روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۲۴ تیر
۱۳۹۹

Tue. 14 Jul 2020
۲۲ ذوالقعده ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۵۸۲ - ۱۶ صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال
www.forsatnet.ir

یادداشت

شکست بازار و مالیات بر خانه‌های خالی

ناصر یارمحمدیان
عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان

بازار مسکن تملیکی و استیجاری در اقتصاد ایران، یکی از بازارهای نسبتا آزاد و رقابتی است، به طوری که دخالت‌های اندکی در این بازار خصوصا بازار مسکن استیجاری، توسط دولت صورت می‌گیرد اما وجود برخی ویژگی‌ها در کالای مسکن یا خدمات مسکونی موجب بروز برخی اصطکاک‌های ذاتی در این بازار شده است. از جمله این ویژگی‌ها که باعث کندشدن سرعت تعدیل در این بازار است می‌توان به ناهمگنی کالای مسکن، چسبندگی فضایی، وجود وقفه‌های زمانی طولانی‌مدت بین رفتار عرضه و تقاضا اشاره کرد. وجود وقفه زمانی طولانی در واکنش عرضه مسکن جدید به کمیابی مسکن توسط سرمایه‌گذاران خود باعث پدید آمدن چرخه‌های رونق و رکود ذاتی در بازار مسکن فارغ از محل جغرافیایی آن شده است. عامل دیگری که بر اصطکاک‌های بازار مسکن در اقتصاد ایران افزوده است تورم در این بازار است. رشد شتابان قیمت‌ها در این بازار که ناشی از بیماری هلندی در اقتصاد ایران است موجب شده بازدهی از محل افزایش قیمت دارایی مسکن همیشه بالا باشد و این خود نه‌تنها موجب...

۲

از افزایش مهلت بازگشت ارز صادراتی
به ۴ ماه تا روش جدید تنبیهی برای صادرکنندگان متخلف

۲ تصمیم مهم درباره نحوه بازگشت ارز صادراتی

۳

از کاهش یک میلیون و نیم نفری تعداد شاغلان تا افزایش جمعیت غیرفعال در بهار امسال

تحولات بازار کار در فصل کرونا

فرصت امروز: تازه‌ترین گزارش منتشرشده از تحولات بازار کار در فصل بهار امسال از مشهود بودن اثر کرونا بر بازار کار کشور حکایت دارد، چنانچه بررسی‌های مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که در بهار ۹۹، جمعیت غیرفعال کشور افزایش پیدا کرده و یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر از جمعیت شاغلان نیز کاهش یافته است. ارزیابی وضعیت اشتغال در بخش‌های عمده اقتصادی نیز نشان می‌دهد که بخش خدمات با ۴۹,۷ درصد به رغم شیوع کرونا کماکان بیشترین سهم اشتغال را در فصل بهار به خود اختصاص داده است. بخش صنعت با ۳۱,۸ درصد و کشاورزی با ۱۸,۶ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. همچنین نرخ بیکاری در فصل بهار امسال با ۱,۱ درصد نسبت به بهار پارسال، ۹,۸ درصد شد و نرخ بیکاری جوانان نیز ۲۴,۵ درصد اعلام شد. مرکز آمار ایران روز...

۲

چگونه می‌توان جاذبه اقتصادی بازار ارز را کاهش داد؟

ایست مقابل دلار

۴

مدیریت و کسب‌وکار

- اخذ مجوز «مرکز خدمات مشاوره کارآفرینی»
- ۲۵ اشتباهی که افراد موفق ۲ بار تکرار نمی‌کنند
- ۶ نکته درباره روانشناسی رنگ برای رستوران و فست‌فود
- بازاریابی در اینستاگرام با ترندهای برتر
- محتوای سبز، محتوای ریشه‌دارِ ماندگار
- ایده آیفون این بار برای سامسونگ

۸ تا ۱۶

پیش‌بینی آینده اوبر توسط دارا خسروشاهی

آیا دورکاری باعث افزایش آلایندگی می‌شود؟

زورآزمایی ویروس و زمین

فرصت امروز: شمار مبتلایان و قربانیان کووید-۱۹ همچنان در حال افزایش است و براساس آخرین آمارها، تعداد مبتلایان به بیماری کرونا از مرز ۱۳ میلیون نفر در جهان عبور کرده است؛ عددی بزرگ که در یکی دو ماه اخیر هر پنج روز یک میلیون نفر رشد را نشان می‌دهد. در ایران نیز طبق گفته سخنگوی وزارت بهداشت، با فوت ۲۰۳ بیمار کرونایی دیگر در ۲۴ ساعت گذشته، شمار جان باختگان کرونا از مرز ۱۳ هزار نفر نیز گذشت. اعداد و ارقام هولناکی که نشان می‌دهد باید به زندگی با کرونا عادت کنیم و پروتکل‌های بهداشتی و فاصله‌گذاری اجتماعی را هرچه بیشتر از پیش رعایت کنیم.

در این میان، با شیوع هرچه بیشتر بیماری کرونا و در مصاف ویروس و اقتصاد، سوالات زیادی مطرح شده و اندیشمندان در جست‌وجوی پاسخ این سوالات برآمده‌اند که رکود اقتصادی ناشی از کرونا چقدر جدی است؟ اپیدمی کرونا چه تغییر شکل ژئوپلیتیکی ایجاد می‌کند؟ آیا سایه سنگین کرونا همچنان بر سر دنیای ما حضور خواهد داشت؟ آیا بحران کرونا تأثیر ساختاری پایداری در جهان به جای خواهد گذاشت؟ به نظر می‌رسد پاسخ اغلب این پرسش‌ها، مثبت و ترسناک است، چراکه ویروس کووید-۱۹ نه‌تنها یک بحران سلامت با ابعادی عظیم است، بلکه یک بازسازی قریب‌الوقوع در نظم سیاسی و اقتصادی جهان پدید آورده است. با اینکه آینده نظم جهان در سایه شیوع کرونا به اندازه خود این بیماری، مبهم و ناشناخته است، اما یکی از مسائلی که از همان بدو شیوع کرونا به مثابه فرصتی از دل تهدید مطرح شده، وضعیت زیست محیطی زمین بوده است. شیوع کرونا زنگ خطری است که نتیجه دست درازی انسان به محیط زیست و رسیدن به رشد اقتصادی به هر قیمت ممکن را به ما گوشزد می‌کند. از همین روست که برخی از صاحب‌نظران، بیماری کرونا را تنها به عنوان تهدید در نظر نمی‌گیرند و آن را فرصتی برای بازیابی محیط زیست نیز می‌دانند؛ کمااینکه با شیوع ویروس کووید-۱۹، کره زمین در بهترین شرایط خود در ۵۰ سال اخیر قرار گرفته است.

به عبارت دیگر، در دو سه ماه گذشته که بیشتر مردم جهان با شیوع کرونا در قرنطینه خانگی قرار گرفتند، شوکی بی‌سابقه به دنیا وارد شد و برای اولین‌بار میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای، مصرف سوخت‌های فسیلی، ترددهای هوایی، زمینی و آبی تا حد زیاد و قابل توجهی کاهش پیدا کرد. تمام این عوامل باعث شده است تا میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای در ماه مارس سال ۲۰۲۰ برابر با میزان مدت مشابه در سال ۱۹۹۰ میلادی باشد یعنی به اندازه ۳۰ سال قبل و این امر نشان می‌دهد که سبک زندگی انسان‌ها تا چه اندازه در تضاد با وضعیت زیست محیطی زمین است. این اتفاق همچنین باعث شده است تا اغلب جامعه‌شناسان به این باور برسند که اغلب جنبش‌های اجتماعی در دوران پساکرونا مبتنی بر محیط زیست خواهند بود و به عبارت بهتر، جنبش‌های محیط‌زیست‌گرا بیش از پیش در آینده جهان مجال بروز و ظهور پیدا می‌کنند.

در گزارش حاضر، دو روایت از بحران کرونا و نقش آن در بهبود یا تخریب محیط زیست را آورده‌ایم. در گزارش نخست، تحلیلگران آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) معتقد هستند دورکاری از خانه که در پی شیوع ویروس کرونا متداول شده، ممکن است آنطور که به نظر می‌رسد و همگان تصور می‌کنند برای وضعیت محیط زیست خوب و مثبت نباشد. در گزارش دوم نیز اکونومیست، بحران کرونا را فرصتی طلایی برای رسیدگی به مسئله تغییرات اقلیمی کره زمین مطرح کرده است.

دورکاری چطور باعث افزایش آلایندگی می‌شود

تحلیلگران آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) می‌گویند دورکاری از خانه که در پی شیوع ویروس کرونا متداول شده، ممکن است آنطور که همه تصور می‌کنند برای محیط زیست خوب نباشد. برمبنای مطالعاتی که درباره مدل مصرف انرژی توسط تحلیلگران آژانس بین‌المللی انرژی انجام شده است، اگرچه کار در خانه باعث کاهش آلایندگی‌های مربوط به رفت و آمد می‌شود اما در واقع باعث انتشار آلایندگی‌های بیشتری نسبت به کار در اداره می‌شود، زیرا مصرف انرژی مسکونی به همان نسبت افزایش پیدا می‌کند.

نویسندگان آژانس بین‌المللی انرژی در این گزارش به بررسی بازار کار و ترندهای رفت و آمد شهری در سراسر جهان پرداخته‌اند و برمبنای این آمار، پیش‌بینی کرده‌اند اگر هر کسی که بتواند از خانه به دورکاری بپردازد، در هفته یک روز دورکار باشد، تقاضا برای نفت از سوی بخش حمل و نقل یک درصد و انتشار دی اکسید کربن ۲۴ میلیون تن در سال کاهش پیدا می‌کند. این میزان تنها برای یک روز دورکاری است و اگر دورکاری پنج روز در هفته حساب شود، میزان کاهش آلایندگی مذکور هم به همین نسبت افزایش پیدا خواهد کرد.

اما این مسئله دنیا را در مسیر رسیدن به اهداف جوی بلندپروازانه‌اش قرار نمی‌دهد. تحلیل انجام گرفته نشان می‌دهد که اگر مسیر خانه تا محل کار افراد بیشتر از شش کیلومتر باشد، با ماندن در خانه و دورکاری به جای استفاده از خودروی شخصی برای رفتن به سرکار، احتمالا انتشار دی اکسید کربن را کاهش می‌دهند اما کسانی که پیاده یا با استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی به محل کار می‌روند، در واقع با ماندن در خانه و مصرف انرژی مسکونی، انتشار دی اکسید کربن را افزایش می‌دهند.

آمار مربوط به قرنطینه خانگی نیز نشان داده که مصرف انرژی خانواده‌ها با دورکار شدن اعضای خانواده افزایش پیدا کرده است. به گفته تحلیلگران آژانس بین‌المللی انرژی، آمار مربوط به دو کشور آمریکا و انگلیس نشان داد که مصرف انرژی در طول قرنطینه در برخی از نقاط ایالات متحده آمریکا ۲۰ تا ۳۰درصد و در انگلیس در نخستین روزهای قرنطینه ۱۵درصد افزایش پیدا کرد. این در حالی است که تا پیش از دوران قرنطینه مردم تنها چند ساعت در روز در خانه بودند اما در دوره قرنطینه همه ساعات روز را در خانه سپری می‌کردند و در نتیجه مصرف برق مسکونی به همین نسبت افزایش یافت، اما با این حال، مصرف کلی برق حدود ۲۰درصد کاهش پیدا کرد.

البته باید مسائلی همانند استفاده از تهویه هوا در نقاط گرمتر جهان و گرمایش در نقاط سردتر را نیز مدنظر قرار داد، اما انرژی که برای گرمایش ساختمان یک اداره مصرف می‌شود، در صورت دورکاری اعضای آن به کلی حذف می‌شود. البته صورتحساب انرژی این افراد افزایش پیدا می‌کند اما برای وضعیت کره زمین بهتر خواهد بود زیرا حجم رفت و آمدها حذف می‌شود. البته تحلیل‌های مذکور همگی فرضی است، اما الگوهای کار دائما در حال تغییر هستند و این تغییرات بلندمدت خواهند بود.

شماری از غول‌های فناوری جهان، گزینه دورکاری را به کارمندان‌شان عرضه کرده‌اند و شرکت‌های بیشتری نیز با ادامه شیوع کرونا این رویکرد را دنبال می‌کنند. این مسئله ترافیک را کمتر خواهند کرد و قطعا مصرف انرژی مسکونی افزایش پیدا می‌کند اما مصرف انرژی محیط کار مطمئنا کمتر خواهد شد. براساس گزارش اویل پرایس، این مسئله الگوهای حمل و نقل را هم تغییر خواهد کرد و بنابراین تقاضا برای سوخت در جهان تغییر می‌کند و تغییراتی در آلایندگی صورت خواهد گرفت که احتمالا برای کره زمین مثبت خواهند بود.

فرصتی طلایی برای رسیدگی به مسئله تغییرات اقلیمی

ویروس کووید -۱۹ باعث شده است که بخش‌های گسترده‌ای از اقتصاد جهانی با تعطیلی روبه‌رو شوند و همین مسئله هم به نوبه خود باعث بهبود شرایط زیست‌محیطی شده است. این بهبود اصلا در حد لازم برای داشتن شرایط مناسب اقلیمی نیست، اما فرصتی را فراهم کرده است که سیاست‌مداران و دولتمردان تصمیمات شجاعانه‌ای بگیرند.

به گزارش اکونومیست، پیگیری شرایط جهان در دوران پاندمی کرونا همانند تماشای بحران اقلیمی در حالی است که تصویر با سرعت رو به جلو حرکت کند. نه ویروس و نه گازهای گلخانه‌ای، هیچ‌کدام، اهمیت خاصی برای مرزهای سیاسی و اجتماعی قائل نیستند و زخم‌های خود را در سطح جهانی وارد می‌کنند. هر دوی آن‌ها فقرا را بیشتر در فشار و تنگنا قرار می‌دهند تا ثروتمندان را و هر دوی آن‌ها نیازمند اقدامات دولت‌ها در مقیاسی هستند که در دوران صلح به ندرت دیده شده است. در حال حاضر که رهبری چین بیشتر به دنبال منافع خود است و آمریکا نیز عمدتا به دنبال مسخره کردن سازمان بهداشت جهانی و توافق اقلیمی پاریس است، هیچ‌یک از این موارد آن پاسخ بین‌المللی مهمی را که نیاز دارد، دریافت نمی‌کند.

این دو بحران تنها شبیه یکدیگر نیستند، بلکه با هم تعامل هم دارند. تعطیلی بخش‌های گسترده‌ای از اقتصاد باعث شده است که میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای به شدت کاهش پیدا کند. در اولین هفته ماه آوریل، انتشار روزانه در سطح جهان ۱۷درصد کمتر از مقدار مشابه سال قبل بود. آژانس بین‌المللی انرژی انتظار دارد که انتشار گازهای گلخانه‌ای صنعتی جهان در سال ۲۰۲۰ میلادی چیزی در حدود ۸درصد کمتر از سال ۲۰۱۹ میلادی باشد که این بیشترین مقدار افت از زمان جنگ جهانی دوم به این سو است.

این افت انتشار، حقیقتی مهم را درباره بحران اقلیمی بیان می‌کند. برای حل کردن این بحران کاری بسیار فراتر از رفتن از مراتع، ترک کردن قطارها و خودروها لازم است. اگر مردم بتوانند تغییرات عظیم در سبک زندگی خود را تحمل کنند، این آزمایش دردناک به ما نشان داده است که جهان هنوز هم ۹۰درصد کربن‌زدایی ضروری دیگر نیاز دارد تا بتواند به رویایی‌ترین هدف‌گذاری توافق پاریس برسد که می‌خواست جهان تنها ۱,۵درجه گرم‌تر از دوران پیش از انقلاب صنعتی باشد.

با این‌حال همان‌طور که می‌دانید، این پاندمی هم نشان می‌دهد که چه چالش بزرگی پیش روی ماست و هم فرصتی یگانه برای پیاده کردن سیاست‌های دولتی و دور کردن اقتصاد از کربن با هزینه مالی، اجتماعی و سیاسی کمتری نسبت به حالت‌های دیگر ایجاد می‌کند. قیمت‌های انرژی بسیار پایین باعث شده است که به سادگی بتوان یارانه سوخت‌های فسیلی را حذف کرد و روی کربن مالیات بست. درآمدهای به دست آمده از این مالیات طی دهه آینده می‌تواند به اوضاع مالی بد دولت‌ها کمک کند. کسب‌وکارهای کانونی اقتصاد مبتنی بر سوخت فسیلی، یعنی بنگاه‌های نفت و گاز، تولیدکنندگان فولاد و خودروسازان، همین حالا هم دوران سختی را گذرانده و مجبور هستند تا ظرفیت و نرخ اشتغال خود را که برای مدتی طولانی بسیار بالا بود، کاهش دهند. احیای اقتصادهایی که به صورت تعمدی به کما رفته‌اند، وضعیتی خاص است که به خوبی از سرمایه‌گذاری بر زیرساخت‌های دوست‌دار اقلیم حمایت کرده و باعث خواهد شد که رشد در این بخش‌ها رخ داده و شغل‌هایی جدید ایجاد شوند. نرخ بهره پایین باعث می‌شود که هزینه‌ها کمتر از هر زمان دیگری باشند.

در این میان، بعضی از دولت‌ها تلاش خود را معطوف سبز کردن طرح‌های نجات کووید -۱۹ خود کرده‌اند. به ایرفرانس گفته شده است که یا بی‌خیال مسیرهای داخلی شود که با قطارهای سریعی رقابت می‌کند که از برق هسته‌ای بهره می‌برند، یا از خیر کمک‌هایی با منبع مالیاتی بگذرد، اما کنترل دولتی که خود را به عنوان یک یاری‌دهنده قالب می‌کند، عواقب خطرناکی دارد: بهتر است روی این مسئله تمرکز کنیم که دولت‌ها نباید طرح‌های نجات خود را به سمت سوخت‌های فسیلی ببرند. در کشورهای دیگر خطر موجود مربوط به سیاست‌هایی است که به اقلیم آسیب می‌زنند. آمریکا طی دوران پاندمی قوانین مربوط به محیط زیست خود را ساده‌تر کرده است و چینی که باعث شده بود انتشار گازهای گلخانه‌ای اوج بگیرند به افتتاح نیروگاه‌های زغالی ادامه می‌دهد.

حالا وقفه‌ای که توسط ویروس کووید-۱۹ ایجاد شده لزوما دوست‌دار اقلیم نیست. این کشورها هستند که باید از آن بهره‌برداری مناسب کنند. هدف آن‌ها باید این باشد که تا سال ۲۰۲۱ میلادی، یعنی زمانی که باید بگویند از زمان توافق پاریس به این سوی چقدر پیشرفت کرده‌اند، نشان دهند که این دوران پاندمی یک کاتالیزور برای بهبود اوضاع زیست‌محیطی بوده است.

بیماری کرونا نشان داده است که بنیادهای ثروت، خطرناک هم هستند. فجایعی که خیلی درباره آن‌ها صحبت کرده، اما جدی نگرفته‌ایم، می‌توانند بدون هیچ هشداری به سراغ شما بیایند. این مسئله باعث می‌شود که زندگی همه ما زیر و رو شده و هر چیزی را که به نظر مستحکم و پایدار می‌آمد، تکان دهد. آسیب ناشی از تغییرات اقلیمی آهسته‌تر از پاندمی خواهد بود، اما هم حجم بیشتری خواهد داشت و هم مدت زمان بیشتری همراه ما خواهد بود. اگر لحظه‌ای نیاز باشد تا رهبران جهان از خود شجاعت نشان دهند و فاجعه را از کشورها دور کنند، آن لحظه هم‌اکنون است. هیچ وقت دیگری مخاطبان این‌قدر حواس‌جمع نخواهند داشت.

