی اعلام خواهد کرد.

به هر حال اگرچه هنوز بخشنامه‌ای رسمی درباره تغییر شیوه‌های رفع تعهد ارزی در دسترس نیست، ولی اکنون که صادرکنندگان باید با روش‌های تسهیل شده برای رفع تعهد ارزی سال ۹۸ خود با توجه به مهلت زمانی باقیمانده مواجه باشند، سامانه محدودیت‌های جدیدی را برای رفع تعهد ارزی آنها اعلام می‌کند و اکنون روش واردات در مقابل ارز صادراتی با شرط و شروط‌هایی مواجه شده است.

در پیامی که به صادرکنندگان در این سامانه داده می‌شود آمده است: «با توجه به گذشت چهار ماه از تاریخ خروج کالا برای این اظهارنامه صادراتی امکان ثبت درخواست وجود ندارد.» و بدین شیوه، صادرکنندگان اجازه استفاده از ارز حاصل از صادرات برای واردات خود یا غیر را در صورتی که بیش از چهار ماه از زمان صادرات آنها گذشته باشد، ندارند.

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی

سازمان عمران تبریز در نظر دارد به استناد بند یک مجوز شماره ۸۳ مورخه ۹۸/۳/۲۹ شورای محترم سازمان، پروژه‌های زیر را طبق برآورد اولیه و مشخصات فنی از طریق مناقصه عمومی با شرایط ذیل به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

الف - از اشخاص حقیقی و حقوقی دارای ماشین آلات و تجربه کاری دعوت به عمل می‌آید :

ب)	مبلغ برآورد اولیه	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه
۱) عملیات اجرایی آسفالت تراشی در سطح مناطق شهرداری تبریز	۴/۹۹۱/۶۶۰/۲۵۰ ریال	۲۴۹/۵۸۳/۰۱۳ ریال
۲) عملیات اجرایی پخش و کمپکت آسفالت در سطح مناطق شهرداری تبریز	۴/۵۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال	۲۲۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال

ج) مبلغ تضمین شرکت درمناقصه(تضمین فرآیند ارجاع کار) بصورت مبالغ مذکور مطابق بخشنامه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ هه مورخه ۹۴/۹/۲۲ بنام سازمان عمران تبریز یا در صورت واریز نقدی بحساب شماره ۷۰۰۸۲۱۳۴۰۵۰۵ بانک شهرشعبه آزادی تبریز بنام سازمان عمران تبریز

د) فروش اسناد مناقصه از تاریخ ۹۹/۴/۲۲ تا آخر وقت اداری (ساعت ۱۳:۳۰) تاریخ ۹۹/۵/۸ به صورت حضوری ودر قبال ارائه رسید واریز مبلغ ۳۰۰/۰۰۰ ریال (غیر قابل استرداد) برای هر پروژه در وجه سازمان عمران تبریز به حساب شماره ۷۰۰۸۲۱۳۴۰۵۰۵ بانک شهر شعبه آزادی تحویل میگردد.

ذ) محل فروش اسناد : تبریز - آخر خیابان صائب-امور قراردادهای سازمان عمران تبریز

هـ)پیشنهادات بایستی تا آخر وقت اداری (ساعت ۱۳:۳۰) روز چهارشنبه مورخه ۹۹/۵/۸ به دبیرخانه سازمان عمران تبریز تحویل گردد و پیشنهادات ارائه شده میبایست به مدت سه ماه معتبر باشد.

و)پیشنهادات واصله راس ساعت ۱۳:۳۰ روز چهارشنبه مورخه ۹۹/۵/۸ در محل سازمان عمران تبریز بازگشائی وبررسی خواهد شد.

ر) سایر شرایط در اسناد مناقصه مندرج است.

ز) متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به واحد امور قراردادهای سازمان عمران واقع در تبریز - آخر خیابان صائب مراجعه و یا با تلفن ۳۴۷۶۹۵۸۳ - ۰۴۱ تماس حاصل نمایند.

سازمان عمران تبریز

شناسه آگهی: ۹۰۹۲۹۵

چاپ آگهی نوبت اول : ۹۹/۴/۲۲
چاپ آگهی نوبت دوم : ۹۹/۴/۲۹

۳۲۹

سمت و سوی شاخص بورس در هفته چهارم تیرماه

بورس بالاخره ریخت

فرصت امروز: شـاخص بورس تهران در اولین روز هفته، روندی نزولی داشـت و در حالی که در ساعات ابتدایی معاملات از مرز یک میلیون و ۷۵۰ هزار واحد گذشته بود، اما در ساعات میانی تا یک میلیون و ۷۱۹ هـزار واحد پایین آمد و در نهایت رقم یک میلیون و ۷۴۱ هزار واحد را ثبت کرد. بر این اساس، شاخص کل بازار سرمایه برخلاف روزهای قبل که همواره روند صعودی داشـت، در روز شـنبه ۱۲ هزار و ۳۴۷ واحد کاهش یافت و در ارتفاع یک میلیون و ۷۴۱ هزار واحد ایستاد. همچنین شـاخص کل (هم وزن) نیز با ۷هزار و ۴۱۱ واحد کاهش به ۴۷۱ هزار و ۲۷۰ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۴ هزار و ۸۷۸ واحد افت به ۳۱۰ هزار و ۲۰۱ واحد رسـید. شاخص بازار اول ۱۵ هزار و ۳۱۱ واحد کاهش و شـاخص بازار دوم ۳۸۸ واحد افزایش داشت. در معاملات روز شـنبه بیش از ۹ میلیارد و ۵۱۱ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۶۰ هزار و ۱۰ میلیارد ریال داد و ستد شد.

کدام نمادها شاخص بورس را پایین کشیدند؟

نمادهای سـرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شسـتا) بـا ۳هزار و ۱۵۲ واحد، صنایع پتروشـیمی خلیج فارس (فـارس) با ۲هزار و ۶۷۲ واحد، پالایـش نفت تهران (شـتران) با یک هـزار و ۸۵۴ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با یک هزار و ۱۵۶ واحد، پالایش نفت اصفهان (شبندر) با ۸۷۵ واحد، کشـتیرانی جمهوری اسـلامی ایران (حکشـتی) با ۴۱۹ واحد و فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۳۹۴ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سـوی مقابل نیـز نمادهای گـروه مدیریت سـرمایه‌گذاری امید (وامیـد) با یک هـزار و ۸۳۰ واحد، گـروه مپنا (رمپنا) بـا یک هزار و ۲۹۰ واحـد، بانـک ملت (وبملت) بـا یک هزار و ۲۰۱ واحد، شـرکت ارتباطات سـیار ایـران (همراه) با یـک هزار و ۱۰۳ واحـد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۹۸۸ واحد و پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۸۹۰ واحد، سـرمایه‌گذاری صندوق بازنشسـتگی (وصندوق) با ۸۷۴ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با ۸۵۵ واحد و فولاد خوزستان (فخوز) با ۸۱۷ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه بودند.

همچنیـن نمادهای بانک ملت، ملی صنایع مس ایران، بانک تجارت، فـولاد مبارکه اصفهان، پالایش نفت بندرعبـاس، پالایش نفت اصفهان و بانـک صادرات ازجمله نمادهـای پربیننده بورس بودند. گروه بانک‌ها هم در معاملات این روز صدرنشـین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۴میلیارد و ۴۴۱ میلیون برگه سهم به ارزش ۲۴ هزار و ۲۱۰ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شـاخص فرابـورس نیز بیش از هفت واحد افزایش داشـت و بر روی کانـال ۱۸ هزار و ۱۶۷ واحد ثابت ماند. در ایـن بازار ۳میلیارد و ۴۳۳ میلیون برگه سهم به ارزش ۶۹هزار و ۲۳۹ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای سـنگ آهن گهرزمین (کگهر)، پتروشـیمی مـارون (مارون)، سـرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، پالایش نفت (شاوان)، پلیمر آریاساسول (آریا)، نفت پاسارگاد (شپاس) و پالایش نفت شیراز (شراز) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشـتند. همچنین نمادهای هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، بیمه پاسارگاد (بپاس)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، توسعه مولد نیروگاهی جهرم (بجهرم)، صنایع ماشـین‌های اداری ایران (مادیرا) و فولاد هرمزگان جنوب (هرمز) با تاثیر منفی بر شاخص این بازار همراه بودند.

ارزیابی روند معاملات بورس در هفته‌ای که گذشت

بازار سهام در هفته گذشته و در ادامه روند صعودی خود چندان رشد پرقدرتـی را مانند هفته‌های قبل تجربه نکـرد و با افزایش عرضه‌ها در این بازار به خصوص در آخرین روز معاملاتی هفته گذشـته همراه شد. این موضوع تفکر سـهامداران را به سمت احتمال ادامه اصلاح شاخص بورس در بازار هفته پایانی تیرماه پیش برد و تصور افت شاخص بورس آنها را بر سـر دوراهی برای نگهداری یا عرضه سـهام خود در بازار قرار داده است. در این میان با وجود ریزش شاخص بورس در روز شنبه، یک کارشناس بازار سـرمایه، روند معاملات بورس در هفته جاری را مثبت پیش‌بینی کرد و گفت: سـهامداران نباید نگران افزایش عرضه در کلیت بدنه بازار باشـند زیرا دست به دست شدن سـهام در بین فعالان بازار، لازمه ادامه رشد بازار و ورود شاخص بورس به روال جدید صعود است.

امیرعلی امیرباقری با بیان اینکه در این مرحله از بازار هرگونه اصلاح و جابه‌جایی سـرمایه بین گروه‌ها و سـهام مختلف کاملا طبیعی است و نباید سـرمایه‌گذاران سـرخورده از چنین اتفاقاتی در بازار شـوند، به ایرنا گفت: بورس در چنین شـرایطی و بعد از رشـد غافلگیرانه‌ای که تجربه کرد، نیاز به اصلاح قیمتی و جابه‌جایی سهام دارد که همین امر می‌تواند زمینه‌ساز اصلاح پرتفو از طریق سهامداران باشد و فعالان بازار باید این فرصت را غنیمت بشمارند.

او با بیان اینکه نکته مدنظر این اسـت که باید اقدامی صورت گیرد تا کلیت بازار سرمایه، میزبان سرمایه‌های سرگردان در کشور باشد، افزود: سـرمایه‌های موجود در کشـور بعد از سـال‌ها تازه منزل اصلی خود را که بازار سـرمایه است پیدا کرده است، این پول همیشه از مجرای بازار ثانویه وارد بورس می‌شـود که بعدها می‌توان از این سرمایه‌ها در تامین مالی بنگاه‌ها اسـتفاده کرد و آن را به صورت هدفمند به سـمت تولید سوق داد تا مصداق عملی شعار جهش تولید باشد.

بـه گفته وی، باید به سـرمایه‌گذاران تاکید کرد کـه با دید حرفه‌ای وارد بازار سهام شـوند و اقدام به سرمایه‌گذاری بلندمدت و میان مدت در بـورس کنند و زیاد تحت تاثیر اخبار گذرا و اشـتباه قرار نگیرند. در این میان، هرگونه اتفاقی که در کشـور منجر به خروج سـرمایه از بازار سرمایه و ورود آنها به بازارهای موازی مانند طلا، سکه و ارز شود باعث ایجاد ضربه به بدنه اقتصاد کشـور خواهد شد که منافی با شعار جهش تولید است.

امیرباقری روند معاملات بورس در هفته‌ای که گذشت را مورد ارزیابی قرار داد و افزود: در بازار هفته‌ای که گذشت شاهد افزایش عرضه در بسیاری از نمادها و تفکیک راه سهام از یکدیگر بودیم که این موضوع می‌تواند اتفاقی تاثیرگذار در روند معاملات بازار باشد. در این میان بازار تحت تاثیر دو سناریو یعنی خروج سرمایه از بدنه بازار یا جابه‌جایی پول و سرمایه بین بنگاه‌ها و صنعت قرار می‌گیرد که رخ دادن دومین مورد می‌تواند کمکی در راستای تعمیق و رشـد بازار سرمایه باشد. وی با بیان اینکه خوشبختانه هوشمندی بازار در حال سوق دادن معاملات و ورود سرمایه‌ها به سمت سهم‌های بنیادی و شاخص‌ساز بازار است، افزود: سهم‌هایی که در چند وقت اخیر با رشد چند برابری همراه بودند و فاصله‌ای بین ارزش واقعی و قیمت آنها ایجاد شده با خروج سرمایه همراه خواهند شد و در مقابل نقدینگی به سمت سهم‌هایی می‌رود که از ارزشمندی ذاتی و چشم‌اندازی مثبت برای رشد بازار برخوردارند. او با بیان اینکه نکته مورد توجه در روند معاملات اخیر بازار، پیشی‌گرفتن تاثیر مسائل حاشـیه‌ای موجود در بازار از اتفاقات داخلی اسـت، گفت: متاسفانه اخیرا شاهد هستیم که بسیاری از افراد و نهادها بدون در اختیار داشتن اطلاعات و تخصص کافی و صرفا با اهدافی خاص اقدام به اظهارنظر اشـتباه و بدون تحلیل علمی در زمینه روند بازار می‌کنند. این موضوع به دلیل تاثیرگذاری منفی بر روند بازار منجر به متضرر شدن سهامداران و خروج سرمایه از بازار می‌شود که باید به طور حتم این قضیه جدی گرفته شود.

نماگر بازار سهام

یک میلیون و ۶۰۰ هزار نفر برای فروش سهام عدالت ثبت نام کردند

کمک‌خرج مردم در روزهای کرونایی

در شـرایطی که چند روزی اسـت فروش ۳۰درصد سهام عدالت برای افرادی که روش مستقیم را انتخاب کرده‌اند، شروع شده است سخنگوی سـهام عدالت حسـین فهیمی اعلام کرد یک میلیون و ۶۰۰ هزار نفر سفارش فروش ۳۰درصد سهام عدالت خود را تاکنون ثبـت کرده‌اند. بـه گفته او از مجموع ۲۷۵۰ میلیارد تومان سـهام فروخته شـده رقم ۲,۶۰۰ میلیارد تومان به حساب مشمولان واریز شـده است و ۱۵۰ میلیارد تومان باقیمانده نیز هم‌اکنون در فرآیند تسویه قرار دارد.

در پایان معاملات هفته گذشـته بازار سـهام ارزش سهام عدالت ۵۳۲ هزارتومانـی به ۱۶ میلیون و ۶۰۳ هزار تومان و ارزش سـهام عدالـت بیش از یک میلیون تومانی به ۲□۳۳میلیون تومان رسـید بنابراین در پایـان معاملات بورس هفته گذشـته ارزش ۳۰درصد سهام قابل فروش عدالت به ۴میلیون و ۹۸۱ هزار تومان رسید.

چند روز پیش حسـن روحانی رئیس جمهوری اعلام کرد در این دوره زمانـی ۳۰درصد سـهام عدالت آزاد شـده، ۳۰درصد در عید غدیر و ۳۰درصد سهام هم برای ۲۲ بهمن آزاد می‌شود.

دولت در شـرایطی که مردم با فشارهای اقتصادی شیوع ویروس کرونا رو به رو هسـتند تلاش می‌کند تا با آزادسـازی سهام عدالت و فراهم کردن شـرایط فروش، از آنها حمایت کند. اتاق تهران یکی از پیشنهاددهندگان آزادسـازی سهام عدالت به دولت بود. مسعود خوانسـاری رئیس اتاق تهران در میانـه فروردین‌ماه طی نامه‌ای به رئیس‌جمهور چندین پیشـنهاد برای مهار اثرات نامطلوب اقتصادی ناشی از کرونا ارائه داد که یکی از آنها آزادسازی سهام عدالت بود.

طبـق آخرین آمار سـازمان خصوصی‌سـازی کسـانی که روش مدیریت مستقیم سهام عدالت را انتخاب کرده‌اند، براساس اطلاعات سـازمان خصوصی‌سـازی، بعد از پایان ۲۹ خـرداد ۹۹ تعداد ۱۸ میلیون و ۹۰۰ هزار نفر بوده‌اند.

شـورای عالی بورس و کمیته تخصصی این شورا مشغول تدوین چارچوب‌ها و قواعد و مقرراتی اسـت که براساس آن اجرای موفق، مؤثر، حرفه‌ای و کارآمد روش سـهامداری غیرمسـتقیم را تسهیل کنـد. در کنار روش مسـتقیم مسـئولان بورس اعـلام کرده‌اند به دنبال سازوکاری برای فروش سهام عدالت افرادی هستند که روش غیرمستقیم را برگزیده‌اند. به گفته مسئولان سازمان خصوصی‌سازی بعـد از اینکه مقـررات، چارچوب‌ها و قواعد سـهامداری عدالت در روش غیرمستقیم به شـرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی ابلاغ شود و پس از اینکه دارایی شـرکت‌های سرمایه‌گذاری به آنها اختصاص پیدا کند، یعنی سـبد سهام شرکت‌های سرمایه‌پذیر متعلق به آنها در دارایی‌شـان مستقر شود، شرکت‌های سـرمایه‌گذاری استانی به تدریـج در بورس و اوراق بهادار پذیرفته می‌شـوند و امکان معامله سهام این شرکت‌ها در بورس فراهم می‌شود.

نوبت دوم

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران

شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران به آدرس تهران خ طالقانی نرسیده به چهارراه مفتح ساختمان شماره ۲۰۰ در نظر دارد تامین خدمات انبارداری وپشتیبانی مجتمع انبارهای شهید طاهری را برای مدت یکسال با برآورد حدود هفتادوچهارمیلیاردوششصدوپنجاه میلیون ریال با توجه به موارد زیر به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. علاقمندان جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند با شماره تلفن ۸۱۳۱۳۱۶۸- ۸۱۳۱۳۵۴۲-۰۲۱ تماس و با مراجعه به نشانی WWW.NIGCENG.IR و درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) متن کامل آگهی را رویت نمایند.

- ارائه تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (تضامین قابل قبول وفق آئین‌نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۹۵۰۶ هـ مورخ ۹۴/۹/۲۲ هیئت وزیران) به مبلغ حدود سه میلیاردوهفتصدوسی ودومیلیون وپانصدهزار ریال.
- مهلت اعلام آمادگی جهت حضور در مناقصه ۷ روز پس از تاریخ آگهی نوبت دوم می باشد.
- اسناد مناقصه پس از انجام ارزیابی کیفی توسط حائزین اخذ امتیاز لازمه صرفاً از سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) قابل دریافت می‌باشد.
- گشایش پاکات مالی پس از بارگزاری پیشنهادات در سامانه ستاد در کمیسیون مناقصات انجام خواهد گردید.

ضمناً کلیه مراحل برگزاری مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس سایت اینترنتی www.setadiran.ir با کد فراخوان ۲۰۹۹۰۹۲۱۳۱۰۰۰۰۱۸ انجام خواهد پذیرفت. لذا لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

روابط عمومی شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران

شماره مجوز: ۱۳۹۹.۱۵۹۹

۱۱

ضرورت رایزنی با چین، عراق، ترکیه و امارات جهت تسهیل استفاده از ارز حاصل از صادرات

یک عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی رایزنی با کشورهای مقصد صادرات جهت تسهیل استفاده از ارز حاصل از صادرات و استفاده از ارز صادراتی برای تأمین نیازهای وارداتی کشور را از راهکارهای کنترل قیمت ارز دانست. مجتبی توانگر در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به دلایل افزایش قیمت ارز گفت: وضعیت اقتصاد کلان و نحوه سیاست‌گذاری دولت و بانک مرکزی شرایطی را ایجاد کرده که موجب تورم در کالاها و خدمات و همچنین دارایی‌ها اعم از مسکن، ارز و بازار سرمایه است و موجب افزایش تورم انتظاری در میان مردم شده است. به طور مشخص کسری قابل توجه بودجه دولت - که بخش قابل توجهی از آن از طریق اوراق مالی تأمین مالی خواهد شد و البته با توجه به حجم کسری بودجه و افزایش نرخ هزینه انتشار اوراق دیر یا زود مداخله بانک مرکزی را لازم می‌دارد - تورم‌های آتی را در پی خواهد داشت. وی افزود: از سوی دیگر بانک مرکزی نیز علی‌رغم اینکه چارچوب سیاست پولی هدف‌گذاری تورم را اعلام کرده و ابزارهای جدید سیاست پولی عملیات بازار باز و ایجاد کریدور نرخ سود را به خدمت گرفته است، اما در عمل به آنچه گفته پایبند نبوده است. به طور مشخص بانک مرکزی می‌بایست نرخ سود در بازار بین بانکی را از طریق ابزارهای خود به نرخ هدف نزدیک کند، اما بانک مرکزی بدون هرگونه مداخله‌ای تنها نظاره‌گر بازار بوده و اجازه داده است در این شرایط با کاهش نرخ سود در بازار بین بانکی و به تبع آن سپرده‌های بانکی، نقدینگی به سمت بازار کالاها و بازار دارایی‌ها سرازیر شود.

نماینده مردم تهران در مجلس رایزنی سیاسی و اقتصادی با کشورهای مقصد صادرات جهت تسهیل استفاده از ارز حاصل از صادرات را یکی از راهکارهای کنترل قیمت ارز دانست و گفت: عمده صادرات کشور به کشورهای چین، عراق، ترکیه و امارات است؛ در کوتاه مدت با توجه به اینکه امکان تغییر مقاصد صادراتی غیرممکن است، ضروری است در سطح سیاسی و اقتصادی تعاملاتی با مقامات سیاسی و اقتصادی این کشورها صورت گیرد تا استفاده از ارز صادراتی برای تأمین نیازهای وارداتی کشور تسهیل شود. توانگر با تاکید بر ضرورت صرفه‌جویی در استفاده از ارزهای حاصل از صادرات، ادامه داد: با توجه به کمبود منابع ارزی در شرایط کنونی بدیهی است که تخصیص و تأمین ارز می‌بایست با تأمل و بررسی‌های بیشتری صورت گیرد. به طور مشخص ضروری است فرآیند ثبت سفارش اصلاح شود و متناسب با شرایط اقتصاد کشور و میزان منابع ارزی، بنگاه‌های تولیدی برای تأمین ارز موردنیاز خود به سامانه نیما وارد شوند. به عبارت دیگر در همان بدو امر می‌بایست تخصیص ارز با ملاحظات کشور هماهنگ شود. از سوی دیگر تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی در این شرایط دیگر هیچ توجیهی ندارد و علاوه بر اسراف منابع ارزی منجر به افزایش شدید پایه پولی بابت تأمین مابه‌التفاوت ۴۲۰۰ تومان و نرخ بازار نیز خواهد شد.

تحولات بازار میوه و تره‌بار

میوه نوبرانه ارزان شد

رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و سبزی گفت قیمت میوه‌های نوبرانه به دلیل عرضه انبوه در بازار حدود ۷۰درصد کاهش یافته است.

اسداله کارگر، رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و سبزی تهران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از کاهش محسوس قیمت میوه خبر داد و گفت: با عرضه انبوه میوه‌های نوبرانه، قیمت میوه ۶۵ تا ۷۰درصد در بازار کاهش یافته است.

وی قیمت هر کیلو انگور یاقوتی را ۱۰ هزار تا ۱۸ هزار تومان اعلام کرد و افزود: قیمت هر کیلو آلو قطره طلا ۶ هزار تا ۱۲ هزار تومان، توت فرنگی سنندج ۸ هزار تا ۱۳ هزار تومان، توت فرنگی کرج ۱۰ هزار تا ۲۰ هزار تومان، آلبالو تخم خارجی ۷ هزار تا ۱۱ هزار تومان، آلبالو رسمی ۷ هزار تا ۱۱ هزار تومان، گیلاس صورتی ۵ هزار تا ۱۲ هزار تومان، گیلاس تکدانه ۱۵ هزار تا ۲۵ هزار تومان، گیلاس مشکی ۷ هزار تا ۱۲ هزار تومان، زردآلو بادامی ۵ هزار تا ۱۲ هزار تومان، زردآلو شیراز ۱۵ هزار تا ۲۸ هزار تومان و زردآلو کاشان ۴ هزار تا ۸ هزار تومان است.

کارگر با اشاره به نرخ سایر میوه‌ها در بازار بیان کرد: هم‌اکنون هر کیلو سیب گلاب ۷ هزار تا ۱۶ هزار تومان، شلیل شبرنگ ۵ هزار تا ۱۳ هزار تومان، طالبی ۲ هزار تا ۵ هزار تومان، هلو پیش‌رس ۴ هزار تا ۷ هزار تومان، هلو هسته جدا ۷ هزار تا ۱۲ هزار تومان، خیار بوته‌ای ۳ هزار تا ۵ هزار و ۵۰۰ تومان، خیار گلخانه ۳ هزار تا ۶ هزار تومان، انبه ۲۰ هزار تا ۳۵ هزار تومان، موز ۸ هزار تا ۱۲ هزار تومان، خربزه ۲ هزار و ۵۰۰ تا ۵ هزار تومان، شاه‌پسند ۳ هزار تا ۶ هزار تومان، طالبی ۲ هزار تا ۵ هزار تومان و هندوانه ۷۰۰ تا یک هزار و ۲۰۰ تومان در میدان مرکزی میوه و تره بار و با احتساب ۳۵درصد سود در خرده‌فروشی‌ها عرضه می‌شود. رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و سبزی تهران گفت: با توجه به شرایط فعلی اقتصاد، آحاد جامعه انتظار دارند میوه ارزان‌تر از نرخ فعلی باشد، اما به سبب افزایش هزینه‌های تولید و حمل و نقل این امکان وجود ندارد.

وی قیمت هر کیلو بادمجان قلمی را ۳ هزار تا ۵ هزار تومان اعلام کرد و گفت: قیمت هر کیلو بادمجان گلخانه ۵ هزار تا ۸ هزار تومان، باقالی ۳ هزار تا ۵ هزار تومان، بامیه ۸ هزار تا ۱۵ هزار تومان، برگ مو ۱۰ هزار تا ۲۰ هزار تومان، پیاز شیری یک هزار و ۵۰۰ تا ۳ هزار و ۵۰۰ تومان، پیاز زرد یک هزار تا ۲ هزار و ۶۰۰ تومان، پیاز شیری یک هزار و ۵۰۰ تا ۳ هزار و ۵۰۰ تومان، سیب زمینی ۲ هزار تا ۴ هزار تومان و سیر خشک ۱۵ هزار تا ۲۵ هزار تومان است.

کارگر ادامه داد: هم‌اکنون هر کیلو غوره آبگیری با نرخ ۳ هزار تا ۵ هزار و ۵۰۰ تومان، غوره عسگری ۴ هزار تا ۷ هزار تومان، فلفل تند ریز ۵ هزار تا ۱۰ هزار تومان، فلفل دلمه سبز ۵ هزار تا ۱۰ هزار تومان، کاهو پیچ سالادی یک هزار و ۵۰۰ تا ۳ هزار و ۵۰۰ تومان، کاهو رسمی ۲ هزار تا ۳ هزار تومان، کرفس یک هزار تا ۳ هزار تومان، کلم سفید و قرمز ۸۰۰ تا ۲ هزار تومان، گل کلم ۳ هزار تا ۵ هزار تومان، گوجه فرنگی یک هزار و ۵۰۰ تا ۳ هزار و ۵۰۰ تومان، لیموترش ریز ۷ هزار تا ۱۵ هزار تومان، لیموترش سنگی ۱۰ هزار تا ۱۵ هزار تومان، هویج ۲ هزار تا ۴ هزار تومان و لوبیا سبز ۵ هزار تا ۹ هزار تومان در میدان مرکزی میوه و تره بار و با احتساب حداکثر ۳۵درصد سود در خرده‌فروشی‌ها عرضه می‌شود.

نرخ هر کیلو شقه گوسفندی ۱۱۰ هزار تومان

قاچاق دام بازار گوشت را ملتهب کرد

رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی گفت با توجه به قاچاق دام و کمبود عرضه در داخل، قیمت گوشت با نوساناتی روبه‌رو شده است.

علی‌اصغر ملکی، رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی کشور در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش قیمت گوشت در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون هر کیلو شقه گوسفندی بدون دنبه با نرخ ۹۸ هزار تا ۹۹ هزار تومان به مغازه‌دار و ۱۱۰ هزار تومان به مصرف‌کننده عرضه می‌شود.

وی افزود: با توجه به قاچاق دام به خارج از کشور و کمبود عرضه در داخل، قیمت گوشت با نوساناتی در بازار روبه‌رو شده است، در حالی که در این مقطع زمانی نباید با کمبود عرضه دام در بازار روبه‌رو شویم.

ملکی ادامه داد: با توجه به نوسان نرخ ارز و خرید دام با نرخ بالا آن سوی مرزها، بسیاری از دامداران به سبب فروش دام با دلار از عرضه در بازار داخل امتناع می‌کنند.

این مقام مسئول در واکنش به اظهارات برخی مسئولان مبنی بر انباشت دام و تاکید بر صادرات بیان کرد: تعدادی دام در استان تهران وجود دارد که به سبب افزایش وزن خریداری در داخل وجود ندارد، اما اگر به اسم صادرات دام‌های با وزن سبک خارج شود، صدمه زیادی به بازار وارد شده و مهار قیمت در بازار داخل سخت می‌شود.

کله‌پاچه ارزان شد

وی کاهش قیمت آلایش‌های خوراکی و غیرخوراکی را یکی دیگر از دلایل گرانی گوشت در بازار برشمرد و گفت: با توجه به محدودیت فروش جیگرکی‌ها در پی شیوع ویروس کرونا و کاهش مصرف کله‌پاچه در فصل گرما، قیمت آلایش‌های خوراکی با روند نزولی در بازار مواجه شده و در مقابل قیمت آن بر گوشت تعدیل شده است.

ملکی از کاهش ۲۰ هزار تومانی قیمت جگر، ۱۵ هزار تومانی دنبه و ۲۰ هزار تومانی کله‌پاچه خبر داد و گفت: قیمت آلایش خوراکی و غیرخوراکی دام ۱۰۰ هزار تومان کاهش یافته است که همین امر موجب شده قیمت گوشت اعم از سردست، راسته و شقه با نوساناتی در بازار روبه‌رو شود.

رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی قیمت دام در عید قربان را پیش‌بینی کرد و گفت: با توجه به آنکه زمان زیادی تا عید قربان باقی نمانده، بسیاری از دامداران تصور می‌کنند با امتناع در عرضه می‌توانند دام را با قیمت بالاتری در عید قربان عرضه کنند.

اخبار

فیلترینگ در اختیار من نیست

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات تأکید کرد که نه قوه قضائیه و نه عقل جمعی کشور به چنین جمع‌بندی نرسیده‌اند که اینستاگرام را فیلتر کنند.

به گزارش ایسنا، محمدجواد آذری جهرمی درباره آینده شبکه‌های اجتماعی و به‌طور مشخص اینستاگرام گفت: من شرایط جامعه را به سمتی نمی‌بینم که هدفی برای فیلتر کردن اینستاگرام وجود داشته باشد. البته عده‌ای همیشه معتقد بوده‌اند که این پلتفرم را باید بست، فشار هم وارد کرده و می‌کنند ولی طبیعتاً تاکنون عقل جمعی کشور به این‌چنین جمع‌بندی نرسیده است.

وی افزود: البته آنهایی که معتقدند که باید اینستاگرام فیلتر شود به ما فشار می‌آوردند و این در حالی است که مسئولیت صدور حکم و تصمیم‌گیری برای فیلترینگ جای دیگری است و فشار را باید به نهاده مربوطه که به‌طور مشخص قوه قضائیه و دادستانی کل کشور براساس حکم کارگروه تعیین مصادیق هستند وارد کنند.

وزیر ارتباطات ادامه داد: بعضی از عزیزان تأکید می‌کنند که اینستاگرام بد است و وزیر ارتباطات چرا آن را فیلتر نمی‌کند؟ درحالی‌که وزیر ارتباطات نه قانونا اختیار فیلتر کردن را دارد و نه می‌تواند چنین کاری بکند. آن‌که فیلتر می‌کند شرکت‌های اینترنتی است و آن‌که حکم را صادر می‌کند مشخص است کجاست، بنابراین باید این مطالبات را جای دیگری پیگیری کنند.

آذری جهرمی با تأکید بر اینکه «در هر حال من در قوه قضائیه هم‌چنین جمع‌بندی برای فیلترینگ اینستاگرام ندیده‌ام» گفت: البته بپذیریم که اشکالات و ناهنجاری‌هایی در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد و مقداری قوانین ما نیازمند بازنگری است و منطبق با واقعیت‌های امروز فضای مجازی نیست.

صادرات زعفران رونق گرفت

نایب رئیس شورای ملی زعفران گفت میزان صادرات زعفران در خرداد نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵درصد رشد داشته است.

غلامرضا میری، نایب رئیس شورای ملی زعفران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات قیمت طلای سرخ در بازار خبر داد و گفت: در حال حاضر حداقل نرخ هر کیلو زعفران ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و حداکثر ۱۰ میلیون و ۵۰۰ تا ۱۱ میلیون تومان است، هرچند در بورس با نرخ‌های بالاتری عرضه می‌شود.

وی افزود: با توجه به تقاضای کشورهای واردکننده زعفران، میزان صادرات در خرداد نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵درصد رشد داشته است. میری ادامه داد: با توجه به روند روبه رشد صادرات انتظار می‌رود که زعفران تولیدی سال گذشته از کشور خارج شود که با این وجود زعفران روی دست کشاورزان باقی نمی‌ماند. نایب رئیس شورای ملی زعفران درباره آینده بازار طلای سرخ بیان کرد: با رشد صادرات زعفران بدیهی است که قیمت زعفران در بازار افزایش یابد. وی قیمت هر مثقال زعفران در عمده‌فروشی را ۴۰ هزارتومان و خرده‌فروشی ۵۰ هزار تومان اعلام کرد. میری با اشاره به اینکه امکان پیش‌بینی میزان تولید زعفران وجود ندارد، بیان کرد: با وجود آنکه زعفران محصولی در زیرزمین است، از این رو تا زمانی که از دل زمین بیرون نیاید، نمی‌توان پیش‌بینی دقیقی راجع به میزان تولید داشت. وی در پایان درباره آینده تولید زعفران تصریح کرد: با وجود شرایط مساعد اقلیمی پیش‌بینی می‌شود که تولید زعفران نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد داشته باشد.

نرخ هر کیلو مرغ ۱۸ هزار و ۳۰۰ تومان است

نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی گفت: قیمت هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان و مرغ آماده به طبخ ۱۸ هزار تا ۱۸ هزار و ۳۰۰ تومان است. حبیب اسداله‌نژاد در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین تحولات بازار مرغ اظهار کرد: هم‌اکنون قیمت هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان و مرغ آماده به طبخ در خرده‌فروشی‌ها ۱۸ هزار تا ۱۸ هزار و ۳۰۰ تومان است. با توجه به شرایط کنونی عرضه و تقاضا امیدی به افزایش قیمت نیست.

اسداله‌نژاد با بیان اینکه امکان حذف مرغ در سفره برخی خانوارها دور از انتظار نیست، گفت: با وجود معیشت سخت مردم، افزایش مجدد قیمت موجب شده این محصول به عنوان کالای لاکچری در سفره خانوار قرار گیرد. نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی افزایش هزینه‌های تولید را علت اصلی گرانی قیمت مرغ در بازار برشمرد و افزود: با توجه به نوسان شدید نهاده‌های دامی، قیمت مرغ با نوساناتی در بازار روبه‌رو شده است که امیدواریم با کاهش نرخ نهاده‌ها و قیمت تمام‌شده تولید، نرخ مرغ در بازار کاهش یابد.

وی با بیان اینکه مرغ ارزان‌ترین پروتئین در دسترس خانوار به شمار می‌رود، گفت: علی رغم افزایش قیمت مرغ طی روزهای اخیر، اما باز هم در مقایسه با سایر محصولات پروتئینی چندان گران نیست، هرچند با وجود کاهش قدرت خرید خانوار، موضوع افزایش قیمت نگران‌کننده است، اما این گرانی هیچ ارتباطی به مرغداران ندارد. این مقام مسئول ادامه داد: واحدهایی که نهاده خود را با نرخ مصوب تحویل گرفتند، اقدام به توزیع مرغ با نرخ ستاد تنظیم بازار می‌کنند و در مقابل واحدهایی که نهاده موردنیاز را از بازار سیاه تهیه می‌کنند، برمبنای مکانیزم عرضه و تقاضا مرغ تولیدی خود را در بازار توزیع می‌کنند. به گفته وی، علی رغم آنکه مرغداران طی ماه‌های اخیر متحمل زیان شدند، اعلام قیمت غیرمنطقی مرغ تولیدکنندگان را به چالش می‌کشد. نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی افزود: با وجود آنکه مسئولان اذعان می‌کنند که قادر به تامین کل نهاده‌های موردنیاز با نرخ مصوب نیستند، از این رو اعلام قیمت مصوب با هزینه‌های تولید فاصله معناداری دارد. وی قیمت مصوب هر کیلو مرغ زنده را ۱۰ هزار تومان و مرغ گرم ۱۵ هزار تومان اعلام کرد و گفت: قیمت مصوب مرغ گرم ۵۰درصد بالاتر از نرخ مرغ زنده است، در حالی که با احتساب سود اصناف این اختلاف قیمت غیرمنطقی است و به هیچ عنوان قبول نداریم.

وی با اشاره به اینکه قیمت مصوب مرغ کارشناسی نیست، بیان کرد: نرخ مصوب مرغ کارشناسی نیست چراکه حداقل حقوق مرغداران را تامین نمی‌کند و تنها در صورتی امکان عرضه مرغ با نرخ مصوب وجود دارد که دستگاه‌های دولتی امتیازاتی را به مرغداران بدهند.

چراغ سبز مدیران برای لغو طرح ترافیک در چند روز آینده

ویروس کرونا با شـدت بیشـتری در حال جولان‌دادن است. تعدادی از شـهروندان جـان خود را از دسـت دادنـد. قرار اسـت از این هفته محدودیت‌های بیشتری اعمال شود تا جایی که رئیس سازمان مدیریت بحران شهر تهران از احتمال لغو طرح ترافیک خبر داد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس،حدود پنج ماه است که ویروس کرونا وارد کشور شده و بسیاری از شهروندان را مبتلا و جان برخی از آنها را گرفته است. در اسفند سال ۹۸ با افزایش شیوع کرونا، طرح ترافیک لغو شد و تمامی شهروندان می‌توانستند در محدوده طرح بدون اخذ عوارض تردد کنند، چراکه برای جلوگیری از انتقال این ویروس، بهتر بود که شهروندان به جای استفاده از سیستم حمل و نقل عمومی، از خودروی شخصی خود استفاده کنند.

بعد از کـش و قوس‌های فراوان و فروکش کردن کرونا، از ۲۴ خرداد دوباره اجرای طرح ترافیک در تهران آغاز شـد. البته به گفته مسئولین شـهری با اجرای طرح فقط حدود ۱۰درصد به مسـافران مترو افزوده شده است.

باید محدودیت‌های شدیدتری اعمال شود

در حال حاضر کرونا در تهران افزایش پیدا کرده اسـت و پایتخت در وضعیت هشـدار قرار گرفته است تا جایی که زهرا نژادبهرام عضو هیأت رئیسه شورای شهر تهران می‌گوید وضعیت تهران به لحاظ شیوع کرونا نگران‌کننده است و باید محدودیت‌ها به پایتخت برگردانده شود و حتی با شدت بیشتری محدودیت‌ها اعمال شود.

وی با تأکید بر این موضوع که وزیر بهداشـت هم اعلام کرده حمل و نقـل عمومی در حالی فعالیت خود را در زمان شـیوع کرونا اضافه کرد که به ظرفیت این ناوگان اضافه نشـده است و مشخص است که امکان رعایت فاصله‌گذاری اجتماعـی در مترو وجود ندارد، گفت: در هر حال تصمیم‌گیری در مورد تعطیلی ناوگان برعهده سـتاد ملی کرونا است و طرح ترافیـک بخش کوچکی از محدودیت‌هایی اسـت که می‌توان در جهـت مقابله با کرونـا در نظر گرفت، البته به نظر مـن مراکز خرید و پارک‌ها هم باید در سـاعات خاص و محدودی فعال باشـند و دورکاری کارمندان هم از جدی‌ترین اقداماتی اسـت که باید توسـط سـتاد ملی مقابله با کرونا انجام گیرد.

در روزهـای پایـان هفتـه گذشـته جلسـه‌ای درخصـوص اعمـال محدودیت‌های دوباره در پایتخت با توجه به شیوع کرونا برگزار شد.

این هفته احتمالا محدودیت‌ها اجرا شود

رضا کرمی محمدی، رئیس سازمان مدیریت بحران شهر تهران در این باره گفت: فکر می‌کنم این هفته محدودیت‌ها اعمال شود، البته ما اعلام آمادگـی کرده‌ایم. وی بـا بیان اینکه اگر آمار بالاتـر رود، محدودیت‌ها بیشـتر می‌شود، گفت: باید برخی مکان‌ها تعطیل شوند. وی از تعطیلی داوطلبانه مراکز ورزشـی شـهرداری خبر داد و گفت: به مدت ۱۰ روز تمامی مجموعه‌ها و فعالیت‌های ورزشـی شـهر تهران به دنبال تشدید شیوع کرونا تعطیل شده است، تا کمکی به کاهش شیوع موج دوم این ویروس شود و در این مدت هیچ یک از فعالیت‌های عمومی ورزشی در سـطح مناطق برگزار نمی‌شـود. البته این را هم بگویم که ما مدتی هم فعالیت‌ها را متوقف کردیم، اما دوباره از ۱۷ خرداد از سر گرفته شد، اما دوباره با توجه به شـیوع کرونـا محدودیت‌ها را اعمال کردیم و این کار داوطلبانه بوده است.

احتمال لغو طرح ترافیک وجود دارد

وی درخصوص سیسـتم حمل و نقل عمومـی و طرح ترافیک گفت: احتمـال لغو طرح ترافیـک وجود دارد و اینکه مجدداً طرح آزاد شـود تا شـهروندان بیشـتر از خودروی شـخصی اسـتفاده کنند. این مقام مسـئول به جلسـه‌ای که برگزار شده بود اشـاره کرد و گفت: ما اعلام آمادگی کردیم و تابع تصمیمات هسـتیم. وی درخصوص تجهیز سـه سـوله مدیریت بحران شـهر تهران گفت: در حال حاضر چند نفری از این سـوله‌ها استفاده می‌کنند اما تعدادشان کم است اما سوله‌ها پابرجا هسـتند. نمی‌شـود در حال حاضر مردم خسته را بار دیگر در خانه نگه داشـت زمانی که کرونا در کشور شیوع پیدا کرد، شعار «مردم در خانه بمانید» از سـوی مسئولان مدام تکرار می‌شـد و مردم را تشویق به در خانـه ماندن می‌کردند، اما وزیر بهداشـت می‌گوید نمی‌شـود در حال حاضر مردم خسته را بار دیگر در خانه نگه داشت.

نمکی، وزیر بهداشـت می‌گوید: بیشترین خسارت را وزارت بهداشت در کرونا داده اسـت. عده‌ای دچار سـهل‌انگاری شدند، چه مردم و چه برخی دوسـتان غیرمـردم در جاهای دولتی و خصوصی این دسـتاورد عظیم ملی به دست آمده را ساده انگاشتند.

وی با تأکید بر این موضوع که بیشـترین زیان را ما در بخش سلامت دادیـم و هیچ بخشـی به اندازه ما اذیت نشـده اسـت، گفـت: همه از کانون‌های کرونا فرار کردند، اما بچه‌های ما دل به کانون عفونت دادند. بیمارسـتان‌های دانشـگاهی از درآمد اختصاصی خود ۱۵درصد درآمد داشـتند ما بیشـترین زیان‌های جانی، مالی و حیثیتی را در این مدت داشته‌ایم.

۲۰درصد لوازم یدکی خودرو در بازار تقلبی است

سـخنگوی اتحادیه فروشـندگان لوازم یدکی خودرو گفت متاسفانه منکر وجود جنس تقلبی و فیک در بازار نیسـتیم و حدود ۲۰درصد از قطعات در حال حاضر بی‌کیفیت است.

مهـدی کاظمـی در گفت‌وگوی تلفنـی با خبرنگار گـروه اقتصادی خبرگزاری صدا وسـیما، افزود: دولت باید بـا کالای تقلبی مبارزه کند و یکـی از راه‌های این بازار کمک گرفتن از خود اعضای ۱۰ هزار نفری اتحادیه لوازم یدکی خودرو در تهران است.

وی گفت: اعضای صنف لوازم یدکی هم کارشناسـان خبره‌ای هستند و هـم مدیران بسـیار خوب کـه می‌توانند به گمـرک و وزارت صمت کمک کنند و هر قطعه‌ای که قرار اسـت وارد کشـور شود به اتحادیه و کارشناسان معرفی شود تا از سلامت و کیفیت آن اطمینان حاصل شود و بعد اجازه ورود داده شود. آقای کاظمی درخصوص برخورد اتحادیه با متخلفین و فروشندگان لوازم یدکی تقلبی هم گفت: روزانه در اتحادیه بین ۵ تا ۱۰ پرونده شـکایت از اعضا رسـیدگی می‌شـود که از تاریخ ۹۷/۱/۱ تـا به امـروز حدود ۲ هزار پرونده مورد رسـیدگی قرار گرفته است. سـخنگوی اتحادیه فروشـندگان لوازم یدکی خودرو گفت: افراد متخلف را به اتحادیه دعوت می‌کنیم، اخطار می‌دهیم، جریمه می‌کنیم، درج در پرونـده می‌کنیم، امـا قانونی نداریم که بتوانیم در همان لحظه واحد صنفی را پلمب کنیم، اما درنهایت اگر اخطارها زیاد شود و تخلف گسـترده شود، پرونده به اتاق اصناف و در نهایت از آنجا به اماکن برای تعطیلی واحد صنفی ارجاع داده می‌شـود. کاظمی علت افزایش قیمت لـوازم یدکی در بازار را هم چند دلیل عنوان کرد و گفت: علت اول که بر همه صنوف تاثیر گذاشـته افزایش نـرخ ارز بوده، علت دوم عدم داد و سـتد با کشـورهای همسـایه و تعطیلی بنادر آن‌ها به خاطر ویروس کرونا بوده اسـت و علت سـوم هم عدم ترخیص کالا از سوی گمرکات و ناهماهنگی در دولت اسـت. وی اضافه کرد: از بهمن ۹۸ تا الان بارها به دولت گفته‌ایم و هشـدار داده‌ایم که بـه خاطر کمبود قطعه افزایش قیمت در پیش داریم، اما واقعاً کسی تا به امروز به داد ما نرسیده است.

وی افزود: امروز سازمان صمت و خود دولت مقصر این قضیه است و اتحادیه با تمام توان و چنگ و دندان آماده واردکردن قطعات باکیفیت به کشـور اسـت و می‌توانیم لوازم یدکی و قطعات بازار را تامین کنیم که این امر هم نیاز به کمک گمرک دارد تا به محض ورود قطعه آن را ترخیص کنند تا وارد بازار شود و قیمت‌ها کاهش پیدا کند.

واردات اتوبوس‌های کارکرده مسکنی مقطعی در برابر کاهش تولید

عضو کمیسـیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ضمن تاکید بر لزوم به‌روزرسـانی نـاوگان حمل‌ونقل داخلـی، واردات اتوبوس‌های کارکرده را مسکنی مقطعی دانست.

سیدجواد حسینی کیا در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص چرایی واردات اتوبوس‌های کارکرده اظهار داشـت: به دلیل محدودیت ظرفیـت تولید در بخش قطعات و سـایر مشـکلات، مقرر بر این شـد کـه واردات اتوبوس‌هـای کارکـرده منحصرا برای نـاوگان حمل ونقل درون‌شهری در دستور کار قرار گیرد.

وی افـزود: هرچند هزینه تمام شـده واردات این اتوبوس‌ها، کمتر از تولید داخل نیست اما به عنوان مسکنی در مقطع فعلی است اما اساسا تولید داخلی می‌بایست رونق یابد.

نماینده مردم سنقر در مجلس یازدهم شورای اسلامی ادامه داد: تداوم این رویه در درازمدت به ضرر ناوگان حمل و نقل، سـازندگان داخلی و رانندگان است اما در موقعیت فعلی برای حل مقطعی مشکلات ناوگان حمل ونقلی راهگشا است.

حسـینی کیا بیان کرد: کشورهای اروپایی علاوه بر اینکه خودروهای بیش از ۵ سـال سـاخت را از چرخـه مصرف خـارج می‌کنند، مالیات سـنگینی برای نگه‌دارندگان این نوع خودروها وضع می‌کنند لذا همین امر انگیزه و زمینه فروش این خودروها به کشـورهای متقاضی را فراهم می‌نماید.

وی با اشـاره به اینکه سوخت تولید داخل از اسـتاندارد و همخوانی کافی برای اسـتفاده در اتوبوس‌های وارداتی برخوردار است، گفت: توان سـاخت داخلـی این اتوبوس‌ها وجـود دارد اما بروز شـرایط تحریمی، موجـب کاهش ظرفیت تولید داخلی شـده و برای پر شـدن این خلأ، دولـت تصمیم بـر واردات تعداد محدودی اتوبوس بـرای ناوگان حمل ونقل عمومی کارکرده نموده است.

عضو کمیسـیون صنایع و معادن مجلس شـورای اسـلامی در پایان خاطرنشـان کرد: قطعا می‌بایسـت در درازمدت، تسهیلات کافی برای به‌روزسانی ناوگان حمل و نقلی و کمک به رانندگان در اختیار آنها قرار گیرد تا ناوگان داخلی از فرسودگی خارج شود.

اخبار

کمک به خودروسازان برای تولید خودروی باکیفیت

تولید خودرو در ایران پیشرفت داشته است

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس معتقد است فرصت مناسبی به خودروسازان برای تولید خودرو داده شده است.

لطفالـه سـیاه‌کلی، عضو کمیسـیون صنایـع و معـادن مجلس در گفت‌وگو بـا خبرنگار خبرگزاری خانه ملت دربـاره ضرورت نظارت بر عملکرد خودروسـازان، گفـت: از آنجایی که تمام اعضای کمیسـیون صنایع و معادن بر رسـیدگی به مشکلات صنعت خودروسازی و بهبود کیفیـت خودروهای تولیدی، افزایش عرضه و ... تاکید دارند، نظارت بر خودروسازان را یکی از اصلی‌ترین اولویت‌های کمیسیون قرار دادند.

نماینـده مـردم قزوین در مجلس شـورای اسـلامی با بیـان اینکه کمیسیون صنایع و معادن با دعوت از مسئولان مرتبط، موضوع خودرو را بررسـی می‌کند، افزود: جمهوری اسـلامی ایران فرصت مناسبی به تولیدکنندگان داخلی برای تولید خودرو داده و مردم نیز طی سال‌های گذشـته به منظور رونق تولید، خرید خـودروی داخلی را اولویت خود قرار دادند که این امر بهبود کیفیت خودروهای داخلی را می‌طلبد.

ایـن نماینده مردم در مجلـس یازدهم با تاکید بـر افزایش کیفیت خودروهـای داخلـی، اظهـار کـرد: اگرچـه صنعـت خودروسـازی پیشـرفت‌هایی داشـته اما باید با توجـه و نظارت بیشـتر بر مدیریت خودروسـازان، زمینه تولید خودروهای بـا کیفیت بالاتر را فراهم کرد. بنابرایـن خودروسـازان باید تمام تلاش خود را بـرای بهبود کیفیت و کمیت به کار ببرند.

تمام جایگاه‌های سوخت از امسال مشمول مالیات بر ارزش افزوده هستند

سـازمان امور مالیاتـی اعلام کرد تمامـی جایگاه‌داران سـوخت با هـر حجم از فروش یا درآمـد که به موجب فراخوان‌هـای قبلی برای دریافت مالیات بر ارزش افزوده فراخوان نشـده‌اند، مشـمول این قانون از ابتدای۹۹هستند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از مهر، سـازمان امور مالیاتی اعلام کرد تمامی جایگاه‌داران سـوخت با هر حجم از فروش یا درآمد که به موجـب فراخوان‌های قبلی برای دریافت مالیات بر ارزش افزوده فراخوان نشده‌اند، مشمول این قانون از ابتدای ۹۹ هستند.

در اطلاعیه سـازمان امـور مالیاتی خطاب به جایگاه‌داران سـوخت آمده اسـت: بـا عنایت به مفاد جز (پ) بنـد (۳) آیین‌نامه اجرایی بند (الف) تبصره (۱۴) ماده واحده قانون بودجه سـال ۱۳۹۹ کل کشور و اختیارات حاصل از مقررات مـاده (۱۸) قانون مالیات بر ارزش افزوده، تمامی جایگاه‌داران سـوخت (فرآورده‌های نفـت و گاز) با هر حجم از فروش یا درآمد کالا و ارائـه خدمات که به موجب فراخوان‌های قبلی، تاکنون برای اجرای قانون فراخوانده نشـده‌اند، مشـمول اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده از ابتدای سال ۱۳۹۹ خواهند شد.

خودروهای ناقص در انتظار قطعات های‌تک

معاون بازاریابـی و فروش ایران خودرو گفت تا به امروز تعهدات ۱۳ خودرو به‌روز شـده و باقی تعهدات نیز تا پایان شهریورماه به‌روز خواهد شد که این خودروها شامل پروژه ۴۰۵ انژکتوری، پژو ۲۰۶ تیپ ۵، پژو ۲۰۶ اس دی، پارس اتومات، سـمندLX، پژو ۲۰۷ صندوقدار اتومات، رانا، رانا پلاس، دنا پلاس، دنا پلاس توربو شارژ و پژو ۲۰۰۸ هستند.

به گزارش پدال نیوز، بابک رحمانی در نشستی خبری گفت: تعهدات معوق در خودروهای مونتاژی از جمله تندر، سوزوکی و دانگ فنگ که تولید آنها با تحریم‌ها متوقف شده، تعیین تکلیف شده و در حال رایزنی باقی تعهدات هستیم که به زودی نهایی خواهد شد.

وی با اشاره به تولید ۱۴۲ هزار دستگاه خودرو تا به امروز گفت: این میزان تولید نسبت به دوره مشابه سال گذشته رشد ۳۱درصدی داشته اسـت. در همین حال تا به امروز ۹۵ هزار دستگاه خودرو تحویل داده شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۱درصد رشد داشته است.

وی افزود: از شـهریور سال گذشـته از ۲۰۰ هزار تعهد معوق به ۵۰ هزار دسـتگاه در حال حاضر رسـیده‌ایم که بهبود ۷۰درصدی داشته اسـت. رحمانی با تاکید بر ایجاد تعهد بـا زمان تحویل به‌موقع تصریح کـرد: به دنبال افزایش و ارتقای خدمات فرآیند فروش با هدف ارتقای سـطح مکانیزاسیون هستیم که بر این اساس ۶۰درصد تعهدات فروش فوق‌العـاده تحویل شـده و تا پایان تیرماه یعنـی دو ماه زودتر از موعد مقرر، تمام این تعهدات انجام خواهد شد.

رحمانـی درخصوص وضعیت تولید پژو GLX نیـز اظهار کرد: این خـودرو به عنوان یک محصول قدیمی از چرخه تولید خارج و تعهدات آن نیز همزمان با توقف تولید به طور کامل انجام شده است.

جزییات پیشنهاد اخذ مالیات از دلالی خودرو صفر

وزیر امور اقتصادی و دارایی، پیشنهاد اخذ مالیات پلکانی از خریداران خودرو صفر را مطرح کرده اسـت و این مالیات فقط در صورتی شامل خریداران می‌شود که خودرو را تا یک سال پس از خرید از کارخانه، در بازار بفروشـند. به گزارش پرشین خودرو، یک مقام مسئول وزارت امور اقتصـادی و دارایی در مورد مالیات خودرو، اظهار داشـت: وزیر اقتصاد اخیراً در نامه‌ای به شـورای عالی هماهنگی سـران قوا پیشـنهاد اخذ مالیات از خریداران جدید خودرو را ارائه کرده است.

وی افزود: براساس این پیشنهاد، از مابه‌التفاوت قیمت درب کارخانه تا بازار مالیات پلکانی اخذ خواهد شد.

این مقام مسئول در مورد جزییات این پیشنهاد ادامه داد: در صورتی که خریداران، مصرف‌کننده نهایی باشـند مشمول مالیات نخواهد بود. اگر در سـه ماهه اول پس از تحویل، خودرو به فروش برسـد ۷۵درصد تفـاوت قیمت خرید با بازار، مشـمول مالیات و پـس از این مدت، هر ماه ۸درصد از ۷۵درصد گفته شـده کسـر می‌شـود. مثـلا ۶۷ درصد مابه‌التفاوت قیمت در ماه چهارم مشمول مالیات می‌شود.

این مقام مسئول خاطرنشان کرد: این فرآیند تا ۱۲ ماه ادامه می‌یابد و پس از آن دیگری مالیات مابه‌التفاوت قیمت دریافت نخواهد شد.

وی تاکید کرد: این مالیات خاصیت تنظیم‌گری داشته و برای کاهش سـوداگری در بازار خودرو اسـت. البته این پیشـنهاد هنوز بررسـی و تصویب نشده است.

شتاب‌دهنده تخصصی حوزه کارآفرینی اجتماعی به راه می‌افتد

با امضای تفاهم‌نامه توسط ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری و انجمن حامیان فرهنگ قرض‌الحسنه ایران، ایجاد شتاب‌دهنده تخصصی در حوزه کارآفرینی اجتماعی در سال جاری در دستور کار قرار گرفت. این تفاهم‌نامه با هدف ایجاد اشتغال با رویکرد کارآفرینی اجتماعی در سطح ملی امضا شده است. استفاده از ظرفیت همیاری اجتماعی، قرض‌الحسنه و کارآفرینی اجتماعی برای توسعه اجتماعی، دیگر هدف این همکاری مشترک است. ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری و انجمن حامیان فرهنگ قرض‌الحسنه، همچنین توافق کردند تا با همکاری یکدیگر، برنامه‌های مشترک را برای حمایت از اشتغال خرد و خانگی در روستاها و شهرهای کوچک، اجرایی کنند.