یادداشت

شکست بازار و مالیات بر خانه‌های خالی

ناصر یارمحمدیان
عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان

بازار مسکن تملیکی و استیجاری در اقتصاد ایران، یکی از بازارهای نسبتا آزاد و رقابتی است، به طوری که دخالت‌های اندکی در این بازار خصوصا بازار مسکن استیجاری، توسط دولت صورت می‌گیرد اما وجود برخی ویژگی‌ها در کالای مسکن یا خدمات مسکونی موجب بروز برخی اصطکاک‌های ذاتی در این بازار شده است. از جمله این ویژگی‌ها که باعث کندشدن سرعت تعدیل در این بازار است می‌توان به ناهمگنی کالای مسکن، چسبندگی فضایی، وجود وقفه‌های زمانی طولانی‌مدت بین رفتار عرضه و تقاضا اشاره کرد. وجود وقفه زمانی طولانی در واکنش عرضه مسکن جدید به کمیابی مسکن توسط سرمایه‌گذاران خود باعث پدید آمدن چرخه‌های رونق و رکود ذاتی در بازار مسکن فارغ از محل جغرافیایی آن شده است. عامل دیگری که بر اصطکاک‌های بازار مسکن در اقتصاد ایران افزوده است تورم در این بازار است. رشد شتابان قیمت‌ها در این بازار که ناشی از بیماری هلندی در اقتصاد ایران است موجب شده بازدهی از محل افزایش قیمت دارایی مسکن همیشه بالا باشد و این خود نه‌تنها موجب عملکرد نامناسب بازار و شکست بازار در این حوزه می‌شود بلکه بسیاری از سیاست‌گذاری‌ها را عقیم می‌کند.

یکی از پیامدهای عملکرد نامناسب بازار در بخش مسکن پارادوکس ۲.۵ میلیون خانه خالی و کمبود واحدهای مسکونی کوچک متراژ است. مسکن کالایی است که در شرایط تورمی جنبه دارایی آن بر جنبه مصرفی آن غلبه می‌کند. در شرایط عادی مالکان مسکن از محل اجاره مسکن بازدهی کسب می‌کنند و انگیزه سرمایه‌گذاری در بخش مسکن درآمد ناشی از بهره مالکانه این نوع دارایی است، اما در شرایطی که تورم باعث شده بازدهی نگهداشت دارایی مسکن بر درآمد اجاری آن غلبه کند و صرف نظر از اینکه بهره مالکانه آن چقدر باشد، نگهداری دارایی مسکن بالاترین بازدهی نسبت به هر نوع دارایی دیگر را داشته باشد، توجه به ترجیحات مصرف‌کننده خدمات مسکونی توسط سازندگان و تولیدکنندگان مسکن کمترین اهمیت را پیدا می‌کند بنابراین یکی از دلایل پدید آمدن پارادوکس خانه‌های خالی به بیماری هلندی و بالابودن بازدهی دارایی مسکن از محل افزایش قیمت باز می‌گردد، بنابراین دلیل ایجاد خانه‌های خالی عدم تولید خانه‌های کوچک مقیاس با اجاره پایین متناسب با ترجیحات مصرف‌کننده است و این عدم تناسب با اجرای سیاست‌های مالیاتی مانند مالیات بر خانه‌های خالی رفع نخواهد شد؛ چراکه اگر تقاضا برای خانه‌ای وجود نداشته باشد با هر نرخ مالیاتی بر خانه‌های خالی باز نرخ اشغال مسکن تغییر محسوسی نمی‌کند هرچند ممکن است برای دولت درآمدزایی داشته باشد. برای موفقیت اجرای مالیات بر خانه‌های خالی و رفع شکست بازار در بازار مسکن استیجاری لازم است مواردی در نظر گرفته شود که در حال حاضر در ماده ۵۴ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم پیش‌بینی نشده است. اول اینکه قراردادهای اجاره نباید همزمان با اجرای قانون مالیات بر خانه‌های خالی سخت‌گیرانه‌تر شود چراکه مالکان باید از بین اجاره و نگه داشتن خانه به صورت خالی یکی را انتخاب کنند. افزایش هزینه هر دو انتخاب مالک، می‌تواند موفقیت اجرای طرح مالیات بر خانه‌های خالی را کاهش دهد. معمولا مقررات‌گذاری در قراردادهای اجاره باید وجود داشته باشد، اما تعیین سقف رشد اجاره کمتر از نرخ تورم (چیزی که در مصوبه ستاد ملی مبارزه با کرونا برای حمایت از مستأجران شاهد آن بودیم) می‌تواند انگیزه برای انتخاب گزینه اجاره را کاهش دهد.

دوم اینکه اجاره ندادن واحدهای مسکونی باید در حدی برای مالکان هزینه دربر داشته باشد که انگیزه‌ای برای خالی نگه داشتن آن وجود نداشته باشد. مالکان هزینه خالص نگهداری خانه خالی (مالیات بر خانه‌های خالی منهای بازدهی از محل افزایش قیمت دارایی مسکن) را با هزینه خالص اجاره مقایسه می‌کنند. هزینه خالص اجاره مسکن شامل استهلاک منزل مسکونی، مالیات بر اجاره و عوارض متعلقه و سایر هزینه‌ها از جمله کشف اطلاعات واحد مسکونی در صورت ثبت در سامانه منهای درآمد اجاری است. اگر درآمد اجاری پایین و هزینه‌های مالیات، عوارض و استهلاک بالا باشد، ممکن است با وجود مالیات بر خانه‌های خالی باز مالک انگیزه‌ای برای عرضه ملک به بازار اجاره نداشته باشد. بنابراین باید از یک طرف نرخ‌های مالیات بر خانه‌های خالی به اندازه کافی بالا باشد و ثانیا استهلاک مسکن به عنوان هزینه‌های قابل قبول مالیاتی از مالیات بر اجاره کسر شود. یکی از اصلی‌ترین موانع بر سر اجرای مالیات بر خانه‌های خالی شناسایی این خانه‌هاست. از آنجا که خانه‌های خالی هیچ قرارداد و سند ثبت شده‌ای ندارند، شناسایی آن‌ها مشکل است؛ پیشنهاد این است که به صورت معکوس عمل شود، یعنی خانه‌های اشغال شده شناسایی شوند و بعد از آن، به اطلاعات خانه‌های خالی رسیدگی شود. بر این اساس طی یک فراخوان عمومی باید اجازه ثبت خانه‌های اشغال شده داده شود و در صورت عدم ثبت منزل مسکونی در سامانه، آن خانه مشمول مالیات بر خانه‌های خالی قرار گیرد. البته ممکن است برخی واحدهای مسکونی خالی باشند، اما توسط مالک در سامانه به عنوان خانه اشغال شده ثبت شوند که با توجه به ثبت این خانه‌ها در سامانه امکان نظارت، شناسایی و کشف آن‌ها وجود دارد.

سایت‌ها مجددا نرخ‌گذاری را آغاز کرده‌اند

تعیین قیمت‌های دلخواه در بازار مسکن

نوسان شدید بازار مسکن در ماه‌های ابتدایی سال مسئولان را بر آن داشت تا اقداماتی برای کنترل آن در دستور کار قرار دهند. حذف قیمت از آگهی‌های فروش ملک، تعیین سقف ۲۵، ۲۰ و ۱۵درصد برای اجاره بها و الزام به دریافت کد رهگیری از جمله این اقدامات بود.

در این بین روز ۲۱ اردیبهشت بنا به دستور قضایی، ممنوعیت سایت‌های فروش ملک از درج قیمت مسکن اجرا شد. هرچند آمار خرداد نشان داد این اقدام در کنترل قیمت‌ها تاثیر چندانی نداشته، با این حال سایت‌ها برای دور زدن قانون و تعیین قیمت، راه‌های جایگزین مثل استفاده از فضای مجازی و سایر اپلیکیشن‌ها را در پیش گرفته‌اند. برخی کارشناسان نیز معتقدند با توجه به گسترش وسایل ارتباط جمعی، حذف قیمت از بازارها امکان‌پذیر نیست. مضافاً اینکه برداشتن قیمت، شفافیت را از بازار می‌گیرد و متعاملین را سردرگم می‌کند. در سوی مقابل، عده‌ای دیگر هرج و مرج قیمتی در سایت‌های فروش مسکن را از عوامل اصلی التهاب بازار ملک می‌دانند. اما از زمان آغاز این محدودیت، مدیران سایت‌ها تلاش می‌کنند با تکنیک‌های مختلف مثل امکان مشاهده قیمت در آگهی‌های نشاندار یا استفاده از تلگرام و دیگر اپلیکیشن‌ها برای تعیین قیمت استفاده کنند. تا جایی که ذیل آگهی یکی دیگر از سایت‌ها نوشته شده: «با توجه به دستور مقام قضایی، امکان نمایش قیمت‌ها وجود ندارد. با پوزش نسبت به مشکلاتی که این اقدام برای شما به وجود آورده، تا پایان این محدودیت ناخواسته، برای اطلاع از قیمت با فروشنده تماس بگیرید.»

از کاهش یک میلیون و نیم نفری تعداد شاغلان تا افزایش جمعیت غیرفعال در بهار امسال

تحولات بازار کار در فصل کرونا

فرصت امروز: تازه‌ترین گزارش منتشرشده از تحولات بازار کار در فصل بهار امسال از مشهود بودن اثر کرونا بر بازار کار کشور حکایت دارد، چنانچه بررسی‌های مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که در بهار ۹۹، جمعیت غیرفعال کشور افزایش پیدا کرده و یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر از جمعیت شاغلان نیز کاهش یافته است. ارزیابی وضعیت اشتغال در بخش‌های عمده اقتصادی نیز نشان می‌دهد که بخش خدمات با ۴۹,۷ درصد به رغم شیوع کرونا کماکان بیشترین سهم اشتغال را در فصل بهار به خود اختصاص داده است. بخش صنعت با ۳۱,۸ درصد و کشاورزی با ۱۸,۶ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. همچنین نرخ بیکاری در فصل بهار امسال با ۱,۱ درصد نسبت به بهار پارسال، ۹,۸ درصد شد و نرخ بیکاری جوانان نیز ۲۴,۵ درصد اعلام شد.

مرکز آمار ایران روز گذشته گزارش نیروی کار در اولین فصل سال ۹۹ را منتشر کرد و از نرخ بیکاری ۹,۸ درصدی در سه ماهه نخست امسال خبر داد. نتایج این گزارش حاکی از مشهود بودن اثر کووید- ۱۹ بر بازار کار کشور در فصل بهار نسبت به فصل مشابه سال قبل است. مطابق این نتایج، جمعیت غیرفعال کشور افزایش یافت و جمعیت شاغل و بیکار کشور (جمعیت فعال) با کاهش ملموسی روبه‌رو شد. بررسی نرخ بیکاری افراد ۱۵ ساله و بیشتر نشان می‌دهد که ۹,۸ درصد از جمعیت فعال (شاغل و بیکار)، بیکار بوده‌اند. بررسی روند تغییرات نرخ بیکاری حاکی از آن است که این شاخص، نسبت به فصل مشابه در سال ۱۳۹۸ برابر با ۱,۱درصد کاهش داشته است.

خدمات همچنان بیشترین سهم از اشتغال را دارد

به گفته مرکز آمار، در بهار امسال جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر به میزان ۴۱ درصد از نظر اقتصادی فعال بوده‌اند، یعنی در گروه شاغلان یا بیکاران قرار گرفته‌اند. بررسی تغییرات نرخ مشارکت اقتصادی حاکی از آن است که این نرخ نسبت به فصل مشابه در سال قبل (بهار ۱۳۹۸) ۳,۷ درصد کاهش یافته است.

جمعیت شاغلین ۱۵ ساله و بیشتر در این فصل ۲۲ میلیون و ۹۶۳ هزار نفر بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل تقریباً یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر کاهش داشته است. نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله نیز حاکی از آن است که ۲۴,۵ درصد از فعالان این گروه سنی در بهار ۱۳۹۹ بیکار بوده‌اند. بررسی تغییرات فصلی نرخ بیکاری این افراد نشان می‌دهد، این نرخ نسبت به فصل مشابه در سال قبل (بهار ۱۳۹۸) ۲,۰ درصد کاهش یافته است.

بررسی نرخ بیکاری گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ ساله نیز نشان می‌دهد که در بهار ۱۳۹۹ برابر با ۱۶,۷درصد از جمعیت فعال این گروه سنی بیکار بوده‌اند. این در حالی است که تغییرات فصلی نرخ بیکاری این افراد نشان می‌دهد این نرخ نسبت به بهار ۱۳۹۸، به میزان ۱,۵ درصد کاهش یافته است. بررسی سهم اشتغال ناقص جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر نشان می‌دهد که در بهار امسال، ۷,۹ درصد جمعیت شاغل، به دلایل اقتصادی (اعم از فصل غیرکاری، رکود کاری، پیدا نکردن کار با ساعت بیشتر و...) کمتر از ۴۴ ساعت در هفته کار کرده و آماده برای انجام کار اضافی بوده‌اند. این در حالی است که ۳۳,۵ درصد از شاغلین ۱۵ ساله و بیشتر، ۴۹ ساعت و بیشتر در هفته کار کرده‌اند.

همچنین بررسی وضعیت اشتغال در بخش‌های عمده اقتصادی در فصل بهار ۱۳۹۹ نشان می‌دهد که در این فصل، بخش خدمات با ۴۹,۷ درصد بیشترین سهم اشتغال را به خود اختصاص داده است. در مراتب بعدی نیز بخش‌های صنعت با ۳۱,۸ درصد و کشاورزی با ۱۸,۶ درصد قرار دارند. در حالی گزارش مرکز آمار ایران در تازه‌ترین گزارش خود از کاهش نرخ بیکاری سخن می‌گوید و نشان می‌دهد که نرخ بیکاری کاهش یافته است، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که این کاهش نرخ بیکاری در این مدت، بیشتر از قبل کاهش جمعیت فعال کشور بوده است و نه از بابت افزایش شغل.

توسعه بازار کار زنان، طلاق را کاهش می‌دهد

به تازگی گزارش دیگری نیز از سوی پژوهشگران در ارتباط با اثرات توسعه بازار کار زنان بر میزان طلاق در استان‌های کشور منتشر شده که نگاهی به جزییات آن خالی از لطف نیست. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که با فراهم کردن امکان اشتغال برای زنان، پدیده طلاق کاهش می‌یابد؛ موضوعی که در شرایط فعلی اقتصاد ایران از اهمیت زیادی برخوردار است.

دستیابی به توسعه اقتصادی، هدف اصلی تمام دولت‌ها است و آن را می‌توان به صورت‌های مختلف و با شاخص‌های گوناگون مورد ارزیابی قرار داد. سهم زنان از بازار کار نیز از اصلی‌ترین معیارهای سنجش توسعه اقتصادی است. درباره اهمیت اشتغال زنان در اقتصاد توافق نسبی وجود دارد ولی دیدگاه‌ها درخصوص ابعاد اجتماعی اشتغال زنان یکسان نیست. در قانون اساسی ایران به ایجاد اشتغال برای همه تاکید شده و تفکیک جنسیتی بین اشتغال زنان و مردان قائل نشده است. با این وجود در جامعه توسعه بازار کار زنان و مردان متوازن نیست و تبعیض آشکاری به نفع مردان وجود دارد.

از سوی دیگر، طلاق یکی از مهم‌ترین آسیب‌های اجتماعی در ایران است که امنیت خانواده را به خطر می‌اندازد و با این حال، مطالعات زیادی در مورد تاثیر توسعه بازار کار زنان و امنیت خانواده انجام نشده است. در این راستا، محمدعلی فیض‌پور و مرضیه شاکری حسین‌آباد، پژوهشگران دانشکده اقتصاد دانشگاه یزد در مطالعه‌ای به بررسی تاثیر توسعه بازار کار زنان بر میزان طلاق در استان‌های کشور پرداختند.

این دو پژوهشگر برای انجام این مطالعه از داده‌های مرکز آمار ایران استفاده کردند و دوره زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۳ را مورد بررسی قرار دادند. در این مطالعه چهار شاخص نرخ بیکاری زنان، سهم زنان دارای اشتغال ناقص، سهم شاغلان زن با ساعات کار ۴۹ ساعت و بیشتر و سهم اشتغال زنان در بخش خصوصی برای سنجش سطح توسعه بازار کار استفاده شد. همچنین نرخ طلاق براساس تعداد طلاق در هر ۱۰۰ ازدواج محاسبه شد.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که میزان توسعه بازار کار زنان دارای تاثیری منفی و معنادار بر نرخ طلاق است. به بیان دیگر، در استان‌هایی که بازار کار زنان توسعه یافته‌تر است، نرخ طلاق نیز کمتر است. این نتایج نشان می‌دهد که با توسعه بازار کار به عنوان یک عامل اقتصادی می‌توان یک معضل اجتماعی را کاهش داد.

محققان این پژوهش می‌گویند: «این یافته توجه دوچندان به بازار کار زنان و بازیابی این جایگاه را در اقتصاد ایران گوشزد کرده و این موضوع به‌ویژه در شرایط فعلی اقتصاد ایران که عمده بیکاران جویای کار زنان را دانش‌آموختگان دانشگاهی تشکیل می‌دهند، از اهمیتی مضاعف برخوردار است.» نتایج این تحقیق به صورت مقاله علمی- پژوهشی در مجله تحقیقات اقتصادی دانشگاه تهران منتشر شده است.

سامانه املاک هنوز آماده مالیات‌ستانی از خانه‌های خالی نیست

مالیات به خانه‌های خالی می‌رسد؟

در حالی دو فوریت طرح اخذ مالیات از خانه‌های خالی با هدف کمک به طبقات ضعیف برای خانه‌دار شدن، صبح یکشنبه در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید و به اعتقاد نمایندگان مجلس، این قانون مالیاتی می‌تواند گره‌گشای بازار مسکن باشد، که به نظر می‌رسد هنوز بستر و زیرساخت‌های مالیات‌ستانی از خانه‌های خالی فراهم نیست، چنانچه به گفته محمود علیزاده معاون سازمان امور مالیاتی، سامانه املاک هنوز آماده مالیات‌ستانی از خانه‌های خالی نیست.

با وجود آنکه قرار است در تابستان امسال اولین برگه‌های مالیاتی برای صاحبان خانه‌های خالی ارسال شود، ضعف دستگاه‌های دولتی در ارائه اطلاعات برخط می‌تواند زمینه را برای فرار مالکان از پرداخت مالیات فراهم کند. به گزارش ایسنا، سامانه املاک و اسکان که بستری برای شناسایی خانه‌های خالی است پس از رونمایی توسط وزارت راه و شهرسازی در بهمن ماه گذشته و واگذاری به سازمان امور مالیاتی در اردیبهشت امسال، مجدداً برای تکمیل اطلاعات به وزارت راه و شهرسازی بازگردانده شده است. همین موضوع باعث شد برخی منتقدان بگویند با گذشت چهار سال از الزام برای دریافت مالیات از واحدهای خالی، سامانه مربوط به این موضوع بین دو دستگاه دولتی پاسکاری می‌شود. با این حال وزارت راه و شهرسازی قول داده با همکاری دستگاه‌های مربوطه، اطلاعات لازم را در این سامانه بارگذاری خواهد کرد، با این حال به نظر می‌رسد هرچه به زمان تحقق مالیات خانه‌های خالی نزدیک‌تر می‌شویم، ضعف‌های تحقق این مهم بیشتر خود را نشان می‌دهد.