دریچه

کرمی در آیین چهارمین دوره آزمون فناورد:

چالش اشتغال با مشارکت شرکت‌های بخش خصوصی رفع می‌شود

مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما صبح روز گذشته میزبان جمعی از مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های صنعتی و سازمان‌های مختلف بخش خصوصی بود که برای شرکت در «مجمع هماهنگی بخش خصوصی با محوریت ارزیابی و توانمندسازی سرمایه انسانی در دوران شیوع کرونا» آمده بودند. همچنین همزمان با این برنامه چهارمین آزمون استخدام بخش خصوصی افتتاح شد.

از آنجا که سرمایه‌های انسانی نوآور و خلاق مهم‌ترین رکن پیشرفت یک مجموعه محسوب می‌شود. آزمون‌های استخدام بخش خصوصی با پشتوانه مجموعه رقابت‌های مهارتی فناورد کار خود را آغاز کرد تا به تقاضای شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه تامین نیروی انسانی پاسخ داده شود. این آزمون‌ها تقاضای شرکت‌ها را شناسایی می‌کند و آن را به سمت سیستم ارزیابی نیروی انسانی پیش می‌برد. پس حرکت در آن به سوی آموزش‌های مبتنی بر نیاز شرکت‌ها و سازمان‌ها است.

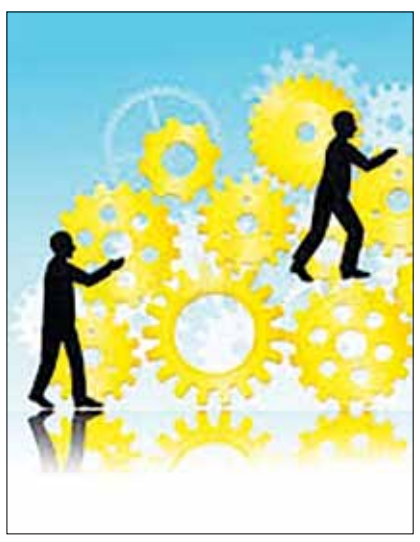
پرویز کرمی، مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این مراسم گفت: اصلی‌ترین چالش سال‌های اخیر مسئله اقتصاد و معیشت است و اشتغال یکی از مهمترین مشکلات این حوزه در حال حاضر کشور است که با کمک شرکت‌های پیشگام و فعال بخش خصوصی رفع آن ممکن می‌شود که از طریق مسئولیت اجتماعی، فنی و کاری خود را در این حوزه انجام دهند.

کرمی ادامه داد: دانشگاه‌ها پرورش‌دهنده نیروی انسانی در جامعه هستند که باید از این ظرفیت در شرکت‌های فناور بخش خصوصی و سازمان‌ها استفاده درستی کرد البته نقطه ضعفی در دانشگاه‌ها وجود دارد و آن این است که مهارت‌های لازم در کنار آموزش‌های آکادمیک برای ورود به جامعه و بازار کار به دانشجویان در زمان تحصیل داده نمی‌شود اما افراد موفقی نیز وجود دارند که همزمان با تحصیل مهارت‌های لازم را کسب می‌کنند.

عضو شورای سیاست‌گذاری مجموعه رقابت‌های تخصصی فناورد همچنین بیان کرد: در همین راستا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تلاش کرد تا با ایجاد زیست بوم فناوری و نوآوری این نقیصه را رفع کند تا با حمایت از پروژه‌های گوناگون دانش‌بنیان و استارت‌آپی این مشکل را رفع کند بنابراین شتاب‌دهنده‌ها و مراکز نوآوری در کنار دانشگاه‌ها و در دل شرکت‌های بزرگ به عنوان بازوهای کمکی کار خود را در این حوزه آغاز کردند تا دانشجویان رشته‌های گوناگون را برای ورود به بازار کار آماده کنند البته در این فعالیت معاونت جنبه تسهیلگری و سیاست‌گذاری کار نیز مدنظر قرار داده بود.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با بیان اینکه برای حرکت در این مسیر معاونت علمی از پلتفرم‌های خصوصی و موجود کشور مثل مجموعه فناور که رقابت‌های تخصصی و مهارت را در دستور کار داشت حمایت کرد، افزود: فعالیت این مجموعه از سال ۱۳۹۳ آغاز شد و در نهایت از طریق برگزاری آزمون‌ها دانشجویان و فارغ‌التحصیلان را به شرکت‌های نیازمند نیروی کار ماهر معرفی کرد. فناورد ایده خود را از مسابقات مهارتی و دانشجویی در دانشگاه صنعتی شریف توسعه داد تا اینکه آزمون استخدام بخش خصوصی و برای همه شرکت‌های جویای نیروی کار به همت آنها شکل گرفت البته همین جا پیشنهادی برای ادامه کار این مجموعه دارم که می‌بایست دائم در حال آسیب‌شناسی کار و نیز کم کردن هزینه‌ای که از افراد کارجو دریافت می‌کنند را کاهش و این هزینه را به کارفرما کارفرمایان اختصاص دهند.

به گفته کرمی، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این حوزه از همه شرکت‌های بخش خصوصی و دانش‌بنیان که در این حوزه فعالیت کنند نیز حمایت می‌کند. ما مخالف ایجاد انحصار هستیم حتی در این حوزه، سرمایه‌گذاری در این حوزه و به وجود آمدن شرکت‌های مشابه به نفع بخش خصوصی است، چراکه علاوه بر کمک به اشتغال فارغ‌التحصیلان، که متأسفانه آمار آنها در برابر آمار سایر بیکاران هست به شرکت‌های بخش خصوصی نیز برای جذب نیروی متخصص و مؤثر یاری می‌دهد. البته در معاونت علمی و بنیاد ملی نخبگان مشابه این فعالیت، اقداماتی انجام شده است که می‌توان به طرح احمدی روشن و طرح شهید بابایی اشاره کرد. در این طرح‌ها مسائل و نیازهای صنعت و شرکت‌های بزرگ دولتی اخذ و به دانشجویان مقاطع گوناگون ارائه می‌شود و آنها ضمن حل این مسائل از طریق قرار گرفتن در محیط ایجادشده مهارت‌افزایی در طول دوره مسائل و موضوعات صنعت را رفع می‌کنند.



براساس این گزارش، سامانه استخدام بخش خصوصی با تکیه بر تجربه ۵ ساله خود مبنی بر ارزیابی و مهارت‌سنجی بیش از ۱۰۰ هزار نفر با همکاری دانشگاه صنعتی شریف، پارک علم و فناوری و مجموعه‌های بخش خصوص و ارائه خدمت مهارت‌سنجی و راستی‌آزمایی به بیش از هزار و ۵۰۰ شرکت صنعتی، تجاری و دانش‌بنیان اقدام به ایجاد نخستین سامانه هوشمند استخدام در بخش خصوصی کرده است.

این سامانه با امکان ایجاد بانک مستعدان، مهارت‌سنجی و راستی‌آزمایی، استانداردسازی رزومه‌ها و ایجاد امکان مقایسه و رتبه‌بندی توانسته هزینه‌ها و زمان استخدام را تا ۶۰درصد برای شرکت‌ها کاهش دهد و از طرفی کمک کند متناسب‌ترین گزینه را برای موقعیت شغلی خود انتخاب کنند.

ثبت نام در چهارمین آزمون استخدامی بخش خصوصی از روز گذشته آغاز شد و تا ۳ مردادماه ادامه دارد.

تاکسی دریایی ا

به قلم: جان پورتر / خبرن

اوبر به عنوان بزرگ‌ترین تاکسی اینترنتی جهان اعلام کرده است که به زودی تاکسی‌های دریایی را نیز مورد استفاده قرار خواهد داد. در مرحله نخست قرار است که از این طرح برای جا به جایی درون‌شهری در کشور انگلستان، استفاده شود. در این رابطه اوبر برند Thames Clippers را خریداری کرده است تا تنوع خدمات خود را افزایش دهد. نکته جالب این است که شما برای استفاده از چنین تاکسی‌هایی از خود اپلیکیشن اوبر می‌توانید استفاده کنید. در این رابطه تنها کافی است تا کد QR را بر روی محل مشخص شده قرار دهید. این امر به معنای خواهد بود که در شرایط حال حاضر که کرون الزامی است. با این حال برخلاف حالت عادی قایق‌ها مقصدهای مشخص را داشته و این متفاوت باشد. یکی از مدیران اوبر در رابطه با به وسایلی که با آن مسافران تردد می‌کنند،

فعالیت استارت‌آپ‌های حوزه بانکی تسهیل می‌شود

تقویت توان استارت‌آپ‌ها عنوان یک تفاهم‌نامه همکاری است که میان ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و شرکت فرابوم به عنوان نخستین پلتفرم بانکداری باز کشور امضا شد؛ تفاهم‌نامه‌ای دوجانبه برای تسهیل فعالیت استارت‌آپ‌های فعال حوزه بانکی کشور.

این تفاهم‌نامه با هدف به‌کارگیری ظرفیت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و شرکت فرابوم در حوزه توسعه فناوری‌های دیجیتال و هوشمندسازی مبتنی بر API در بستر توسعه اقتصاد مشارکتی به امضا رسید.

حمایت از توسعه محیط سندباکس برای افزایش ظرفیت خدمت‌رسانی و عملیاتی‌سازی اتصال تجاری کسب‌وکارهای منتخب از دیگر اهداف این تفاهم‌نامه همکاری مشترک است.

مهدی محمدی، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در مراسم امضای این تفاهم‌نامه همکاری، گفت: یکی از برنامه‌های معاونت علمی و فناوری برای ارائه سرویس به استارت‌آپ‌ها، راه‌اندازی کمپین کرونا پلاس بود. در حال حاضر ۶۰۰ شرکت و استارت‌آپ فعال در حوزه خدمات آنلاین در این کمپین حضور دارند و سرویس‌های مرتبط با بیماری کرونا را ارائه می‌کنند.

به گفته محمدی، این شرکت‌ها در حوزه‌های مختلف خدمات آنلاین مانند آموزش، سلامت، ورزش، سرگرمی و توریسم، تولید محتوا، نوآوری اجتماعی، فروشگاه‌ها و ... به مردم خدمت‌رسانی می‌کنند. ۳۰۰ استارت‌آپ فعال در این کمپین شرایط بزرگ شدن و توسعه بازار و محصولات خود را داشتند.

وی افزود: از این تعداد، ۱۸۰ استارت‌آپ با دریافت تسهیلات مالی از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری حمایت شدند و بقیه هم با دریافت سوبسید و استفاده از خدمات زیرساختی و بازاریابی مورد حمایت قرار گرفتند.

رج‌های فرش ماشینی با دستگاه بافندگی ایرانی گره می‌خورد

یک شرکت دانش‌بنیان موفق شده است با بومی‌سازی سیستم بافندگی، تولید فرش ماشینی در کشور را توسعه دهد. با توجه به شهرت جهانی فرش ایرانی، تولید و صادرات فرش‌های ماشینی می‌تواند باعث توسعه اشتغال در کشور شود.

با وجود آن‌که، فرش ایرانی در سال‌های اخیر رقبای بسیار جدی در بازارهای جهانی پیدا کرده است، اما هنوز فرش دستباف ایرانی معتبرترین برند محسوب می‌شود. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تلاش کرده است با ترکیب هنر ایرانی فرش‌بافی و فناوری‌های مدرن و به‌روز، این صنعت را به پیش ببرد. به همین دلیل کانون هماهنگی، دانش، صنعت و بازار فرش دستباف ایران با حمایت این معاونت تاسیس شد. علاوه بر این ده‌ها شرکت دانش‌بنیان و فناور در این زمینه فعالیت دارند. این شرکت‌ها دستگاه‌ها و ماشین‌آلات مورد نیاز این صنعت را بومی‌سازی می‌کنند تا کشور در این زمینه نیازمند واردات نباشد.

شرکت دانش‌بنیان فنی و مهندسی نمادپردا یکی از این شرکت‌ها است که در زمینه تولید ماشین‌آلات بافندگی فعالیت دارد.

علیرضا مهران‌شریفی، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان گفت: در حال حاضر فرش ماشینی، بازار بسیار گسترده‌ای دارد به همین خاطر لازم است تا دستگاه‌ها و تجهیزات موردنیاز این صنعت به صورت کامل در داخل تولید شود. سیستم دستگاه بافندگی موسوم به ژاکارد الکترونیکی یکی از این تجهیزات است که نقش مهمی در خط تولید بافت فرش ماشینی دارد. این دستگاه در داخل شرکت بومی‌سازی شده و به تولید انبوه رسیده است.

وی در ادامه گفت: سیستم بافندگی که به نام ژاکارد الکترونیک مشهور است از اجزای مختلف مکانیکی، الکترونیکی و کامپیوتری تشکیل شده است. تولید این دستگاه بافندگی در داخل کشور توانسته است باعث صرفه‌جویی ارزی قابل توجهی شود و کشور را از واردات آن بی‌نیاز سازد.

دانش‌بنیان‌های ایرانی به نمایشگاه واردات چین می‌روند

چین اعلام کرده که با پایان گرفتن بیماری کرونا در کشورش قصد دارد «سومین نمایشگاه بین‌المللی واردات» را برگزار کند؛ اتفاقی که در دوره قبلی توانست ۳ هزار شرکت از ۱۵۰ کشور را دور هم جمع کند. ایران هم در دوره دوم آن با ۱۵ شرکت در این نمایشگاه حضور داشت. امسال هم با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری دانش‌بنیان‌های ایرانی به سومین دوره این نمایشگاه می‌روند. نمایشگاه واردات شانگهای یکی از نمایشگاه‌های مهم و بزرگ جهان است که می‌تواند فرصت مناسبی برای عرضه و معرفی کالاها و محصولات ایران‌ساخت باشد؛ نمایشگاهی که فضایی برای دانش‌بنیان‌های ایرانی است تا با حضور در آن، زیان‌های اقتصادی خود را جبران کنند.

یادداشت

راهکارهایی موثر برای ارتقای توانبخشی شناختی در جامعه

محمدتقی جغتایی: مشاور ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در امور آموزش

ارتقا و توانبخشی شناختی یکی از قلمروهای علوم شناختی است که در سال‌های اخیر فعالیت‌ها در این حوزه گسترش یافته است.

به موازات درمان‌های دارویی و جراحی، مداخلات شناختی برای درمان اغلب بیماری‌های شناختی بسیار موثر است و می‌تواند مکمل درمان‌های دیگر باشد. پیشگیری از افت عملکرد شناختی و افزایش توانمندی‌های شناختی با استفاده از ابزارها و مداخلات شناختی نیز از راه‌های موثر برای ارتقا و توانبخشی افراد جامعه به ویژه سالمندان است. در این زمینه تشکیل و فعالیت کارگروه ویژه ارتقای توانایی‌های شناختی آحاد جامعه در ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از اقدامات و تلاش‌های مثبت برای ارتقا و توانبخشی است. تلاش می‌شود با اجرای طرح‌های پژوهشی و کمک به طراحی، تولید و بومی‌سازی ابزارها و تکنولوژی‌ها، زمینه لازم برای حفظ و ارتقای توانمندی‌های شناختی فراهم شود.

ارتقای توانمندی‌های شناختی آحاد جامعه، حفظ و پیشگیری از افت این توانمندی‌ها با افزایش سن و بازتوانی برای افرادی که دچار مشکلات شناختی می‌شوند از اولویت‌های ملی است. افزایش سواد سلامت شناختی برای ارتقا و حفظ توانمندی‌های شناختی در راستای استفاده از روش‌های مبتنی بر شواهد علمی در اولویت قرار دارد.

در راستای تحقق اهداف و برنامه‌های راهبردی این ستاد برای حفظ و ارتقای توانایی‌های شناختی، برگزاری فراخوان حمایت از طرح‌های پژوهشی در زمینه ارتقا و توانبخشی شناختی و نیز چالش توسعه محصولات و خدمات شناختی سالمندان در دستور کار قرار گرفته است. در فراخوان حمایت از طرح‌های پژوهشی در حوزه توسعه روش‌ها و ابزارهای ارتقا و توانبخشی شناختی، پروپوزال‌های دریافتی از پژوهشگران، اساتید و شرکت‌های دانش‌بنیان مورد بررسی می‌شود و در بخش چالش توسعه محصولات و خدمات شناختی سالمندان، تولید، توسعه و بومی‌سازی بازی‌ها و برنامه‌های دیجیتال، بسته‌های مداد- کاغذی و فیزیکی، اپلیکیشن، فناوری و ابزارهای ارتقا و توانبخشی از محورهای این چالش است.

منبع: isti.ir

قصه‌ها توانمندی‌های کودکان را تقویت می‌کند

نتایج انجام پژوهشی توسط محققان کشور نشان می‌دهد که قصه‌ها در تقویت توانمندی‌های کودکان و اصلاح رفتار آنها نقش دارند. نتایج این پژوهش علاوه بر قصه‌نویسان و مترجمان آثار داستانی کودک برای روانشناسان و روان‌درمانگران کودک و نوجوان مفید است.

آیا تا به حال به این فکر کردید که قصه و داستان می‌تواند در تربیت و اصلاح ناهنجاری‌های رفتاری و شخصیتی کودکان نقش داشته باشد. علاوه بر این در تقویت توانمندی‌های آنان برای تامین نیازها نقش موثری دارد.

با توجه به اهمیت این موضوع محققان در دانشگاه تربیت مدرس طرحی پژوهشی با عنوان «بررسی نقش داستان‌ها در آموزش و تربیت کودکان» را انجام دادند. آنها از پشتیبانی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در انجام آن بهره‌مند شدند.

اما اهمیت این موضوع چیست؟ کودک با مطالعه داستان‌های مناسب با شخصیت اصلی داستان هم‌ذات‌پنداری می‌کند و اینگونه در تجربه‌های او سهیم می‌شود. او تجربه‌های قهرمان داستان را با تجربه‌های خود مقایسه می‌کند. در صورتی که تفاوتی میان این تجربه‌ها ببیند، می‌اندیشد و در رفتارهایش بازنگری می‌کند که در بیشتر موارد به تغییر در رفتار او می‌انجامد. کودک می‌تواند در این فرآیند به تخلیه هیجان‌های نهفته خود بپردازد و سرانجام به آرامش روحی و روانی دست یابد. در حقیقت کودک به شکل‌های گوناگون با داستان‌های مناسب ارتباط برقرار می‌کند و از آنها به شیوه‌های گوناگون می‌آموزد و تربیت می‌شود.

تأثیر قصه‌ها و داستان‌های کودکان بر رفتار آنها

هدف کلی این طرح که از شاخه‌های نقد روانشناسانه است، تبیین و بازشناخت تأثیر قصه‌ها و داستان‌های کودکان (داستان‌های منتخب)، بر باورها، رفتارها و چگونگی تقویت توانمندی آنان در ارضای نیازهای‌شان است و اینکه هر قصه یا داستان چگونه و با چه کودکانی ارتباط برقرار می‌کند. از دیگر اهداف عمده این پژوهش، تبیین توانمندی نظریه ویلیام گلاسر، در تحلیل کتاب‌های مربوط به کودکان است و اینکه چگونه می‌توان براساس این نظریه به تحلیل داستان‌های کودکان پرداخت.

ابزاری مناسب برای تغییر باورها

به گفته سمیه رضایی، مجری این طرح پژوهشی، خواندن و گوش‌سپردن به قصه و داستان یکی از اصل‌ترین سرگرمی‌های کودکان در دوره طفولیت است. به همین دلیل قصه و داستان می‌تواند ابزاری مناسب برای اصلاح رفتار و تغییر باورهای کودکان باشد. هر روزه در جهان و ایران قصه‌ها و داستان‌های زیادی (تالیف و ترجمه) برای کودکان نوشته و منتشر می‌شود که در این میان، برخی از این داستان‌ها به عنوان داستان‌های برگزیده معرفی می‌شوند. سوال اصلی این است که آیا نویسندگان و منتقدان آثار داستانی کودک در زمان تدوین و نقد اینگونه آثار تا چه حد به جنبه‌های درمانی و اثربخشی این داستان‌ها در تغییر یا بهبود رفتار کودکان توجه دارند؟ به نظر می‌رسد، بررسی و نقد و تحلیل این داستان‌ها به لحاظ چگونگی تأثیرگذاری آنها بر روح و روان کودکان این سرزمین، در کاربردی‌تر کردن این داستان‌ها از ضروریات است.

درمان کودکان با قصه‌ها

نتایج این طرح علاوه بر آنکه قصه‌نویسان و مترجمان آثار داستانی کودک را درخصوص میزان تأثیرپذیری و تغییر رفتار کودکان از مفاهیم مندرج در داستان آگاه می‌کند، برای روانشناسان و روان‌درمانگران کودک و نوجوان از منظر شناساندن ساختار قصه و داستان و دیگر جنبه‌های ادبی آثار، برای تحلیل‌های روانکاوانه و روانشناسانه مفید فایده است. همینطور در بازشناخت جایگاه نظریه‌های روان درمانی، خصوصا نظریه گلاسر و تبیین میزان و چگونگی کاربرد این نظریات در ادبیات، خصوصا ادبیات کودک، گامی مؤثر است.

پس از این طرح پژوهشی و تبیین میزان و چگونگی تأثیرگذاری هر قصه بر روح و روان مخاطبان کودک، روانشناسان می‌توانند برای درمان کودکان از این قصه‌ها استفاده کنند. علاوه بر این مربیان و معلمان نیز می‌توانند براساس شخصیت و روحیات کودکان، داستان‌های مناسب را به آنان معرفی کنند. همین‌طور می‌تواند به والدین در انتخاب داستان‌های مناسب برای کودکان‌شان کمک کند. در نهایت می‌توان گفت نتایج این طرح در سازمان‌هایی چون آموزش و پرورش، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، سازمان بهزیستی و کتابخانه‌ها کاربردی و مفید است.

ایده جدید اوبر

گار - مترجم: امیر آل‌علی

عدم ارتباط انسانی نظیر رد و بدل کردن پول ا به تهدید جهانی تبدیل شده، بدون شک که مسافر مسیر را مشخص می‌کند، این امر باعث شده است تا نحوه کار با آنها کمی این طرح اعلام کرده است که تنوع بخشیدن باعث خواهد شد تا فشار بر روی یک یا چند نوع خاص از وسایل نقلیه کاهش پیدا کند که این امر خود کمک به رعایت فاصله اجتماعی و پیشگیری‌های لازم از انتقال ویروس کرونا خواهد بود. حال باید دید که این طرح تا چه حد می‌تواند موفقیت‌آمیز باشد. درواقع هنوز اطلاعاتی در رابطه با جزییات این طرح وجود ندارد. برای مثال حداکثر سرعت و ظرفیت آنها از جمله موارد مهمی است که احتمالا تا چند هفته آینده، به تمامی آنها پاسخ داده خواهد شد.

منبع: theverge.com

ابلاغ «دستورالعمل تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط»

بانک مرکزی «دستورالعمل تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط در سال ۱۳۹۹» را با هدف هموارسازی مسیر تولید ملی و حمایت از بنگاه‌های اقتصادی در راستای تحقق شعار جهش تولید، هدایت نقدینگی جامعه به سمت بخش‌های مولد و تامین مالی تولیدکنندگان داخلی و تأمین سرمایه در گردش بنگاه‌های اقتصادی به شبکه بانکی کشور ابلاغ کرد. به گزارش سنا، براساس اطلاعات دریافتی از سامانه ثبت‌نام واحدهای تولیدی، آمار عملکرد اجرای این طرح در سال ۱۳۹۸، حاکی از تامین مالی تعداد ۳۷ هزار و ۴۶۲ بنگاه اقتصادی کوچک و متوسط با تخصیص مبلغی معادل ۵۴۴ هزار و ۷۰۳ میلیارد ریال توسط شبکه بانکی است. گفتنی است، پیرو ابلاغ دستورالعمل تامین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در چهار سال گذشته و اتخاذ رویکرد مساعدت مقرراتی، زمینه مناسب‌تری به منظور تأمین مالی واحدهای یادشده فراهم شده و عملکرد مزبور نشان از همراهی و اهتمام نظام بانکی در اجرای تاکیدات مقام معظم رهبری و سیاست‌های دولت برای حمایت هرچه بیشتر از واحدهای تولیدی کوچک و متوسط دارد تا به این ترتیب امکان هدایت بهینه و صحیح منابع مالی موجود در راستای بهبود وضعیت اشتغال و رشد اقتصادی در کشور فراهم شود. در سال جاری نیز با توجه به شرایط ویژه اقتصادی و اعمال تحریم‌های ظالمانه علیه کشور، بانک مرکزی به منظور هموارسازی مسیر تولید ملی و حمایت از بنگاه‌های اقتصادی در راستای تحقق شعار جهش تولید، هدایت نقدینگی جامعه به سمت بخش‌های مولد و تامین مالی تولیدکنندگان داخلی و تأمین سرمایه در گردش بنگاه‌های اقتصادی را هدف‌گذاری کرده است. براساس این دستورالعمل بانک‌های عامل ملزم شده‌اند با توجه به حساسیت شرایط اقتصادی، بیشتر از گذشته و با احساس مسئولیت افزون‌تر، به موضوع تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط توجه جدی داشته باشند و علی‌رغم محدودیت منابع و مشکلات و تنگناهای اعتباری موجود، نسبت به اولویت‌بندی تسهیلات به گونه‌ای اقدام کنند که امکان دستیابی به اهداف تعیین شده در سال جهش تولید میسر شود.

شتاب‌دهنده تخصصی حوزه کارآفرینی اجتماعی راه‌اندازی می‌شود

با امضای تفاهم‌نامه‌ای توسط ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری و انجمن حامیان فرهنگ قرض‌الحسنه ایران، ایجاد شتاب‌دهنده تخصصی در حوزه کارآفرینی اجتماعی در سال جاری در دستور کار قرار گرفت. به گزارش ایسنا، تفاهم‌نامه همکاری میان ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با انجمن حامیان فرهنگ قرض‌الحسنه ایران با هدف ایجاد اشتغال با رویکرد کارآفرینی اجتماعی در سطح ملی، استفاده از ظرفیت همیاری اجتماعی، قرض‌الحسنه و کارآفرینی اجتماعی برای توسعه اجتماعی در حوزه کارآفرینی اجتماعی امضا شد. ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری و انجمن حامیان فرهنگ قرض‌الحسنه، همچنین توافق کردند تا با همکاری یکدیگر، برنامه‌های مشترک را برای حمایت از اشتغال خرد و خانگی در روستاها و شهرهای کوچک، اجرایی کنند. ارائه، خدمات رهیاری (منتورینگ) به هسته‌های کارآفرینی اجتماعی جهت راه‌اندازی و توسعه کسب وکارهای خرد، دیگر هدف این تفاهم بود. همچنین، طرفین با همکاری یکدیگر، شتاب‌دهنده‌های تخصصی در حوزه کارآفرینی اجتماعی تاسیس می‌کنند تا به استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های‌خلاق، در این حوزه خدمت‌رسانی کنند.

براساس این سند همکاری، ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و انجمن حامیان فرهنگ قرض‌الحسنه ایران، هسته‌های فناوری تشکیل می‌دهند تا با حمایت جوامع محلی، استعدادهای جوان را در روستاها و شهرهای کوچک شناسایی کنند. این مسئله می‌تواند به سنگ بنای کارآفرینی محلی بدل شود.

این تفاهم‌نامه، توسط سیدمحمدحسین سجادی نیری دبیر ستاد فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اسماعیل قادری‌فر رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی این معاونت و محمدحسین حسین‌زاده به نمایندگی از سوی انجمن حامیان فرهنگ قرض‌الحسنه و کارآفرینی اجتماعی به امضا رسید.

کارگاه برندینگ

پاساژ در کرونا؛ با قرار قبلی خرید کنید

ام‌بی‌ای‌نیوز: به زودی شاید روزی فرا برسد که شما مجبور باشید با قرار قبلی برای خرید به پاساژ بروید.

یکی از بزرگ‌ترین صاحبان مراکز خرید خرده‌فروشی در ایالات متحده آمریکا، یونیبیل-رودامکو-وستفیلد (یو آر دبلیو)، خود را برای بازگشایی پاساژهایش در سراسر کشور در چند مرحله مختلف، با انجام یک‌سری اقدامات مبتکرانه در راستای کمک به ایجاد احساس امنیت در دل بازدیدکنندگان، خرده‌فروشان و مدیران رستوران‌ها در طول دوران شیوع ویروس کرونا، آماده می‌کند.

بازدیدکنندگان از پاساژهای یو آر دبلیو حالا دیگر می‌توانند به وسیله تعیین قرار ملاقات از طریق اپلیکیشن موبایل وستفیلد، از یک فروشگاه خرده‌فروشی خاص دیدن کنند. آنها همچنین می‌توانند با بررسی تعداد افراد حاضر در یک پاساژ، در هر زمان معینی، بر روی اینترنت، برای انجام یک سفر در دوره‌های زمانی خلوت‌تر برنامه‌ریزی کنند. در ادامه امکان استفاده از پارکینگ‌های حاشیه‌ای در پاساژها برای بار کردن سفارشات آنلاین یا خرید سریع یک نوع غذا از یک رستوران خاص و مشخص در فود کورت از طریق اپلیکیشن «دور دش» (DoorDash) یا «اوبر ایتز» (Uber Eats) وجود دارد.

مدیر ارشد بازاریابی یو آر دبلیو، قادی هوبیکا، در قالب یک مصاحبه گفت: «از نظر ما، این بحران باعث ابداع چیزی نشده اما در زمینه سرعت نوآوری، ما را پنج سال جلو انداخته است.»

وی افزود که بسیاری از قابلیت‌های جدید یو آر دبلیو، مثل ویژگی تعیین قرار ملاقات در نرم‌افزار آن، در حقیقت از صنعت رستوراندارى الهام گرفته شده‌اند.

یو آر دبلیو با ۹۰ مرکز خرید در ۱۲ کشور جهان، در پاساژ لوکس «وستفیلد گاردن استیت پلازا» در شهر پاراموس ایالت نیوجرسی و پاساژ «وستفیلد سنچری سیتی» در لس‌آنجلس شعبه دارد.

روند بازگشایی شعب یو آر دبلیو در ایالات متحده آمریکا همچنان ادامه دارد.

یو آر دبلیو همچنین در حال ترسیم راه و نقشه‌ای برای کمک به حل یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های خرده‌فروشان در طول بحران کووید-۱۹ است که همانا اشباع موجودی یا عرضه بیش از تقاضا است.

به گفته صاحب پاساژ، او در پی کشف راه‌هایی برای انجام معاملات لحظه‌ای و ناگهانی در قالب نرم‌افزار وستفیلد جهت کمک به خرده‌فروشان برای رهایی از دست مرچاندایز یا کالاهای اضافی است. وی همچنین ممکن است از فضاهای خالی در برخی پاساژها استفاده کند تا به برندها اجازه دهد از طریق راه‌اندازی فروشگاه‌های «اوت لت» (outlet) کوتاه‌مدت، انجام اقدامات مبتکرانه و فروش اجناس با تخفیف‌های فراوان، از دست کالاهای اضافی خود خلاص شوند.

هوبیکا در مورد فضاهای موقتی گفت: «این اقدام منجر به افزایش امکان فروش و جذب تعداد بیشتری از مشتریان به فروشگاه‌ها می‌شود.»

با این وجود، در شرایطی که پاساژهای مختلف در سراسر کشور کم کم درهای خود را به سوی عموم مردم می‌گشایند، ظاهرا خریداران کاملا آمده بازگشت به وضعیت قبلی نیستند.

با توجه به اطلاعات دریافتی از شرکت تحقیقاتی «پلیسر دات ای آی» (Placer.ai)، در پاساژ «هیوود» شهر «گریمویل»، واقع در کارولینای جنوبی، متعلق به گروه املاک و مستغلات «سایمون»، برای مثال، میزان بازدید مشتریان در ماه مه، نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۶۳درصد کاهش یافته است. این شرکت تحقیقاتی از داده‌های اطلاعاتی تلفن همراه برای سنجش تعداد مصرف‌کنندگان بهره می‌برد. این پاساژ پس از تعطیلی موقت در تاریخ یکم ماه مه بازگشایی شد.

به هر حال، به گفته پلیسر دات ای آی، به نظر می‌رسد که میزان بازدیدها روز به روز افزایش می‌یابند. با مطالعه وضعیت ۱۱ پاساژ که اخیرا بازگشایی شده‌اند، مشخص شد که تقریبا هر روز پاساژها شاهد رشد قابل توجه میزان بازدیدها در مقایسه با روز قبل از آن هستند.

سایمون، بزرگ‌ترین صاحب پاساژ در کشور، پیش از این دست به بازگشایی حدودا نیمی از ۲۰۰ شعبه خود زده است.

یک شرکت تراست سرمایه‌گذاری املاک به نام «مکریچ» (Macerich) اخیرا اعلام کرد که ۲۰ پاساژ از دارایی‌های آن که ۱۱ عدد از آنها در آریزونا قرار دارند، هم‌اکنون کاملا بازگشایی شده‌اند. در ادامه برخی پاساژها، بنا بر احکام محلی، فقط سفارشات جانبی را تحویل می‌دهند.

براساس این گزارش، برنامه‌ریزی شده است که تا پایان ماه مه، ۳۵ مرکز خرید و تا اواسط ماه ژوئن، اکثر مراکز بازگشایی شوند.

مدیر اجرایی مکریچ، توماس او هرن، در بیانیه‌ای گفت: «این دوره زمانی اهمیت فروشگاه‌های سنتی و آفلاین را به عنوان محورهای اصلی فروش و سوددهی برای اکثر خرده‌فروشان نشان می‌دهد. همانطور که در این بازارها دیده‌ایم، در ادامه خریداران آمادگی بازگشت به بعضی از جنبه‌های مورد علاقه خود در زندگی را دارند.»

در ضمن، مدیران یو آر دبلیو خبر دادند که همزمان با بازگشایی پاساژهای این شرکت، محل‌های جدیدی برای شست‌وشوی دست‌ها تعبیه و ماسک‌هایی به متقاضیان داده خواهند شد.

هوبیکا در نهایت خاطرنشان کرد که براساس بازخورد مستاجران و مغازه‌داران، نیاز به ارائه این قبیل خدمات احساس شد.

منبع: cnbc/mbanews

چرا برندهای قدیمی مزیت بیشتری در مقایسه با برندهای جدید دارند؟

به قلم: واکر اسمیت کارشناس برندسازی و کسب و کار

ترجمه: علی آل‌علی

بازار کسب و کار همیشه شاهد ورود محصولات تازه است. شاید در نگاه نخست محصولات تازه باید به سرعت جای نمونه‌های قدیمی را پر کنند، اما در عرصه عمل چنین امری کمتر اتفاق می‌افتد. تجربه برند کوکاکولا در این زمینه بسیار جالب است. آنها در سال ۱۹۸۵ اقدام به تولید سری جدید نوشابه‌های‌شان با فرمول تازه کردند. در نگاه نخست این امر یک استراتژی برنده برای جلب نظر دامنه هرچه وسیع‌تری از مشتریان بود. با این حال فرمول جدید فقط ۷۹ روز دوام آورد. پس از آن شرکت مجبور به توقف تولید سری جدید نوشابه‌ها و بازگشت به فرمول قدیمی شد. اگرچه فرمول کوکاکولای جدید تا سال ۲۰۰۲ در نقاط مختلف جهان به طور محدود تولید می‌شد، اما هرگز موفق به جایگزینی کامل با فرمول قدیمی نشد. از آن زمان تا به حال همیشه بحث برتری محصولات و حتی برندهای قدیمی بر نمونه‌های جدید داغ بوده است. دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی در رقابت میان کوکاکولا و پپسی شبیه به جنگ سرد بود. هر دو برند دارای مزیت‌های بسیار زیادی در تولید نوشابه‌های خوشمزه بودند.

امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای ورود به بازارهای مختلف هستند. این امر با ایده‌های تازه و ارزیابی وضعیت مشتریان نسبت به استقبال از محصولات تازه همراه است. با این حال در عمل بسیاری از مشتریان به محصولات قدیمی و برندهای نام آشنا اعتماد بیشتری دارند. تجربه برند کوکاکولا در زمینه جایگزینی محصولات با یکدیگر اطلاعات بسیار زیادی برای ما دارد. هدف اصلی ما در مقاله پیش روی بررسی تجربه کوکاکولا در مورد یک ارزیابی کلی از برتری برندها و محصولات قدیمی نسبت به نمونه‌های تازه است.

قدیمی در برابر جدید؛ جنگی تمام‌عیار

وقتی یک محصول یا برند برای مدت‌زمانی طولانی در دسترس مردم قرار دارد، اغلب به آن عادت می‌کنیم. این امر نوعی واکنش طبیعی از سوی مردم لحاظ می‌شود. درست به همین خاطر محصولات قدیمی اغلب به سختی فراموش می‌شوند. همه ما خاطرات کودکی‌مان همراه با محصولاتی خاص است. تجربه نوستالژیک استفاده از همان محصولات در بزرگسالی احساس خوشایندی به افراد می‌دهد. مزیت اصلی برندهای قدیمی و محصولات‌شان در همین احساسات نهفته است.

با توجه به ارتباط عاطفی گسترده برندهای قدیمی با مشتریان‌شان، کار برای برندهای تازه و جدید دشوار خواهد شد. آنها در عمل باید خاطرات و احساسات تازه‌ای برای مشتریان ایجاد کنند. بدون تردید این امر در بسیاری از موارد به دلیل حضور رقبای قدرتمند و قدیمی با مشکل همراه خواهد شد. نکته مهم در این میان اهمیت رویدادهای ناگهانی است. بهترین نمونه در این میان تجربه قرنطینه در دوران اوج ویروس کروناست. بسیاری از فروشگاه‌های حضوری حتی با توسعه نمونه‌های آنلاین نیز به کارشان ادامه می‌دادند، با این حال کرونا به طور کلی وضعیت را تغییر داد. اکنون حتی فروشگاه‌های آفلاین نیز به سراغ تاسیس شعبه‌های آنلاین رفته‌اند. اگر شما نیز در حوزه کسب و کار فعالیت دارید، تغییر سلیقه مشتریان و ایجاد برتری در طرف برندهای تازه کار امر غیرممکنی نیست. مسئله اساسی در این میان توانایی برندها برای استفاده مناسب از برتری‌شان در مقابل کسب و کارهای بزرگ است. رویدادهای مهم همیشه نقش تعیین‌کننده‌ای در سرنوشت کسب و کارها دارد بنابراین شما باید همیشه آماده استفاده از رویدادهای تازه باشید. در غیر این صورت کمتر فرصتی برای غلبه بر برندهای بزرگ خواهید یافت.

بدون تردید برخی از کسب و کارها در طول دهه‌های متمادی کمترین تغییری نکرده‌اند. بهترین مثال‌ها در این زمینه صنعت هواپیمایی و اتوبوسرانی است. دو صنعت مورد بحث از زمان شکلگیری تغییر کاربری عجیبی نداشته‌اند. همین امر رقابت میان برندهای قدیمی و تازه را ساده‌تر کرده است. همچنین باید به ماهیت لوکس برخی از صنایع نیز توجه داشت. بر این اساس مشتریان فرصت اندکی برای تعامل نزدیک و تعلق خاطر به یک برند پیدا خواهند کرد.

ساده‌ترین مزیت همیشه پیچیده‌ترین نیست

استفاده از محصولات جدید همیشه همراه با امکانات گسترده و جذاب است. نکته مهم در این میان اولویت‌های مشتریان در استفاده از محصولات است. مزیت‌های مدنظر مشتریان به هنگام خرید محصولات و خدمات همیشه نمونه‌های پیچیده نیست. گاهی اوقات یک محصول ساده و خاطره‌انگیز توان تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف دارد بنابراین ما باید در استفاده از مزیت‌های مختلف برای جلب نظر مخاطب هدف بازنگری اساسی ترتیب دهیم. بسیاری از برندها جلب نظر مخاطب هدف را در پیوند با امکانات جانبی بیشتر ارزیابی می‌کنند. این نکته در مورد محصولات قدیمی برندهای دارای سابقه بسیار زیادی درست از کار درنمی‌آید. امروزه اغلب برندهای قدیمی دارای دامنه وسیعی از خدمات هستند، اما مزیت واقعی آنها همان سادگی و صمیمیت اصلی‌شان است. این نکته اغلب از دید برندهای تازه‌کار دور باقی می‌ماند.

بدون تردید رویدادهایی نظیر همه‌گیری کرونا بر روی سرنوشت کسب و کارها تاثیر بسیار زیادی دارد. رقابت تاثیرگذار با برندهای قدیمی همیشه امر دشواری محسوب می‌شود. بنابراین شما باید به دنبال موقعیت‌هایی مطلوب برای رقابت با برندهای قدیمی باشید. از سوی دیگر برندهای قدیمی نیز نیازمند آمادگی برای مقابله با شرایط متغیر هستند.

منبع: brandingstrategyinsider.com

چرا برندها باید جذاب، اصیل و سرگرم‌کننده باشند؟

انتظارات نسل جوان از برندها

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل‌علی

نسل جوان موسوم به نسل Z اکنون دیگر یک گروه خردسال محسوب نمی‌شوند. این گروه اکنون در سن فعالیت کاری و کسب درآمد هستند بنابراین توجه به این گروه به عنوان یکی از مهمترین مشتریان هدف برندها اهمیت بسیار زیادی دارد. برندهای بزرگ و کوچک در طول سال‌های اخیر به طور مداوم در تلاش برای جلب نظر مشتریان نسل جوان هستند، با این حال تعداد محدودی از برندها موفق به جلب نظر مشتریان مورد نظر شده‌اند. دلیل این امر سختگیری بسیار زیاد مشتریان نسل جوان در مورد تعامل با برندهاست. بازاریاب‌ها در تعامل با این دسته از مشتریان باید به نکات ریز و جزئی بسیار زیادی توجه داشته باشند. مهمترین ویژگی نسل جوان اتکا به اینترنت برای کسب اطلاعات موردنیازشان است. بر این اساس برندها باید سرمایه‌گذاری قابل توجهی بر روی استفاده از اینترنت در فرآیند بازاریابی و تبلیغات داشته باشند. چالش اصلی در این میان مهارت بالای مشتریان نسل جوان در کاربست شیوه‌های مسدودسازی تبلیغات است بنابراین بازاریاب‌ها در این زمینه مسیر دشواری برای تعامل با مخاطب هدف خواهند داشت. در طول شیوع ویروس کرونا نیز بسیاری از کاربران نسل جوان به دورکاری مشغول بوده‌اند، با این حساب فعالیت بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی نوعی ضرورت برای برندها محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از کارشناس‌ها نسبت به افزایش تاثیر فناوری بر روی زندگی مردم واکنش‌های منفی دارند. نکته مهم در این میان خوشبینی عمیق نسل جوان نسبت به تاثیر فناوری‌های مدرن بر روی زندگی است بنابراین برندهای فعال در زمینه فناوری‌های نوین شانس بسیار بالایی برای جلب نظر مشتریان نسل Z دارند. وظیفه اصلی برندها در این میان تمرکز بر روی نکاتی مانند جذابیت و اصالت در رابطه با مشتریان نسل جوان است. امروزه مشتریان نسل Z به دنبال برندهای اصیل هستند بنابراین اگر شما در زمینه تولید محصول و کمپین بازاریابی به صورت اصیل و غیرتقلیدی عمل کنید، توجه مشتریان نسل Z به طور خودکار به شما جلب می‌شود. این نکته در حوزه بازاریابی یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های نسل جوان محسوب می‌شود. بسیاری از برندها به دلیل عدم آشنایی با این ویژگی نسل جوان اقدام به بازاریابی به شیوه‌های سنتی برای این گروه سنی می‌کنند. توصیه اساسی ما برای برندها و بازاریاب‌ها در تعامل با نسل Z توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد این گروه است. شما امکان تعامل سازنده با این گروه از مشتریان با استفاده از شیوه‌های بازاریابی سنتی را ندارید، بنابراین باید به دنبال راهکارهایی مانند ایجاد جذابیت، اصالت و همچنین تلاش برای سرگرم‌سازی مخاطب هدف باشید.

منبع: marketingdive.com

بررسی شیوه‌های کسب اطلاعات بازاریابی از پلتفرم‌های اجتماعی

بازاریابی با استفاده از اطلاعات شبکه‌های اجتماعی

به قلم: دومنیکا دی اوتاویو کارشناس برندسازی در شرکت فراکتل
ترجمه: علی آل‌علی

تولید محتوای جذاب برای مخاطب هدف همیشه امر دشواری است. برندها و بازاریاب‌ها باید همیشه محتوای جذاب، به‌روز، تعاملی و همراه با اطلاعات کاربردی در اختیار کاربران قرار دهند. من در طول هفت سال فعالیت به عنوان بازاریاب و کارشناس برند در شرکت‌های مختلف هنوز هم به هنگام تولید محتوا با تردیدهای بسیار زیادی در مورد کیفیت نهایی محتوای موردنظر مواجه هستم. مهم‌ترین درس من در طول این مدت اهمیت داده‌ها و اطلاعات معتبر برای تولید محتوای جذاب است. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای تولید محتوا هستند. مخاطب هدف ما در طول روز تعداد قابل توجهی از محتوا را مشاهده می‌کند، اما به تمام آنها به صورت یکسان واکنش نشان نمی‌دهد. امروزه مشتریان در بازارهای مختلف علاقه‌مند به مشاهده محتوای بازاریابی مرتبط با نیازهای‌شان هستند. اگر ما به دنبال تحقق این هدف و تعامل هرچه بهتر با مخاطب هدف هستیم، باید به دنبال راهکارهایی برای ارزیابی محتوای‌مان باشیم. این امر نوعی کار ویژه روش شناختی است. بر این اساس بازاریاب‌ها امکان نظارت بر روند تولید محتوا را خواهند یافت.

بدون تردید راهکارهای بسیار زیادی برای بازاریابی و تولید محتوا در دوران کنونی وجود دارد. هدف اصلی ما در این بخش توجه به شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از منابع اصلی دستیابی به اطلاعات کاربردی است. امروزه بسیاری از برندها از شبکه‌های اجتماعی در راستای بازاریابی، تبلیغات و همچنین برندسازی استفاده می‌کنند، با این حساب چرا نباید از شبکه‌های اجتماعی به عنوان منبع مناسبی از داده‌های دست اول استفاده کرد؟ امروزه اغلب مشتریان هدف برندها در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند بنابراین حضور در فضای شبکه‌های اجتماعی امری ضروری برای برندها خواهد بود.

استفاده از داده‌ها و اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی تاثیرگذار امر پیچیده‌ای نیست. امروزه تمام اخبار تازه ابتدا در شبکه‌های اجتماعی دست به دست می‌شود. بسیاری از صفحات معتبر در حال به‌روز رسانی اطلاعات و ارائه اخبار کاربردی به کاربران هستند. ما نیز به عنوان بازاریاب باید از اطلاعات موردنظر برای به‌روز رسانی فرآیند تولید محتوای‌مان استفاده کنیم. بدون تردید صحبت از استفاده اطلاعاتی از شبکه‌های اجتماعی بسیار ساده‌تر از اجرای آن است. ما در این مقاله به دنبال بررسی برخی از راهکارها برای استفاده بازاریابی از شبکه‌های اجتماعی هستیم. به این ترتیب شما بدون نیاز به خرید اطلاعات از آژانس‌های بازاریابی و صرف بودجه‌های فراوان به منبع اطلاعاتی مناسبی دسترسی خواهید یافت. نکته مهم درخصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عنوان منبعی برای تولید محتوا مربوط به ناکامی اغلب برندها در این فرآیند است. به همین خاطر میزان توجه کاربران به تولیدات بازاریابی برندها در طول چند سال اخیر به شدت کاهش یافته است. اگر ما به دنبال تغییر این شرایط هستیم، باید نحوه نگرش‌مان به شبکه‌های اجتماعی را تغییر دهیم.

شیوه‌های استفاده از داده‌های شبکه‌های اجتماعی

جمع‌آوری اطلاعات کاربری از شبکه‌های اجتماعی به صورت دستی امکان‌پذیر نیست. بسیاری از برندها در راستای بازاریابی بهینه با استفاده از اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی نیازمند اپ‌های واسطه‌ای هستند. چنین نرم‌افزارهایی امکان گردآوری و پردازش خودکار ابرداده‌ها از شبکه‌های اجتماعی را فراهم می‌سازند. امروزه سایت‌هایی نظیر اینستاگرام، فیس‌بوک و توییتر بیشترین کاربران را به خود جلب می‌کنند بنابراین ما باید به دنبال راهکارهایی برای استفاده از داده‌های موجود در این پلتفرم‌ها برای بهبود روند فعالیت برندمان باشیم. تولید محتوا از طریق استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای دسترسی به اطلاعات موردنیاز امر ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق این فرآیند را ندارند. دلیل اصلی این امر عدم آشنایی با شیوه‌های گردآوری اطلاعات و استفاده از آنهاست. ما در ادامه این مقاله به بررسی برخی از بهترین شیوه‌های موجود در زمینه گردآوری و استفاده از داده‌های معتبر در شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار خواهیم پرداخت. در این مسیر تمرکز اصلی ما بر روی شبکه‌های اجتماعی با طرفدارهای بسیار زیاد و امکانات استخراج ساده اطلاعات خواهد بود.

۱. استفاده از اینستاگرام برای یافتن ایده‌های جذاب

نخستین شبکه مورد توجه ما در این فرآیند اینستاگرام است. امروزه تمام کاربران با مزیت‌های اینستاگرام به خوبی آشنا هستند. تیم فنی این پلتفرم در طول یک دهه اخیر به طور مداوم امکانات تازه‌ای به آن اضافه کرده است. همین امر آن را بدل به یکی از پرطرفدارترین شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا کرده است. کمپین مورد بحث ما در این بخش مربوط به یک شرکت لوازم آرایشی و بهداشتی است. این شرکت در تلاش برای ایجاد کمپینی جذاب به سراغ ۴ میلیون کاربر مختلف در سراسر جهان رفت. هدف اصلی این برند یافتن جذاب‌ترین محل‌ها برای کاربران به منظور خرید لوازم بهداشتی بود. بر این اساس آنها در کمپین‌شان بر روی مناطق دارای بیشترین طرفدار در میان مشتریان‌شان تمرکز کردند. این امر امکان عرضه محصولات در فروشگاه‌های موردپسند مشتریان را افزایش داد. همچنین توجه ویژه‌ای از سوی مشتریان به کسب و کار شرکت جلب شد.

گاهی اوقات استفاده از اینستاگرام برای تولید محتوای بازاریابی نیاز به پیچیدگی بسیار زیادی ندارد. برخی از برندها به طور مداوم در تلاش برای پیچیده ساختن شرایط بازاریابی هستند. این امر نتیجه مناسبی بر روی فعالیت برندها ندارد. هرچه ما توانایی بیشتری برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اطلاعات‌شان برای تولید کمپین‌های بازاریاب ساده و صریح‌تر داشته باشیم، توجه بیشتری از سوی مخاطب هدف جلب خواهیم کرد. امروزه دیگر کاربران به کمپین‌های بازاریابی پرهزینه و شلوغ توجهی ندارند. متاسفانه هنوز برخی از برندها نسبت به این نکته مهم بی‌توجه هستند. همین امر موجب شکست شمار بالایی از کمپین‌های بازاریابی در طول سال‌های اخیر شده است. اگر ما نسبت به شناسایی ترندهای مورد علاقه کاربران از دل شبکه‌های اجتماعی بی‌توجه باشیم، روز به روز محتوای بازاریابی‌مان با نیازها و سلیقه آنها بیگانه‌تر خواهد شد.

۲. توییتر به مثابه منبع رسانه‌ای

استفاده از توییتر به عنوان منبع اطلاعاتی برای کمپین‌های بازاریابی تفاوت‌های گسترده‌ای با اینستاگرام دارد. فضای اینستاگرام بیشتر برای ارتباطات دوستانه مناسب است، اما توییتر فضایی رسمی‌تر محسوب می‌شود. همین امر حضور بسیاری از رسانه‌های خبری در توییتر را توجیه می‌کند. ارسال اخبار در قالب متن‌هایی کوتاه همیشه برای رسانه‌ها جذابیت دارد. این امر در کنار بازنشر محتوا به صورت مداوم بر اهمیت کار برندها می‌افزاید. اگر شما نیز به دنبال بازاریابی در فضای توییتر یا دست‌کم گردآوری اطلاعات کاربردی هستید، باید به فضای منحصر به فرد این شبکه اجتماعی توجه داشته باشید.

یکی از بهترین نمونه‌های مربوط به بازاریابی با استفاده از توییتر به عنوان منبع اطلاعاتی مربوط به موسسه تحقیقاتی Elite Daily است. این موسسه در زمینه پژوهش‌های کاربردی بر روی عادت‌های رفتاری تمرکز دارد. کمپین بازاریابی آنها برای جلب توجه کاربران به ثبت نام در سایت‌شان در مطالعه اطلاعات مربوط به تاثیر مصرف مواد مخدر و نوشیدنی‌های الکلی بر روی رفتار دانشجویان دانشگاه‌های ایالتی بود. بر این اساس آنها توییت‌های شمار بالایی از دانشجویان ایالتی را مورد تحلیل قرار دادند. این امر در کنار سایر شیوه‌های ارزیابی رفتاری موجب گردآوری منبع وسیعی از داده‌ها شد. نتیجه این فرآیند یکی از مهمترین کمپین‌های بازاریابی چند سال اخیر در زمینه علوم رفتاری بود. شاید در نگاه نخست جلب نظر مخاطب هدف به موضوعاتی نظیر تغییر رفاه دانشجویان امری دشوار باشد. نکته مهم در این میان جذاب‌سازی کمپین بازاریابی از طریق کاربست اطلاعات دقیق است. موسسه Elite Daily در این میان عملکرد بسیار خوبی از خود بر جای گذاشته است. همین نکته دست آنها را برای بازاریابی و توسعه هرچه بهتر برندشان باز گذاشت.

اشتباه برخی از برندها در زمینه گردآوری اطلاعات از شبکه‌های اجتماعی تلقی کسب و کارشان به عنوان نمونه‌هایی غیرجذاب است. به این ترتیب در عمل دیگر تلاشی برای افزایش جذابیت کسب و کارشان نمی‌کنند. نتیجه این امر ناتوانی در زمینه تولید محتوای بازاریابی است. امروزه بسیاری از برندها در بازار کسب و کار جذابیت اولیه چندانی برای مخاطب هدف ندارند، با این حال در طول فرآیند بازاریابی خود را بدل به گزینه‌هایی جذاب برای مخاطب هدف می‌کنند.

اگر شما به دنبال جست‌وجو برای اطلاعات موردنیاز برندتان در فرآیند بازاریابی هستید، باید نسبت به کلیدواژه‌ها در توییتر حساس باشید. بسیاری از برندها در عمل برای گردآوری اطلاعات متنی موردنیازشان از کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع کمپین‌شان استفاده می‌کنند. این امر نیازمند طراحی کلیدواژه‌های مناسب به صورت پیشینی است. بنابراین پیش از طراحی کمپین به دنبال یافتن یا خلق کلیدواژه‌های مناسب باشید.

خوشبختانه امروزه ابزارهای بسیار زیادی برای جست‌وجوی خودکار کلیدواژه‌ها وجود دارد. همچنین شما امکان یافتن کلیدواژه‌های مورد علاقه کاربران در شبکه‌های اجتماعی مختلف را نیز دارید بنابراین دیگر بهانه‌ای برای عدم ارزیابی دقیق سلیقه و نحوه فعالیت مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی نخواهید داشت.

۳. از پلتفرم‌های تخصصی غافل نشوید

بدون تردید پلتفرم‌هایی نظیر فیس‌بوک و توییتر در طول سال‌های متمادی کاربران بسیار زیادی به خود جلب کرده‌اند، با این حال چنین امری به معنای عدم اهمیت سایر شبکه‌های اجتماعی کوچک‌تر نیست. وقتی ما به دنبال مخاطب هدف خاصی هستیم، باید به دنبال شبکه‌های اجتماعی خاصی نیز باشیم. این امر نوعی بازی جذاب برای یافتن شبکه اجتماعی موردپسند دامنه مشخصی از کاربران محسوب می‌شود. اگر شما در صنعت رستوران‌داری فعالیت دارید، مشاهده برترین رستوران‌ها در نظر مشتریان اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها برای این امر برنامه مشخصی ندارند. توصیه ما در این بخش تلاش برای استفاده از نظرات کاربران در شبکه اجتماعی Yelp است. بدون تردید بسیاری از شما نام این پلتفرم را نشنیده‌اید. دلیل این امر ماهیت تخصصی آن در زمینه آشپزی و رستوران‌داری است. برندهای فعال در این صنعت امکان راه‌اندازی صفحه مخصوص خود و تعامل با مخاطب علاقه‌مند را خواهند داشت.

اگر برندهای فعال در صنعت‌های مختلف به دنبال تولید محتوای تخصصی برای مخاطب هدف علاقه‌مند به کسب و کارشان باشند، باید به پلتفرم‌های ویژه کسب و کارشان نیز توجه کنند. اشتباه برخی از برندها در این حوزه تمرکز صرف بر روی شبکه‌های اجتماعی عمومی است. به این ترتیب ما دیگر توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهیم داشت.

مزیت اصلی شبکه‌های اجتماعی در حوزه‌های تخصصی کسب و کار مربوط به بیان نظرات کاربران به صورت صریح است. ما در پلتفرم Yelp با کاربران علاقه‌مند به صنعت آشپزی و رستوران‌داری مواجه هستیم، با این حساب نظرات آنها دارای ماهیت تخصصی‌تری در مقایسه با دیگر شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. امروزه بسیاری از برندها حتی نسبت به پلتفرم‌های تخصصی در حوزه کسب و کارشان نیز اطلاعی ندارند بنابراین نخستین گام در این فرآیند کسب آگاهی هرچه بیشتر از وضعیت کسب و کارتان است. همکاری با دیگر برندهای دارای تجربه در راستای گردآوری اطلاعات مناسب برای بازاریابی ایده مطلوبی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توانایی ما برای اقناع دیگر برندها در راستای همکاری با ما به عنوان یک برند تازه‌کار است.