یکی از مشکلات آن است که به دلیل نبود بستر دیجیتال و عدم ارائه اطلاعات برخط توسط دستگاه‌های مرتبط با سامانه املاک و اسکان، احتمال انعقاد قراردادهای صوری به منظور فرار از مالیات وجود دارد. این موضوعی است که امیدعلی پارسا رئیس سازمان امور مالیاتی نیز به آن اذعان کرده است.

او همچنین نرخ جریمه خانه‌های خالی را بازدارنده نمی‌داند. طبق قانون، صاحبان واحدهای خالی در سال اول یعنی ۱۳۹۵ از پرداخت مالیات معاف هستند، در سال دوم یعنی ۱۳۹۶ باید نصف اجاره سالیانه را مالیات بپردازند. در سال سوم یعنی ۱۳۹۷ معادل تمام ارزش اجاره بهای سالیانه مشمول مالیات می‌شوند و در سال بعد از آن یک و نیم برابر ارزش اجاره ملک باید مالیات بپردازند.

پارسا همچنین گفته که موضوع مهمتر آن است که اطلاعات لازم برای آگاهی از زمان خالی بودن خانه‌ها را در اختیار نداریم.

او با بیان اینکه بعد از تحویل این سامانه به سازمان امور مالیاتی کشور، ما حداکثر بعد از ۱۰ روز مطابق با قانون اوراق تشخیص مالیاتی افراد را صادر خواهیم کرد، گفت: مشکل اصلی درباره اخذ مالیات از خانه‌های خالی این است که وزارت راه و شهرسازی هنوز تمامی اطلاعات لازم را در سامانه قرار نداده است.

این در حالی است که محمد اسلامی وزیر راه و شهرسازی ضمن تاکید بر دریافت مالیات خانه‌های خالی در تابستان جاری می‌گوید متاسفانه برای هر کاری در کشور یکسری موانع را خود قانون به وجود می‌آورد آن هم اینکه برخی دستگاه‌ها برای در اختیار قرار دادن اطلاعات خود به دستگاه‌ها و سازمان‌های دیگر منع قانونی دارند.

اسلامی در عین حال گفت که با توجه به اقدامات و تلاش‌های صورت‌گرفته به زودی این معذوریت‌های قانونی برطرف خواهد شد.

او این را هم گفته که بسیار خوشبین است که در همین تابستان برگه‌های مالیاتی برای کسانی که خانه‌های خالی دارند، صادر شود.

به گفته وی، خانه‌های خالی متعلق به هر فردی که باشد سرمایه ملی محسوب می‌شود. ۲میلیون واحد مسکونی بدون استفاده در کشور وجود دارد که اگر این واحدها در بازار عرضه شوند بی‌تردید گشایشی در زندگی مردم و کسب و کارها به وجود خواهد آمد. از سوی دیگر مالیات بر خانه‌های خالی شاید عدد بزرگی به لحاظ مالیاتی نباشد ولی عدالت اجتماعی در پرتو این مهم اتفاق خواهد افتاد.

در همین حال، سید احسان خاندوزی، نماینده مردم تهران و نائب رئیس کمیسیون اقتصادی از مالیات‌ستانی از خانه‌های خالی دفاع کرد و گفت: در حال حاضر تعداد خانه‌های کشور از تعداد خانوار بیشتر است یا در برخی از آمار این تعداد برابر است به همین جهت نباید شاهد نوسانات قیمت مسکن در کشور باشیم.

خاندوزی ادامه داد: با توجه به اینکه مجلس یازدهم بنا دارد در کنار اقدامات بلندمدت درباره ساماندهی بازار مسکن، واکنش کوتاه مدتی نیز به افزایش قیمت در این بازار و نوسانات بی‌ضابطه و افسارگسیخته نشان دهد، یکی از بهترین ابزارها برای این واکنش‌های کوتاه‌مدت استفاده از ظرفیت خانه‌هایی است که در کشور وجود دارد اما عرضه نمی‌شود و تحت عنوان خانه‌های خالی معروف است.

به گفته وی، براساس استانداردهای بین‌المللی اگر ۴ الی ۵درصد خانه‌های هر کشوری در یک بازه زمانی کوتاه مدت، خالی باشند به جهت جا به جایی خانوار متعارف است اما این نرخ در کشور ما بیش از ۹درصد و در شهرهایی مثل تهران بیش از ۱۸درصد است بنابراین در کل کشور بیش از دو برابر عرف دنیا و در شهرهایی مثل تهران بیش از ۴ برابر عرف دنیا خانه‌های خالی داریم.

او همچنین با اشاره به تصویب دو فوریت طرح مالیات بر خانه‌های خالی ادامه داد: طرحی که دو فوریت آن به تصویب رسید، نقطه ثقل خود را بر کارآمدسازی ابزارهای قانونی پیشین قرار داده است به این صورت که گرچه مالیات بر خانه‌های خالی در سال ۹۴ ذیل ماده ۵۴ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم به تصویب رسیده بود اما به جهت نرخ غیر مؤثر آن، موجب انگیزه کافی برای عرضه آن مسکن‌ها نمی‌شد همچنین تکمیل نبودن سامانه املاک و اسکان هم بهانه‌ای شده است که در پنج سال گذشته، امکان اعمال این پایه‌های مالیاتی برای تغییر رفتار محتکران بازار مسکن ایجاد نشود.

از افزایش مهلت بازگشت ارز صادراتی به ۴ ماه تا روش جدید تنبیهی برای صادرکنندگان متخلف

۲ تصمیم مهم درباره نحوه بازگشت ارز صادراتی

فرصت امروز: نزدیک به یک هفته تا پایان تیرماه و اتمام مهلت صادرکنندگان برای ایفای تعهدات ارزی باقی مانده است و مجادله بر سر بازگشت ارزهای صادراتی به چرخه اقتصادی به مهمترین موضوع روز اقتصاد ایران تبدیل شده است. در همین حال، رئیس‌کل بانک مرکزی یکشنبه شب در یادداشتی اینستاگرامی از افزایش مهلت بازگشت ارز صادراتی به چهار ماه خبر داد و از روش جدید تنبیهی برای صادرکنندگانی که ارز خود را در مهلت مقرر برنگردانند، رونمایی کرد. چند ساعت پیشتر از صحبت‌های همتی، رئیس‌جمهور نیز در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، با سوداگران ارز صادراتی اتمام حجت کرد و از پیگرد قانونی آنان خبر داد. حسن روحانی، بانک مرکزی را مسئول سیاست‌های ارزی دانست و گفت: در کنار تشویق و تقویت صادرکنندگان و واردکنندگان فعال و متعهد به سیاست‌های تجاری کشور، گروه اندکی که به قصد سوداگری، ارز صادراتی خود را به چرخه اقتصاد کشور برنمی‌گردانند، مورد پیگرد قانونی قرار می‌گیرند و با هماهنگی اتاق بازرگانی، فعالیت آنها محدود می‌شود.

ارزهای صادراتی به چرخه اقتصادی برنمی‌گردند

همچنین اوایل تیرماه بانک مرکزی هشدار داد که در صورت بازنگرداندن ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور، نام صادرکنندگان متخلف در رسانه‌ها منتشر می‌شود. این بانک پیشتر پایان تیرماه را ضرب‌الاجل بازگشت ارزهای صادراتی اعلام کرده بود و حالا طبق مهلت بانک مرکزی، شمارش معکوس برای رفع تعهد ارزی صادرکنندگان آغاز شده است. رقمی که طبق اعلام بانک مرکزی، بالغ بر ۲۷,۵ میلیارد یورو می‌شود. در همین حال و به موازات تمهیدات دولت برای بازگشت ارزهای صادراتی، قیمت دلار در چند هفته گذشته افزایش یافته و تحت تاثیر التهاب بازار ارز، قیمت سکه نیز برای اولین بار از مرز ۱۰ میلیون تومان عبور کرده است.

اما در ابتدای سال ۹۷ بود که با خروج آمریکا از برجام و متعاقب آن، افزایش قیمت ارز، بسیاری از صادرکنندگان برای افزایش صادرات غیرنفتی ترغیب شدند، چراکه صادرات در شرایط افزایش نرخ ارز، صرفه بیشتری به همراه داشت و درآمد ریالی صادرکنندگان را دوچندان می‌کرد. فی‌المثل، هنگامی که نرخ ارز ۳ هزار تومان بود صادرکنندگان به ازای هر ۱۰ دلار صادرات، درآمدی ۳۰ هزار تومانی داشتند، اما با افزایش نرخ ارز به ۱۰ هزار تومان طبعا درآمد صادرکنندگان نیز در ازای همان کالای ۱۰ دلاری به ۱۰۰ هزار تومان افزایش می‌یافت. این موضوع در نهایت موجب شد تا میزان صادرات غیرنفتی برای اولین بار در سال ۹۷ از واردات پیشی بگیرد؛ به طوری که براساس آمارهای گمرک، در پایان سال ۹۷ میزان صادرات غیرنفتی ایران به بیش از ۴۴,۳ میلیارد دلار رسید، در حالی که میزان واردات ۴۲,۶ میلیارد دلار بود. در این میان، برخی از صادرکنندگان، ارز حاصل از صادرات خود را مطابق آنچه بانک مرکزی ترسیم کرده بود، به سامانه نیما بازنگرداندند و این گونه بود که دولت در تنگنای شدید درآمدی به صرافت تمهیداتی برای بازگشت ارزهای صادراتی و برخورد با صادرکنندکان متخلف افتاد و بانک مرکزی تهدید کرد که اسامی آنها را منتشر خواهد کرد.

توضیح همتی درباره بسته سیاستی بازگشت ارز صادراتی

از همین رو با عدم پایبندی برخی از صادرکنندگان به بازگشت ارزهای صادراتی به چرخه اقتصادی، روز یکشنبه در جلسه‌ای با حضور وزرای نفت، صمت، اقتصاد، رئیس سازمان برنامه و بودجه و رئیس کل بانک مرکزی تصمیمات جدیدی گرفته شد. تصمیماتی که با نام «بسته سیاستی نحوه برگشت ارز حاصل از صادرات سال ۱۳۹۹ و رفع تعهدات ایفا نشده سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸» حالا مسیر مشخص و شفافتری را پیش روی صادرکنندگان می‌گذارد. از یک سو برای صادرکنندگانی که به وظیفه ملی خود عمل کنند، مشوق‌هایی در نظر گرفته شده و در مقابل برای آن دسته از صادرکنندگان متخلف که همچنان به دنبال مخفی شدن و سوءاستفاده از امکانات و منابع کشور هستند، سازوکار قانونی برای برخورد جدی‌تر و مجازات اتخاذ شده است تا هزینه بسیار زیادی از بابت عدم پایبندی به قانون پرداخت کنند و مجبور به بازگشت ارز صادراتی به کشور شوند. رئیس کل بانک مرکزی نیز یکشنبه شب به رسم مالوف خود در یادداشتی اینستاگرامی، جزییاتی از این بسته سیاستی را اعلام کرد و از افزایش مهلت بازگشت ارز صادراتی به ۴ ماه و روش جدید تنبیهی برای صادرکنندگانی که ارز خود را در مهلت مقرر برنگردانند، خبر داد. عبدالناصر همتی در این یادداشت به بیان توضیحاتی درخصوص دو تصمیم روز یکشنبه کمیته بازگشت ارز صادراتی درخصوص نحوه برگشت ارز صادرکنندگان پرداخت و نوشت: «۱- مهلت برگشت ارز صادراتی ۴ ماه بعد از صدور پروانه صادراتی است. در جهت تشویق صادرکنندگانی که ظرف سه ماه بعد از صدور پروانه صادراتی، ارز خود را برگردانند، تعهدات ارزی آنها، برمبنای ۹۰درصد ارزش پایه صادراتی محاسبه خواهد شد.

۲- صادرکنندگانی که در مهلت تعیین شده بعد از تاریخ پروانه صادراتی، نسبت به برگشت ارز، به چرخه اقتصاد اقدام نکرده‌اند، مکلفند باقیمانده تعهدات خود را، در بازار دوم (سامانه نیما) به نرخ روز پایانی مهلت خود در بازار دوم، یا قیمت روز بازار در هنگام ایفای تعهد، هر کدام که کمتر بود، به بانک مرکزی بفروشند.

بانک مرکزی از صادرکنندگان محترمی که با برگرداندن به موقع ارز خود به چرخه اقتصاد کشور، به تعادل بازار ارز و خنثی شدن هرچه بیشتر فشار حداکثری کمک می‌کنند، قدردانی کرده و قطعا مشوق‌های بیشتری را نیز برای آنها در نظر خواهد گرفت. جزییات تصمیمات کمیته به اطلاع فعالین اقتصادی خصوصا صادرکنندگان خواهد رسید.»

چند میلیارد دلار به چرخه اقتصادی برنگشت؟

با اینکه به گفته بانک مرکزی، رقمی در حدود ۲۷,۵ میلیارد دلار از ارزهای صادراتی دو سال ۹۷ و ۹۸ به کشور بازگشته است، برخی از اعضای اتاق بازرگانی ایران این رقم را کمتر از این می‌دانند.

در نشستی که روز دوشنبه با حضور اعضای کمیته ارزی اتاق ایران و رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی برگزار شد، کیوان کاشفی ارز حقیقی بازنگشته به کشور را بسیار کمتر از ۲۷ میلیارد دلار دانست و گفت: نکته نخست این است که در فهرست اعلام شده از سوی بانک مرکزی تفکیک اطلاعات مربوط به ارز در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ مشخص نشده و با وجود نامه‌نگاری‌های اتاق بانک مرکزی این فهرست را در اختیار ما قرار نداده است. از طرف دیگر بخشی از این عدد به تعدیل پایه ارزش‌های سال ۱۳۹۷ مربوط است که در همان سال با نرخ ۲۰درصد مورد موافقت بانک مرکزی و بخش خصوصی قرار دارد.

این عضو هیات رئیسه اتاق ایران ادامه داد: از این عدد یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار نیز مربوط به عدم بازگشت ارز حاصل از صادرات است که به اشتباه آن را با وجود آنکه جزو ورود موقت به حساب می‌آید به عنوان بدهی صادراتی در نظر می‌گیرند. در کنار آن اختلاف حساب، بخشنامه سازمان توسعه تجارت و برخی دیگر از اشکالات محاسباتی نیز عاملی است تا عدد ارز بازنگشته بزرگ‌تر از واقعیت به نظر برسد.

او با بیان اینکه با در نظر گرفتن تمام شرایط عدد ارز بازنگشته به کشور از محل صادرات ۸,۷ میلیارد دلار است، گفت: از این عدد تنها ۲,۵ میلیارد دلار مربوط به بخش خصوصی واقعی است. ما انتظار داریم بانک مرکزی مسائلی مانند تحریم‌ها، هزینه حمل و نقل و تعلیق بودن کارت بازرگانی تعدادی از صادرکنندگان را در نظر بگیرد و بر این اساس برنامه‌های خود را اجرایی کنند.

جزییات بسته سیاستی بازگشت ارز صادراتی

بسته سیاستی بازگشت ارز صادراتی، ۸ بند دارد و در آن آمده است:

صادرکنندگان می‌باید حداقل ۸۰درصد ارز حاصل از صادرات خود را به صورت حواله ارزی و حداکثر ۲۰درصد آن را به صورت اسکناس در بازار ثانویه به بانک‌ها و صرافی‌های مجاز به فروش برسانند. در کلیه مفاد این مصوبه، فروش ارز به صورت حواله‌های ارزی باید در «سامانه نیما» و به صورت اسکناس، باید در «سامانه نظارت ارز (سنا)» ثبت شود. تبصره ۱ - بنگاه‌های تولیدی/صادراتی به منظور تأمین نیازهای وارداتی خود می‌توانند حداکثر ۳۰درصد منابع ارزی صادرات خود را استفاده نموده و لازم است مابقی ارز حاصل از صادرات (حداقل ۷۰درصد) را به صورت حواله ارزی در بازار ثانویه به فروش برسانند.

تبصره ۲ – تامین ارز گروهی از واردکنندگان با ارز حاصل از صادرات گروهی از صادرکنندگان به صورت مستقیم حسب مورد با توافق وزارت صنعت، معدن و تجارت یا وزارت نفت با بانک مرکزی و ثبت در سامانه نیما امکان‌پذیر است. کلیه صادرکنندگان موظفند حداکثر چهار ماه پس از صدور پروانه صادراتی گمرک جمهوری اسلامی ایران، ارز خود را به چرخه اقتصادی کشور مطابق بند فوق برگردانند.

تبصره ۱ – امکان تمدید مهلت مذکور در موارد استثناء و با ارایه مستندات دقیق در صورت پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت و تأیید بانک مرکزی برای گروه‌های محدود کالایی وجود دارد.

تبصره ۲ – صادرکنندگانی که ظرف سه ماه بعد از صدور پروانه صادراتی ارز خود را برگردانند، تعهد ارزی آنان برمبنای ۹۰درصد ارزش پایه صادراتی خواهد بود.

تبصره ۳ – صادرکنندگانی که در مهلت تعیین شده از تاریخ پروانه صادراتی نسبت به برگشت ارز به چرخه اقتصادی اقدام نکرده‌اند، مکلفند باقیمانده تعهدات خود را در بازار دوم (سامانه نیما) به نرخ روز پایانی مهلت مزبور در بازار دوم (سامانه نیما) یا قیمت روز بازار، هر کدام کمتر باشد، به بانک مرکزی به فروش رسانند.

به منظور تقویت و ارتقای صادرات غیرنفتی و اطمینان از بازگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور، وزارت صنعت، معدن و تجارت علاوه بر پایش کارت‌های بازرگانی موجود، اقدام به رتبه‌بندی صادرکنندگان در سامانه یکپارچه اعتبارسنجی و رتبه‌بندی اعتباری، موضوع بند (ت) ماده (۶) قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز و ماده (۴) آیین‌نامه اجرایی مواد (۵) و (۶) قانون مذکور خواهد نمود؛ بنابراین، صادرکنندگان به منظور صادرات بیش از سقف اعتباری خود، می‌باید نسبت به ایفای تعهد ارزی اقدام نمایند.

ارز ناشی از پیمان‌ها و قراردادهای ارزی داخلی با بخش دولتی یا غیردولتی بایستی

الف) از طریق ثبت سفارش برای تامین نیازهای وارداتی قراردادهای مذکور استفاده شود

ب) مازاد آن بایستی در بازار ثانویه به فروش رسانده شود.

وزارتخانه‌های «نفت»، «صنعت، معدن و تجارت»، «تعاون، کار و رفاه اجتماعی»، «دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح»، «کشاورزی»، «سایر نهادهای عمومی غیردولتی» با توجه به عملکرد صادراتی شرکت‌های تحت پوشش/ مدیریت خود و برآورد درآمدهای ارزی سال ۱۳۹۹، مسئولیت پیگیری برگشت ارز حاصل از صادرات مطابق این مصوبات با همکاری بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و دستگاه‌های نظارتی و قضایی را دارند.

به منظور صادرات از محل ورود موقت

۱- تولیدکنندگان موظفند جهت ورود کالا اقدام به ثبت آماری از محل ورود موقت در سامانه جامع تجارت نمایند.

۲- گمرک جمهوری اسلامی، اقدام به صدور پروانه واردات موقت براساس ثبت آماری فوق نماید.

۳- تولیدکنندگان اقدام به صادرات از محل پروانه ورود موقت نموده و ضمن رفع تعهدات ارزی موضوع بند ۱ این ماده، الباقی ارز حاصل از صادرات را مطابق با این مصوبه رفع تعهد نمایند.