۴. تحلیل توییت‌ها برای دستیابی به اطلاعات متنی حرفه‌ای

استفاده از توییتر با تمرکز بر روی کلیدواژه‌ها به تنهایی کافی نیست. امروزه یکی از کاربردهای اساسی توییتر مطالعه عمیق توییت‌ها برای دستیابی به اطلاعات ویژه است. این امر تاثیر بسیار زیادی بر روی سرنوشت برندها دارد. برخی از برندها به دنبال تعامل نزدیک با مخاطب هدف براساس الگوهای ویژه‌ای هستند. این امر شامل یافتن کاربران علاقه‌مند به حوزه ورزش‌های دشوار یا حتی مشارکت در فرآیند تولید لوازم ورزشی است. بدون تردید این امر به صورت عادی از دل فرآیند بازاریابی بیرون نخواهد آمد بنابراین شما باید توییت‌های کاربران موردنظرتان را به صورت عمیق‌تر مورد مطالعه قرار دهید.

برند IBM در یکی از جذاب‌ترین کمپین‌های بازاریابی‌اش اقدام به ارزیابی توییت‌های کارآفرینان زن در توییتر کرد. هدف اصلی این برند شناسایی شخصیت‌های مستقل و کارآفرین برتر در شبکه‌های اجتماعی بود. این کمپین در سراسر دنیا توجه بسیار زیادی به خود جلب کرد. هدف اصلی IBM کمک به رونق کارآفرینی بانوان در کشورهای مختلف و معرفی برخی از کسب و کارهای موفق آنها بود. ایده‌های تازه در زمینه بازاریابی همراه با داده‌های معتبر همیشه تاثیرگذاری بالایی بر روی مخاطب هدف دارد بنابراین شما نیز مانند تجربه برند IBM باید به دنبال یافتن ایده‌های جذاب و کاربست آنها در دل فرآیند بازاریابی باشید.

ایراد اصلی بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی از طریق استفاده از داده‌های مربوط به شبکه‌های اجتماعی در حوزه فقدان خلاقیت در ایده‌پردازی است. بر این اساس بازاریاب‌ها به دنبال کسب موفقیت از دل داده‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی هستند. نکته مهم در این میان ضرورت داشتن ایده‌ای جذاب برای ترکیب با اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی است و در غیر این صورت شما توانایی تاثیرگذاری مطلوب بر روی مخاطب هدف را نخواهید داشت. امروزه بسیاری از برندها در عمل فقط به داده‌های خام در کمپین‌های‌شان اشاره می‌کنند. اگر ما این داده‌ها را براساس سطح نیاز برندمان شخصی‌سازی نکنیم، امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین خواهد رفت.

۵. اجرای نظرخواهی برای کسب اطلاعات معتبرتر

استفاده از اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی همیشه مشکلات خاص خود را دارد. بسیاری از برندها در این مسیر بر روی ماهیت قدیمی و غیرکاربردی برخی از داده‌های خام تاکید دارند. راهبرد جایگزین ما برای چنین برندهایی تلاش برای تولید داده‌های موردنیازشان است. امروزه اغلب شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار دارای بخش نظرخواهی از کاربران هستند بنابراین شما امکان افزایش دامنه اعتبار و کاربرد اطلاعات در دسترس‌تان با نظرخواهی از مشتریان را خواهید داشت.

مهم‌ترین نکته در مورد نظرخواهی از مشتریان مربوط به سطح جذابیت پرسش‌های‌مان برای مخاطب هدف است. اگر پرسش‌های ما فاقد جذابیت لازم برای مخاطب هدف باشد، کمتر کاربری به آن پاسخ خواهد داد. نتیجه این امر کاهش قابل توجه اعتبار پرسشنامه‌های ما خواهد بود. هرچه برند ما توانایی تعامل نزدیک‌تری با مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی داشته باشد، شانس بیشتری برای جلب نظر آنها خواهد داشت. همچنین باید به اهمیت همکاری با افراد تاثیرگذار (اینفلوئنسرها) برای جلب نظر هرچه بیشتر مخاطب هدف توجه داشته باشیم. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای تعامل با مخاطب هدف‌شان به سوی استفاده از مزیت همکاری با اینفلوئنسرها می‌روند.

گام بعدی در راستای بهبود وضعیت پرسشنامه‌های برند مربوط به کاربست محتوای بصری است. امروزه کاربران در شبکه‌های اجتماعی بیش از هر نکته دیگری به جلوه‌های بصری توجه دارند بنابراین هرچه جلوه‌های بصری برند ما جذاب‌تر باشد، شانس بهتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهیم داشت.

نکته پایانی درخصوص استفاده از پرسشنامه‌ها مربوط به حضور در شبکه‌های اجتماعی متعدد است. این امر دامنه افراد علاقه‌مند برای حضور در نظرخواهی ما را افزایش خواهد داد. این امر بر میزان اعتبار نتیجه نظرخواهی ما خواهد افزود.

امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای بازاریابی و تولید محتوا هستند، با این حال اغلب آنها توانایی تاثیرگذاری عمیق بر روی مخاطب هدف را ندارند. دلیل این امر فقدان جذابیت لازم کمپین‌ها برای جلب نظر مخاطب هدف است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از منابع اصلی دسترسی به اطلاعات مناسب اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از توصیه‌های تکمیلی ما در این زمینه شامل موارد ذیل است:

- تمرکز بر روی هشتگ‌های کاربردی برای دسترسی به داده‌های دقیق‌تر ضروری است. این امر بخش قابل توجهی از سردرگمی کاربران را کاهش خواهد داد.
- ورود به حوزه‌هایی نظیر بهداشت برای برندها خطرناک است. اگر برند شما در حوزه سلامت و بهداشت به طور رسمی فعالیت ندارد، باید از ورود به این بخش خودداری کنید. در غیر این صورت احتمال طرح شکایت علیه برند شما افزایش خواهد یافت.
- توجه به میزان علاقه کاربران برای تعامل نزدیک با یک برند به هنگام طرح یک موضوع به عنوان کمپین بازاریابی اهمیت بالایی دارد. برخی از موضوعات به دلیل ماهیت‌شان طرفدار چندانی ندارند. در این صورت ما باید ایده‌های موردنظر را با بحث‌های جنجالی و هیجان‌انگیز ترکیب کنیم.
- الگوبرداری از برندهای بزرگ و موفق همیشه تاثیرگذاری بسیار زیادی برای بهبود فرآیند بازاریابی دارد بنابراین همیشه نیم نگاهی به عملکرد برندهای بزرگ داشته باشید.

بدون شک بازاریابی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عنوان منبع اطلاعاتی مزیت‌های خاص خود را دارد. نکته مهم در این میان استفاده از شیوه‌های مناسب برای دسترسی به اطلاعات موردنیاز برندمان است.

منبع: blog.hubspot.com

ایستگاه بازاریابی

۶ اشتباه مرگبار در زمینه تولید محتوا

به قلم: کارن رپولی کارشناس تولید محتوا
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک تولید محتوا در عصر حاضر، مهمترین اقدام در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود. تحت این شرایط ضروری است تا بیشترین توجه را به آن داشته باشیم. اگرچه در این رابطه همواره از اقداماتی که باید انجام شود، صحبت شده است، با این حال در این مقاله قصد بررسی مواردی را داریم که ابدا نباید مورد استفاده شما قرار گیرد. در غیر این صورت در مدت زمانی کوتاه، با نابودی کامل مواجه خواهید شد. در ادامه این شش مورد را با هم بررسی خواهیم کرد.

۱-شروع بدون استراتژی

هر فعالیتی تنها زمانی به نتیجه لازم خواهد رسید که برای آن استراتژی تعیین شده باشد. این امر در حالی است که در زمینه تولید محتوا همواره مشاهده می‌شود که افراد ابتدا فعالیت خود را شروع کرده و پس از مدتی تصمیم به ایجاد استراتژی می‌کنند. بدون شک این امر دیگر نتیجه‌ای را به همراه نخواهد داشت. علت آن نیز به این خاطر است که استراتژی شما در رابطه با همه چیز تعیین‌کننده خواهد بود. برای مثال حتی ظاهر سایت نیز باید با توجه به آن باشد. همچنین این امر به شما کمک خواهد کرد تا شروعی قدرتمندانه را داشته باشید. درواقع اگر در برخورد اول مخاطب با شما، تاثیر لازم حس نشود، بدون شک مشکلات بزرگی را تجربه خواهید کرد.

۲-توجه بیش از حد به سئو

برخی از تولیدکنندگان محتوا به حدی درگیر اصول سئو می‌شوند که هدف اصلی یعنی تحت تاثیر قرار دادن مخاطب، فراموش شده و این امر باعث مصنوعی شدن بیش از حد اقدام شما خواهد شد. تحت این شرایط طبیعی است که مخاطب به اقدامات شما توجهی نداشته باشد. فراموش نکنید که حتی در رابطه با بهترین محتواهای سال نیز از تمامی اصول سئو استفاده نمی‌شود. به همین خاطر اولویت اول شما باید صرفا مخاطب و نوع سلیقه آنها باشد.

۳-تک‌بعدی بودن

این امر که صرفا به یک روش تولید محتوا توجه داشته باشید، باعث خواهد شد تا نتیجه بسیار بدی را به دست آورید. درواقع با توجه به این امر که مخاطبان شما متفاوت هستند، ضروری است تا به اصل تنوع توجه داشته باشید. در این رابطه تنها تنوع موضوعی مدنظر نبوده و لازم است تا فرمت‌های مختلفی را مورد استفاده قرار دهید. برای مثال در کنار استفاده از متن شما باید فیلم، صدا و عکس را نیز مورد توجه خود قرار دهید.

۴-استفاده بیش از حد از تکنولوژی

اگرچه تکنولوژی باعث ساده‌تر شدن انجام کارها شده است، با این حال توجه داشته باشید که در این بخش شما باید با دقت بالایی عمل کنید. درواقع عدم درک درست مرزها، باعث خواهد شد تا جنبه انسانی کار از بین رفته باشد که نتیجه آن روباتی شدن همه چیز خواهد بود. این امر در حالی است که برای تحت تاثیر قرار دادن مخاطب، شما باید از احساسات انسانی استفاده کنید که هیچ روباتی قادر به انتقال آن نخواهد بود. همچنین فراموش نکنید که درگیر شدن بیش از حد با تکنولوژی، به بودجه سنگین نیاز خواهد داشت که می‌تواند خود به عنوان عاملی منفی محسوب شود.

۵-اشتراک‌گذاری محدود

به هر میزان که فضاهای بیشتری را برای اشتراک‌گذاری محتواهای خود انتخاب کنید، شانس موفقیت شما نیز بالاتر خواهد رفت. در این رابطه یکی از اشتباهات رایج این است که افراد محتواهای خود را تبلیغ نمی‌کنند. درواقع درست به مانند محصول، محتواهای شما برای دیده شدن نیاز به تبلیغات خواهد داشت. همچنین شما باید رسانه‌های مختلف را مورد توجه قرار دهید. در این رابطه استراتژی پست مهمان نیز کمک خواهد کرد. برای مثال اگرچه بسیاری از افراد برای اشتراک‌گذاری ویدئو، تنها یوتیوب و سایت خود را مورد توجه قرار می‌دهند، با این حال صدها سایت در این زمینه وجود دارد. این امر خصوصا برای برندهای نوپا، بسیار مهم بوده و باعث رشد سریع‌تر آنها خواهد شد.

۶-عدم تهیه نسخه پشتیبان

آخرین اشتباه رایج و در عین حال مرگبار این است که افراد از اقدامات خود نسخه پشتیبان تهیه نکرده و این امر باعث خواهد شد تا همواره با ریسک از دست رفتن تلاش‌های خود مواجه شوند. همچنین فراموش نکنید که همواره این احتمال وجود دارد که شما به محتواهای قدیمی خود، نیاز مجدد پیدا کنید. برای مثال در زمینه یک موضوع قدیمی، می‌توان از محتوای تهیه شده و به‌روز کردن اطلاعات آن، یک مطلب جدید را ایجاد کرد. به همین خاطر شما باید در کنار ایجاد پایگاه داده، فضایی را برای نگهداری محتواهای خود ایجاد کنید.

در آخر فراموش نکنید که این موارد تنها شش مورد منتخب از بدترین اشتباهات بوده و برای بهبود سطح خود، لازم است تا به دنبال موارد بیشتری باشید. این امر کمک خواهد کرد تا با رفع آنها، به وضعیت بهتری دست پیدا کنید.

منبع: business۲community.com

رهبری

۹ حوزه با بالاترین میزان استخدام در روزهای کرونایی

به قلم: آلیسون دویل خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

اگرچه ویروس کرونا باعث لطمه شـدید به اکثر کسـب و کارها شده و بسـیاری از افراد شـغل خود را از دسـت داده‌اند، با این حال برخی از فرصت‌های شـغلی نیز رونق چشـمگیری پیدا کرده و میزان استخدام بسـیار زیادی را دارند. آگاهی از این موارد می‌تواند باعث شود تا افرادی که شـغل خود را از دسـت داده‌اند، بتوانند سریعا به بازار کار برگشته و در شرایط سخت حال حاضر، با مشکلات مالی کمتری مواجه باشند. در ادامه این ۹ مورد را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱-صندوقدار و انباردار

ویروس کرونا باعث شده است تا نیاز در این دو بخش افزایش پیدا کند. با توجه به این امر که شـرایط کاری در حال حاضر سخت‌تر شده است، میانگین درآمد ماهانه این افراد نیز افزایش پیدا کرده و بازار خوبی در این دو حوزه ایجاد شـده است. اگرچه پیش‌بینی‌ها تا قبل از شیوع ویروس کرونا، بیانگر کاهش ۵درصدی استخدام در این دو زمینه بود، با این حال هم‌اکنون رشدی فوق‌العاده را تجربه می‌کند. در این رابطه برند آمازون، یکی از مواردی محسـوب می‌شـود که در این دو حوزه، استخدام‌های گسترده‌ای را انجام داده است.

۲-راننده تحویل سفارشات

با توجـه به این امر که در حال حاضـر خرید اینترنتی محبوب‌ترین شیوه محسوب می‌شود طبیعی اسـت که نیاز به افرادی که سفارش‌ها را تحویل دهند نیز رشد کرده باشد. در این رابطه بیش‌ترین استخدام‌ها مربوط به بخش غذایی است. در این رابطه حتی با در اختیار داشتن یک موتورسیکلت نیز می‌توانید شغلی را برای خود پیدا کنید. برای مثال برند Domino بیش از ۱۰۰۰ راننده جدید را اسـتخدام کرده است. با این حال فراموش نکنید که فعالیت شـما باید با رعایت تمامی پروتکل‌های بهداشتی باشد. درواقع آمارها در این رابطه حاکی از آن است که بسیاری از افراد بنا بر رعایت نکردن مواردی ساده نظیر ماسک زدن، سریعا شغل خود را از دست داده‌اند.

۳-پست

تفاوت این بخش با مورد قبل این است که در بحث پست، دیگر شما به یک محصول خاص محدود نبوده و همه چیز را جا به جا خواهید کرد. در این رابطه شناخته‌شـده ترین برند FedEx اسـت که چندین هزار نفر استخدام را تنها در یک ماه گذشته، داشته است. در این رابطه شما تنها به تحویل مرسولات محدود نبوده و می‌توانید در بخش بسته‌بندی و انبـارداری نیـز فعالیت کنید. درواقع تنـوع در این بخش در وضعیت خوبی قرار دارد.

۴-پرستاری

با توجه به این امر که به صورت روزانه به تعداد بیماران ویروس کرونا افزوده می‌شود، این امر طبیعی است که نیاز در این بخش وجود داشته باشد. به همین خاطر شما می‌توانید در صورت تجربه در این زمینه، سریعا مشغول به کار شوید، با این حال فراموش نکنید که پس از اتمام شرایط بد حال حاضر، احتمالا با اخراج گسترده پرستارها نیز مواجه خواهیم بود. به همین خاطر نباید آن را به عنوان یک شغل دائمی قلمداد کرد. این امر در حالی است که در رابطه با سایر موارد، پیش‌بینی می‌شود که همچنان تقاضا در همین وضعیت باقی بماند. علت این امر به این خاطر است که انجام اقدامات از طریق اینترنت، دارای مزیت‌های فوق‌العاده‌ای است که بعید است افراد دیگر آن را فراموش کنند. برای پیداکردن شغل در این زمینه شـما می‌توانید از سایت Nurse.org استفاده کنید. نکته جالب این اسـت که بسـیاری از افراد صرفا برای کمک در این سایت ثبت نام می‌کنند و در این رابطه توجهی به سطح درآمد ندارند.

۵-درمانگر تنفسی

درمانگر تنفسـی افرادی متخصص هسـتند که به سرعت می‌توانند مشـکلات تنفس و مرتبط با قلب را برطرف کننـد. با توجه به این امر که کرونا بیش از هر چیزی بر روی وضعیت تنفس افراد تاثیر می‌گذارد، نیاز به چنین افرادی کاملا حیاتی خواهد بود. در این رابطه ممکن است شما از چنین شغلی کنار گذاشته شده باشید، با این حال هم‌اکنون نیاز به این بخش افزایشی چشمگیر را پیدا کرده است. به همین خاطر شما می‌توانید با مراجعه مجدد به مراکز پزشکی، شانس بالایی برای استخدام داشته باشید.

۶-تیم‌پشتیبانی

با توجه به این امر که تعداد کاربران و میزان استفاده افراد از اینترنت رشدی چشمگیر را پیدا کرده است، بدون شک نیاز به تیم پشتیبانی برای تمامی برندها افزایش پیدا کرده است. در این رابطه شما می‌توانید با کمی جست و جو، برای خود یک شغل را پیدا کنید. مزیت این شغل این است که شما نیازی به خارج شدن از قرنطینه خانگی خود نداشته و براساس زمانی که قصد دارید تا برای این کار اختصاص دهید، حتی می‌توانید با چند برند همکاری داشته باشید.

۷-تدریس آنلاین

اگرچه مراکز آموزشـی بسته شده است، با این حال این امر به معنای توقف آموزش نبوده و در حال حاضر اکثر موسسـات آموزشی از طریق تدریس آنلاین در حال پیگیری روند آموزشـی خود هستند. به همین خاطر شما با تجربه در هر حوزه‌ای می‌توانید به یک معلم تبدیل شوید. در این رابطه شـما صرفا به همکاری با برندها محدود نبوده و می‌توانید یک برند شخصی را برای خود ایجاد کنید. درواقع اوقات فراغتی که شکل گرفته اسـت، بهترین زمان برای تقویت مهارت‌ها است. به همین خاطر بازار تدریس آنلاین کاملا پررونق است.

۸-نظافت

مسئله ضدعفونی و تمیز کردن مداوم، اهمیت کاملا حیاتی پیدا کرده اسـت، با این حال چنین اقداماتی معمولا سـخت است و نبود امکانات لازم، باعث شده است تا افراد تمایل داشته باشند تا چنین اقداماتی را به شرکت‌ها و افراد حرفه‌ای واگذار کنند. همین امر نیز باعث شده است تا شرکت‌های فعال در این زمینه، اقدام به استخدام گسترده کنند. در این رابطه شما با جست و جوی آگهی در سایت‌ها و اپلیکیشن‌های مختلف، می‌توانید نمونه‌های زیادی از این برندها را پیدا کنید.

۹-تولیدکننده‌محتوا

با توجه به افزایش تعداد کاربران اینترنت، نیاز به تولید محتوای بیشتر از سوی برندها احساس می‌شود. به همین خاطر طبیعی است که آنها افراد بیشتری را برای این موضوع استخدام کنند. در این شغل نیز شما می‌توانید به صورت دورکاری فعالیت کرده و قرنطینه خانگی خود را حفظ کنید.

منبع: thebalancecareers.com

کارآفرین موفق: ۲۰ توصیه طلایی که یک کارآفرین موفق

بیشـتر کارآفرینان موفق سـال‌ها تلاش کرده‌اند تـا به جایگاهی که همواره آرزویش را داشته‌اند برسند. قرار گرفتن در جایگاه یک کارآفرین موفق اگرچه کار سختی است اما با تلاش و هوشمندی کاملا امکان‌پذیر اسـت. در سایت بازده مقالات بسیار خوبی درباره ایده‌های کارآفرینی و ویژگی‌های کارآفرینان موفق و نیز درس‌های مهم از صاحبان کسـب و کارهای مهم جهان و کارآفرینان موفق جهان منتشـر شـده است و در این مقالـه هم ۲۰ توصیه طلایی که یک کارآفرین موفق شـویم آمده است. با ما همراه باشید.

۱. قبل از شروع کار عزم‌تان را جزم کنید

فعالیت‌هـای یک کارآفرین موفق با یک قصد جدی و محکم در ورای اهداف آنان توأم شـده اسـت. این کار به آنها اجازه می‌دهد تا همیشه پیشـرو باشند و در طول مسیرشان متوقف نشـوند. داشتن یک مقصد شفاف و مشخص باعث افزایش انرژی و انگیزه در کار می‌شود.

۲. ذهنیت یک کارآفرین موفق را داشته باشید

کارآفریـن بـودن یک مسـئله ذهنی اسـت. اگر دل‌تـان می‌خواهد کارآفرین موفق باشید، باید هر چیزی را برای یک دوره زمانی مشخص در زندگی‌تـان قربانی کنید تا به موفقیت برسـید. در این دوره مجبور هسـتید فقط به آینده نزدیک فکر کنید و کاملا بر آن متمرکز شوید و کاملا نامتعادل عمل کنید. وقتی به موفقیت دسـت یافتید، آن وقت هر کاری دل‌تان می‌خواهد انجام دهید.

۳. متمرکز بمانید و خودتان را باور کنید

متمرکز بمانید و خودتان را باور کنید و به توانایی و قضاوت‌تان اعتماد کنید. همیشه موقعیت‌هایی پیش خواهد آمد که به خودتان شک کنید، اما آنها باید معدود و در فواصل زمانی دور از هم رخ بدهند. داشتن کمی باریک‌بینی می‌تواند برای کارآفرینان بسـیار مفید باشد، البته تا زمانی که به نقطه درستی نگاه کنید.

۴. اعتماد به نفس داشته باشید

کارآفرینـان اعتمـاد به نفس دارند و به خاطـر اعتماد به نفس خود، شهرت دارند. آنها بر این باورند که می‌توانند انتظاراتی که از آنها هست بـرآورده کنند. به عبارت دیگـر، آنها امکان موفقیت خود را بیش از آن چیزی که هسـت، در نظر می‌گیرنـد. ظاهراً کارآفرینان واقعی به خاطر اعتمـاد به نفس بالایـی که در خود می‌بینند و بـرای دیگران غیرقابل لمس است، موفق می‌شوند.

۵. همیشه به دنبال موفقیت بعدی باشید

یک کارآفرین موفق همیشـه به دنبال قلـه‌ای دیگر می‌گردد که آن را نیـز فتح کند و بـرای بهانه‌جویی و صحبت کـردن راجع به دیگران به ندرت وقت پیدا می‌کند. کارآفرین موفق آنچنان مشـغول حرکت در مسـیر پیش روی خود است که به عقب نگاه نمی‌اندازد و برای صحبت کردن راجع به دیگران و عیب‌جویی از آنها تلاش نمی‌کند.

او می‌داند دمیدن انرژی منفی به هر شرایط و هر فضایی، باعث ایجاد انرژی و فضای منفی در زندگی همه افراد موجود خواهد شـد، بنابراین همیشـه فقط به مسـائل مثبت تمرکز می‌کند. اگر همیشـه در طلب رسـیدن به مراحل بعدی هستید و دلیل برخورد با این همه مقاومت و/یـا موانع پیش روی‌تان را نمی‌دانید، نحوه رفتارتان را با دیگران ارزیابی کنید و ببینید آیا در موردشان قضاوت یا صحبت‌های بی‌مورد می‌کنید یا خیر.

۶. فرصت‌طلب باشید

رکودهای اقتصادی بهترین زمان برای شـروع کسب و کارها هستند، چون تشـکیلاتی به راه می‌اندازید که در زمینه پول خرج کردن بسیار حسـاب شـده عمل می‌کند و این عادات در روزگار شـکوفایی و رونق اقتصادی کمک حال شما و به نفع‌تان خواهند بود.

۷. هرگز «نه» را به عنوان یک پاسخ نپذیرید

می‌خواهید بدانید چرا بعد از آن همه دلسردی و ناامیدی، کارآفرینان بسـیار موفق باز هم راه خود را به سمت اوج پیدا می‌کنند؟ چون هرگز «نه» را به عنوان پاسـخ نمی‌پذیرند. وقتی از دیگران درخواسـت کمک می‌کنیـد و آنها مأیوس‌تان می‌کنند، پاسـخ آنها بـه تقاضای‌تان را به عنوان یک عامل تعیین‌کننده در موفقیت‌تان به حساب نیاورید.

۸. همیشه به دنبال برعهده گرفتن کامل مسئولیت‌ها باشید

کارآفرین موفق باید همیشـه مسـئولیت اشـتباهات و کاسـتی‌های پیروان‌شـان را برعهده بگیرد. فردی که سـعی کند مسـئولیت‌هایش را گـردن دیگری بیندازد، نمی‌تواند در مسـیر کارآفرینی حرکت کند. چنانچـه یکی از افراد تیم کاری شـما مرتکب اشـتباه شـود و از خود بی‌کفایتی نشان دهد، شما به عنوان یک کارآفرین باید به گونه‌ای رفتار کنید که گویی خودتان مرتکب این اشتباهات شده‌اید.

۹. خستگی‌ناپذیر باشید

یک کارآفرین موفق خستگی‌ناپذیر است و در برابر مشکلات به دنبال راه‌حل می‌گردد و سـریعاً بـرای حل آنها اقدام می‌کنـد. او می‌دانند با کار موثـر، به اهداف خود خواهد رسـید. همه آدم‌ها لحظات سـخت و طاقت‌فرسـا در زندگی‌شـان دارند اما کارآفرینان موفق در این لحظات سخت کم نمی‌آورند و با تمام قوا به جلو حرکت می‌کنند.

۱۰. همیشه برای چیزهای غیرمترقبه آماده باشید

این در واقع شکلی از آماده‌سازی است برای فهمیدن اینکه چیزهایی وجود دارند که شـما هرگز متوجه رخ دادن‌شـان نخواهید شد. با درک این موضوع، هنگامی که حوادث، دگرگونی غیرمترقبه‌ای ایجاد می‌کنند شوکه نمی‌شوید و بدون فکر عمل نمی‌کنید و سپس از فرصتی استفاده می‌کنید که دیگران آن را نادیده می‌گیرند.

۱۱. بیش از اندازه انرژی‌تان را صرف موضوعات بی‌فایده نکنید

صـرف انرژی در مورد موضوعات بی‌فایده، و شـرایط و مقتضیاتی که خارج از کنترل شما قرار دارند، کاری است غیرعاقلانه. همچنین با این کار استرس و اضطرابی را بر خود روا می‌دارید که حقیقتا غیرضروری و قابل پیشگیری است. چنانچه انرژی که صرف شرایط نامطلوب می‌کنید بتواند نتایج را تغییر دهد و اگر این تغییرات منطبق بر داده‌های واقعی باشـند، می‌توان گفت این تلاش ارزشمند بوده است. با وجود این، تمام این اطلاعات باید آنچنان حرفه‌ای ارائه شـوند که به راحتی قابل درک باشند.

۱۲. در تصمیم‌گیری سرعت عمل داشته باشید

شـما آنقدر وقت و انرژی ذهنی ندارید کـه صرف تصمیم‌گیری‌های طولانی و طاقت‌فرسـا کنید. تا آنجا ممکن است سریع تصمیم بگیرید، حتـی تصمیم‌های بزرگ. شـاید تصمیـم احمقانه‌ای بگیریـد، اما یک تصمیم احمقانه بهتر از تردید و دودلی است.

در کل، تصمیم‌های سـریع، تصمیم‌های درسـتی هستند. اگر سریع و کارآمد تصمیم می‌گیرید، مسـیر موفقیت را با شـتاب بیشـتری طی خواهید کرد. تردید و دودلی مانع پیشـرفت کسـب‌وکارتان می‌شود و شما را زمین می‌زند. اگر گاهی تصمیم احمقانه‌ای بگیرید، حداقل از آن درس می‌گیرید و به تلاش ادامه می‌دهید.

۱۳. از خطر استقبال کنید

کارآفرینـان همواره از خطرات پیش روی‌شـان اسـتقبال می‌کنند. کارآفرینان برای قبول خطر باید جرأت داشـته باشـند و بدین وسـیله سرنوشـت خود را رقـم می‌زنند، اما در شـرایط نامطمئن تمام جوانب را برای حل مشـکلات در نظـر آنها را طبقه‌بنـدی می‌کنند و به مرور زمان تمام مشکلات‌شان را حل می‌کنند. کارآفرینان مسئولیت شخصی کارهای‌شان را می‌پذیرند.