تبصره: درخصوص پروانه‌های صادرات از محل ورود موقت که تاریخ آنها پیش از این مصوبه است، برگشت ارز بایستی حداکثر ظرف دو ماه از تاریخ این مصوبه با فروش ۵۰درصد ارزش پروانه‌های صادراتی مزبور در بازار ثانویه صورت و متعاقبا رفع تعهد انجام گیرد.

با توجه به تبصره (۲) ذیل بند (۱) مصوبه مورخ ۱۰ /۰۷/ ۱۳۹۷ شورای عالی هماهنگی اقتصادی، ارائه هرگونه خدمات توسط کلیه دستگاه‌ها و سازمان‌های اجرایی، بانک‌های عامل و شبکه صرافی‌ها به صادرکنندگانی که برمبنای این بسته سیاستی نسبت به برگشت ارز اقدام نمی‌نمایند و نیز سایر اشخاصی که به طور مستقیم یا غیرمستقیم در روند عدم برگشت ارز حاصل از صادرات صادرکنندگان مذکور مشارکت دارند، تا زمان ایفای تعهد ارزی امکان‌پذیر نمی‌باشد.

تبصره ۱- اسامی اشخاص مذکور در بندهای فوق‌الذکر با همکاری نهادهای نظارتی استخراج و به دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط و حسب مورد به مراجع قضایی منعکس خواهد شد.

تبصره ۲- بانک مرکزی آمار و اطلاعات مربوط به اشخاص فوق‌الذکر را به صورت ماهانه جهت اقدام ذیل به کلیه سازمان‌ها و دستگاه‌های مرتبط ارسال می‌نماید. این دستگاه‌ها عبارتند از وزارت صنعت، معدن و تجارت (عدم صدور و تمدید کارت بازرگانی، عدم صدور یا تمدید ثبت سفارش، عدم صدور هرگونه مجوزهای واردات و صادرات، تولیدی، صنفی و نظایر آن و محدودیت از سایر خدمات مرتبط به تجارت اعم از داخلی و خارجی)، گمرک جمهوری اسلامی ایران (عدم امکان استفاده از تسهیلات و خدماتی نظیر مسیر سبز، پذیرش ضمانت‌ها و نظایر آن، عدم استرداد حقوق و عوارض گمرکی)، سازمان امور مالیاتی (لغو معافیت‌ها و مشوق‌های مالیاتی)، بانک مرکزی (عدم صدور گواهی ثبت آماری، ارائه گزارش عملکرد حساب‌های مشکوک به نهادهای ذی‌ربط)، بانک‌های عامل (عدم اعطای تسهیلات و ضمانت‌نامه‌های ریالی و ارزی و خدمات بانکی)، شبکه صرافی‌ها (ارائه خدمات خرید، فروش و نقل و انتقال ارز و ارائه خدمات در خارج از کشور به صادرکنندگان به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در راستای عدم برگشت ارز حاصل صادرات تخلف محسوب شده و در صورت احراز، ضمن لغو مجوز فعالیت توسط بانک مرکزی، صرافی متخلف به مراجع قضایی معرفی می‌گردند)، صندوق ضمانت صادرات (عدم ارائه هرگونه خدمات مرتبط نظیر اعتبارسنجی، صدور بیمه‌نامه‌ها و ضمانت‌نامه‌های صادراتی)، سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای و سازمان بنادر و دریانوردی (اعمال محدودیت در صدور بارنامه‌های داخلی و خارجی، اعمال محدودیت در ارائه کلیه خدمات بندری و تسهیلات مرتبط).

بانک مرکزی موظف است نسبت به ابلاغ این مصوبه به کلیه دستگاه‌های ذی‌ربط اقدام نماید.

نگاه

چرا ارزهای صادراتی برنگشت؟

معمای دلارهای صادراتی

بیش از ۲۷ میلیارد دلار ارزهای صادراتی طی دو سال گذشته به چرخه اقتصادی بازنگشته است و این موضوع به منازعه ارزی میان دولت و صادرکنندگان تبدیل شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ارز حاصل از صادرات محصولات پتروشیمی به چرخه اقتصاد بازگشته و ۲۷ میلیارد دلار گفته شده متعلق به صادرکنندگان بخش خصوصی و صاحبان برندهای مختلف است.

در همین خصوص، محمدرضا نجفی‌منش رئیس کمیسیون بهبود محیط کسب و کار و رفع موانع تولید اتاق بازرگانی تهران با اشاره به اینکه صادرکنندگان مشکلی برای بازگشت ارز حاصل از صادرات ندارند، گفت: با توجه به اینکه برای نقل و انتقال پول ایران به طور کامل تحریم است، به همین سادگی نمی‌توان ارز را به کشور وارد کرد، از سوی دیگر قرار گرفتن ایران در لیست سیاه FATF نیز مزید بر علت شده تا عملا دست صادرکننده برای بازگشت ارز بسته باشد. بهترین راهکار این است که بانک مرکزی یک حسابی را در هر کشوری که می‌تواند معرفی کند، تا صادرکنندگان وجوه صادراتی خود را به آن واریز کنند، در حال حاضر مسئولان دولتی از جمله شخص رئیس جمهوری می‌گویند، صادرکنندگان ارز را به داخل کشور برنمی‌گردانند، اما واقعا امکان این کار وجود ندارد.

نجفی‌منش ادامه داد: پول را که نمی‌توان از طریق بانکی و یا شبکه صرافی به داخل کشور آورد یا باید بانک مرکزی خارج از کشور یک حساب معرفی کند یا اینکه این ارز تهاتر شود، برای واردات، اینطوری هم مشکل واردات و تامین ارز آن حل می‌شود و هم صادرکنندگان به تعهدات خود عمل می‌کنند.

این فعال بخشی خصوصی افزود: صادرکننده که نمی‌تواند پول را در چمدان یا ساک بگذارد و بیاورد به داخل کشور، زیراکه این کار بسیار خطرناک است و ضریب امنیتی آن بسیار پایین است، بنابراین دولت و بانک مرکزی باید تمهیداتی را بیندیشند، تا صادرکنندگان بخش خصوصی بتوانند در عمل تعهداتی را که داده‌اند، آن‌ها را انجام دهند، زیراکه صادرکننده نیز به سرمایه خود برای ادامه فعالیت و کسب و کارش نیاز دارد و بدون این پول نمی‌تواند به کار خود ادامه بدهد، بنابراین باید در این زمینه یک تعامل صورت گیرد تا مشکل به وجود آمده مرتفع شود.

همچنین سیدرضی حاجی آقامیری، رئیس اسبق کنفدراسیون صادرات ایران پیرامون عدم بازگشت ارزهای صادراتی، گفت: مدام گفته می‌شود صادرکنندگان به تعهدات ارزی خود عمل نکرده‌اند، کدام صادرکننده، در کدام رسته کالایی، باید اذعان داشت رقمی که اعلام می‌شود به هیچ عنوان در قدرت بخش خصوصی نیست که چنین صادراتی را انجام دهد، بنابراین باید آدرس درست داده شود، تا کسی که در این رابطه به قولی که داده، اما به آن عمل نکرده مشخص شود.

حاجی آقامیری اظهار داشت: این رقم ۱۷ میلیارد دلار را ما صادر نکرده‌ایم که بخواهیم آن را برگردانیم، این رقم بسیار بزرگ است و بخش خصوصی واقعی چنین توانی ندارد تا در چنین ابعادی صادرات کند، بنابراین بهترین راه‌حل در این رابطه این است که، بانک مرکزی و با دولت به طور شفاف اسامی افراد متخلف را اعلام کنند، تا همه بدانند که چه کسی مرتکب تخلف شده، اگر چنین اتفاقی رخ دهد، دفعه بعد دیگر کسی نمی‌تواند به تعهدات خود عمل نکند.

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران با تاکید بر اینکه این احتمال وجود دارد که برخی شرکت‌های خصولتی این ارزها را برنگردانده باشند، ادامه داد: اینها شرکت‌هایی هستند که امکانات بسیاری در اختیار دارند و می‌توانند در مقیاس بزرگ صادرات انجام دهند، بنابراین باید مشخص شود که اینها تا چه میزان به تعهدات ارزی خود عمل کرده‌اند، بنابراین در این زمینه باید یک اطلاع‌رسانی دقیق انجام شود، تا ابعاد مختلف این موضوع مشخص شود، از سویی این احتمال نیز وجود دارد که برخی از صادرکنندگان بخش خصوصی نیز در این زمینه به تعهد خود عمل نکرده باشند.

حمیدرضا صالحی، نائب رئیس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی تهران نیز با تاکید بر اینکه هزینه انتقال ارز به کشور برای صادرکنندگان چالش‌برانگیز است، گفت: زمانی که من به عنوان صادرکننده می‌خواهم ارز حاصل از صادرات را به کشور بازگردانم، این کار هزینه ۱۵درصدی دارد که برای صادرکننده این امر مشکل ایجاد می‌کند، زیراکه به علت تحریم‌های بانکی نقل و انتقال پول به راحتی نمی‌تواند انجام شود.

وی افزود: دولت در این باره و با توجه به شرایط سختی که صادرکنندگان با آن روبرو هستند، باید مشوق‌هایی را در نظر بگیرد، تا آن‌ها تشویق شوند، که ارز حاصل از صادرات خود را علی رغم مشکلاتی که وجود دارد به کشور وارد کنند، به طور مثال ۵۰۰ تومان بالاتر از قیمتی که ارز در بازار آزاد دارد، اگر این ارزها از صادرکننده خریداری شود، آن زمان نیز صادرکننده نیز تشویق می‌شود ارز خود را بازگرداند.

صالحی ادامه داد: با توجه به اینکه صادرکننده کالا و محصولات خود را با نرخ ارز آزاد تولید کرده و صادر می‌کنند، حال اینکه به مانند گذشته بخواهد این ارزها را در سامانه نیما و پایین‌تر از قیمت بازار آزاد عرضه کند، برای او به هیچ عنوان به صرفه نیست و همین عامل نیز باعث شد که سامانه نیما نتواند به اهدافی که برای آن تعیین شده بود، به درستی درست پیدا کند.

این عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران اضافه کرد: در حال حاضر با توجه به وضعیت اقتصادی‌ای که در کشور حکمفرما است، موانع بسیار زیادی بر سر راه تولیدکننده و مسئله صادرات وجود دارد، با این وجود فعالان این عرصه سعی دارند، همچنان چراغ صادرات را روشن نگه دارند، بنابراین مسئولان دولتی نیز باید در این زمینه از مقوله صادرات و صادرکنندگان نیز حمایت کنند.

بانک نامه

با شیوع بیماری کرونا

بانکداری الکترونیکی هرچه بیشتر رونق می‌یابد

با وجود ضربه بیماری کرونا به کسب و کارها، حوزه‌هایی همچون تجارت و بانکداری الکترونیکی در این دوره پساکرونا رونق بیشتری می‌یابند. محمد جعفری، عضو هیات علمی دانشگاه لرستان با بیان این مطلب به ایرنا، گفت: در ایران قبل از کرونا تا حدودی مشاغل نیمه مدرن و نیمه سنتی داشتیم که بخشی از این فعالیت‌ها دیگر نخواهد بود و فعالیت‌های جدید نیز به شکل سنتی شکل نمی‌گیرد که بدون شک با علم و فناوری روز پیش می‌روند. همچنین فعالیت‌هایی همانند تجارت الکترونیک و آموزش الکترونیک را نمی‌توان جزیره‌ای انجام داد و وابستگی آنها به بیرون از مرزها به شدت زیاد است و افراد می‌توانند در خانه خود یک کار اقتصادی انجام دهند، البته بانکداری الکترونیک نیز رونق می‌گیرد.

به گفته وی، هرچند واکسن کرونا هم کشف شود اما به هر حال رویارویی با پدیده‌هایی مثل این ویروس در آینده دور از انتظار نخواهد بود و بنابراین مصائب دیگری خواهیم داشت که نیازی به ارتباطات قبلی نیست. به فضای غیرحضوری نیاز داریم که باید برای آمادگی در این خصوص تجارت الکترونیک را تقویت کرده و گسترش دهیم. این استاد اقتصاد ادامه داد: در ایران برای یک کار باید به چندین اداره مراجعه کنیم، اما حالا با شیوع کرونا، شهروندان در خانه کار خود را انجام می‌دهند.

این استاد دانشگاه درخصوص تاثیر و تغییرات شیوع کرونا گفت: همه‌گیری کرونا تغییرات بسیاری در ایران و جهان داشت و برخی مشاغل به طور جدی آسیب دیدند که از جمله می‌توان به کسب و کارهایی که درآمد آنها حاصل از بازار است اشاره کرد. هرچه اقتصاد به بخش خصوصی وابسته‌تر باشد آسیب، جدی‌تر است و در کشورهای توسعه یافته که سیستم پرداخت حقوقی به ازای واحد کار صورت گرفته آسیب جدی بوده اما در سیستم پرداخت کارمزدی تعداد بیکاران افزایش یافته است.

وی ادامه داد: ۴۰ میلیون نفر در آمریکا برای دریافت بیمه بیکاری ثبت نام کرده‌اند و بر اساس اطلاعات داده شده حدود ۱۰درصد جمعیت این کشور بیکار شده‌اند که با احتساب بازنشستگان، دانش‌آموزان و دانشجویان می‌توان گفت بیش از ۵۰درصد جمعیت آمریکا بیکاری ناشی از کرونا دارند.

جعفری افزود: در کشور ما نیز استان‌هایی که بخش خصوصی فعال‌تری دارند آسیب بیشتری از شیوع کرونا داشته‌اند چراکه کارمندان به هر شکل ممکن حقوق خود را دریافت می‌کنند، اما با توجه به اینکه کرونا تغییرات بسیاری در اقتصاد بخش خصوصی ایجاد کرده این کسب و کارها در کوتاه مدت امکان بازگشت به روند قبل را ندارند و برخی نیز شاید هرگز نتوانند به محیط اشتغال برگردند. به گفته او، براساس قانون کالای جایگزین، کشش تقاضا در کوتاه مدت کمتر از کشش تقاضای همان کالا در بلندمدت است چون در بلندمدت جایگزین پیدا می‌شود. در حال حاضر نیز برای برخی از روش‌های قبلی جایگزین‌هایی پیدا کرده‌ایم به عنوان مثال شاید در شرایط عادی آموزش مجازی تا ۱۰ سال دیگر به این شکل انجام نمی‌شد اما با شیوع کرونا اجرایی شده و بعید است دیگر از سیستم آموزشی حذف شود به نحوی که شاید در آینده برخی از دروس فقط به صورت مجازی تدریس شوند. همچنین کارگزاران اقتصادی برای انجام امور با هواپیما سفر کرده‌اند اما اکنون جایگزین سفرهای هوایی و پیمایش مسیرهای طولانی را یافته‌اند پس شرکت‌های هواپیمایی و مسافربری دیگر روال‌های گذشته را نخواهند داشت. عضو هیات علمی دانشگاه لرستان با بیان اینکه در عین اینکه برخی مشاغل از کرونا آسیب دید اما مشاغلی هم ایجاد شد، گفت: کرونا را باید یک تهدید جهانی بدانیم اما باید از آن فرصت ایجاد کنیم، همانند چین که در ابتدا زیان داد اما در کوتاه مدت با صادرات ماسک و تجهیزات بهداشتی پزشکی سود کرد که البته هرچه بخش خصوصی قوی‌تر باشد فرصت بهتری از این تهدید ایجاد خواهد شد. با این همه، کرونا به طور قطع بحران‌زا است و نمود آن در رکود، بیکاری و تعطیلی بسیاری از مشاغل آشکار شده است.

چگونه می‌توان جاذبه اقتصادی بازار ارز را کاهش داد؟

ایست مقابل دلار

فرصت امروز: این روزها بازار ارز متلاطم است و ارز از کالایی مصرفی به کالایی سرمایه‌ای تبدیل شده است. به دنبال این تلاطم ارزی، قیمت کالاهای اساسی و همچنین آن دسته از کالاهای داخلی که ارزبری دارند، افزایش یافته و تورم را تشدید کرده است. در این بین، سوال این است که چگونه می‌توان با اعمال سیاست‌های مناسب، جاذبه اقتصادی ارز را کاهش داد تا مردم به سوی بازار بی‌ثبات و پرریسک ارز هجوم نیاورند؟

در پاسخ به این سوال، علی نظافتیان، دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها از رونق بازار سرمایه به عنوان راهی برای کاهش جاذبه سرمایه‌ای بازار ارز نام برد و گفت: «یکی از راه‌ها برای جایگزین کردن جاذبه سرمایه‌ای ارز، بازار سرمایه است، مشروط به اینکه رونق بورس حاصل افزایش کمیت و کیفیت شرکت‌های بورسی باشد و نه حاصل بازار غیرواقعی و کاذب بورس‌بازان.»

او همچنین معتقد است: در وضعیتی که ارز از کالای مصرفی به کالای سرمایه‌ای تغییر جهت داده و در نتیجه افزایش تقاضا، تعادل بین عرضه و تقاضا در بازار ارز به هم خورده است، بانک‌ها نیز می‌توانند نقش مثبتی ایفا کنند و با نظارت دقیق بر صرافی‌های خود سیاستی را در پیش گیرند که صرافی‌های وابسته به آنان از التهاب نرخ ارز بکاهند.

به اعتقاد نظافتیان، تلاطم بازار ارز در فعالیت‌های ارزی بانک‌ها بی‌تاثیر نیست و نکته مهم در مورد فعالیت ارزی بانک‌ها، فعالیت صرافی‌های وابسته به آنهاست، به طوری که دو دیدگاه در مورد نحوه فعالیت این صرافی‌ها وجود دارد؛ دیدگاه نخست این است که واحد صرافی بانک‌ها همانند سایر صرافی‌ها یک واحد مستقل تجاری است که با هدف فعالیت در بازار ارز و کسب سود تاسیس شده و از بانک مرکزی مجوز گرفته‌اند بنابراین می‌توانند مانند سایرین در بازار ارز، فعالیت قانونی داشته باشند.

دیدگاه دوم نیز اعتقاد دارد که این قبیل صرافی‌ها به دلیل وابستگی مالی و سازمانی به بانک‌ها از قدرت مالی بسیاری برخوردار هستند. لذا فعالیت آنان می‌تواند در بازار ارز و تعیین قیمت آن نقشی موثر داشته باشد بنابراین از آنان می‌توان به عنوان ابزار مدیریت بازار ارز بهره برد و التهاب بازار ارز را کاهش داد. فارغ از نقاط مثبت و منفی هر یک این نظریات، به نظر می‌رسد در وضعیتی که ارز به کالای سرمایه‌ای تبدیل شده و تعادل میان عرضه و تقاضای ارز به هم خورده است، بانک‌ها می‌توانند با ابزار صرافی‌های خود به بانک مرکزی در کاهش التهاب بازار ارز کمک کنند.

وقتی عرضه و تقاضا در بازار ارز متعادل نیست

دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها درباره علل نوسانات اخیر بازار ارز و نقش بانک‌ها در معاملات ارزی، گفت: «معاملات ارزی برخلاف خرید و فروش وجه رایج کشور از نظر شرعی جزو مکاسب حرام محسوب نمی‌شود و بدیهی است که در انجام این معاملات رعایت مقررات ارزی الزامی است؛ در غیر این صورت، تخلف ارزی محسوب می‌شود و قابل پیگرد است. وقتی بپذیریم که ارز، کالا یا مال است، در نتیجه وضعیت بازار این کالا نیز تابع قواعد عمومی عرضه و تقاضا خواهد بود.»

به اعتقاد وی، «اگر عرضه ارز در بازار مصرف متناسب باشد قیمت آن هم متناسب با میزان ارز در بازار خواهد بود، اما اگر میزان عرضه در حد تقاضای نرمال بازار نباشد، قیمت ارز نیز خواه یا ناخواه افزایش خواهد یافت، بنابراین یکی از علل اصلی نوسانات اخیر در بازار، عدم تعادل عرضه و تقاضاست و یکی از دلایل اصلی افزایش تقاضا در بازار ارز این است که ارز نیز همچون خودرو از یک کالای مصرفی به یک کالای سرمایه‌ای تغییر جهت داده است. در حال حاضر بسیاری از خریداران ارز آن را به منظور خرید و مصرف ارزی نمی‌خواهند و موردنیازشان نیست، بلکه می‌خواهند با معامله ارزی، ریال خود را تبدیل به یکی از ارزهای معتبر کنند تا از رهگذر افزایش قیمت ارز درآمد زیادی کسب کنند و در نتیجه برای خرید ارز به بازار هجوم می‌آورند.»

او با بیان اینکه «تولیدکننده و دارنده اصلی ارز، دولت است»، گفت: «منبع بعدی، ارز حاصل از صادرات غیرنفتی یا خدمات مهندسی است که صادرکنندگان باید این ارز را به چرخه مبادلات ارزی کشور وارد کنند. منابع ارزی دولت عمدتا درآمد حاصل از صادرات فرآورده‌های

نفتی، گازی و یا خطوط ارزی اعتباری بانک مرکزی و سایر بانک‌هاست. دولت از طریق بانک مرکزی و طبق ضوابط و مقررات خاصی ارز خود را برای خرید کالاهای اساسی و موردنیاز مردم اختصاص می‌دهد و به عبارتی به اینگونه مصرف‌کنندگان واقعی، ارز تخصیص می‌دهد و با نرخ پایین‌تر از نرخ بازار آزاد به آنان می‌فروشد تا با استفاده از ارز تخصیصی کالاهای موردنیاز مردم را از خارج وارد کنند.»

به گفته نظافتیان، «اکنون بسیاری از عوامل تاثیرگذار بر نرخ ارز در اختیار بانک مرکزی نیست. متاسفانه تحریم ظالمانه دولت آمریکا موجب کاهش درآمد ارزی کشور شده و حتی بازگشت منابع ارزی حاصل از صادرات غیرنفتی به کشور هم با صدها مشکل بانکی مواجه شده است. در نتیجه دولت و بانک مرکزی ناچارند منابع ارزی کشور را به کالاها و مواد غذایی و دارویی موردنیاز کشور و عامه مردم اختصاص دهند، بنابراین نمی‌توان منابع ارزی دولت و بانک مرکزی را وارد بازار آزاد ارز کرد و به اصطلاح ارزپاشی کرد تا عرضه ارز با تقاضای ارز در بازار آزاد متعادل شود.»

چند پیشنهاد برای جایگزینی جاذبه سرمایه‌ای ارز

وی با تاکید بر اینکه «باید با اعمال سیاست‌های مناسب اقتصادی جاذبه اقتصادی ارز را کاهش داد تا مردم به سوی این بازار بی‌ثبات و پرریسک هجوم نیاورند»، گفت: «برای ایجاد ثبات در بازار ارز، اقدامات متنوعی می‌توان توصیه کرد؛ از جمله جایگزین کردن جاذبه اقتصادی سایر بخش‌های اقتصادی به عنوان جایگزین جاذبه سرمایه‌ای ارز، به گونه‌ای که ورود به بازار ارز در مقایسه با سایر بخش‌ها جاذبه اقتصادی چندانی نداشته و ریسک آن منطقی نباشد. یکی از این سیاست‌های مناسب، رونق بازار بورس است که آن باید مشروط به این باشد که رونق بورس حاصل افزایش کمیت و کیفیت شرکت‌های بورسی است و نه حاصل بازار غیرواقعی و کاذب بورس‌بازان.»

به عقیده نظافتیان، «از دیگر عواملی که می‌تواند جاذبه اقتصادی ارز را کاهش دهد، افزایش حساب شده نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی است. زیرا ریسک سرمایه‌گذاری در بانک‌های معتبر از طریق سپرده‌گذاری بسیار کمتر از ریسک بازار متلاطم ارزی است. افزایش نرخ سپرده‌های بانکی تعهدات مالی بانک‌ها را در برابر سپرده‌گذاران افزایش می‌دهد و منجر به افزایش نرخ منابع تسهیلات بانکی نیز می‌شود. مجوز انتشار گواهی سپرده عام به بانک‌ها نیز می‌تواند عطش خرید ارز را در بازار تا حدودی کاهش دهد. همچنین تشدید نظارت بانک مرکزی، بانک‌های عامل و نیز مراجع نظارتی بر مصرف و هزینه واقعی ارزهای دولتی اختصاص یافته به واردکنندگان و برخورد شدید و قانونی با متخلفین ارزی هم می‌تواند در کاهش جاذبه بازار ارز تاثیرگذار باشد.»

دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها در پایان سخنانش گفت که «ممنوعیت اکید وزارتخانه‌ها، موسسات و شرکت‌های دولتی برای ورود مستقیم یا غیرمستقیم به بازار آزاد ارز و خرید و فروش آن و در آخر افزایش مشوق‌های صادراتی برای تولیدکنندگانی که ارز حاصل از صادرات کالا یا خدمات را به کشور بازمی‌گردانند، از عوامل تاثیرگذار در رفع نوسانات بازار ارز است.»

وزارت نیرو
شرکت مدیریت منابع آب ایران
شرکت آب منطقه ای آذربایجان غربی

نوبت دوم

فراخوان مناقصه عمومی

در اجرای مصوب شماره ۳۸۳۲۶ت۲۷۵۰۶ هـ مورخ ۱۳۸۱/۹/۵ هیات محترم وزیران در خصوص واگذاری امور خدماتی و پشتیبانی به بخش غیر دولتی در قالب قرارداد های حجمی ،شرکت آب منطقه ای آذربایجان غربی در نظر دارد خدمات خودرویی امورات جاری خود در سطح استان آذربایجان غربی را براساس قانون برگزاری مناقصات و آیین نامه اجرایی بند (ج) ماده (۱۲)قانون برگزاری مناقصات به روش ارزیابی ساده به مناقصه گران واجد شرایط و دارای گواهینامه صلاحیت شرکتهای خدماتی در امور حمل و نقل با خدمات خودرویی و همچنین گواهی صلاحیت کار و ایمنی امور پیمانکاری (HSE) صادره توسط وزارت تعاون ،کارو رفاه اجتماعی (با ادارات کل مربوطه) واگذار نماید کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ،مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

(اطلاعات مناقصه و زمانبندی)

-موضوع مناقصه و محل اجرای پروژه : " انجام خدمات خودرویی امورات جاری شرکت آب منطقه ای آذربایجان غربی در سطح استان"
- مبلغ برآورد اولیه : ۱۲/۶۷۸/۴۳۴/۳۲۵ ریال
-محل تامین اعتبار : اعتبارات جاری شرکت
-مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار : ۶۳۴/۰۰۰/۰۰۰
-قیمت فروش اسناد مناقصه : ۲/۰۰۰/۰۰۰
-مدت اجرا: یکسال شمسی
-دستگاه مناقصه گزار (کارفرما): شرکت آب منطقه ای آذربایجان غربی به نشانی ارومیه بلوار باهنر تلفن ۳۳۴۴۰۰۹۲-۰۴۴
-دستگاه نظارت :اداره تدارکات و انبار شرکت آب منطقه ای آذربایجان غربی
-مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت ستادایران : تا ۱۹ روز پنجشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۴/۲۶
-مهلت زمانی و محل ارائه پاکت (الف)تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار : تا ساعت ۹ صبح روز دوشنبه ۱۳۹۹/۰۵/۰۶ تحویل به دبیرخانه حراست و امور محرمانه شرکت به نشانی : آذربایجان غربی ،ارومیه ، بلوار شهید باهنر ،دبیرخانه حراست و امور محرمانه شرکت آب منطقه ای آذربایجان‌غربی
-مهلت زمانی ارائه پیشنهاد قیمت : تا ساعت ۹ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۵/۰۶
-زمان بازگشایی پاکت ها : ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۵/۰۶
-محل بازگشایی پیشنهادات: سالن اجتماعات شرکت آب منطقه ای آذربایجان غربی
-اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت (الف) : شماره تلفن تماس ۰۴۴۳۱۹۸۷۴۴۵
-چنانچه تعداد پیشنهادات واصله کمتر از سه پیشنهاد باشد ،مناقصه تجدید خواهد شد
-مناقصه گران دارای هیات مدیره مشترک مجاز به پیشنهاد قیمت در این مناقصه نمی باشند .
-آدرس و تلفن اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس ۰۲۱۴۱۹۳۴ دفتر ثبت نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶
+توضیح اینکه اصل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار بایستی در مهلت مقرر به دبیرخانه حراست و امور محرمانه شرکت در قالب پاکت (الف) ارائه شود و تصویر آن نیز در سایت تدارکات الکترونیکی دولت در محل مورد نظر بارگزاری گردد.کلیه محتویات پاکت (ب) و مدارک و اسناد مربوط به مناقصه گزار و همچنین پاکت (ج) بایستی در سایت تدارکات الکترونیکی دولت بارگزاری شود .توجه شود که عودت اسناد در قالب سی دی مورد قبول نمی باشد و همچنین چنانچه مناقصه گران ،اسناد مناقصه را به طریقی غیراز سایت مذکور تهیه نمایند و نام آنها به عنوان خریدار در سایت مذکور ثبت نشده باشد ،به قیمت پیشنهادی ترتیب اثر داده نخواهد شد .شرکت در مناقصه به صورت گروه مشترک،مورد قبول نبوده و در صورت ارائه پیشنهاد به صورت مذکور ،ترتیب اثر داده نخواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۴/۲۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۴/۲۴
شناسه آگهی: ۹۰۹۰۱۶
۲۳۶
شرکت آب منطقه ای آذربایجان غربی

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

نوبت اول

فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ای

شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به عنوان دستگاه مناقصه گزار در نظر دارد مناقصه مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید . کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند .

موضوع مناقصه : خرید ۳۵۰۰۰ متر لوله پلی اتیلن از اقطار ۷۵، ۱۱۰، ۱۶۰، ۲۰۰، ۲۵۰ میلیمتر
مبلغ برآورد اولیه: ۲۰،۱۱۴،۷۳۰،۰۰۰ ریال (بیست میلیارد و یکصد و چهارده میلیون و هفتصد و سی هزار ریال)
(اعتبار پروژه فوق بصورت نقدی تامین میگردد)
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار : ۱،۰۰۵،۷۳۶،۵۰۰ ریال (یک میلیارد و پنج میلیون و هفتصد و سی و شش هزار و پانصد ریال) .
رتبه مناقصه گران :دارای پروانه بهره برداری از وزارت صنعت ،معدن و تجارت
مبلغ خرید اسناد : مبلغ ۵،۰۰۰،۰۰۰ ریال به شماره حساب سپهر ۰۱۰۲۹۳۴۹۹۰۰۰۳ بانک صادرات شعبه گلشهر جهت فروش اسناد مناقصه
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : از ساعت ۱۵تاریخ۹۹/۰۴/۲۵ تا ساعت ۱۵ تاریخ ۹۹/۰۵/۰۱
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۵ مورخ ۹۹/۰۵/۱۵
زمان بازگشایی پاکت ها : ساعت ۱۱مورخ ۹۹/۰۵/۲۱
محل بازگشایی : سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان و حضور یک نفر نماینده از طرف هر یک از پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی پیشنهادها آزاد است .
امتیاز کیفی لازم : پیشنهادات واصله پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران و احراز حداقل امتیاز لازم (۶۵)بازگشایی خواهد گردید.
پیشنهاد دهندگان موظف می باشند اسناد مناقصه را از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم شامل پاکات الف ، ب و ج تهیه و به صورت فایلهایpdf در سامانه فوق درج نمایند .
سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است .
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف و ارزیابی کیفی آدرس : بندرعباس - بلوار ناصر - جنب بیمارستان شریعتی - شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان (امور بازرگانی) تلفن ۸۷-۸۶-۳۳۳۵۰۵۸۲ سایت اینترنتی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به نشانی : www.abfahormozgan.com
اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس تهران : ۲۷۳۱۳۱۳۱ دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸ .

روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان
۲۳۷

شاخص بورس آماده ورود به کانال ۲ میلیون واحدی

رشد ۹ هزار واحدی بورس در روز دوشنبه

فرصت امروز: بازار سرمایه در سومین روز هفته، روزی پرنوسان را تجربه کرد؛ به طوری که شاخص کل بورس در ساعات ابتدایی معاملات صعودی بود، اما در ساعات میانی کاهش یافت و در نهایت در ساعات پایانی معاملات دوباره روند صعودی به خود گرفت. معاملات روز دوشنبه بازار سرمایه در حالی به پایان رسید که شاخص کل با ۹ هزار و ۲۷۴ واحد رشد در ارتفاع یک میلیون و ۸۲۲ هزار واحد ایستاد. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۳هزار و ۵۱۹ واحد کاهش به ۴۸۲ هزار و ۳۶۹ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۲هزار و ۳۱۶ واحد افت به ۳۱۷ هزار و ۴۶۰ واحد رسید. شاخص بازار اول ۶ هزار و ۵۳ واحد و شاخص بازار دوم ۲۱ هزار و ۷۴۱ واحد افزایش داشت. شاخص فرابورس اما بیش از ۴۸ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۸ هزار و ۶۸۴ واحد ثابت ماند. در معاملات این روز بیش از ۱۱ میلیارد و ۸۸۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۰۴ هزار و ۲۲۹ میلیارد ریال داد و ستد شد.

مهمترین نمادهای بورس در روز دوشنبه

نمادهای فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۴هزار و ۳۴۶ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۴هزار و ۲۰۸ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۳هزار و ۴۶۰ واحد، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۳هزار و ۴۳۳ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۲هزار و ۳۹۳ واحد و ایران خودرو (خودرو) با ۲هزار و ۱۷۱ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل، نمادهای معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با ۲هزار و ۸۲ واحد، گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید (وامید) با یک هزار و ۷۹۱ واحد، گروه مپنا (رمپنا) با یک هزار و ۷۵۶ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با یک هزار و ۶۴۲ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با یک هزار و ۲۲۸ واحد، شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با یک هزار و ۲۰۲ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با ۹۴۳ واحد و بانک پاسارگاد (وپاسار) با ۸۷۳ واحد تاثیر منفی بر شاخص داشتند.

همچنین نمادهای بانک ملت، بانک تجارت، فولاد مبارکه اصفهان، ملی صنایع مس ایران، پالایش نفت تهران، بانک صادرات ایران و گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو ازجمله نمادهای پربیننده بورس بودند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه یک میلیارد و ۲۶۵ میلیون برگه سهم به ارزش ۳۴ هزار و ۵۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۴۸ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۸ هزار و ۶۸۴ واحد ثابت ماند. در این بازار ۳میلیارد و ۴۸ میلیون برگه سهم به ارزش ۸۱ هزار و ۳۶۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای پتروشیمی مارون (مارون)، سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، فرابورس ایران (فرابورس)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، مدیریت انرژی تابان هور (وهور)، پلیمر آریاساسول (آریا)، بانک دی (دی)، اعتباری ملل (وملل) و بیمه کوثر (کوثر) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار را داشتند. همچنین نمادهای هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، توسعه مولد نیروگاهی جهرم (بجهرم)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، پالایش نفت لاوان (شاوان) و تولید نیروی برق دماوند (دماوند) تاثیر منفی بر شاخص فرابورس داشتند.

بورس آماده ورود به کانال ۲ میلیون واحدی

شاخص بورس در آستانه ورود به کانال ۲میلیون واحدی قرار گرفته است؛ رقمی که تا چندی پیش یک رویا به نظر می‌رسید، اما حالا با افزایش گام به گام شاخص بورس، کانال‌ها یکی پس از دیگری فتح می‌شوند.

در این زمینه، عرفان هودی، کارشناس بازار سرمایه پیش‌بینی کرد: اگر رشد شاخص کل به همین منوال ادامه یابد احتمالا شاخص کل هفته آینده از کانال ۲ میلیون واحد عبور می‌کند.

هودی به معاملات بازار سرمایه در روز یکشنبه اشاره کرد و به ایرنا گفت: عرضه سهام عدالت و سهام دولتی‌ها در بازار روز یکشنبه روند معاملات را تغییر داد و باعث افزایش عرضه سهام در این بازار شد.

او با بیان اینکه با وجود افزایش عرضه در بازار روز یکشنبه شاهد یک رکورد تاریخی بابت ورود نقدینگی به بازار بودیم، افزود: این موضوع باعث شد تا شاخص کل، صعود پرشتابی را در پیش بگیرد و یکباره از کانال یک میلیون و ۷۴۰ هزار واحد به کانال یک میلیون و ۸۰۰ هزار واحد برسد.

به عقیده این کارشناس بازار سرمایه، عدد یک میلیون و ۸۰۰ هزار واحد به لحاظ روانی عدد بزرگی است و شاخص بورس می‌تواند در همین محدوده‌ها تا کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد به عقب برگردد و اصلاح داشته باشد اما بعید است در موقعیت کنونی چنین اتفاقی در بازار رخ دهد؛ کما اینکه شاخص بورس در مرز یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد مقاومت زیادی را از خود نشان داد که این اصلاح ممکن است در مرز کانال ۲میلیون واحد نیز اتفاق بیفتد.

هودی با بیان اینکه اصلاح شاخص بورس در مرز ۲ میلیون واحد دور از ذهن نخواهد بود، افزود: شاخص بورس بعد از اصلاح در کانال یک میلیون واحد بی‌وقفه تا کانال ۲میلیون واحد رشد کرده است و این حرکت شاخص برای صعود یکباره یک اصلاح بلندمدت و یک ماه را می‌خواهد اما بعید است حجم ورود گسترده نقدینگی اجازه چنین اصلاحی را به بازار بدهد و ممکن است با یک اصلاح کوتاه به مسیر خود ادامه دهد.

تازه واردان به سراغ صندوق‌های سرمایه‌گذاری بروند

به اعتقاد وی، امکان اصلاح در بازار سرمایه در این هفته وجود دارد اما به نظر می‌رسد حجم ورود نقدینگی مانع از اصلاح در معاملات شود. او همچنین به سهامداران تازه وارد توصیه کرد که در موقعیت فعلی بازار به صورت مستقیم اقدام به خرید سهام در بورس نکنند و از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری برای ورود به این بازار اقدام کنند. این در حالی است که متاسفانه افراد تازه وارد تمایل چندانی به سرمایه‌گذاری از طریق این صندوق‌ها در بازار را ندارند. هودی با تاکید بر اینکه اگر سرمایه‌گذاران به صورت مستقیم به دنبال خرید در این بازار هستند اکنون وقت خرید نیست، افزود: شاخص رشد زیادی کرده و آماده اصلاح است؛ بنابراین بهترین زمان برای خرید سهم بعد از اصلاح بازار و در زمان ایجاد تعادل در معاملات است. به گفته این کارشناس بازار سرمایه، صنایع بزرگ از حجم معاملات بالاتری نسبت به سهام کوچک برخوردارند و با اقبال بیشتری در میان فعالان بازار برای سرمایه‌گذاران همراه هستند.