کارآفرینان موفق، همیشـه به دنبال مبارزه بوده و هستند و حس به دست آوردن خودساخته‌ها و خودیافته‌های‌شان را دوست دارند بنابراین استانداردهای بالایی را برای کار خود در نظر می‌گیرند. آنها محصولاتی بـا کیفیت بالا تولید و براسـاس مرغوبیت و راندمـان رقابت می‌کنند. آنها از مواجه شـدن با رقابت ترسـی ندارند و در حقیقت از رقابت لذت می‌برند.

۱۴. هیچ‌گاه از ایده‌پردازی دست برندارید

کارآفرینان موفق، ماشـین‌های تولید ایده هستند. هر ایده‌ای سودآور نیسـت اما صاحبان کسـب‌وکار واقعی اعتقاد دارند که هرچه ایده‌های بیشتری خلق کنند شانس آنها برای رسیدن به یک ایده خوب افزایش خواهد یافت. کارآفرینان مستمر، بدون در نظر گرفتن اینکه چند پروژه را تکمیل کرده‌اند به رویاپردازی و فکر کردن در مورد پروژه‌های بعدی ادامه می‌دهند. توماس ادیسـون در ایالات متحده بیش از ۱۰۰۰ ثبت اختراع داشـت و تد ترنر نیز در بسیاری از کسب‌وکارها از ایستگاه‌های تلویزیونی تا رستوران‌داری فعالیت دارد.

۱۵. پشتکار به خرج دهید

تلاش زیاد بر اسـتعداد چیره می‌شـود. مهم نیسـت چقدر استعداد داشـته باشید، اگر تلاش نکنید، به هیچ جا نخواهید رسید. کار و تلاش زیاد هرگز آسـان نیست، ولی پشـتکار به این معناست که تعلق خاطر کافی برای دنبال کردن یک مسـیر طولانـی را دارید. یعنی چیزی که برای به پایان رساندن مسیرتان لازم است را در اختیار دارید. همچنین بـه این معنا نیز هسـت که برای رسـیدن به موفقیت هـر کاری انجام می‌دهید و این همان مشخصه‌ای است که شایسته تقدیر و احترام است.

۱۶. انعطاف‌پذیر باشید

توانایـی سـازگار شـدن با هر شـرایط یک مهـارت باارزش اسـت. انعطاف‌پذیر بودن به این معناسـت که شـما می‌توانید با هر شـرایط و هر نوع افرادی فعالیت کنید. منعطف بودن یعنی اینکه شـما می‌توانید برای رسـیدن به نتیجه مطلوب، خودتان را با هر شـرایطی وفق دهید. انعطاف‌پذیـر بودن شـما را به دسـتاوردهای بیشـتری در زندگی‌تان می‌رسـاند. همچنین می‌تواند شـما را در جایگاهی قرار دهد که هرگز فکرش را نمی‌کردید. باید همیشه مشتاق حرکت در مسیر جریان باشید و در عین حال تمامیت خودتان را حفظ کنید.

۱۷. شدیدا روی فرصت‌های‌تان تمرکز کنید

این تمرکز و شـدت به شما کمک می‌کند تلاش‌های بیهوده و عوامل حواسـپرتی را از زندگی‌تان حذف کنید. بیشتر شرکت‌ها به جای مردن از گرسـنگی از سوءهاضمه می‌میرند- به عبارت دیگر، شرکت‌ها بیشتر از انجام همزمان کارهای فراوان رنج می‌برند تا از انجام فقط چند کار به نحو بسیار خوب. روی ماموریت‌تان متمرکز بمانید.

۱۸. به خودتان عشق بورزید

به عنوان یک کارآفرین باید یاد بگیرید که به خودتان عشـق بورزید. بسـیاری از آدم‌ها خیلی برای خشـنود کردن دیگران خودشان را آزار می‌دهند، آنقدر که کاملا احساسـات خودشـان را نادیده می‌گیرند. در دنیـای کارآفرینی، باید تا آنجا که می‌توانید به خودتان عشـق بورزید. بسـیاری از آدم‌ها به احساسات شما اهمیتی نخواهند داد. همه مشغول تلاش برای پیروز شـدن هستند، پس دسـت از نگرانی درباره خشنود کردن دیگران بردارید و شروع کنید به عشق ورزیدن به خودتان!

۱۹. روی ۲۰درصد تمرکز کنید

چه صحبت از زندگی باشد چه از کسب و کار، ۸۰درصد تمام نتایج از ۲۰درصد تلاش‌های‌تان به دسـت می‌آیند. در نتیجه، صاحبان کسب و کارهای موفق روی ۲۰درصدی که بیشـتر اهمیت دارد تمرکز می‌کنند و بسـیاری از آنها از ۸۰درصد دیگر صرف نظر می‌کنند. اسـتلی افتی، موسـس Close.io، درحالی که از امور بی‌اهمیت صرف نظر می‌کند، درس‌هایی را که آموخته اسـت در اختیار دیگران می‌گذارد. می‌پرسید یکی از آن درس‌ها کدام اسـت؟ خیلی زود از فروش صرف نظر نکنید، در دوره آزمایشـی پیمانکاران‌تان وارد عمل شوید و مطمئن شوید همه انتظارات را برآورده می‌کنند.

۲۰. برای تغییر آماده شوید

تعجبـی نـدارد چیزی پیش بیاید و کسـب و کار شـما را به چالش بکشد. کسب و کار می‌تواند غیرقابل پیش‌بینی باشد و در برنامه‌های‌تان اختلالی پیش می‌آورد. شـاید یک رقیب نسخه دومی از محصولی را که شـما در حال توسعه آن هسـتید به تازگی روانه بازار کرده باشد. شاید عرضه‌کننده‌تان در اجرای سـفارش‌ها و حفظ کیفیت مشـکلات جدی داشته باشد. شاید شریک‌تان بخواهد ایده دیگری را پی بگیرد و بخواهد سـهام شرکت را بخرد. مورد هرچه باشد، فارغ از چالش‌هایی که با آنها روبه رو خواهید شـد، برای تغییر جهت و اجرای تغییرات سـریع آماده شوید. از مسائلی که می‌تواند به کسب و کارتان جلوه بدهد، مثلاً افزودن یک بند فسـخ اجباری در قرارداد با شـریک‌تان یا امتحان یک فناوری جدید، فهرستی تهیه کنید و سپس طبق آن عمل کنید.

منبع: Business Insider/bazdeh

اخبـــار

خودکفایی پالایشگاه امام خمینی (ره) شازند در تولید هگزان

طرح تولید نرمال هگزان با حضور رئیس‌جمهوری به بهره‌برداری می‌رسد

اراک - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل پالایشـگاه امام خمینی (ره) شازند گفت: طرح تولید محصول نرمال هگزان که قرار است در روزهای آینده از سوی رئیس جمهوری به‌صورت ویدئوکنفرانس افتتاح رسـمی شـود، از خروج ارز و واردات ایـن محصول به‌صورت جدی جلوگیری کرده اسـت. به گزارش شـانا به نقل از شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران، غلامحسـین رمضان‌پور در این باره افزود: این طرح از اواخر آبان ۹۷ آغاز شد و بخش نخست آن (لوله‌گذاری و...) بهمن‌ماه سال ۹۸ به بهره‌برداری رسید. وی هدف اصلی از اجـرای این طرح را تولید محصول نرمال هگزان (خوراک موردنیاز صنایع پتروشـیمی) عنـوان کرد و افزود: با اجرای این پروژه از خروج مقدار زیادی ارز برای واردات این محصول جلوگیری شده است. براساس این گزارش، در روزهای آینده طرح تولید نرمال هگزان با حضور رئیس‌جمهوری به‌صورت ویدئوکنفرانس به‌طور رسمی افتتاح می‌شود. محصول نرمال هگزان با قابلیت تولید در دو گرید پلیمری و غذایی در بورس انرژی نیز عرضه می‌شود.

حضور و پاسخگویی مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم در سامانه ۱۳۷

قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم در قالب طرح شهروند پرسشگر، مدیر پاسخگو در سامانه ۱۳۷ حضور و پاسخگوی شهروندان بود. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم، مهدی کلانترزاده با حضور در سامانه ۱۳۷ در قالب طرح "شهروند پرسشگر، مدیر پاسخگو"، پاسخگوی سؤالات و مطالبات همشهریان و شهروندان بود. در این تماس‌ها شهروندان پیام‌هایی در حوزه خدمات شهری، ترافیکی، عمرانی داشته که بعد از ثبت در سـامانه و پاسخگویی توسط مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم، به مدیران مربوط هدایت گردید. این برنامه برای دومین سال متوالی اجرا خواهد شد و بیش از ۴۰ نفر از مدیران ارشد شهرداری قم ازجمله معاونین، مدیران ستادی، مدیران مناطق هشتگانه، مدیران عامل سازمان‌های تابعه و همچنین اعضای شورای اسلامی شهر قم پاسخگوی مستقیم تماس‌های شهروندان با سامانه ۱۳۷ هستند.

مدیر امور آب و فاضلاب بندرلنگه خبر داد

کاهش میزان آبِ ورودی خط محرم به بندرلنگه

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان بندرلنگه با اشاره به مشکل تامین آب روستای مغویه، گفت: در حال حاضر آب مورد نیاز این روستا از خط انتقال آبرسانی خلیج فارس(خط محرم) تامین می شود که طی روزهای اخیر با کاهش میزان آبِ ورودی این خط مواجه ایم. علی محمودی افزود: به منظور توزیع عادلانه آب با کیفیت و فشار مناسب، این مجموعه ناگزیر به اجرای طرح نوبت بندی آب در روستای مغویه شد. وی اضافه کرد: این روستا به دو محله تقسیم می شود که در طرح نوبت بندی هر محله سه روز در هفته از آب شرب بهره مند می شوند. مدیر امور آب و فاضلاب بندرلنگه در ادامه با تاکید بر سلامت و کیفیت آب شرب این روستا، تصریح کرد: مردم اطمینان داشته باشند در راستای کنترل کیفیت آب، نمونه برداری های منظمی از خط محرم و شـبکه توزیع آب روسـتاهای بندرلنگه صورت می گیرد که با استناد به نتایج آزمایش های فیزیک و شیمیایی، بیولوژی و میکروبی انجام شـده، آب این شـبکه مطابق اسـتاندارد های ملی ۱۰۵۳ و ۱۰۱۱بوده و از سلامت و بهداشـت کامل برخوردار است. محمودی همچنین تاکید کرد: تا کنون هیچ نامه ای از شبکه بهداشت مبنی بر عدم رعایت استانداردهای آب دریافت نشده که این موضوع نیز موید سلامت و کیفیت مطلوب آب شرب است. وی در پایان، با اشاره به افزایش میزان مصرف آب بدلیل شرایط حساس فعلی از جمله؛ شیوع ویروس کرونا و شروع فصل گرما، از مردم خواست تا با مصرف بهینه آب، این شرکت را در تامین آب شرب مورد نیاز و ارائه هر چه بهتر خدمات همراهی کنند.

مدیر عامل نیروگاه شهید مفتح خبر داد:

آمادگی کامل واحدهای بخار نیروگاه همدان و گازی دورود در پیک تابستان

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید مفتح و به نقل از مدیر عامل این شرکت واحدهای بخار نیروگاه شهید مفتح همدان و واحدهای گازی دورود جهت تولید حداکثری در پیک تابستان امسال در آمادگی کامل قراردارد. عبدالمجید دیناروند گفت: تعمیرات نیروگاه طبق برنامه زمانبندی شده با موفقیت به پایان رسیده و نیروگاه های همدان و دورود جهت تولید حداکثری در پیک تابستان بدون یک مگاوات محدودیت آمادگی کامل دارند. مدیرعامل نیروگاه شهید مفتح افزود: با پایان فصل زمسـتان و لزوم آماده سـازی واحدها جهت پیک تابستان، جلسات متعدد کارشناسی تشکیل گردید و با شناسائی نقاط ضعف و در نظر گرفتن شرایط خاص حاکم برصنعت برق و تحریم های اقتصادی علیه کشور، فصل تعمیرات با تمرکز بر رفع محدودیت های تولیداز ابتدای اسفند آغاز شد. عبدالمجید دیناروند با تشریح شرایط خاص کشور و شیوع ویروس کرونا در ماه های اخیر افزود: با محدودیت زمانی تعیین شده، ناچار به انجام همزمان تعمیرات دو واحد در اوج بیماری کرونا در فروردین امسال شدیم که اقدامی جهادی و فداکارانه توسط پرسنل هر دو نیروگاه بود. مدیر عامل نیروگاه شهید مفتح با اعلام رفع کامل محدودیت واحدها در دوره تعمیرات و تولید هزار مگاوات در پیک روز و شب در هفته پایانی خرداد، اقدامات انجام شده در این حوزه را اقدامی ارزشمند برشمرد که توانست عوارض و مشکلات استفاده از سوخت مایع در نیروگاه را که به محدودیت واحدها منجر شده بود برطرف کند. دیناروند با اشاره به پایداری واحدهای نیروگاه و پایین بودن نرخ خروج اضطراری این مجموعه تصریح کرد: عملکرد نیروگاه در تابسـتان امسـال و تولید مطمئن و پایدار توسط این نیروگاه می تواند مشارکت فعالی در کنترل فرکانس شبکه سراسری برق بویژه در منطقه غرب کشور به همراه داشته باشد. وی هدف گذاری مجموعه را تولید مطمئن و پایدار در پیک تابستان و تحقق شعار سال که همان جهش تولید است برشمرد و تأکید کرد با همت و همدلی کارکنان پرتلاش نیروگاه های همدان و دورود تکرار موفقیت های گذشته دور از دسترس نیست. گفتنی است شرکت مدیریت تولید برق شهید مفتح مشتمل بر ۴ واحد بخار ۲۵۰ مگاواتی در نیروگاه شهید مفتح همدان و ۳ واحد گازی ۳۰ مگاواتی در شهر دورود است که سال گذشته موفق به کسب رتبه یک ضریب اطمینان و نرخ انرژی قابل تولید و رتبه برتر کنترل فرکانس و رتبه دوم آمادگی تولید در ارزیابی های انجام شده گردید.

دیدار رئیس شورای سیاستگذاری ائمه جمعه با مدیرکل بنیاد مسکن استان گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گلستان، مدیرکل بنیاد مسکن استان در ابتدای این جلسه با خیر مقدم و تبریک ایام، برنامه ها و فعالیتهای بنیاد مسکن استان در بخش های مختلف را تشریح کرد.آقای حسینی در این دیدار استفاده از ظرفیت امامان جمعه و جماعات را بعنوان امین مردم و جامعه جهت تبلیغ خدمات بنیاد و راهنمایی آنان به سمت بنیاد جهت برخورداری از خدمات بنیاد را خواستار شد و با اشاره به تفاهم نامه فی مابین جهت تامین مسکن طلاب و همچنین تفاهم نامه با اداره اوقاف برای تامین مسـکن خدام اماکن مذهبی، از آمادگی بنیاد جهت همکاری همه جانبه با شـورای سیاستگذاری ائمه جمعه خبر داد.مدیرکل بنیاد مسکن استان از برنامه ریزی برای دیدار با امامان جمعه و جماعات شهرها و روستاهای استان جهت تشریح خدمات بنیاد برای برخورداری مردم از خدمات و کمکهای بنیاد خبر داد.حاج آقا کیاء نیز در این جلسه با گرامیداشت نام و یاد امام راحل، برنامه ها و فعالیتهای بنیاد مسکن را کاملا در راستای اهداف امام راحل و مقام معظم رهبری دانست و خدمت به مردم بویژه محرومان را برای کارکنان بنیاد فرصت و عبادت دانست.

دیدار مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی با مدیرکل بنیاد مسکن گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: گزارش روابط عمومی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گلستان، دکتر مازندرانی، مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان و معاونینشان با آقای حسینی، مدیرکل بنیاد مسکن استان دیدار و در خصوص راه های هم افزایی و همکاری متقابل دو دسـتگاه گفتگو کردند.در این دیدار در خصوص نحوه همکاری های دوجانبه و اسـتفاده جامعه هدف اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی از خدمات بنیاد مسکن بویژه در بخش مسکن بحث و تبادل نظر شد.مدیرکل بنیاد مسکن استان در این دیدار با تشریح طرح های بنیاد مسکن استان در بخش تامین مسکن، از آمادگی بنیاد مسکن استان برای تامین مسکن کارگران و کارکنان تحت پوشش اداره تعاون، کار و رفاه استان خبر داد.آقای حسینی بااشاره به بازسازی و احداث واحدهای مسکونی خسارت دیده از سیل در سال گذشته و ساخت بیش از ۱۱ هزار واحد مسکونی در سرفصلهای مختلف، آمادگی بنیاد را برای همکاری با ادارات و نهادهای استان برای تامین اقشار کم درآمد و کارکنان فاقد مسکن دستگاههای اجرایی از طریق تامین زمین، ارائه تسهیلات قرض الحسنه دراز مدت و ... اعلام کردند.مدیرکل بنیاد مسکن استان همچنین از اعلام آمادگی بنیاد مسکن استان برای بکارگیری پروژه ای نقشه برداران جویای کار در استان خبر داد و ابراز داشت: با توجه به حجم عملیات ساختمانی بنیاد مسکن استان در سالجاری آماده ایم نیروهای ساختمانی مورد نیاز منجمله استادکاران و حتی کارگران ساده را از جامعه هدف اداره تعاون، کار و رفاه استان تامین نمائیم.دکتر مازندرانی، مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان در این دیدار با تشکر از توجه خاص مدیرکل بنیاد مسکن استان به جامعه هدف این اداره کل، خدمات بنیاد مسکن انقلاب اسلامی را بسیار گسترده و فراگیر دانست و بر تعامل و همکاری همه جانبه دو دستگاه تاکید کرد.

با حضور وزیر نیرو و در دهمین هفته از پویش هرهفته_الف_ب_ایران

۴۰ پروژه برق منطقه ای خوزستان با اعتبار سه هزار و ۱۱۰ میلیارد ریال افتتاح شد

اهواز – شبنم قجاوند: ۴۰ پروژه برق رسانی شرکت برق منطقه ای خوزستان با ارزش سـرمایه گذاری سه هزار و ۱۱۰ میلیارد ریال در دهمین هفته از پویش "هر هفته_ الـف_ب_ ایران"، با حضور وزیر نیرو در مرکز پایش صنعت برق از طریق ویدئو کنفرانس افتتاح شد.

وزیـر نیرو در این ارتباط ویدئو کنفرانسـی گفت: در هفته دهم از پویش "هر هفته الف، ب، ایران" در سـال ۹۹ پروژه های متنوعی در بخش سـاخت و ساز برای امروز آماده افتتاح و عرضه به مردم آماده کرده ایم.

رضا اردکانیان افزود: صمیمانه از مهندس دشـت بزرگ مدیرعامل شرکت برق منطقه ای استان خوزستان و همکاران وی در این استان پهناور و زرخیر تشکر می کنم و قدردان پشتیبانی ها و حمایت های مدیریت عالی استان، استاندار محترم و همکارانش هستیم. وی تصریح کرد: در این لحظه افتتاح ۴۰ پروژه فوق توزیع در خوزستان با اعتبار ۳۱۱ میلیارد تومان شـامل حدود ۱۸۶ کیلومتر خطوط ایجاد شده، تعویض بیش از ۱۲۳ کیلومترهادی معمولی به پرظرفیت و همچنین ایجاد ۹۶ کیلومتر فیبر نوری را آغاز می کنیم.

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان نیز در گزارشی از پروژه هایی که امروز افتتاح شـدند؛ بیان کـرد: : ۴۰ پروژه برق منطقه‌ای خوزسـتان با اعتبار سه هزار و ۱۱۰ میلیارد ریال در ۱۲ شهر استان شامل، ۱۳ پروژه افزایش ظرفیت به میزان ۴۱۹ مگاولت آمپر به شبکه پست های فشار قوی، پنج پروژه در بخش بانک خازنی به میزان ۳۸.۵

مگاوار، ۱۲ پروژه افزایش طول شبکه به ظرفیت ۱۸۶ کیلومتر مدار، ۹ پـروژه هادی پرظرفیت به طول ۱۲۳.۵ کیلومتر و افزایش فیبر نوری به میزان ۹۶ کیلومترامروز افتتاح شدند.

محمود دشت بزرگ ادامه داد: اجرای این پروژه‌ها حاصل خودباوری و اسـتفاده از دانش بومی نیروهای صنعت برق کشور است که باعث افزایـش قابلیت اطمینان در شـبکه، ارتقای ۲۰ درصدی شـاخص عملکرد صحیح سیستم های حفاظتی برق خوزستان، رساندن رویت پذیری تاسیسات شبکه و دیسپاچینگ ملی به ۹۹ درصد شده است.

وی با بیان اینکه سال گذشته میزان حوادث حوزه برق منطقه ای خوزسـتان حدود ۱۶ درصد نسـبت به سال ۹۷ کاهش یافت، اضافه کـرد: کمک به تحقق جهش تولید در بخش صنعت و سـایر بخش ها، کاهش حوادث و خاموشی‌ها و همچنین متعادل سازی بارگیری تجهیزات از دیگر اهداف افتتاح این پروژه‌ها است. مدیرعامل شرکت برق منطقه خوزستان با بیان اینکه در تلاش هستیم تجهیزات فرسوده صنعت برق را تعویض کنیم، تصریح کرد: حدود ۳۰ درصد از شبکه و ۲۶ درصد پست‌های برق استان خوزستان عمر بالای ۳۰ سال دارند که این مسـاله به دلیل پیشرو بودن صنعت برق خوزستان در اجرای تاسیسات زیربنایی در سطح صنعت برق کشور است.

دشـت بزرگ تاکید کرد: اجرای پویـش "هر هفته الف، ب، ایران" باعث مخابره سیگنال‌های مثبت به صورت مستمر در جامعه می‌شود و شرکت برق منطقه ای خوزستان نیز امروز ۴۰ پروژه را در قالب این پویش افتتاح می کند.

وی گفت: در ۱۶ روز سپری شده از تابستان شاهد رضایتمندی در جامعه مشـترکان و ذی نفعان برق منطق های خوزستان هستیم و مجموعه مدیران صنعت برق با اراده کامل مشغول راهبری و مدیریت شبکه تا انتهای تابستان برای پاسخگویی به بار هستند و حاصل این رضایتمندی کسب رتبه برتر جشنواره شهید رجایی و اعلام رضایت و خرسـندی مقام معظم رهبری از مجموعه اقدامـات وزارت نیرو و صنعت برق بوده‌است. این آیین افتتاح و بهره برداری بطور هم زمان در استان های خوزستان، خراسان شمالی و مازندران از طریق ویدئو کنفرانس برگزار شد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی:

فرهنگ سازی در نحوه مصرف درست آب باید مورد توجه قرار گیرد

تبریز – ماهان فلاح: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شـرقی به تشـریح اهمیت و جایگاه آب در جامعه و مدیریت مصرف آب پرداخت .

بـه گزارش خبرنگار ما در تبریز، علیرضـا ایمانلو اظهار کرد: در این برهه از زمان، با توجه به شـیوع ویروس کرونا در کشور و اسـتان ما که رعایت نکات بهداشتی از طرف شهروندان لازم بوده و همچنین با توجه به فرا رسـیدن فصل گرما و تابستان و افزایش میزان مصرف آب توسـط شـهروندان و مشترکین و از طرفی با توجه به ماموریت شرکت آب و فاضلاب استان مبنی بر تامین آب شرب بهداشتی برای شهروندان و همچنین مسئولیت اجتماعی شرکت آبفا جهت مقابله با ویروس کرونا، این شرکت تمام خدمات خود در خصوص آب و فاضلاب را به صورت شبانه روزی و غیرحضوری به مشترکان ارائه می دهد.

مدیرعامل شـرکت آب و فاضلاب اسـتان آذربایجان شرقی اضافه کـرد: با توجه به برداشـت آب از تمامـی ظرفیت های موجود، از چاهها، قنوات، سد نهند و طرح آبرسانی زرینه رود که بصورت فرا استانی و از ۲۰۰ کیلومتری تبریز تامین می شود و در روزهای اخیر با توجه به تعمیرات پیش آمده در تصفیه خانه آب زرینه رود و به تبع آن افت میزان ذخایر آب کلانشهر تبریز در بعضی از نقاط مرتفع شهر با افت فشار و یا کمبود مواجه شده بود که الحمدلله مشکل مرتفع گردید و لازم است شهروندان در مصرف بهینه آب دقت بیشـتری را بعمل آورند تا دچار قطعی آب نشوند.

مدیرعامل آبفا اسـتان افزود: با توجه بـه اینکه منابع آب در کشـور محدود اسـت و حدود ۷۵ درصد آب شرب شهروندان از منابع سطحی تامین می شود لذا ضروری است از این نعمت الهی به درستی استفاده کنیم .

ایمانلو در ادامه به ضرورت صرفه جویی ۱۰ الی ۱۵ درصدی در مصرف آب توسـط مشترکین و رعایت الگوی مصرف تاکید کرد و از شـهروندان در خواست نمود توصیه های شرکت آب و فاضلاب استان را جدی بگیرند تا در خصوص آب مصرفی دچار مشکل نشویم .

وی افزود: در ۲ ماه ابتدای دوران کرونا تا ۳۷ درصد و اکنون ۱۸.۵ درصد افزایش مصرف داریم بنابراین در بعضی از مناطق کـه بیش از ۱۸۰متر اختلاف ارتفاع در آنها وجود دارد، موجب افت فشار می شود .

ایمانلو در ادامه با مقایسـه مصرف آب نسبت به زمان مشابه سـال گذشته، گفت: امسـال در مقایسـه با مدت مشابه سال گذشته، حدود ۲۷ درصد افزایش مصرف در تبریز و حدود ۲۴/۵ افزایش مصرف در استان را نشان می دهد و کارکنان زحمت کش شـرکت آب و فاضلاب استان بصورت شبانه روز و با تمام ظرفیت نسبت به تامین و توزیع آب شرب شهروندان اقدام می کنند .

وی در خصوص حفاری تعداد ۴ حلقه چاه در کلانشهر تبریز گفت: شرکت آب و فاضلاب اسـتان آذربایجان شرقی اقدام به حفر تعداد ۴ حلقه چاه با همکاری شرکت آب منطقه ای کرده است که تعداد ۲ حلقه از چاهها بصورت آزمایشی پمپاژ شده و در مرحله نیرورسانی و تجهیز می باشند .

وی با اشـاره به برخی اسـتفاده های ناصحیح از آب شـرب بهداشتی همچون شستشوی خودرو، آبیاری فضای سبز منزل و غیره گفت: فرهنگ سـازی در نحوه مصرف درست آب، باید مورد توجه قرار گیرد تا در کارهای روزمره که از آب استفاده می شود اسراف و هدرروی آن کاهش یابد لذا لازم است مشترکین اولویت مصرف را در نظر داشـته و از مصارف غیرضروری پرهیز نمایند.

مهنـدس ایمانلـو همچنیـن ضمن درخواسـت مجـدد از همشهریان درخصوص عدم اسراف آب شرب بهداشتی و صرفه جویی درخصوص این مایه حیات گفت: الگوهای توصیه شـده برای مصارف سرانه خانگی برای هر نفر۱۵۰ لیتر در شبانه روز است که متاسفانه در استان ما ۲۰۰ الی ۲۲۰ لیتر می باشد که در این راسـتا اولویت مهم شـرکت آبفا حفاظت از منابع آب و ترویج فرهنگ صحیح مصرف بهینه آب بوده و این نیازمند تغییر در نگرش مدیریت مصرف آب می باشد که امیدواریم شهروندان با رعایـت آنها و دقت در نحوه مصرف آب و اسـتفاده از لوازم کاهنده مصرف آب از اتلاف بیشتر مایه حیات جلوگیری کنند.

وی در پایان افزود: امیدواریم در تابسـتان امسال با مشارکت و همکاری و همیاری مردم و با مدیریت مصرف آب با مشـکل کمبود آب مواجه نشویم و همکاران شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی بطور شبانه روزی در تلاش هستند تا آب مورد نیاز شهروندان و مشترکین را تامین کنند .

مدیرعامل شرکت گاز استان مازندران:

ضریب نفوذ گاز در جمعیت روستایی استان مازندران به ۹۵ درصد می رسد

سـاری – دهقان : در حال حاضر ۹۹/۵ درصد جمعیت شـهری و ۹۴ درصد جمعیت روستایی استان مازندران از نعمت گاز بهره‌مند هستند.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شـرکت گاز اسـتان مازندران، "جعفر احمدپور" مدیرعامل شرکت گاز استان در حاشیه نشست مجمع عمومی عادی سـالیانه شرکت که در سالن کنفرانس شهید رجایی ستاد شرکت ملی گاز ایران برگزار شد، با بیان این مطلب، اظهار کرد: با بهره برداری از پروژه‌های گازرسـانی روسـتایی، ضریب نفوذ گاز در این حوزه تا پایان سال، به ۹۵ درصد افزایش خواهد یافت.