دریچه

بورس علاوه بر جذب نقدینگی می‌تواند جلوی رشد تورم را هم بگیرد

سد بورس در برابر تورم

آیا افزایش شاخص بورس می‌تواند تورم‌زا باشد؟ یا اینکه ورود بیش از ۵۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی از ابتدای سال تاکنون به بازار سرمایه، جلوی رشد تورم را گرفته است؟ در این میانه بخشی از کارشناسان می‌گویند رشد هیجانی و کاذب شاخص کل بورس با خود ریزش گسترده‌ای را هم می‌تواند به دنبال داشته باشد که باعث بی‌ثباتی عمیق اقتصادی و سرازیر شدن سرمایه‌ها از بورس به دیگر بازارها ازجمله سکه، ارز و افزایش تورم شود. همچنین بخشی از کارشناسان معتقدند افزایش عجیب شاخص بورس در کشور به رشد تورم انتظاری منجر شده است ولی از طرف دیگر بخش دیگری از کارشناسان معتقدند دولت با سیاست‌گذاری درست می‌تواند جلوی التهاب‌های احتمالی را بگیرد و اگر اشتیاق گسترده به سرمایه‌گذاری در بورس در ماه‌های گذشته شکل نگرفته بود حالا میلیاردها تومان نقدینگی وارد بازارهای غیرمولد شده بود و حتماً دامنه قیمت ارز، سکه، مسکن و... بسیار وسیع‌تر و میزان تورم نیز بسیار فزاینده‌تر از وضعیت کنونی بود.

بازده بازار سهام از ابتدای سال جاری تاکنون ۲۲۰درصد بوده است و شاخص کل بورس عدد یک‌میلیون ۸۰۰ هزار واحد را رد کرده و پیش‌بینی می‌شود با روند کنونی ۲ میلیون واحد را در هفته‌های آینده رد کند. دراین‌بین طبق گزارش‌های مرکز آمار تورم در یک دوره ۱۲ماهه سال گذشته ۳۴درصد بوده است. همچنین طبق آمارهای ارائه‌شده از سوی مرکز آمار و بانک مرکزی، حجم نقدینگی کل کشور منتهی به اسفند ۱۳۹۸، ۲۴۷۲هزار میلیارد تومان بوده که نسبت به اسفندماه ۱۳۹۷ رشد ۳۱.۳درصدی را تجربه کرده است. به اعتقاد کارشناسان اگر بازار سرمایه سال گذشته روند صعودی نداشت و میلیاردها تومان سرمایه سرگردان را جذب نکرده بود، در پایان سال با تورمی بسیار بیش از ۳۴ درصد روبه‌رو بودیم.

کارشناسان معتقدند هدایت نقدینگی‌های سرگردان به سمت بازار بورس و سرمایه باعث شده بورس به سدی در برابر افزایش تورم در اقتصاد کشور بدل شود؛ سدی که البته هیجان زیاد در آن شاید به شکسته شدن یا سرریز شدنش منجر شود و بعد سیل پس‌ازآن قابل کنترل نباشد. البته نباید فراموش کرد که‌موج سونامی نقدینگی هم در اقتصاد ایران چنان بلند است که اگر سدی در مقابل آن وجود نداشته باشد می‌تواند بخش‌هایی از اقتصاد را با بحران‌های جدی مواجه سازد. با همه این‌ها به نظر می‌رسد که اثرات بازار سرمایه بر تورم مثبت باشد. با این حال بهتر است دولت به فکر راهکارهای اساسی‌تری نیز باشد. دولت می‌تواند از طریق اوراق بدهی هم بخشی از کسری بودجه خود را جبران و نقدینگی بازار را جمع‌آوری کند. در حال حاضر انتظارات تورمی بالایی در سطح جامعه وجود دارد که می‌تواند شرایط اقتصادی کشو را بسیار پیچیده کند.

نوبت اول

فراخوان "دعوت به همکاری جهت توسعه بازار فناوری‌ها و خدمات پژوهشگاه صنعت نفت"

پژوهشگاه صنعت نفت در راستای سیاست‌های توسعه بازار و صدور خدمات فناورانه و مهندسی خود در نظر دارد نسبت به همکاری با شرکت‌های کارگزار در قالب "مشارکت در درآمد" اقدام نماید. در این راستا، از کلیه شرکت‌های علاقمند و فعال در زمینه‌های زیر که دارای دفتر کار در حوزه هدف می باشند، جهت همکاری دعوت بعمل می آید:

* حوزه هدف: کشورهای منطقه (آفریقا، اوراسیا، خلیج فارس و دریای عمان)
* زمینه فعالیت:

۱- اصلاح و بهینه سازی پالایشگاه‌های نفت و گاز (ارائه لیسانس و بسته مهندسی فرایندهای پالایشی گوناگون)
۲- ارائه دانش فنی تولید انواع گریس و روغن
۳- خدمات پیشرفته آزمایشگاهی (ارزیابی نفت خام، کاتالیست و روان کننده ها)

شرکت‌های علاقمند می‌توانند نسبت به ارسال نامه رسمی خطاب به "معاونت فناوری و روابط بین‌الملل پژوهشگاه صنعت نفت" با عنوان "اعلام آمادگی برای همکاری در توسعه بازار فناوری‌ها و خدمات پژوهشگاه صنعت نفت" (به همراه اطلاعات تماس)، حداکثر ظرف مدت یک‌ماه از تاریخ انتشار دومین فراخوان به نشانی "تهران، دهکده المپیک، ضلع غربی مجموعه ورزشی آزادی، پژوهشگاه صنعت نفت (کد پستی: ۱۳۱۱۱-۱۴۸۵۶)" اقدام نمایند تا جهت هماهنگی جلسه با ایشان تماس بعمل آید.

شماره مجوز: ۱۳۹۹.۱۸۹۵

معاونت فناوری و روابط بین الملل

۱۲

نوبت دوم

آگهی فراخوان تجدید مزایده عمومی شماره ۹۹/۰۲

شرکت توزیع نیروی برق استان همدان

شرکت توزیع برق استان همدان درنظرداردبرخی ازلوازم وتجهیزات توزیع برق ،که به صورت مستعمل و اسقاط می باشند را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند. لذا ازکلیه متقاضیان واجد شرایط شرکت در مزایده و بر اساس اسناد و شرایط ذیل دعوت بعمل می آید پس ازواریزو ارائه فیش واریزی به مبلغ ۴۰۰۰۰۰ ریال به حساب سپهرشماره ۰۱۰۱۸۴۷۶۹۴۰۰۰ نزدبانک صادرات شعبه مهدیه همدان به نام شرکت توزیع نیروی برق استان همدان ، جهت دریافت اسناد مزایده به سایتهای شرکت توزیع www.edch.ir سایت معاملات شرکت توانیر http://tender.tavanir.org.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://ites.mporj.ir مراجعه و پیشنهاد مالی خود را حداکثرتا ساعت۱۲ تاریخ ۹۹/۴/۱۹ به دبیرخانه شرکت توزیع نیروی برق استان همدان تحویل نمایند.

ردیف	شرح اقلام مزایده	مبلغ ضمانت نامه (ریال)	شماره مزایده	آخرین مهلت تحویل اسناد	تاریخ بازگشائی پاکات الف و ب و ج	توضیحات
۲	انواع ترانسفورماتور مستعمل و اسقاط	۱،۰۸۴،۱۵۰،۰۰۰	۹۹/۰۲	۹۹/۰۵/۰۹ تا ساعت ۱۲	۹۹/۰۵/۱۱ ساعت ۱۰	سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مزایده مندرج است

توضیحات :
۱- ترانسفورماتورهای مذکور منحصراً به شرکتهای تولید کننده ترانسفورماتور و یا نمایندگی های مجاز شرکتهای تولیدی ترانسفورماتور واگذار میگردد. فلذا مزایده گر موظف به ارائه مدارک قابل قبول جهت محقق شدن این شرایط میباشد و در صورت عدم ارائه مدارک قابل قبول از مزایده حذف میگردد .
۲- به پیشنهادات فاقد امضاء مشروط ،مخدوش وپیشنهاداتی که بعد از انقضاءمدت فراخوان واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۳- به پیشنهادات فاقد ضمانت نامه بانکی معتبر،ضمانت نامه مخدوش ،کمترازمبلغ مقرر ،چک شخصی و شرکتی ونظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۴- اسناد مزایده درسایت های ذیل قابل دسترس می باشد جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۳۸۲۷۴۶۳۲-۰۸۱ تماس حاصل فرمایید.
سایت شرکت توزیع نیروی برق استان همدان http://www.edch.ir
سایت معاملات شرکت توانیر http://tender.tavanir.org.ir
سایت پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://iets.mporg.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۴/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۴/۲۴

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان همدان

۳۳۵

نوبت دوم

حفاظت از آب زیر زمینی به منزله حفظ حیاط است

وزارت نیرو
شرکت آب منطقه ای کرمانشاه

فراخوان مناقصه عمومی شماره ۲۰۹۹۰۰۱۲۳۲۰۰۰۰۲۰ یک مرحله ای واگذاری انجام خدمات عمومی شرکت آب منطقه ای کرمانشاه

شرکت آب منطقه ای کرمانشاه در نظر دارد انجام خدمات نظافت فضای داخلی ساختمان های اداری حوزه ستادی ، امور آب شهرستان ها وهمچنین انجام امور خدمات مربوط به آبدار خانه ، خانه رسانی جابجائی اموال ، لوازم اداری ، تعمیر ونگهداری تاسیسات سرمایشی وگرمایشی ، نگهداری فضای سبز نگهبانی ، رانندگی و امور اداری شرکت ، مطابق با حجم کار تعیین خود را طی مناقصه عمومی به شماره (۲۰۹۹۰۰۱۲۳۲۰۰۰۰۲۰) به کلیه شرکت های خدماتی دارای مجوز سازمان تعاون ، رفاه وکار وامور اجتماعی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir واگذار نماید .

پیشنهاد قیمت ها می بایست برای مدت ۳ ماه دارای اعتبار باشد .
تاریخ انتشار مناقصه در سامانه : ۱۳۹۹/۰۴/۲۱ ساعت ۱۰:۰۰
مهلت دریافت اسناد مناقصه از سایت : تاریخ ۹۹/۴/۲۱ ساعت ۱۰:۰۰ لغایت ۱۳۹۹/۰۴/۲۸ ساعت ۱۹:۰۰
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ۱۳۹۹/۰۵/۰۸ تا ساعت ۱۲:۰۰
زمان بازگشایی :۱۳۹۹/۰۵/۰۹ ۰۹:۰۰ می باشد
الزامی است شرکت کنندگان در مناقصه ضمن اسکن وبارگذاری ضمانتنامه شرکت در مناقصه ویا فیش سپرده نقدی به مبلغ ۱/۶۰۲/۰۰۰/۰۰۰ (یک میلیارد وششصد ودو میلیون) ریال در سایت تدارکات الکترونیک ، اصل ضمانتنامه ویا فیش سپرده نقدی شرکت در مناقصه را در پاکت ممهور شده ضمن درج موضوع مناقصه نام ونام خانوادگی بعنوان پاکت الف تا ساعت ۱۲:۰۰روز چهار شنبه مورخ ۱۳۹۹/۵/۰۸ به امور قراردادهای شرکت آب منطقه ای کرمانشاه تحویل نمایند .
(م الف ۷۶۷)

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۴/۲۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۴/۲۴

شناسه آگهی : ۹۰۸۶۹۸

شرکت آب منطقه ای کرمانشاه

۳۲۶

سرپرست وزارت صنعت:

امکان تأمین مواد اولیه برای تولید ۱۰ میلیون ماسک فراهم شد

سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت از توانایی تامین مواد اولیه تولید روزانه ۱۰ میلیون ماسک در کشور خبر داد و گفت ظرفیت تولید ماسک پارچه‌ای از سوی اصناف افزایش خواهد یافت و بر این اساس، نگرانی از بابت تامین ماسک موردنیاز مردم در ایام پیش رو وجود ندارد.

به گزارش روز دوشنبه وزارت صنعت، معدن و تجارت، «حسین مدرس خیابانی» در جلسه ستاد ملی کرونا با بیان اینکه در واحدهای تولیدی مورد مبتلا به کرونا نداشته‌ایم، بیان کرد: همه پروتکل‌های بهداشتی در واحدهای تولیدی سراسر کشور رعایت شده و مراقبت‌ها و فاصله‌های اجتماعی درون واحدهای تولیدی و کارخانجات به خوبی مدنظر قرار گرفته شده است. وی با بیان اینکه نباید به خاطر شیوع بیماری کرونا فعالیت واحدهای تولیدی را محدود کنیم، تاکید کرد: تولید مناسب اقلام مرتبط با کرونا، فراوانی دسترسی به این کالاها و متعاقب آن کاهش قیمت در بازار برای دسترسی عموم مردم را مدنظر داریم. سرپرست وزارت صنعت در بخش دیگری از سخنان خود، افزود: در شرایط خاصی قرار داریم و این شرایط نیاز به اتخاذ تصمیمات خاص نیز دارد و در همین راستا، تولید ماسک تا اطلاع ثانوی نیاز به هیچ‌گونه مجوز صنفی و صنعتی ندارد تا به راحتی در دسترس عموم مردم و اقشار مختلف جامعه قرار گیرد.

افزایش ظرفیت تولید ماسک پارچه‌ای از سوی اصناف

مدرس خیابانی با بیان اینکه اعتقاد دولت رفتن به سمت ماسک‌های پارچه‌ای و قابل شست‌وشو است، بیان کرد: کارگاه‌های تولیدی باید به این سمت بروند، زیرا هم رقابت در تولید ماسک زیاد خواهد شد و هم از نظر تامین مواد اولیه ماسک پارچه‌ای مشکلی نداریم.

وی گفت: انتظارمان از حوزه صنفی افزایش تولید ماسک‌های پارچه‌ای است، تولید این نوع ماسک نیاز به مجوز ندارد و فقط وزارت بهداشت باید نوع پارچه مورد استفاده را به سرعت تعیین تکلیف کند.

سرپرست وزارت صنعت بیان کرد: تولید ماسک پارچه‌ای باید گسترش پیدا کند، تاکید رئیس‌جمهوری نیز بر همین است، به طوری که باید بازاریابی در این حوزه انجام شود و رسانه‌ها و صدا و سیما آن را فرهنگ‌سازی کنند.

تولید روزانه ۶ میلیون ماسک صنعتی

مدرس خیابانی درخصوص ظرفیت‌های تولید ماسک نیز گفت: بنابر آمار رسیده ۳.۵ میلیون ماسک کارگاهی در سراسر استان‌ها تولید می‌شود و همچنین ظرفیت تولید ماسک صنعتی با توجه به ماشین‌آلات نصب‌شده ۶ میلیون عدد در روز است.

سرپرست وزارت صنعت درخصوص تامین مواد اولیه واحدهای تولیدی نیز بیان کرد: نباید انحصار تامین مواد اولیه مختص یک یا دو کارخانه باشد و مواد اولیه در کارخانه‌های مختلف تامین شود.

مدرس خیابانی همچنین گفت: شبکه توزیع باید به گونه‌ای تنظیم شود تا تولیدکننده به ازای ارائه آمار تولید خود بتواند از شرکت‌های تامین‌کننده مواد اولیه بدون واسطه و به طور مستقیم، مواد اولیه خود را تامین کند و به ازای تحویل و تولید ماسک به واحد تولیدی مواد اولیه داده شود.

وی تاکید کرد: اولویت اصلی برای اتصال به این شبکه توزیع، واحدهای صنعتی تولید ماسک است که دارای مجوز هستند.

سرپرست وزارت صنعت با بیان اینکه باید تکمیل زنجیره تولید در هر واحد تولیدی در دستور کار قرار بگیرد، ادامه داد: همچنان با کرونا مواجه‌ایم و بهترین مدل تولید نیز تولید درون زنجیره تامین است، در این زمینه گلوگاه اصلی مواد اولیه است که باید به فکر تامین آن باشیم.

نگرانی از بابت تولید ماسک نداریم

سرپرست وزارت صنعت با بیان اینکه یاد گرفته‌ایم چگونه از مشکلات عبور کنیم، اعلام کرد: نگرانی از بابت تولید ماسک نداریم و سازمان حمایت باید در این شرایط موضوع احتکار و اعلام موجودی ماسک و پارچه را جزو جرایم تخلفات صنفی و بازار قرار دهد.

وی با بیان اینکه رئیس‌جمهوری روی عرضه ماسک ارزان‌قیمت تاکید دارد، اضافه کرد: وزارت بهداشت و بازرسان سازمان غذا و دارو باید به حوزه داروخانه‌ها که عموماً ماسک را با قیمت بالاتر عرضه می‌کنند ورود کنند، زیرا قیمت ماسک در شبکه توزیع مشخص است و هرگونه افزایش قیمت نیز باید با بررسی و اسناد به سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ارائه شود.

شریعتمداری: تمدید مهلت ثبت نام و پرداخت تسهیلات ویژه کرونایی ضروری است

وزیرکار تمدید مهلت ثبت نام و پرداخت تسهیلات ویژه کرونایی را ضروری دانست و گفت کسانی که در سامانه کارا با مشکلاتی مواجه می‌شوند باید هرچه سریع‌تر در جریان حل مشکل خود قرار بگیرند.

به گزارش خبرگزاری خبرآنلاین، روز گذشته سومین نشست «کمیته راهبری اجرای دستورالعمل اعطای تسهیلات ویژه کرونا» به منظور بررسی روند اعطای این تسهیلات برای کسب و کارهای به شدت آسیب‌دیده، مسائل مربوط به ثبت نام و پرداخت به کسب و کارهای مشمول برگزار شد. محمد شریعتمداری، وزیر کار در این نشست گفت: برای ثبت نام مراجعان به سامانه کارا و دریافت تسهیلات ویژه کرونایی هر دستگاه باید در ظرف زمانی مشخص به مخاطبان خود اطلاع‌رسانی کند. شریعتمداری با اشاره به ضرورت تسریع در ارسال پیامک از طرف وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برای صاحبان کسب و کارهای مشمول دریافت تسهیلات، سهولت در پرداخت، سهولت در اخذ ضمانت‌نامه و ضامن توسط بانک‌ها و موسسات عامل را از جمله رویکردهای تسریع در اعطای تسهیلات ویژه کرونایی دانست.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی پاسخگویی به شکایات گزارش شده در سامانه کارا را ضروری دانست و گفت: کسانی که در سامانه کارا با مشکلاتی مواجه می‌شوند باید هرچه سریع‌تر در جریان حل مشکل خود قرار بگیرند. همچنین مسئله رفع مشکل مغایرت کد ملی و شماره کارگاهی و ... باید در دستور کار قرار بگیرد.

شریعتمداری تاکید کرد: اسامی افرادی که از یارانه عمومی استفاده می‌کنند باید به صورت شفاف اعلام شود. برای مثال اگر کسی از منابع عمومی برای راه‌اندازی مرغداری وام اشتغال روستایی دریافت می‌کند، همه باید بتوانند به صورت هوشمند این اطلاعات را مشاهده کنند و بدانند که چه کسی و با چه هدفی وام ۴درصدی می‌گیرد.

شریعتمداری به مسئله تداخل وظایف دستگاه‌های اجرایی نیز اشاره کرد و گفت: هدف وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی این است که بنگاه‌ها بتوانند هرچه سریع‌تر از تسهیلات ویژه کرونایی استفاده کنند، بنابراین بنگاه‌های مشمول تسهیلات کرونایی با معرفی از طرف هر یک از دستگاه‌ها تسهیلات دریافت خواهند کرد.