وی ادامه داد: سال گذشته ۶۰۱ کیلومتر شبکه تغذیه و توزیع اجرا، ۲۷ هزار و ۹۳۳ انشعاب نصب و بالغ بر ۶۶ هزار مشترک جدید پذیرش شده‌اند و ۶۴ هزار مترمکعب بر ساعت گاز طبیعی جایگزین سوخت‌های فسیلی در صنایع استان شده که شامل ۳۴۱ واحد صنعتی می‌شود.

احمدپور با بیان این که سال گذشته در مجموع، حدود ۷ میلیارد و ۵۸۷ میلیون مترمکعب گاز طبیعی در استان مازندران مصرف شده است، افزود: از ایـن میزان، ۳ میلیـارد و ۷۲۸ میلیون مترمکعب در بخش خانگی، یک میلیارد و ۷۸ میلیون مترمکعب در بخش صنعتی، ۲ میلیارد و ۸۶ میلیون مترمکعب در بخش نیروگاهی، ۳۴۵ میلیون مترمکعب در بخش CNG و ۳۵۰ میلیون مترمکعب در بخش‌های دیگر مصرف شده است.

مدیرعامل شـرکت گاز اسـتان مازندران ضمن بیان این مطلب، اظهار داشـت: بر اساس مصوبه شـرکت ملی گاز ایران، تحقق اهداف در ۳ بخش احداث شبکه، نصب انشعاب، اشتراک‌پذیری و میزان مصرف گاز بوده که ما در بخش نخست، ۶۴ درصد، در بخش دوم معادل ۱۰۷ درصد و در بخش اشتراک‌پذیری نیز حدود ۹۵ درصد به اهداف مورد نظر دست یافته‌ایم.

گازرسانی به ۷۸ روستا؛ برنامه سال ۹۹

وی در ادامه سـخنان خود در مورد اهم برنامه‌های شـرکت گاز استان مازندران در سـال جهش تولید، عنوان کرد: اجـرای بیش از ۵۲ کیلومتر شبکه تغذیه و توزیع در زمینه گازرسانی به صنایع و CNG، جذب حدود ۲۰۰ مشـترک جدید صنعتی، جذب ۷۰ هزار مشـترک جدید شـهری و روسـتایی، همچنین اقدام در زمینه کاهش هدررفت گاز طبیعی، استفاده از کنتورهای ارتقاء یافته، مانیتورینگ ایستگاه های تقلیل فشار، شناسایی مصارف غیرمتعارف و تعمیر و کالیبراسیون، از اهم برنامه های شرکت گاز استان مازندران در سال جاری است. احمدپور همچنین برنامه گازرسانی به ۷۸ روسـتا تا پایان سال و بهره‌برداری از این طرح‌ها به گونه‌ای که ضریب پوشـش گازرسانی روستایی به بالای ۹۵ درصد برسـد، از اهم برنامه‌های اولویت‌دار شرکت گاز استان مازندران در سال جاری برشمرد .

به گفته احمدپور، طی ۳ماه نخست امسال در استان مازندران در زمینه گازرسانی به شهرها و روستاها ۱۱ هزار مشترک جدید پذیرش و تعداد کل مشترکین استان، به یک میلیون و ۴۵۲ هزار و ۹۵۳ مشترک رسیده است.

وی در خصوص گازرسانی به واحدهای صنعتی و تولیدی نیز خاطرنشان کـرد: در بخش صنایع نیـز، برای ۲۰۰ واحد باقی‌مانده از مصوبه شـورای اقتصاد برنامه‌ریزی شده که این واحدها شامل، مرغداری، دامپروری، گلخانه، کارخانه تولید آسفالت و ... می‌شود که امیدواریم تا پایان سال جاری، بتوانیم بیش از ۹۰ درصد واحدهای مشمول مصوبه شورای اقتصاد را تحت پوشش قرار دهیم.

مدیر آبفای منطقه سمیرم:

تامین پایدار آب شرب ۹۰ روستای شهرستان سمیرم

اصفهان – قاسم اسد: مدیر آبفای منطقه سمیرم اعلام کرد: در حال حاضر آب شرب ۹۰ روستای تحت پوشش آبفای سمیرم از طریق ۱۶ دهنه چشمه و ۳۸ فقره چاه به صورت پایدارتامین می شود و آبرسانی به هیچ روستای تحت پوشش آبفا سمیرم به صورت سیار انجام نمی گیرد.

مجید صابری بیان کرد: هم اکنون از ۳۸ حلقه چاه، ۲۸ حلقه ی آن در مدار بهره برداری قرار دارد و دبی چاه ها ۱۵ لیتر در ثانیه است.

وی اختلاف ارتفاع در مناطق مختلف سمیرم را تا بیش از ۲ هزار متر اعلام کرد و اظهار داشت: برای اینکه آبرسانی پایدار به تمام روستاهای تحت پوشش آبفا سـمیرم در ارتفاعات مختلف انجام گیرد، ۴۸ ایستگاه پمپاژ احداث و راه اندازی شده است تا بدین ترتیب آب شرب روستاییان بدون کوچکترین وقفه ای تامین گردد. مدیر آبفای منطقه سمیرم هدر رفت آب در روستاهای سمیرم را ۴۵ درصد دانست و بیان داشت: میزان هدر رفت آب در روستاهای سمیرم

بالا است و مقرر گردیده است که با اصلاح شبکه فرسوده، این رقم کاهش یابد.

صابری گفت: از ابتدای سـال تاکنون بیش از ۱۲ کیلومتر اصلاح شـبکه فرسـوده در دسـتور کار قرار گرفت و پیش بینی می شود در ماه های آینده با تامین اعتبارات لازم این رقم افزایش یابد. این در حالیسـت که در ۲ سـال گذشته بیش از ۷۰ کیلومتر شبکه فرسوده آب در روستاها اصلاح و بازسازی شده اند.

وی شناسایی انشعابات غیر مجاز را نیز یکی از اولویت ها در روستاها دانست و تصریح کرد: به منظور کاهش هدر رفت آب و نیز کاهش سـرانه مصرف در روستاها، شناسایی انشعابات غیر مجاز در اولویت قرار گرفته است.

مدیر آبفای منطقه سـمیرم کیفیت آب شرب روسـتاها در سمیرم را نیز مطلوب ارزیابی کرد و خاطرنشـان ساخت: آب شرب سمیرم از کیفیت بسیار مطلوبی برخوردار است، با این وجود آب شرب روستاها به طور مستمر مورد پایش میکروبی و شـیمیایی قرار می گیرد و سلامت آن مورد تایید دستگاه های ذیصلاح می باشد.

الگوی «فتوتی»؛ الگوی ایرانیزه از توسعه کارآفرینی

الگوی کارآفرینـــی «فتوتی» که با واکاوی یک مکتب ســـنتی ایرانی اســـلامی به نام «فتوت» و پیوند آن با کارآفرینی مطرح شـــده اســـت، نســـبت به الگوهای غربی مطرح در کشـــور، با شـــرایط بومـــی ما برای توســـعه سازگارتر اســـت. مفاهیم این الگو در فرهنگ بومی ایران حاوی مقوله‌هایی چون دگرخواهی، اشـــتغال‌زایی، خلاقیت و مقدم شـــمردن منافع جمع بر منافع فرد به شمار می‌رود.

به گزارش گروه اطلاع‌رســـانی ایرنا، بحران بیکاری و نیاز به اشـــتغال فراگیر در جامعه جوان ایرانی لزوم توجه و به کارگیری مفهوم کارآفرینی را بیش از هر زمان دیگری نمایان ســـاخته اســـت و به اجرایی‌شدن آن دلالت دارد. «یوزف آلویس شـــومپیتر» اقتصاددان اتریشـــی- آمریکایی کـــه از او به عنـــوان پدر کارآفرینی یاد می‌شـــود واژه «نـــوآوری» را به کارآفرینـــی پیونـــد می‌دهد. به عبـــارت دیگر ویژگـــی تعیین‌کننده در کارآفرینی را انجام دادن کارهای جدید یا ابداع روش‌های نوین در امور جاری می‌داند. از نظـــر او نوآوری در هر یک از زمینه‌های «ارائه کالای جدید، ارائه روش جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری جدید، یافتن منابـــع جدید، ایجاد هرگونه تشـــکیلات جدیـــد در صنعت» کارآفرینی محسوب می‌شود.

کارآفریـــن علاوه بر نبوغ و نوآوری باید خصیصه‌های دیگری همچون ابتکار عمل داشـــته باشـــد و یک ایده تغییر یا یک مفهوم بالقوه جدید را کـــه می‌تواند در بازار شـــلوغ موفق شـــود، ارائه دهد. ســـرمایه‌گذاران بیشـــتر اوقات به ســـرمایه‌گذاری در ایده‌ها و مفاهیمی تمایل دارند که احســـاس می‌کنند بازده کافی برای ســـرمایه و ســـرمایه‌گذاری خود را ایجـــاد می‌کنند و از ایـــن‌رو، کارآفرین نیاز به یک ایـــده ابتکاری برای ســـرمایه‌گذاری جدید دارد. کارآفرینان اهل ریسک پرخطر نیستند، اما اهل ریســـک حساب‌شده هستند. نتایج فعالیت‌های آنها ممکن است در بلندمدت مشخص شود یا اهدافشان در نگاه دیگران غیرممکن به نظر بیایـــد اما کارآفرینان، موقعیت‌ها را از یک دیـــدگاه متفاوت می‌بینند و باور دارند که اهداف آنها واقع بینانه و دســـت‌یافتنی است. آنان نقاط را در محدوده‌ای که دانش کارآفرینان قابل بهره‌برداری است، فرصت‌یابی می‌کننـــد. پیش‌زمینه‌هـــا و تجربیات، هر یک احتمـــال موفقیت آنها را افزایش می‌دهد.

پژوهشـــگر گروه اطلاع‌رســـانی ایرنا به منظور بررسی و واکاوی بیشتر مفهـــوم کارآفرینی و پیداکردن راه حل های برون‌رفت از بحران بیکاری در کشـــور با «کاوه فرهادی» پژوهشـــگر حوزه کارآفرینی و عضو هیأت علمی دانشگاه به گفت و گو پرداخته است.

مفهوم کارآفرینی در ایران

مـــا در بـــدو تولد پدیده کارآفرینی در ســـرزمین‌مان دچار اشـــتباهی بزرگ شـــدیم و از ایـــن رو با مقوله‌ای ناشـــناخته مواجه‌ایم که هویتش با ظاهرش تفاوتی آشـــکار داشت. چنین پدیده‌ای در مسیر رشدش نیز توفیق چندانی نخواهد یافت مگر با بازســـازی نگاه و اندیشه درباره آن. مـــا می‌توانیم بنا بر اصل تبدیـــل کردن تهدید به فرصت از ظرفیت یک مکتب کمرنگ شده و پیوند آن با کارآفرینی در معنای حقیقی مسیری بسازیم که با شرایط بومی و فرهنگ ایرانی سازگار باشد و در واقع یک مسیر ایرانیزه شده ایجاد کنیم.

ژاپن؛ نمونه عملی و کاربردی توسعه و پیشرفت

بهترین نمونه از نظـــر قرابت فرهنگی ژاپن را می‌توان نام برد. به نظر ژاپنی‌ها توانســـتند در یک عمل هوشمندانه در مواجهه با غرب مفاهیم ســـنتی خویش را در زندگی و فرهنگ امروزه زنده نگه دارند و هرچند که نام بســـیاری از آنها کمرنگ شـــده است، اما شـــیوه و روش آنها در شـــکل‌های جدیدی در اخلاق مردم گویی ساخته شده و توانسته است ژاپن را در مســـیر پیشـــرفت یاری کند. کاری که این کشـــور در طول ســـال‌های توسعه در دوران میجی (دورانی ۴۵ ســـاله از تاریخ ژاپن که در واقع سرآغاز بیداری ژاپن قرون وسطا به شمار می‌آید) و حتی پیش از آن در رویارویـــی با هر پدیده‌ای کـــه از غرب می‌گرفت، انجام می‌داد می‌توان بهترین الگو برای توســـعه و پیشرفت کشورهای در حال توسعه باشد. امروز به اذعان بیشتر ناظران ژاپن کشوری توسعه یافته است که باورهای ســـنتی‌اش را به شدت حفظ کرده اســـت و به معنایی دقیق‌تر بیان می‌کند که سنت و صنعت نه‌تنها در مقابل هم نیستند بلکه مکمل یکدیگر نیز به شمار می‌روند.

الگوی کارآفرینی فتوتی؛ الگوی ایرانیزه از توسعه کارآفرینی

لازم به توضیح اســـت که ســـخن ما این نیســـت که محور تقلید را از غرب به شـــرق تغییر دهیم بلکه می‌خواهیم بگوییم ما باید ایرانی مســـیر توســـعه را بسازیم از غرب و شـــرق بیاموزیم، اما از آنها تقلید نکنیم به این دلیل ما با واکاوی یک مکتب ســـنتی ایرانی اسلامی به نام «فتوت» و پیوند آن با کارآفرینی قصد داشتیم که برداشت ایرانی شـــده از ۲ کارآفرینی را بســـازیم که ممکن است از مفهوم غربی آن بسیار متفاوت باشد اما با شرایط بومی ما برای توسعه سازگارتر است. این مفاهیم در فرهنگ بومی ایران حاوی مفاهیمی چون دگرخواهی، اشـــتغال زایی، خلاقیت و مقدم شمردن منافع جمع بر منافع فرد به شمار می‌رود.

شاخصه‌های الگوی کارآفرینی فتوتی

مقصود ما به طور کلی از «کارآفرین فتوتی»، عاشق‌پیشـــه‌ای محسوب می‌شود که حاضر است با فداکاری‌های بسیار و از آن جمله فداکاری مالی، تحمل زیان و ضرر اقتصادی، تاب تحمل شدید و نیت‌های بسیار گسترده‌تر از نفع شـــخصی، همچون پیشـــبرد نیت‌های خیرخواهانه وطن‌پرســـتانه، مذهبی و مسلکی به ایجاد کار، شغل، رونق اقتصادی و درآمدزایی جمعی دســـت بزند. این تصور در فرهنگ ایرانی تنها آرمان‌گرایانه نیست. فرهنگ مشـــارکتی ایرانیان بستر لازم فرهنگی و ضرورت‌های اجتماعی، تاریخی و جغرافیایی ایران سبب شـــده است که تاریخ ما شاهد چنین تجربیاتی در قرون گذشـــته و اکنون باشـــد و این روحیه جمع‌گرایی و جوانمردی را در اصناف شهری، روستایی و ایلی ایران در قرون اولیه اسلامی و فتوت‌نامه‌های صنفی آنـــان (اســـاس‌نامه‌ها و مرام‌نامه‌های صنفی خـــود پذیرفته و خود تضمین‌کننده) می‌توان مشاهده کرد.

نمونه کارآفرینی فتوتی در ایران

نمونه مشـــهور یـــک خانواده کارآفریـــن فتوتی خانـــواده صنعتی‌زاده کرمانی اســـت. «شیخ علی اکبر» پرورشگاه صنعتی‌زاده کرمان را بنیان گذارد که این مکان برای یتیمان کرمان کارخانه آدم‌ســـازی، کارآموزی و آینده‌ســـازی بوده اســـت و نوه‌اش «همایون صنعتی‌زاده» که کارخانه گلاب زهرا حاصل دســـترنج او محســـوب می‌شـــود که برای کشاورزان کرمانی کارســـاز و درآمدســـاز شـــده اســـت. حاج اکبر در تمام حرکات اجتماعی کرمان پیشرو و صاحب نظر بود. او یک پراگماتیسم (عملگرا) به شـــمار می‌رفت و عقیده داشـــت که همه نظریات فلسفی و اجتماعی باید به کار منجر شود.

چگونگی مدیریت در ژاپن و نحوه تعامل با کارمند و کارگر

شـــاید بسیاری با اســـتفاده از واژه «مادرانه» در روش مدیریت ژاپنی که به طور سنتی باید به آن مدیریت پدرانه اطلاق کرد، موافق نباشند، اما واقعیت این اســـت کـــه کاربری این واژه در ارتبـــاط با مهر و عاطفه مادری ارزیابی می‌شـــود که یک لحظه از یاد فرزندانش غافل نمی‌ماند. شـــرکت‌های ژاپنی را بـــه مثابه خانواده‌ای بزرگ بایـــد در نظر آورد که ایفای نقش مدیریت به عهده انســـانی دلســـوز و خیراندیش اســـت که کارگران را همچون فرزندانش دوســـت دارد و آنها نیز تابع او هســـتند. بـــه عبارتی حد اعلای توجه را تنها در عاطفه مادری می‌توان درک کرد و اطلاق «مدیریت مادرانه» برای رســـاندن آن معناست. از آنجا که این روش بـــر پایه‌های اطمینان، وفاداری، پشـــتیبانی و اختیار قرار دارد، از ایـــن رو مدیریت ژاپن با شـــناخت نیازهای کارکنـــان، احتیاجات رو به رشـــد خانواده آنها، حمایـــت از آنان در برابر اخـــراج و افزایش با قاعده حقوق‌شان، نقش خود را به کمال ایفا می‌کند.

«موریتـــا آکیـــو» از کارآفرینان و مدیران موفـــق ژاپنی می‌گوید: «در روابط کارگری ژاپن نوعی برابری وجود دارد که در جاهای دیگر نیست. در کارخانه «سونی» میان کارگران ماهر و غیرماهر تمایز اندکی مشاهده می‌شـــود و اگر فردی به ســـمت رهبر اتحادیه ارتقا یابد، ما نسبت به او علاقه‌مند می‌شـــویم زیرا این‌گونه اشخاص افرادی هستند که می‌توانند دیگران را متقاعد کنند و وادار سازند که با آنان همکاری کنند و ما در جست وجوی چنین اشخاصی برای رده‌های مدیریتی هستیم. مدیریت، دیکتاتوری نیست. مدیریت بالای شرکت باید دارای استعدادی باشد که بـــا هدایت کردن مـــردم، آنان را اداره کند. ما به طور مرتب در جســـت وجوی اشخاص مستعد با چنین کیفیت‌هایی هستیم که بیشتر به دلیل نداشـــتن تحصیلات لازم، یا به دلیل کوتاه فکری‌شـــان، آنان را غیرقابل قبول تشـــخیص می‌دهیم. در شـــرکت‌های ما روحیـــه تخاصم و تهاجم بسیار اندک است و رو در روی دیگری ایستادن امکان ندارد.»

مقایسه نگاه مدیریتی ژاپنی و آمریکایی

البته تردیدی نیســـت که تفکر مدیریت ژاپنی و آمریکایی ویژگی‌های مشترک بسیاری دارند اما از آنجا که موضوع بحث ما مسیر متفاوتی به شـــمار می‌رود که ژاپن رقم زده است به طور طبیعی بحث از اشتراکات مســـیر کمکـــی به ما نمی‌کند. بـــه نظر تفاوت نگاه ژاپـــن با غرب امری روشن و پیشرفت این کشور نیز غیرقابل انکار است، شاید بهترین جمله برای پایان این بحث و بیان تفاوت‌های عمیق این باشـــد که تفاوت‌های شـــرکت‌های ژاپنی و آمریکایی از تفاوت‌های فرهنگی فراتر می‌رود. اگر شـــما از یک مدیر عامل ژاپنی بپرســـید که «مهمترین مسئولیت شما چیست»، او بی‌شک خواهد گفت که اشتغال دائم و بهبود سطح زندگی کارگران در صدر کارها قرار دارد. برای انجام دادن این کار، شرکت باید سود داشته باشـــد. کسب سود هرگز در اولویت کارها قرار نمی‌گیرد. تا آنجا که من می‌دانم بیشـــتر مدیران تجـــاری در آمریکا بالاترین اولویت را به سود ســـالیانه یا درآمد سرمایه‌گذاران می‌دهند، آنان دارای چنین مســـئولیتی هســـتند، چون این مهـــم را ســـرمایه‌گذاران برعهده آنان گذاشـــته‌اند و برای اینکه ســـر کار خود بمانند، مجبورند آنان را راضی نگه دارند. این خود یکی از تفاوت‌های عمده رویکردهای متفاوت شرقی و غربی در مواجهه با کارگر و ســـود عایدی شـــرکت اســـت حال ما باید ببینیم با اشـــتراکات فرهنگی با شـــرقی‌ها چگونه می‌توانیم این مسیر و فرآیند توسعه و پیشرفت را ایرانیزه و به کار ببندیم.

چگونه برای یک شغل درخواست دهیم؟

اولیـن قـدم در جهت گرفتن شـغل، موفقیت‌آمیز بـودن در فرآیند درخواست است. اگرچه هیچ فرمول مشخصی برای انجام این کار وجود ندارد، شـما می‌توانید با انجام کمی تحقیقات و تنظیم رزومه خود برای مطابقت با موقعیت شـغلی، بهترین شـانس را برای گرفتن آن شغل به دست آورید.

مرحله اول: وارد شدن

۱. تصمیم بگیرید که چه شـغلی را می‌خواهید. به منظور ساده‌سازی فرآیند درخواست کار، نیازها و خواسته‌های خود برای اشتغال را بررسی کنید. با در نظر گرفتـن چند چیز می‌توانید گزینه‌های خود را محدود کنید:

• زمینـه کاری را در نظـر بگیرید. اینکه آیا شـما از یک زمینه دیگر منتقل می‌شوید یا به دنبال حرکت جانبی هستید، مهم است که کاری را پیدا کنید که برای شما چالش‌برانگیز و سودمند باشد. دانستن آنچه که نمی‌خواهید انجام دهید، همان قدر مهم اسـت که بدانید چه کاری می‌خواهید انجام می‌دهید.

• مهارت‌هـای مورد نیاز برای یک سـمت خـاص را در نظر بگیرید. زمانی که از مهارت‌های شـما به خوبی مورد استفاده قرار می‌گیرد و به رسمیت شناخته می‌شود رضایت شغلی خواهید داشت. داشتن یک ایده در مورد اینکه از کدام مهارت‌های شما استفاده می‌شود و کدام مهارت توسعه می‌یابد، کلید تصمیم‌گیری در مورد یک کار ارزشمند است.

• حقـوق و مزایای خود را در نظر بگیرید. در مورد حد پایین خودتان صادقانـه و واقعـی باشـید. اگر به بیمه بهداشـتی نیاز داریـد و مقدار مشخصی از درآمد در هر ماه را تعیین کرده‌اید، بهتر است در محل‌هایی کار کنید که این شرایط را برآورده می‌کنند.

۲. تحقیق خود را انجام دهید. قبل از اینکه شـروع به ارسال رزومه و نامه کنید، به شرکت‌های مورد درخواست نگاهی داشته باشید.

• احساس شـخصیت و ارزش شـرکت را با خواندن توضیحات شغل بررسـی کنیـد. این اطلاعات در هنگام نوشـتن نامه کتبی شـما و در وضعیت مصاحبه مفید هستند.

• محصولات جدید یا خدماتی که شرکت ارائه می‌دهد را بخوانید. این اطلاعات اغلب در بخش «اخبار» شرکت قرار دارند. این بخش همچنین می‌تواند منبع اطلاعاتی در مورد فعالیت‌های جامعه شرکتی باشد.

• بخش شـغلی وب‌سـایت شـرکت را برای بینش بیشـتر در مورد فرصت‌های شـغلی مرور کنید. شما ممکن اسـت گزینه‌های بیشتری برای استخدام در سایر ادارات یا مکان‌ها پیدا کنید.

۳. رزومه بنویسید. حتی اگر کار شما نیاز به ارسال یک رزومه سنتی نداشته باشد، داشتن رزومه‌ای بروز بسیار توصیه می‌شود. رزومه نه‌تنها مـدارک تحصیلی و کار شـما را مشـخص می‌کند، بلکـه می‌توانید به پروژه‌هـای خاصی کـه در آن کار انجام داده‌اید یا جوایزی که کسـب کرده‌اید اشـاره کنید. اطلاعات مربوط به رزومه شـما شامل موارد زیر می‌شود:

• اطلاعات تماس فعلی شـما، از جمله نام کامل، شماره تلفن، آدرس پستی و آدرس ایمیل.

• پس‌زمینه آموزشـی شما. لیست دانشـکده‌هایی که در آن تحصیل کرده‌اید (از ابتدا تا تازه‌ترین‌ها)، سال تحصیل و هر مدرک یا گواهی که کسب کرده‌اید را لیست کنید. شما ممکن است بخواهید دوره تحصیل خود را نیز یادداشت کنید.

• سابقه کار خود برای چند سـال گذشته. قانون غیررسمی می‌گوید هر صفحه رزومه برای هر ۱۰سـال تجربه است. توجه داشته باشید که شـکاف‌های زیاد در اشتغال و یا مشـاغل متعدد در زمان کوتاه، چیزی اسـت که ممکن است در طول مصاحبه از شما در مورد آن سؤال شود. اطمینان حاصل کنید که تاریخ اسـتخدام، نام شـرکت، سـمت شما و شرح مختصری از فعالیت‌های خود را داشته باشید.

• مهارت‌های مربوطه. این شـانس شما برای لیست تمام مهارت‌هایی است که از طریق سال‌ها به دسـت آورده‌اید. دانستن تجهیزات اداری، آشنایی با سیسـتم عامل‌های کامپیوتری، برنامه‌های نرم‌افزاری (مانند آفیس)، تایپ سـریع، تجربه پایگاه داده و سـایر اطلاعات مربوطه باید در رزومه شما باشند.

۴. برای اطلاع از روند درخواست، با کارفرما تماس بگیرید. به احتمال زیاد تماس شما به مدیر استخدام یا مدیر منابع انسانی هدایت می‌شود. اگر آن‌ها قصد اسـتخدام داشته باشند، ممکن است از شما بخواهند به شرکت بروید و درخواست خود را پر کنید یا رزومه و نامه ارسالی خود را از طریق پسـت یا پسـت الکترونیکی ارسـال کنید. اطمینان حاصل کنید که نام خود را ذکر کرده و همه ارتباط‌های آینده را براسـاس نام خود دنبال کنید.

۵. در صورت لزوم یک نامه همراه بنویسید. اطمینان حاصل کنید که مشخصاً هم برای شرکت باشد و هم کار. در صورت امکان، نامه را برای یک مخاطب خاص بنویسـید. این نشـان می‌دهد که شما مدت زمانی را برای تحقیق در مورد اطلاعات گذاشـته‌اید و فقط به هر کارفرمایی کـه می‌توانید پیدا کنید، ارسـال نمی‌کنید. می‌توانیـد در نامه خود از موضوعات زیر استفاده کنید:

• چگونه شخصیت و مأموریت شرکت با ارزش‌های شما سازگار است.

• چگونـه پس‌زمینه‌تان شـما را یک نقش ارزشـمند برای سـمت و شرکت می‌سازد.

• امیدوارید در این سمت چه چیزی به دست آورید.

• چـه اسـتعدادهای منحصر به فردی برای این سـمت بـه ارمغان می‌آورید؟

• چه چیزی در مورد این سمت خاص به آن علاقه دارید؟

۶. نظر فرد (یا افراد) دیگر را بپرسـید. از دوسـتان یا اعضای خانواده بخواهیـد رزومـه و نامه را برای غلط املایی بررسـی کنند. آنها ممکن اسـت بتوانند به چیزهایی که شـما ندیدید یا مـواردی که می‌توان به شکل بهتری نوشت، اشاره کنند.

• در صورت امکان، از کارکنانی که در زمینه شغلی شما کار می‌کنند مشورت بخواهید. صحبت کردن با مصاحبه‌کنندگان یا مدیران استخدام نیز سـودمند اسـت، زیرا آنها با کیفیت و معیارهایی که کارفرمایان به دنبال آن می‌گردند آشنا هستند.

۷. توصیه‌نامه داشـته باشـید. اگرچه مجبور نیستید توصیه‌نامه را به سرعت ارائه دهید، بهتر است که به دنبال گرفتن آن باشید.

• توصیه می‌شـود که حداقل از سه نفر نامه بگیرید. حداقل دو نفر از این مراجع باید افرادی باشـند که با آنها کار کرده‌اید و می‌توانند راجع عملکرد شغلی شما صحبت کنند.

• اطمینان حاصل کنید که اطلاعات بروز شده مراجع خود، از جمله آدرس پسـتی و آدرس ایمیل، شماره تلفن، سمت فعلی و شرکت فعلی را داشته باشید.

۸. درخواست دهید. هنگامی که رزومه و نامه خود را به خوبی تنظیم کردید، زمان شـروع فرآیند درخواست اسـت. درخواست‌ها معمولاً به یکی از سه روش زیر ارائه می‌شوند:

• به صورت حضوری. یک بسـته با تمـام مدارک خود را به محل کار کارفرمای بالقوه ببرید. توصیه می‌شود قبل از تحویل بهترین زمان برای ارائه دادن مدارک خود را بپرسـید. هنگامی که وارد می‌شـوید، با مدیر استخدام صحبت کنید و سعی کنید مدارک خود را به صورت شخصی به آنها بدهید. این اجازه می‌دهد تا مدیر استخدام چهره شما را به خاطر بسپارد. توصیه می‌شود که لباس حرفه‌ای بر تن داشته باشید و خودتان را به خوبی نشان دهید.