عوامل گرانی گوشت قرمز در بازار چیست؟

باشگاه خبرنگاران جوان نوشت: طی هفته‌های اخیر با وجود انباشت چشمگیر دام در واحدها، قیمت دام زنده و گوشت در بازار با نوساناتی روبه‌رو شده است.

طی هفته‌های اخیر قیمت محصولات پروتئینی از جمله گوشت قرمز، مرغ و تخم مرغ با نوساناتی در بازار روبه‌رو شد که هر یک از مسئولان دلایل خاصی برای این گرانی‌ها مطرح می‌کنند.

در شرایط فعلی اقتصاد که شیوع ویروس کرونا بسیاری از کسب و کارها را دچار رکود کرده است، جهش چشمگیر قیمت‌ها خانوارها را در تامین مایحتاج خود با مشکلات متعددی مواجه کرده است که انتظار می‌رود مسئولان ذی‌ربط با اتخاذ برخی تدابیر، چاره‌ای بیندیشند تا صنعت دامپروری در معرض خطر قرار نگیرد.

بسیاری از مسئولان بر این باورند که با توجه به نوسان نرخ ارز، انگیزه خروج غیرقانونی دام به آن سوی مرزها افزایش یافته است که این امر در کنار کاهش قیمت آلایش‌های خوراکی در فصل گرما و همزمان با شیوع ویروس کرونا مزید بر علت شده تا قیمت گوشت در بازار افزایش یابد که این موضوع هیچ ارتباطی به دامداران ندارند.

ماجرا تنها به اینجا ختم نمی‌شود چرا که علی رغم انباشت چشمگیر دام در واحدها، قیمت دام زنده و گوشت در بازار با نوساناتی روبه‌رو شده است، درحالی که دامدار نه‌تنها منفعتی از این التهاب بازار نمی‌برد، بلکه با زیان دام خود را عرضه می‌کند.

انباشت ۳۰۰ هزار رأس دام سنگین در واحدهای دامداری

سعید سلطانی سروستانی، مدیرعامل اتحادیه دامداران کشور با اشاره به اینکه گرانی گوشت ارتباطی به دامداران ندارد، اظهار کرد: بارها اعلام کرده‌ایم که تعیین‌کننده قیمت گوشت در بازار، دامداران نیستند و علی رغم زحمات فراوان تولید، سود حداقلی به دست دامدار می‌رسد.

وی با انتقاد از این مسئله که صنف قصاب به طور مستقیم از دامداران دام را خریداری نمی‌کند، افزود: وجود حلقه‌های واسط و دلال بر این گرانی‌ها و اختلاف چشمگیر قیمت از دامداری تا خرده‌فروشی دامن می‌زند. سلطانی ادامه داد: دامداران پس از پایان رسیدن ظرفیت پروار اقدام به عرضه دام می‌کنند چراکه نگهداری دام پروار از لحاظ اقتصادی برای دامدار مقرون به صرفه نیست.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه افزایش قیمت دام در مناسبت‌های خاص همچون عید قربان ارتباطی به دامدار ندارد، بیان کرد: حلقه‌های واسط و دلال قبل از مناسبت‌های خاص همچون عید قربان، اقدام به خریداری و انباشت دام می‌کنند و در برخی مواقع به سبب ضعف در نظارت‌ها سلفخری می‌کنند تا بتوانند در مناسبت‌های خاص با قیمت‌های گزاف بفروشند.

به گفته وی، علی رغم آنکه دامداران در طول سال به سود حداقلی قانع هستند، اما به سبب سودجویی عوامل واسطه در فروش دام متضرر می‌شوند. مدیرعامل اتحادیه دامداران با بیان اینکه ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار رأس دام سنگین پروار در واحدها موجود است، گفت: با توجه به وزن بالای دام‌های پرواربرده، اگر تدابیری اندیشیده نشود، شاهد تلفات این دام‌ها خواهیم بود.

سلطانی افزود: معاونت امور دام به سازمان حمایت اعلام کرده که پس از بررسی هرچه سریع‌تر قیمت جدید گوشت را اعلام کند که متاسفانه تاکنون این امر صورت نگرفته است.

سلطانی قیمت دام در آستانه عید قربان را پیش‌بینی کرد و گفت: با توجه به آنکه تقاضا در عید قربان بالا نمی‌رود و تنها مصرف در این روز جابه‌جا می‌شود، از این رو نوسان خاصی در بازار رخ نخواهد داد. این در حالی است که مصرف‌کنندگان برای مناسبت‌های مختلف خود را آماده کرده‌اند تا قیمت‌ها افزایش یابد.

اخبار

مدیرعامل فاوای شهرداری

اختصاص ظرفیت خالی فیبر نوری برای توسعه کسب و کارهای آنلاین

موضوع واگذاری فیبرهای نوری به کسب‌وکارها محل مناقشه بوده است که اکنون، مدیرعامل سازمان فاوای شهرداری می‌گوید براساس قانون این سازمان، متولی واگذاری فیبر نوری شهری به کسب و کارها و نهادها است.

به گزارش ایرنا، کسب و کارها و شرکت‌ها بارها اعلام کرده‌اند، برای دریافت زیرساخت‌های فیبر نوری شهری از شهرداری موانعی سر راه‌شان وجود دارد، اما مدیرعامل فاوای شهرداری می‌گوید کسب‌وکارها به راحتی می‌توانند از فیبرهای نوری شهری که طی سال‌های متمادی در شهرها کشیده شده‌اند استفاده کنند، اما اگر نیاز به حفاری داشته باشند، آن زمان باید فرآیندی که شهرداری در نظر گرفته است را طی کرده و اگر امکانش وجود داشت حفاری را آغاز کنند. «محمد فرجود» روز دوشنبه در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، درباره ماجرای واگذاری فیبرهای نوری به کسب‌وکارها گفت: شهرداری یکسری زیرساخت فیبر نوری دارد که طی سال‌های گذشته و برحسب نیازی که در حوزه خطوط مترو و مسائل دیگر وجود داشته، ایجاد شده است. وی افزود: علاوه بر شهرداری، کنترل ترافیک نیز برای ارتباطات ایستگاه و چراغ‌های راهنمایی و رانندگی در سطح شهر به فیبر نوری نیاز داشت که به همین واسطه احداث شدند. از چند سال قبل شهرداری و سازمان فاوا تصمیم گرفتند ظرفیت استفاده از فیبرهای نوری را برای کسانی که نیاز به خدمات زیرساخت دارند، فراهم کنند. مدیرعامل فاوای شهرداری با تاکید بر اینکه استفاده از این ظرفیت برای کسب‌وکارها و نهادها، مصوبه هیات وزیران نیز بود، گفت: برخی از کسب‌وکارها از قبل با مجموعه‌های دیگر مانند «ترافیک» قرارداد مستقل و بلندمدت دارند که باید مسائل مربوط به آن حل شود. اما در غیر این صورت، اکنون سازمان فاوای شهرداری متولی واگذاری فیبر نوری به کسب‌وکارها و نهادها است. این مسئله در برنامه سوم نیز با صراحت بیان شده است. او با بیان این که مسئله فیبر از دو بعد فنی و واگذاری قابل بررسی است، تاکید کرد: موضوعات مربوط به واگذاری، سخت نیست، اما بعد فنی و انتقال فیبر کار آسانی نیست و به زمان نیاز دارد. البته این وفاق را ایجاد کرده‌ایم تا کسب‌وکارها بتوانند مشکلات این‌چنینی را حل و فصل کنند. فرجود تشریح کرد: سال گذشته زمانی که فاوای شهرداری به صورت قطعی مسئول واگذاری فیبر نوری شد، با همکاری وزارت ارتباطات چارچوب قرارداد واگذاری را شفاف‌تر کردیم. بر این اساس سازمان فاوا، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و بخش خصوصی برای تشکیل کنسرسیومی با حضور شهرداری و شرکت‌های دارنده پروانه FCP تشکیل می‌شود تا بر این اساس، توسعه شبکه اینترنت ثابت برمبنای VDSL در کشور رشد و در کنار آن پروژه شهر هوشمند نیز با سرعت بیشتری پیگیری شود. وی افزود: اگر کسب‌وکار یا نهادی تصمیم داشته باشد خودش فیبر بکشد، موضوع باید براساس فرآیند موردنظر شهرداری، پیگیری شود. شهرداری می‌گوید اگر در آن منطقه مورد نظر فیبر وجود دارد، بهتر است حفاری دوباره انجام نشود. به همین دلیل است که اگر کسب‌وکار یا نهادی در منطقه‌ای فیبر نوری می‌کشد، باید امکان استفاده دیگران از آن نیز فراهم باشد و به بقیه خدمات بدهد.

در ۳ ماهه اول سال ۹۹ انجام شد

پایش ۴۹۰ معدن برای احیا و فعال‌سازی

سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو) اعلام کرد بررسی‌های انجام شده در دوره سه ماهه نخست امسال گویای پایش ۴۹۰ معدن در سطح ۳۱ استان کشور در قالب طرح احیا، فعال‌سازی و توسعه معادن کوچک مقیاس است. به گزارش روز دوشنبه سازمان ایمیدرو، اکنون ۹ معدن در مدار احیا و فعال‌سازی قرار گرفتند و این اقدام‌ها با وجود شرایط تحریمی و محدودیت‌های کرونا، انجام شده است. بنابر این گزارش، بهار امسال برای ۳۳ معدن اقدام کلینیکی انجام شده که یکی از اقدام‌ها در این مدت، احیا و فعال‌سازی معدن مس میلوئیه- واقع در سیرجان به وسیله جذب سرمایه‌گذار بود که در حال نهایی‌شدن انعقاد قرارداد بین معدن‌دار و سرمایه‌گذار است. براساس طرح احیا، فعال‌سازی و توسعه معادن کوچک از ابتدای اجرای طرح در اردیبهشت ۹۸ تا پایان خردادماه امسال، ۲هزار و ۶۲۰ معدن در ۳۱ استان کشور پایش شده از این تعداد بر روی یک هزار و ۵۳ معدن اقدام کلینیکی و راه حل ارائه شده است. همچنین در این مدت، بر روی ۱۵۵ معدن اقدام نهایی شده و ۴۱ معدن فعال و در حال تولید است. سال گذشته از مجموع ۲ هزار و ۱۳۰ معدن پایش شده در ۳۱ استان، بر روی یک‌هزار و ۲۰ معدن، اقدام کلینیکی انجام و در ۱۴۶ معدن اقدام نهایی انجام شد.

قیمت برخی میوه‌های تابستانه ۸۵درصد کاهش یافت

رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و سبزی با بیان اینکه قیمت برخی از میوه‌های تابستانه ۸۵ درصد کاهش داشته است، گفت قیمت موز نیز با کاهش ۹۰درصدی به کیلویی ۸ تا ۱۱ هزار تومان رسیده است. اسدالله کارگر در گفت‌وگو با خبرنگار مهر گفت: قیمت میوه‌های تابستانه از فصل نوبرانگی تا حدود ۲۰ روز قبل، بین ۶۵ تا ۷۰ درصد کاهش یافت ضمن اینکه از حدود یک هفته قبل نیز قیمت برخی از این میوه‌ها ۱۰ تا ۱۵درصد دیگر کاهش یافته است.

وی همچنین از کاهش ۹۰درصدی قیمت موز خبر داد و افزود: قیمت این میوه با کاهش ۱۰ هزار تومانی به ۸ تا ۱۱ هزار تومان رسیده است. این فعال بخش خصوصی اضافه کرد: در حال حاضر قیمت هر کیلوگرم هلو پیشرس در میدان مرکزی میوه و تره بار بین ۴ تا ۷ هزار تومان و هر کیلوگرم هلو هسته جدا بین ۷ تا ۱۲ هزار تومان است. وی قیمت هر کیلوگرم زردآلوی بادامی را بین ۵ تا ۱۲ هزار تومان، زردآلوی قیسی را بین ۴ تا ۸ هزار تومان و زردآلوی کاشان را نیز بین ۴ تا ۸ هزار تومان اعلام کرد.

کارگر اضافه کرد: قیمت هر کیلوگرم شلیل شبرنگ نیز ۵ تا ۱۳ هزار تومان است. قیمت گیلاس تک دانه ۱۵ تا ۲۳ هزار تومان، گیلاس صورتی ۵ تا ۱۰ هزار تومان و گیلاس مشکی ۷ تا ۱۲ هزار تومان عرضه می‌شود.

به گفته کارگر مغازه‌داران محصولات فوق را با احتساب ۳۵درصد سود در سطح شهر عرضه می‌کنند.

طرح ویژه مجلس برای کاهش محسوس قیمت خودرو

دارندگان چند خودرو ملزم به پرداخت مالیات می‌شوند

نماینده مردم زنجان و طارم در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه طرح جامع ساماندهی خودرو به مجلس ارائه شده است، گفت مالیات یک روش بازدارنده‌ای است که اجازه جولان به افراد دلال در بازار را نمی‌دهد.

به گزارش تسنیم، مصطفی طاهری اظهار داشت: طرح جامع ساماندهی خودرو به مجلس شورای اسلامی ارائه شده و امیدواریم هرچه زودتر این طرح تصویب شود.

وی با تاکید بر اینکه طرح ساماندهی خودرو در دست بررسی و اقدامات لازم است، گفت: این طرح شامل برنامه بلندمدت و کوتاه‌مدت است و امیدواریم با اجرایی شدن این طرح قیمت خودرو کاهش یابد.

نماینده مردم زنجان و طارم در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه هدف این طرح در بلندمدت این است که تولید خودرو و عرضه آن افزایش یابد، افزود: قطعا با این شیوه قیمت خودرو کاهش محسوسی پیدا می‌کند.

وی افزود: براساس طرح جامع ساماندهی خودرو، کسانی که چندین خودرو به‌نام دارند و افراد سودجویی که اقدام به دلالی یا احتکار خودرو می‌کنند و سبب گرانی در بازار می‌شوند باید مالیات بر خودرو بپردازند. مالیات یک روش بازدارنده‌ای است که اجازه جولان به افراد دلال در بازار را نمی‌دهد.

طاهری یادآور شد: طرح جامع ساماندهی خودرو ارائه شده و در کمیسیون مربوط بررسی و امیدواریم هرچه زودتر نهایی شود.

بدعهدی یکی دیگر از نماینده‌های انحصاری فروش خودروهای خارجی

تعدادی از مشتریان شهر خودرو ایرانیان فردا (نماینده انحصاری فروش محصولات شرکت ریگان خودرو) از بدعهدی این شرکت در تحویل خودروها خبر داده‌اند. طبق اظهارات آنان، در نتیجه اعتراض‌های صورت گرفته، وزارت صنعت موضوع را پیگیری کرده که براساس آن قرار شد اجرای تعهدات از سوی این شرکت آغاز شود اما گویا آنها قرارداد صلح‌نامه برای امضا در اختیار مشتریان قرار داده‌اند که براساس آن، حق هرگونه اعتراض را از آنها سلب می‌کند.

یکی از این مشتریان شرکت شهر خودرو ایرانیان فردا در این باره به ایسنا گفت: این شرکت از خردادماه سال ۱۳۹۷ اقدام به پیش‌فروش خودرو کوپا T۲۱۰ در تیپ‌های رویال و فلگشیپ با مبالغ پیش‌پرداخت به ترتیب ۶۵ و ۷۵ میلیون تومان برای سال ۱۳۹۷ و ۱۶۰ تا ۱۹۵ میلیون تومان برای سال ۱۳۹۸ کرده است. این قراردادها با تعهد تحویل‌های مختلف که طولانی‌ترین آن ۱۸۰ روز کاری برای ثبت نامی‌های ۱۳۹۷ و ۲۱۰ روز کاری برای ثبت نامی‌های ۱۳۹۸ بود، بسته شده است.

وی افزود: اما پس از ۱۸۰ روز کاری به جای تکمیل‌وجه و تحویل خودرو که در آن زمان با مبلغی حدود ۶۵ میلیون تومان باید انجام می‌شد، به بهانه‌های مختلفی از جمله تحریم‌ها، افزایش قیمت ارز و نرسیدن قطعات، نداشتن خودرو و ناقص بودن خودروهای تولیدشده در کارخانه با وعده‌های واهی خریداران را به تحویل در هفته‌های بعدی امیدوار می‌کردند. این وعده‌ها و بدقولی‌ها تا اردیبهشت ماه سال گذشته نیز ادامه داشت.

این مشتری گفت: در اردیبهشت ماه شرکت ریگان اقدام به تکمیل وجه با مبلغ اعلامی حدود ۲۳۰ میلیون تومان به جای ۷۵ میلیون تومان کرد. این اقدام شرکت با اعتراض خریداران مواجه شد اما آنها با بهانه‌های مختلف و همچنین اخطار اینکه تعداد محدودی خودرو موجود است، برخی از خریداران را متقاعد به تکمیل وجه با وعده تحویل خودرو نیوفیس تا دو هفته پس از تکمیل وجه کرد.

او ادامه داد: تاکنون دو سال از زمان ثبت نام و یکسال‌ونیم از زمان تحویل ۱۸۰ روزه قراردادی و یک سال از زمان تکمیل وجه خارج از قرارداد برای برخی خریداران می‌گذرد اما همچنان خبری از تحویل خودرو نیست و در تمام طول این مدت شرکت شهر خودرو در حال پیش‌فروش خودرو کوپا و از آن بدتر، فروش فوری تحویل روز این خودرو است. این در حالی است که ثبت‌نامی‌های سال ۱۳۹۸ هنوز حتی برای تکمیل وجه دعوت نشده و قیمت قطعی را پس از مراجعات متعدد آن‌ها، مبلغی در حدود ۳۹۵ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان برای نیوفیس اعلام کرده‌اند و می‌گویند که در صورت بالارفتن قیمت ارز نیمایی، بازهم قیمت تمام شده بالا خواهد رفت.

این مشتری تصریح کرد: حتی در سال جاری نیز این پیش‌فروش‌ها به مبلغ ۲۲۰ میلیون تومان ادامه دارد و متاسفانه تعدادی از هموطنان که از بدعهدی‌های این دو شرکت بی‌اطلاع بودند اقدام به ثبت‌نام کرده‌اند. سوال ما اینجاست که آیا این دو شرکت در حالی که در سال ۱۳۹۸ نسبت به تحویل خودروهای ثبت‌نامی ۱۳۹۷ ناتوان بودند، حق ثبت‌نام و پیش‌فروش مجدد در سال ۱۳۹۸ و حتی اوایل امسال را داشته‌اند؟

به گفته مشتری‌ها، در پی اعتراض مشتریان این دو شرکت در خردادماه، مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) پس از پیگیری‌های انجام شده، اقدام به برقراری ارتباط با شرکت‌های ریگان خودرو و شهر خودرو ایرانیان فردا کرده و خواستار انجام تعهدات شدند.

به گفته آنان، در پی تماس‌های وزارت صمت، شرکت شهر خودرو ایرانیان فردا با صاحبان قراردادها تماس گرفته و خواستار آدرس به روز شده مشتریان از مرکز شماره‌گذاری و ارائه آن به شهر خودرو جهت پلاک کردن خودرو شد و مشتریان هم با گرفتن فرم آدرس به روز شده از مرکز شماره‌گذاری به شرکت شهر خودرو ایرانیان فردا مراجعه کردند. شرکت شهر خودرو نیز همزمان با ارائه فرم، آدرس را به روز کرد، اصل قرارداد را نیز گرفت و توافقنامه‌ای به صاحب قرارداد داد و به آنها گفت که آن را امضا کنند و تحویل دهند تا مدارک این افراد کامل شود. مراجعه‌کنندگان نیز این کارها را انجام دادند اما غافل از اینکه تحویل اصل قرارداد و مفاد این توافق‌نامه، آن‌ها را از تمامی حق و حقوق‌شان محروم خواهد کرد.