• آنلایـن. برنامه‌های آنلاین متفاوت هسـتند - برخی ممکن اسـت از شـما بخواهند فیلدها را پر کنید، در حالی که دیگران ممکن اسـت درخواسـت کننـد که نامـه و روزمه خود را پیوسـت کنیـد. برخی از شـرکت‌ها از شما می‌خواهند که مدارک خود را به بخش منابع انسانی آنها ارسـال کنید. مهم اسـت که دسـتورالعمل ها را دنبال کنید - اگر آنها از شـما بخواهند رزومه خود را در قسمت ایمیل ارسال کنید، پس پیوست ارسال نکنید!

• توسـط ایمیل. در صورت درخواست، اطمینان حاصل کنید که نام مدیر استخدام یا مدیر منابع انسانی را در تمام مکاتبات خود ذکر کنید.

۹. پیگیری. بررسـی وضعیت درخواسـت شما، علاقه شما به شغل را نشان می‌دهد و اطمینان می‌دهد که مدارک درخواستی شما به شخص مناسـب رسیده باشد. تماس گرفتن به سـرعت ممکن است شما را بد جلوه دهد. برای پیگیری پیشنهادات زیر را دنبال کنید:

• بـه «مهلت آگهی» توجه کنید. اکثر شـغل‌های ارسـال شـده در اینترنت مهلت مشخصی دارند. تماس با مدیر استخدام قبل از این تاریخ می‌تواند شما را بیش از حد مشتاق و ناامید نشان دهد.

• اگر مهلتی برای آگهی نبود، یک قاعده خوب این است که یک هفته پس از ارسال درخواست تماس برقرار کنید.

• زمانی که با مدیر اسـتخدام یا مدیر منابع انسـانی تماس می‌گیرید سـعی کنید لحن ارتباط را دوستانه نگه دارید. از نظراتی مانند «با من هنوز تماس گرفته نشـده است.» دوری کنید. در عوض، این سؤال‌ها را مطرح کنید «آیا هنوز تصمیمی گرفته شـده است؟» یا «آیا می‌توانید کمی بیشتر در مورد چارچوب زمان استخدام به من توضیح دهید؟»

مرحله دوم: گرفتن پیشنهاد شغلی

درخواسـت شـما برای گرفتن پیشنهاد شـغلی که می‌خواهید، فقط اولین مرحله در یک سـری از مراحل به منظور ایمن کردن پیشـنهاد اسـت. با کمی برنامه‌ریزی، پیش‌بینی و تمرین حرکت روند اسـتخدام آسان خواهد بود!

۱. اطمینان حاصل کنید که حضور آنلاین شما تمیز است. کارفرمایان و استخدام کنندگان اغلب اینترنت را به دنبال شما می‌گردند و هر چیز منفی که ببینند می‌توانند شما را به ته لیست باز گرداند.

۲. هنگامـی که در نهایـت یک مصاحبه دریافـت می‌کنید، مطمئن شـوید که مناسب با شـغل مورد نظر خود لباس می‌پوشید. لباس‌هایی که باعث احساس خوب و اعتماد به نفس می‌شوند می‌توانند بر شما در هنگام مصاحبه تأثیر مثبت بگذارند.

۳. سـر وقت باشـید. برای رسـیدن به مصاحبه‌ها ۱۰ الی ۱۵ دقیقه پیش از زمان برنامه ریزی شـده حرکت کنید تا مسائل مربوط به حمل و نقل عمومی یا ترافیک منجر به دیر رسـیدن شـما نشـوند. این امر همچنیـن به شـما چند دقیقه وقـت اضافه برای آماده شـدن و مرور یادداشت‌هایی که با خود آورده‌اید می‌دهد.

۴. در مصاحبه خود را با علاقه و مشـتاق نشـان دهید. مثبت بودن و صحبت در مورد شغل به صورت آگاهانه نشان می‌دهد که شما تحقیق خـود را انجام داده‌اید و این امر می‌تواند امتیاز زیادی را برای شـما به ارمغان بیاورد.

۵. به یادداشـت‌های خـود مراجعه کنید. از مصاحبه‌کننده بپرسـید که آیا می‌توانید به یادداشـت‌های خود نگاه کنید. یادداشـت‌های شما می‌تواند به عنوان برگه تقلبی باشـد که در آن دستاوردها و مهارت‌های خود را لیست کرده‌اید.

۶. رفتار مناسـب از خود نشان دهید. پیگیری پس از یک مصاحبه، با یک نامه تشـکر رفتار خوب شما را نشـان می‌دهد و یک تصور ماندگار از شما به جا می‌گذارد.

منبع: Wikihow/ucan

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رأی شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۰۱۱۲ مورخ ۹۹/۲/۸ هیأت اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت‌آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای قربان محموی خواجه فرزند علی میرزا بشماره شناسنامه ۱۳ صادره از بابل در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۷۵ مترمربع در قسمتی از پلاک ۸۱۸۳ فرعی از ۱ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۹۷ فرعی از ۱ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای ابراهیم طاهری تمیجانی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۴/۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۴/۲۲
م الف ۱۱۸۶۲ رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران - بهروز جشان
شناسه آگهی: ۸۸۹۷۸۷

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۲۱۹۶ مورخ ۹۸/۱۲/۱۷ هیأت اول موضوع قانون تعیین-تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت‌آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای اسکندر عربکری فرزند عبداله بشماره شناسنامه ۱۶ صادره از میانه در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۷۸ مترمربع در قسمتی از پلاک ۴۸۷ فرعی از ۳ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران که به میزان تصرفی خود دارای سند مالکیت مشاعی بوده و تصرفات نامبرده در ملک مورد تقاضا محرز گردیده است. لذا به‌منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۴/۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۴/۲۲
م الف ۱۱۸۵۶ رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران - بهروز جشان
شناسه آگهی: ۸۸۹۸۲۹

مفقودی

برگ کمپانی و برگه سبز وبرگه عوارض شهرداری و وکالت نامه وسیله نقلیه نوع: سواری سیستم :پراید سایپا ۱۳۲ برنگ :نوک مدادی متالیک مدل ۱۳۸۸ به شماره موتور ۳۱۱۰۶۵۹ به شماره شاسی S۱۴۲۲۲۸۸۱۰۹۷۳۸ به شماره پلاک خودرو ۶۹۱ ل ۲۴ ایران ۷۹ بنام سلمه درویش حسینی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.
شهرستان قزوین

آگهی ابلاغ اخطاریه

آگهی ابلاغ اخطاریه ماده ۱۰۲ به آقای فرشاد پرویزی فرزند غریب متولد ۱۳۶۲/۰۶/۳۱به شماره شناسنامه ۵۳ و کد ملی ۴۲۳۱۷۴۰۰۸۹ مدیون پرونده شماره کلاسه ۹۵۰۰۳۲۱ بدینوسیله اعلام می گردد آقای فرشاد پرویزی فرزند غریب متولد ۱۳۶۲/۰۶/۳۱ به شماره شناسنامه ۵۳ و کدملی ۴۲۳۱۷۴۰۰۸۹ مدیون پرونده کلاسه ۹۵۰۰۳۲۱ و بر اساس سند رهنی ۸۵۰۶۲ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۸۷ یاسوج ، در خصوص رسیدگی به اعتراض واصله به عملیات اجرایی وارده به شماره ۹۹۰۲۰۳۲ مورخ ۱۳۹۹/۰۴/۱۷ و ۹۹۰۲۰۳۷ مورخ ۱۳۹۹/۰۴/۱۸موضوع پرونده اجرایی کلاسه فوق نظربه رئیس ثبت به شرح بین الهلالین به شما ابلاغ می گردد مقتضی است در صورتی که به نظریه مذکور اعتراض دارید، ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ ابلاغ کتبا به شعبه اداره اجرا اعلام نمائید. ضمنا به اعتراضی که خارج از موعد مقرر واصل گردد ترتیب اثر داده نخواهد شد.(رای) با توجه به گزارش کار و بررسی اوراق و مستندات پرونده و با عنایت به این موضوع که اجرائیه به مدیون ابلاغ گردیده و نظریه ارزیابی نیز قبلا مورد اعتراض آقای مسعود محمدی واقع گردیده است که این موضوع نیز دال بر اطلاع مشارالیه از روند عملیات اجرائی می باشد و همچنین آقای صادق فهمی اردکانی نتوانسته مدرک رسمی دال بر مالکیت خود ارائه ننموده است و در پرونده اجرائی بعنوان مدیون با راهن تقشی نداشته است لذا اعتراض نامبرده‌گاه را وارد ندانسته و رای بر رد اعتراض انها صادر و اعلام میگردد و با توجه به این که رای صادره در روز برگزاری مزایده تنظیم گردیده است صحت و تائید انجام مزایده منوط به نتیجه قطعی رای صادره خواهد بود این رای پس از ابلاغ به مدت ده روز از سوی طرفین پرونده قابل اعتراض و رسیدگی در هیئت محترم نظارت ثبت استان باستناد بند ۸ از ماده ۲۵ قانون ثبت می باشد.
مسئول واحد اجرای اسناد رسمی یاسوج حشمت اله زمانی زاده

رئیس اجرای اسناد رسمی یاسوج حشمت اله زمانی زاده
آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ۳۵۰ سهم مشاع از ۱۵۹۷۰ سهم یک دوم سهم مشاع از سی و دو و سه چهارم سهم دو دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین قطعه ۸ تفکیکی به مساحت ۳۱۳۸۲۵۰ متر مربع تحت پلاک ۵۵۳۵ فرعی از ۳۶- اصلی بخش ۵ قزوین ذیل شماره ثبت ۶۵۳۵۲ صفحه ۱۹۷ دفتر ۳۲۱ و به شماره چاپی ۹۶۸۶۰۳ الف ۸۳ به نام آقای حسین هاشمی صادر وتسلیم گردیده است .حال مالک آقای حسین هاشمی با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود به وارده شماره ۶۸۰۰۷۹۴۲مورخ ۹۹/۰۴/۰۳ مدعی شده که سند مذکور به علت سهل انگاری مفقود گردیده است و با سند مذکور معامله ای نشده و ثبت دفتر املاک موید این ادعا میباشد تقاضای صدور سند مالکیت المثنی ملک مزبور را نموده علیهذا مراتب با توجه به تبصره یک ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویا معاملاتی به نفع اوشده ویا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه با این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد. تاریخ انتشار: ۹۹/۰۴/۲۲
علی شهسواری - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین- ۱۲۸۰ م الف

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ششدانگ یک قطعه باغ تحت پلاک ۳۱۸ فرعی از ۳۱۹۸-اصلی بخش ۴ شمالشرق قزوین کت آباد ذیل ثبت ۸۷۱۲ صفحه ۳۱۶ دفتر ۴۱ به شماره چاپی ۱۴۲۴۴ بنام سیدرحمن سیاه پوش صادر وتسلیم گردیده است نامبرده تمامی مورد ثبت را برابر سند شماره ۵۳۹۴۹ مورخ ۶۲/۱۱/۲۹ دفتر ۳ قزوین به شرکت مجتمع دامداری کت آباد با مسئولیت محدود انتقال داده است سپس مالک مقدار دودانگ مشاع از مورد ثبت را برابر اسناد عادی خانمها مهلقا غیاثوند و شمس جهان جهان شاهی انبوهی انتقال داده است که بنامشان اسناد مالکیت جداگانه صادر و تسلیم گردیده است حالیه شرکت مجتمع دامداری کت آباد ملک چهاردانگ مشاع مورد ثبت با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود مدعی فقدان سند به علت سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی خود رانموده که مراتب به استناد نامه ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویا معاملاتی به نفع اوشده ویا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه با این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد. تاریخ انتشار: ۹۹/۰۴/۲۲
شعبان عسگری - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک قزوین- ۱۲۸۶ م الف

چالش شروع کسب و کار جدید در دوران کرونا

به قلم: لیزا کروکو کارشناس بازاریابی و کارآفرین حوزه مواد غذایی
ترجمه: علی آل‌علی

شـروع کسـب و کار تازه در دوران کرونا و نابسـامانی‌های اقتصادی در بسیاری از کشـورهای دنیا ایده چندان جذابی به نظر نمی‌رسد. بسیاری از برندهای بزرگ در طول دوران کرونا از هرگونه اقدامی برای توسعه کسب و کارشان خودداری می‌کنند با این حساب تلاش برای شروع یک کسب و کار تازه باید عجیب به نظر برسد. بدون تردید اغلب کارشناس‌ها و کارآفرینان با تلاش‌های جدی برای توسعه کسب و کار در شرایط کنونی مخالف هستند. در این میان به گزارش خبرگزاری CNBC، جن همر به عنوان یکی از کارآفرینان موفق در زمینه فناوری‌های نوپا نظر متفاوتی دارد. جن همر در مورد موقعیت‌های دشوار اقتصادی مانند بحران مالی ایالات متحده از ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ نظر متفاوتی نسبت به دیگر کارشناس‌ها دارد. بر این اساس بحران‌های مالی بهترین زمان برای راه‌اندازی کسب و کارهای تازه براساس ایده‌های نوآورانه محسوب می‌شود. استفاده از موقعیت‌های اقتصادی نامناسب برای توسـعه کسـب و کار در نگاه نخسـت بیش از اندازه عجیب به نظر می‌رسد. این نکته از نگاه بسیاری از بازاریاب‌ها و کارآفرینان به مثابه نوعی چالش بزرگ ارزیابی می‌شود. هدف اصلی ما در مقاله کنونی بررسی دلایل شروع کسب و کار تازه در شرایط نامناسب کرونایی است بنابراین شاید زمان کنونی بهترین موقعیت برای شروع کسب و کار برندمان باشد.

چرا باید همین حالا کسب و کارمان را شروع کنیم؟

ما در ادامه این بخش به بررسـی برخی از دلایل اصلی برای شـروع کسب و کار در زمان شیوع ویروس کرونا می‌پردازیم. بدون تردید ویروس کرونا در بسـیاری از کشـورها به خوبی مدیریت شـده اسـت، اما هنوز هم تاثیر این بحران جهانی بر روی حوزه اقتصادی قابل مشـاهده اسـت بنابراین دلایل مورد بحث ما باید انگیزه کافی برای کارآفرینان به منظور سـرمایه‌گذاری بر روی کسب و کار تازه را داشته باشد.

۱. فرصت طلایی برای ایجاد اشتغال و کمک به اقتصاد

براسـاس گزارش موسسه فوربس، در پی شـیوع ویروس کرونا در سراسر دنیا نزدیک به ۴۳ میلیون نفر بیکار شده‌اند. این رقم برای اقتصاد جهانی بسیار گزاف است بنابراین نیروی کار موردنیاز برندها برای شروع کسب و کار به وفور موجود است.

بدون تردید ضررهای ناشـی از شـیوع کرونا بیش از همه متوجه کسب و کارهای بزرگ است. چنین کسب و کارهایی با قوانین سـفت و سـخت در زمینه واردات محصولات به کشـورهای مختلف مواجه شده‌اند. مزیت اصلی کسـب و کارهای کوچک امکان دریافت کمک‌های مالی دولتی و همچنین ادامه فعالیت در شرایط اجرای قوانین سفت و سخت واردات است. بر این اساس چنین کسب و کارهایی امکان توسعه و حتی استخدام نیروی کار برندهای بزرگ و بین‌المللی را نیز دارند.

کمک به اقتصاد فعلی کشـورها ایده مناسبی برای دریافت کمک‌های دولتی محسوب می‌شود بنابراین شما به عنوان کارآفرین در مسیر راه‌اندازی کسب و کار تازه‌تان از کمک‌های دولتی نیز بهره‌مند خواهید شد. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای موفقیت در حوزه بازاریابی و برندسـازی دارد. مشـتریان در شـرایط کنونی نسبت به فعالیت کسـب و کارهای تازه تاسیس با دیده مثبت می‌نگرند. این امر مزیت بازاریابی و تعامل با مشتریان برای ما را به ارمغان خواهد آورد.

۲. جست‌وجوی فرصت‌های تازه

ایده‌های کسب و کاری بسیار زیادی در پی وقوع حادثه کرونا در سراسر دنیا شکل گرفته است. مهم‌ترین حوزه‌های مورد بحث شـامل بهداشـت و سلامت است بنابراین اگر شـما ایده‌های جذابی برای حوزه بهداشت و سلامت افراد مختلف دارید، همین الان باید دست به کار شوید. ایده‌های جذاب به طور واحد به ذهن چندین نفر می‌رسد. نکته مهم در این میان سرعت عمل افراد برای اجرای ایده‌شـان اسـت بنابراین اگر شما دیر به فکر اجرای ایده‌تان بیفتید، به احتمال زیاد شانس چندانی برای موفقیت در حوزه بازاریابی و جلب نظر مشـتریان نخواهید داشـت. برخی از کارآفرینان نسبت به شروع کسب و کار در شرایط کرونایی تردیدهای زیادی دارند. این امر به دلیل عدم اطمینان نسبت به کیفیت ایده‌های جاری آنها صورت می‌گیرد. توصیه ما در این بخش استفاده از نظرات چندین کارشـناس کسـب و کار یا حتی دوستان نزدیک برای ارزیابی بهینه اسـتارت‌آپ‌تان است. بدون تردید مواجهه با شکسـت در حوزه کسـب و کار همیشه دشوار اسـت، با این حال شکست یک استارت‌آپ در شرایط کنونی دشوارتر از هر زمان دیگری خواهد بود.

۳. سهولت در تامین مالی استارت‌آپ

تامین مالی اسـتارت‌آپ یکی از دشـوارترین بخش‌های راه‌اندازی کسـب و کار تازه است. سـازمان‌های دولتی و مردم‌نهاد در کشـورهای مختلف اقدام به ارائه کمک‌های مالی و تسـهیلات سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی کسب و کارهای تازه در دوران سخت کنونی کرده‌اند بنابراین شما امکان استفاده از وام‌های متعددی در مسیر شروع کسب و کارتان را خواهید داشت.

ایالات متحده در دوران سـخت کرونا بسـیاری از مشـکلات اقتصادی را تجربه کرده اسـت. برخی از شرکت‌ها در طول دوران قرنطینه به کلی ورشکسـته شـده‌اند، با این حال براسـاس گزارش رسمی انجمن کسـب و کارهای کوچک کمکی به مبلغ ۳۷۶ میلیارد دلار برای کسـب و کارهای کوچک این کشـور اختصاص داده شده اسـت. بی‌تردید این رقم برای نجات کسب و کارهای کوچک کافی نیست، اما کمک قابل توجهی به آنها خواهد کرد.

۴. رهایی از بار مالیاتی

پرداخت مالیات برای کسب و کارهای تازه تاسیس در سال‌های ابتدایی بسیار دشوار خواهد بود. چنین کسب و کارهایی اغلب توان پرداخت مالیات در سـال‌های نخسـت را ندارند. شیوع ویروس کرونا کار پرداخت مالیات برای برندهای بزرگ را نیز با مشکل مواجه کرده است، با این حساب وضعیت کسب و کارهای کوچک به طور کلی حاد ارزیابی می‌شود. نکته مهم در این میان تلاش گروه‌های مختلف مردمی برای کاهش بار مالیاتی کسـب و کارهاسـت. بر این اساس بسیاری از نهادهای قانونگذاری در کشورهای مختلف اقدام به لغو مالیات‌های مختلف برای کمک به کسب و کارهای تازه تاسیس کرده‌اند. این امر موقعیت مناسبی در اختیار کارآفرینان برای شروع فعالیت کارآفرینانه خواهد داد.

بهترین گزینه‌ها برای شروع کسب و کار در دوران کرونا

بی‌تردید شروع کسب و کار تازه همراه با تردیدهای بسیار زیادی است. ما در این بخش به جمع‌آوری فهرستی از کسب و کارهای مناسـب برای شـروع فعالیت کارآفرینان پرداخته‌ایم. مزیت اصلی فهرسـت کنونی سادگی شروع کار اسـت. این امر شامل پرهیز از چالش‌های بهداشتی در زمینه انتشار ویروس کرونا و هماهنگی با بودجه‌های اندک کارآفرینان است. به گزینه‌های ذیل توجه کنید:

- مشاوره کسب و کار
- مربی ورزشی آنلاین
- خدمات نظافتی آنلاین
- تحویل محصولات یا سفارشات
- طراحی استراتژی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی
- مشاوره بازاریابی و تبلیغات
- طراحی سایت
- ساخت پادکست
- ارائه توصیه‌های کاری و برنامه‌ریزی شغلی

بدون تردید گزینه‌های مورد بحث در فهرسـت فوق نیاز به بودجه اولیه بسـیار زیادی ندارد. بنابراین شما در هر شرایطی امکان شـروع کسـب و کار موردنظر را دارید. نکته مهم در این میان ارزیابی مهارت‌تان در هر کدام از حوزه‌های مورد بحث اسـت. شاید شـما مهارتی خارج از گزینه‌های مطرح در این بخش داشـته باشـید. در این صورت باید به دنبال ایجاد گزینه‌های مناسب برای خودتان باشید.

منبع: smallbusinessbonfire.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
یکشنبه | ۲۲ تیر ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۸۰ | 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 بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

۱۵ عادت مثبتی که به بهبود کیفیت زندگی‌تان منجر می‌شود

هر کسـی دوسـت دارد در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود، به موفقیت برسـد. بهتر اسـت با دقت بیشتری در مورد آنچه می‌خواهید به آن برسید و کاری که دوست دارید انجام دهید، فکر کنید و با برنامه‌ریزی برای رسیدن به اهداف‌تان پیش بروید. با ما همراه باشید تا ۱۵ عادت موثر را به شما معرفی کنیم که باعث بهبود کیفیت زندگی شخصی و کاری‌تان می‌شود.

۱. در زمینه‌ای که می‌خواهید پیشرفت کنید، مطالعه بیشتری داشته باشید

آیا دوسـت دارید در مهارت خاصی به پیشرفت برسید؟ در مـورد آن مطالعـه کنیـد. بیشـتر به آن فکـر کنید، کتاب‌هایی بخوانید که به دانش‌تان می‌افزاید. اگر به دنبال نتیجه و تاثیرگذاری بیشـتری هسـتید، به مطالعه کردن توجـه ویژه‌ای نشـان دهید زیـرا با مطالعـه همه چیز در ذهن‌تان باقی می‌ماند.

۲. مهربان باشید

در مقابل دیگران مهربان و دلسوز باشید و این خصوصیت را به عادت مثبتی برای خود تبدیل کنید. سعی کنید کمتر عصبانی شـوید و ایـن باور را در خود بـه وجود آورید که داشـتن رفتاری عاقلانه و دلسوزانه در بیشتر اوقات نتیجه بهتـری بـه دنبال دارد. ایـن تفکر و رفتار به شـما کمک می‌کند آسان‌تر با دیگران ارتباط برقرار کنید.

۳. به صحبت‌های اطرافیان‌تان با دقت بیشتری گوش دهید

گوش دادن فعال به صحبت‌های دیگران کار ارزشـمندی اسـت. شاید حرف مهمی زده نشـود اما باید توجه خود را به طرف مقابل‌تان نشان دهید. هر صحبت و گفت‌وگویی را با این جمله به پایان برسانید: «چطور می‌توانم به شما کمک کنم؟» آنگاه متوجه می‌شوید همین یک جمله ساده چقدر در بهبود رابطه شـما با دیگران تاثیر دارد. گاهی پیدا کردن راه حل در رابطه کار ساده‌ای است، اما اگر واقعا به حرف‌های طرف مقابل گوش می‌دهید، این کار را انجام دهید.

۴. روی کارهای هر روزتان تأمل کنید

اگـر واقعـا می‌خواهید پیشـرفت کنید و بـه اهداف‌تان برسـید، باید بدانید چطور می‌توانید پیشـرفت کنید. تنها راه برای اینکه بدانید چطور به پیشـرفت برسید این است که تأمل کنید و از خودتان بپرسید چه کارهایی لازم است انجام دهید.

۵. به کسانی که برای‌تان مهمند، بیشتر توجه کنید

اگر رابطه‌تان با فردی از هم پاشـیده اسـت، دیگر مهم نیسـت نسـبت به او چه طرز فکری دارید. در اطراف همه ما کسـانی هستند که به آنها عشـق می‌ورزیم و برای‌مان مهمنـد. خودخواهی را کنار بگذاریـد و به این افراد توجه بیشتری نشان دهید، زیرا این افراد نقش مهمی در زندگی کارمندان، شـرکا و مدیران شما دارند و بی‌توجهی به آنها می‌تواند به رابطه شما با آن فرد آسیب بزند.

۶. با دیگران همراه شوید و به پیشرفت برسید

با افرادی ارتباط برقرار کنید که شما را در مسیر پیشرفت هل می‌دهند. باید بدانید بهترین پیشـرفت شخصی توسط دیگران انجام می‌گیرد. اگر با افرادی که همانند شـما کار می‌کنند وقـت بگذرانید، خودتان را در حال رشـد با آنها می‌بینیـد، خیلی زودتر از اینکـه بخواهید به تنهایی تمام کارها را انجام دهید.

۷. به رابطه‌تان با اطرافیان اهمیت بیشتری بدهید

ارتباط مستمر مهم‌ترین چیزی است که در برقراری یک رابطه کارآمد اهمیت دارد. گاهی یک احوالپرسی ساده در زمان مناسـب می‌تواند یک رابطه بلندمدت کاری برای‌تان به ارمغان بیاورد.

۸. سیستم پاداش و تنبیه داشته باشید

سیسـتم پاداش و تنبیه برای کسـانی کـه می‌خواهند عادات بدشـان را کنار بگذارند ضروری است. گاهی اوقات یک جایزه یا تنبیه مختصـر می‌تواند باعث ایجاد تغییرات موثری شود.

۹. از کارهای خوب حمایت کنید

برخی عـادت کرده‌اند مدام غُر بزنند و یادشـان می‌رود گاهی لازم اسـت از کارها و خدمات خوب دیگران تشـکر کنند. اکنون به کارهای خوبـی که دیگران برای‌تان انجام داده‌انـد، کمی فکر کنید و برای آن خدمات قدردان‌شـان باشـید. دادن یک هدیه مناسـب نه تنها قدرشناسی شما را نشـان می‌دهد، بلکه می‌تواند باعث شود دیگران رابطه و احساس بهتری نسبت به شما داشته باشند.

۱۰. با خودتان صادق باشید

گاهی تنها صحبت کـردن نمی‌تواند تغییری ایجاد کند. لازم است کتابی برای ارتقا و تعالی خود تهیه کنید و آن را همه جا با خود ببرید و بگویید: «من در حال تلاشـم برای اینکـه بیشـتر در لحظه زندگی کنم.» تا اینکه گوشـی به دسـت بگیرید و به دوستان خود پیام دهید: «من در حال تلاش برای زندگی در لحظه‌ام.»

۱۱. از افراد موردپسندتان الهام بگیرید

نـگاه کردن به دیگران برای ایجاد انگیزه، الهام گرفتن از آنها یا حتی به عنوان یادآورهای روزانه که چطور می‌توانید مسیر خود را در سفرتان ادامه دهید، می‌تواند مفید باشد.

۱۲. میزان پیشرفت خود را بسنجید

یکی از مربیانم می‌گفت «اگر نمی‌توانی پیشرفت خود را اندازه بگیری، اصلا به دنبال پیشرفت نفس نباش» و زمان زیادی صرف کرد تا منظورش را به من بفهماند. شـما باید راهی برای اندازه‌گیری پیشرفت خود پیدا کنید. این راهی است که شما را به اهداف‌تان می‌رساند، البته به شرطی که در همان مسیر حرکت کنید و از مسیرتان منحرف نشوید.

۱۳. پایداری، رمز موفقیت است

یک شـبه نمی‌توان به پیشـرفت رسـید، بلکه موفقیت تدریجی به دسـت می‌آیـد. تداوم چیزی اسـت که باعث ایجاد تغییرات معنادار می‌شـود، البته همان چیزی اسـت که برای اغلب افراد سـخت است. شـما نمی‌توانید به یک باره تغییری ایجاد کنید و در آن ثابت‌قدم بمانید. پیشرفت نفس یک تمرین روزانه و یک سبک زندگی است.

۱۴. همیشه بهترین عملکرد را از خود نشان دهید

اگـر می‌خواهید زندگی خود را بهبود دهید، باید بهترین عملکرد را از خود نشـان دهید و سـعی کنید همه چیز را در جای درسـت خود بگذارید. با این حال، به‌دست آوردن اعتبار نباید انگیزه تمام کارهای خوب شـما باشـد. رغبت زیاد برای کسـب اعتبار، باعث می‌شود نه تنها در رسیدن به اهداف خیرخواهانه‌تان شکسـت بخورید، بلکه شخصیت شما نزد دیگران خدشه‌دار خواهد شد.

۱۵. دیگران را تایید کنید

بهتریـن کاری که می‌توانید در مواجهه با یک کار خوب و شایسـته انجام دهید، این اسـت که بگویید: «کار بسیار خوبی بود» یا «من مطمئنم بقیه قدردان کار شما خواهند بـود.» تایید کردن و قدردانی از دیگران کار بسـیار خوبی است و باعث بنیادی شدن یک رفتار مثبت و تبدیل آن به یک عادت خوب می‌شود.

منبع: inc/ucan