این کار در حالی انجام شد که همچنان خط تولید کارخانه تعطیل بوده و حتی خودروهایی که از پیش تولید و کسری قطعات داشتند، کامل نشده تا تحویل مشتری شود. جالب‌تر اینکه در حال حاضر شرکت شهر خودرو ایرانیان همچنان خودرو کوپا را توسط نمایندگی‌های شهر خودرو ایرانیان فردا و شرکت‌های دیگر پیش‌فروش و روزفروش می‌کند.

به گفته مشتریانی که اقدام به دریافت این فرم کرده‌اند، شرکت شهر خودرو با این کار اصل قرارداد را از مشتری گرفته و صلح‌نامه‌ای در اختیار آن‌ها قرار داده‌اند که براساس آن مشتری را از تمامی حقوق خود اعم از سود مشارکت، جریمه تاخیر تحویل و امثال آن محروم کرده و آنها نیز حق هیچ‌گونه اعتراض و شکایتی ندارند.

طبق ادعای این مشتریان، شرکت از آن‌ها آدرس به روز شده برای پلاک کردن خودروها خواسته و این در حالی است که شرکت به دلیل مشکلات زیست محیطی برای شماره‌گذاری خودروها ممنوعیت دارد. این موضوع را مشتریان از طریق پیگیری از سرشماره ۱۹۷ متوجه شده‌اند.

ایسنا، برای روشن شدن ماجرا، موضوع را از شرکت ریگان خودرو پیگیری کرد. یکی از مسئولان شرکت ریگان خودرو در پاسخ اعلام کرد که به دلیل تعدد موارد، موضوع از چند مسئول این شرکت پیگیری شود که تا لحظه انتشار این گزارش پاسخی از سوی شرکت ریگان خودرو دریافت نشده است. ایسنا این حق را برای این دو شرکت قائل است که در این زمینه روشنگری کنند.

رئیس اتحادیه دارندگان نمایشگاه‌ها و فروشندگان خودرو مطرح کرد

۶۰درصد بازار کار نمایشگاه‌داران با توقف واردات خودرو از دست رفت

آنطور که فعالان بازار خودرو می‌گویند، افزایش نرخ ارز باعث شده است فروشندگان و خریداران در بازار خودرو دست از داد و ستد بکشند و در انتظار تثبیت نرخ دلار باشند.

به گزارش اخبار خودرو، وضعیت نمایشگاه‌های خودرو کشور طی ماه‌های ابتدایی سال جاری و با شیوع بیماری کرونا، بسیار نامطلوب شد و تعداد معاملات به پایین‌ترین میزان خود رسید. با شروع دوباره فعالیت‌های اقتصادی، روند کار نمایشگاه‌داران اندکی بهبود یافت، اما درنهایت جهش نرخ دلار باعث توقف دوباره معاملات خودرو شد. آن‌طور که فعالان بازار خودرو می‌گویند، افزایش نرخ ارز باعث شده است فروشندگان و خریداران در بازار خودرو دست از داد و ستد بکشند و در انتظار تثبیت نرخ دلار باشند. این در حالی است که به گفته رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو، با توقف واردات خودرو طی دو سال اخیر بیش از ۶۰درصد بازار کار نمایشگاه‌داران از بین رفته است. در همین زمینه با سعید موتمنی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو به گفت‌وگو پرداختیم.

وضعیت بازار خودرو در شرایط فعلی که قیمت ارز روند افزایشی دارد، به چه صورت است؟

بازار خودرو درحال‌حاضر بسیار آشفته و بدون مشتری است؛ نه خریدی انجام می‌شود و نه فروشی. ازسوی‌دیگر، به دلیل آنکه خودرو تبدیل به کالای سرمایه‌ای شده است، شاهد اثرگذاری نرخ ارز روی خودرو بوده‌ایم. هر روز نیز همه منتظرند قیمت دلار اعلام شود تا اگر نرخ‌ها ثبات داشته باشد، خودروی‌شان را به فروش برسانند اما اگر نوسان داشته باشد، از فروش دست بکشند. این روزها بهای خودروهای داخلی با شیب ملایمی در حال افزایش بوده و قیمت خودروهای خارجی سیر صعودی بیشتری تجربه کرده است.

به طور متوسط قیمت تا چه اندازه افزایش پیدا کرده است؟

محصولات سایپا طی هفته‌های اخیر افزایش ۵ تا ۱۰میلیون تومانی قیمت را در بازار تجربه کرده‌اند. محصولات ایران‌خودرو نیز چیزی حدود ۷ تا ۱۲میلیون تومان در بازار افزایش قیمت داشته‌اند. به‌طور کلی، می‌توان گفت بهای خودرو در هفته‌های اخیر بین ۱۰ تا ۲۵درصد افزایش داشته است. همان‌طور که اشاره شد، متاسفانه خودرو از کالای ضروری تبدیل به کالای مصرفی شده است و همه آن را به چشم سرمایه و برای سرمایه‌گذاری نگاه می‌کنند و بدین‌ترتیب با هر نوسان ارزی شاهد افزایش قیمت خودرو هستیم.

قیمت خودرو هم به‌صورت روزانه افزایش پیدا می‌کند. این جهش چگونه به وجود می‌آید؟ نمایشگاه‌داران در این قیمت‌گذاری چه نقشی دارند؟

نمایشگاه‌داران سهمیه خودرو در اختیار ندارند تا خودرو را با قیمت ثابت و سابق به مشتری عرضه کنند. خودروهای صفر در اختیار افرادی است که یا سرمایه‌گذار بوده‌اند یا یک خودرو در گذشته ثبت‌نام کرده‌اند و حال تحویل گرفته‌اند و باتوجه به شرایط روز قیمت‌گذاری می‌کنند و می‌فروشند. مثلا امروز که قیمت پراید ۸۷میلیون تومان بوده، فردی که خودرو تحویل گرفته است به نمایشگاه‌دار با همین قیمت یا نهایتا با ۲۰۰هزار تومان کمتر می‌فروشد. نمایشگاه‌دار هم در این نوسانات ممکن است سودی کسب کند، اما نمی‌تواند همان روز خودرو را با سود به فروش برساند.

دلیل چنین اختلاف قیمت را چه می‌دانید؟

دلیلش این است که کالا به اندازه کافی در بازار وجود ندارد. بارها اعلام کرده‌ایم بازار یک میزان نیاز روزانه، ماهانه و سالانه دارد که باید تامین شود. اگر این نیاز برطرف می‌شد، شاهد اختلاف قیمت ۱۱۰درصدی خودرو از کارخانه تا بازار نبودیم. یعنی قیمت خودرو در بازار بیش از ۱۰۰درصد نسبت‌به قیمت ثبت‌نام که مصوب شده، بیشتر است و این به خاطر کمبود عرضه خودرو در بازار بوده، هر کالایی دچار کمبود عرضه در بازار باشد، سوداگری برای آن افزایش پیدا می‌کند و هرجا سوداگری وجود دارد، قیمت‌ها به‌صورت مداوم در حال تغییر است.

بحث‌های بسیاری درخصوص میزان نیاز اصلی بازار خودرو شده است. باتوجه به تجربه‌ای که دارید، نیاز اصلی بازار خودرو در شرایط فعلی چند دستگاه است؟

اگر نیاز بازار را بسنجیم، متوجه می‌شویم نیاز بازار خودرو بیش‌از یک‌میلیون و ۳۰۰هزار دستگاه در سال است. اگر این مقدار خودرو در سال‌های گذشته به بازار عرضه می‌شد، درحال‌حاضر فاصله قیمت خودرو از کارخانه تا بازار ۱۰۰درصدی نبود و نهایتا ۲درصد اختلاف وجود داشت. بررسی آمار تولید خودرو در سال‌های ۹۷ و ۹۸ نشان می‌دهد کشور با کمبود عرضه خودرو مواجه بوده است. این عرضه کم باعث شده در درازمدت کوچک‌ترین نوسان ارزی باعث رشد شدید قیمت خودرو شود بنابراین باید تولید و عرضه خودرو به‌صورت همزمان افزایش پیدا کند تا دوباره خودرو به جایگاه اصلی خود یعنی کالای مصرفی بازگردد. اما متاسفانه شاهدیم خودرو به کالایی سرمایه‌ای تبدیل شده و قیمت‌ها روند افزایشی خود را حفظ کرده است.

آیا این مسئله سبب تعطیلی نمایشگاه‌های خودرو خواهد شد؟ اصولا تاثیر این روند بر کار نمایشگاه‌ها چیست؟

سوال این است که چرا خریدوفروش کاهش یافته است. اگر روند کاری نمایشگاه‌ها را بررسی کنیم، متوجه می‌شویم از زمانی که واردات خودرو متوقف شده، ۶۰درصد بازار را از دست داده‌ایم. وقتی واردات باز بود، خودروهای خارجی از کانال نمایشگاه‌ها خریدوفروش می‌شد، اما در حال حاضر عملا بخش بزرگی از کار ما از دست رفته است. شیوع بیماری کرونا هم تاثیر منفی بر بازار خودرو گذاشته است.

اخبار

ستاد تنظیم بازار اعلام کرد

برخورد با عرضه‌کنندگان روغن موتور خارج از شبکه کالا

ستاد تنظیم بازار اعلام کرد تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان روغن موتور ملزم به ثبت اطلاعات مربوط به تولید و عرضه در سامانه تجارت داخلی شدند که در صورت تخلف، برخورد قانونی انجام می‌شود.

به گزارش وزارت صنعت، معدن و تجارت، براساس آخرین تصمیمات اتخاذ شده در ستاد تنظیم بازار به ریاست «محمدرضا کلامی» دبیر این ستاد، تمامی تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان روغن موتور در داخل کشور و حتی مناطق آزاد مکلف شدند اطلاعات مربوط به تولید، توزیع و قیمت فروش خود را در سامانه تجارت، طبق برنامه زمانی ابلاغی وزارت صنعت، معدن و تجارت ثبت کنند.

بر همین اساس ثبت نکردن اطلاعات پس از تاریخ مجاز ابلاغی، به معنای عرضه خارج از شبکه کالا بوده و اقدامات قانونی در این خصوص برای متخلفان در دستور کار قرار خواهد گرفت.

تمامی تولیدکنندگان روغن موتور و تولیدکنندگان فعال در مناطق آزاد مکلف به عرضه روغن موتور تولیدی خود براساس قیمت‌های مصوب تعیین شده توسط سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان است.

همچنین هرگونه افزایش قیمت روغن موتور ممنوع است و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌ها مکلف هستند ضمن بازرسی از انبارها، مراکز نگهداری و سطح عرضه در صورت مشاهده تخلف برخورد قانونی لازم را انجام دهند.

قرعه‌کشی نفرات برگزیده طرح مشارکت در تولید ایران‌خودرو انجام شد

مراسم قرعه‌کشی مشتریانی که در طرح مشارکت در تولید ۱۰ محصول ایران خودرو پیش ثبت‌نام کرده بودند، با حضور نمایندگان نهادهای نظارتی در سالن اجتماعات ساپکو، برگزار شد و اسامی پذیرفته‌شدگان اعلام شد.

به گزارش ایران خودرو، منتخبان این طرح تا روز پنجشنبه این هفته (۲۶ تیرماه) مهلت دارند تا نسبت به واریز وجه علی‌الحساب تعیین شده برای خودروی موردنظر و ثبت نام نهایی اقدام کنند.

موعد تحویل خودروهای این طرح با قیمت مصوب، از ۱۳ تا ۲۴ ماه تعیین شده است.

در این طرح حدود ۶۸۰ هزار نفر با انجام ثبت نام اولیه در سایت فروش ایران خودرو، برای مشارکت در تولید ۱۰ محصول ایران خودرو اعلام آمادگی کرده بودند که با توجه به بالا بودن تعداد متقاضیان نسبت به ظرفیت، نفرات نهایی از طریق قرعه‌کشی تعیین شدند.

۲۰ درصد افزون بر این افراد نیز به عنوان فهرست ذخیره و جایگزین برای انصرافی‌های احتمالی از ثبت نام در نظر گرفته شده‌اند.

فهرست مشتریان پذیرفته شده طرح مشارکت در تولید، روز گذشته در سایت فروش محصولات ایران خودرو به نشانی esale.ikco.ir در دسترس همگان قرار می‌گیرد.

به گزارش ایرنا، افزون بر محصول جدید پروژه K۱۳۲ که به زودی نام آن اعلام خواهد شد، دناپلاس اتوماتیک، پژو ۲۰۷ دستی، پژو پارس ال.ایکس، دنا معمولی، رانا پلاس، سورن ای.ال.ایکس، پژو ۲۰۶ تیپ ۲ و سمند ال.ایکس بنزینی در سبد پیش‌فروش تیرماه ایران خودرو قرار داشت.

سقف ذخیره بنزین در کارت سوخت تغییر می‌کند؟

ایرنا نوشت: مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران گفت سقف ذخیره بنزین در کارت‌های سوخت که پیش از این از ۶ ماه به ۹ ماه افزایش یافته بود، تغییری نخواهد کرد و ۹ ماه باقی می‌ماند.

با پایان تیرماه سقف ذخیره کارت سوخت کامل می‌شود و در این زمان اگر حداقل سهمیه یک ماه بنزین مصرف نشده باشد، آن سهمیه از کارت سوخت حذف می‌شود و می‌سوزد.

حالا به گفته مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران، براساس تصمیمات اتخاذشده، قرار نیست سقف ذخیره بنزین از ماه بیشتر باشد و پایان آخرین فرصت استفاده از سهمیه آبان سال ۹۸ خواهد بود.

«کرامت ویس کرمی» اعلام کرده که سقف ذخیره بنزین در کارت‌های سوخت که تا پیش از این ۳۶۰ لیتر بود در فروردین ماه به ۵۴۰ لیتر افزایش پیدا کرد اما قرار نیست این عدد تغییر کند.

وی افزود: پیش از این در فروردین‌ماه برای کاهش تردد و جلوگیری از شیوع کرونا، سقف شش ماهه ذخیره کارت سوخت به ۹ ماه افزایش پیدا کرده بود.

بسته ویژه بیمه‌های مسئولیت برای شرکت‌های دانش‌بنیان طراحی شد

براساس تفاهم‌نامه‌ای که میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و شرکت بیمه ایران به امضا رسیده است، شرکت‌های دانش‌بنیان، یک بسته خدمتی جامع در حوزه بیمه‌های مسئولیت دریافت می‌کنند. سبد حمایتی تخصیص یافته به شرکت‌های دانش‌بنیان، بیش از ۱۱۰ خدمت مختلف را در خود جای داده است. خدمات بیمه‌ای، در حوزه‌های مختلف، یکی از این خدمات است. این بسته جامع بیمه‌ای، ریسک‌های مرتبط با مسئولیت را کاهش می‌دهد و روند فعالیت‌های جاری شرکت‌های دانش‌بنیان را تسهیل می‌کند. بیمه مسئولیت آتش‌سوزی برای خسارت مالی و جانی در برابر اشخاص ثالث، بیمه مسئولیت کارفرما در برابر کارکنان، بیمه مسئولیت حرفه‌ای کارشناسان آزمایشگاه و بیمه مسئولیت محصول، چند بیمه‌نامه‌ای هستند که توسط این بسته خدمتی پوشش داده می‌شود.

دریچه

سفر پاک

فاطمه بهزادی: مدیر گروه حمل‌ونقل ریلی ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

چند سالی است که توسعه حمل‌ونقل عمومی پاک برای کاهش آلاینده‌های زیست‌محیطی به یکی از دغدغه‌های مدیران شهری تبدیل شده است؛ حمل‌ونقلی که مخاطرات ایجادشده برای سلامتی و هزینه‌های بالای انرژی و ... را کاهش و سلامتی را به جامعه و محیط زیست هدیه می‌دهد.

شاید بتوان ادعا کرد که یکی از پاک‌ترین نوع حمل‌ونقل در دنیا استفاده از ناوگان ریلی است؛ حمل‌ونقلی ایمن و پاک که توسعه آن به کمک زیست‌بوم فناوری و نوآوری در کشور دنبال می‌شود. یکی از حلقه‌های این زنجیره فناورانه ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است.

گروه حمل‌ونقل ریلی که در ستاد شکل گرفته است، پاسخگوی نیازمندی‌های بخش حمل‌ونقل ریلی کشور است؛ نیازهایی در زمینه شکل‌گیری زیست‌بوم بخش ریلی، توسعه فناوری‌های ریلی با بهره‌گیری از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان، افزایش بهره‌وری ظرفیت‌های ریلی کشور و بهسازی و مدرن‌سازی حمل‌ونقل ریلی از طریق تسهیل و حمایت از فعالیت‌های بازیگران زیست‌بوم حمل‌ونقل ریلی.

این گروه در تلاش است تا با تسهیلگری میان بازیگران مختلف زیست‌بوم ریلی در ترویج و توسعه، تجاری‌سازی فناوری، توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و شناسایی و اجرایی کردن طرح‌های اولویت‌دار از طریق بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود و سرریز فناوری گروه‌های خودرویی، هوایی و فضایی، نقش موثری را در کشور ایفا کند.

منبع: isti.ir

دریچه‌ای فراروی بلوغ

منشأ تفاوت انسان و حیوان چیست؟ سوالی که بشر را برای رسیدن به پاسخ سال‌ها به تکاپو انداخت. پاسخ آشکار شد. بله، ماهیت ذهن، آگاهی و نقش مغز در توانایی‌های شناختی. حال انسان‌ها در تلاشند تا اسرار مغز را کشف کنند. عضوی با پیچیدگی‌های فراوان که هرچه از آن می‌فهمند باز نکته‌ای تازه از ودیعه الهی برای آنها رو می‌شود.

مطالعه و بررسی ذهن تا قرن نوزدهم توسط فیلسوفان انجام می‌شد، چراکه دانشمندان به درون جعبه سیاه مغز و نحوه کار آن دسترسی نداشتند. سال‌ها گذشت و امروز در قرن حاضر به نقطه‌ای رسیده‌ایم که مطالعه مغز یک فناوری مهم و استراتژیک شده است، با عنوان علوم و فناوری‌های شناختی. دانشی که به مطالعه ذهن/مغز و کارکردهای شناختی انسان می‌پردازد.

تاریخ رسمیت یافتن علوم شناختی به عنوان یک حوزه جدید علمی به سال ۱۹۷۸ بازمی‌گردد. زمانی که تعدادی از دانشمندان برجسته در شهر کانزاس آمریکا گردهم آمدند تا درباره وضعیت علوم شناختی گفت و گو و ماهیت میان‌رشته‌ای آن را روشن کنند. نتیجه گفت و گوی آنها یک نمودار شش ضلعی بود. خطوط روی نمودار رشته‌هایی را که نویسندگان مزبور همچون بخشی از علوم شناختی می‌پنداشتند، نشان می‌دهد، همراه با پیوند میان رشته‌هایی که به طور خاص با مطالعه ذهن و شناخت سروکار دارند. اما این شش ضلعی مدل خیلی خوبی برای علم شناخت نبود. حتی اگر خطوطی را که نشانگر پیوند میان رشته‌های علم شناخت است جدی بگیریم، شش ضلعی حس تلاش فکری یکپارچه‌ای را به ما منتقل نمی‌کند. این احساس را نمی‌دهد که چیزی بیش از ترکیب رشته‌های سنتی مانند روانشناسی، زبان‌شناسی، مردم‌شناسی و انسان‌شناسی، علوم اعصاب، هوش مصنوعی و فلسفه باشد، اما آیا نظریه‌ای وجود دارد که رشته‌های گوناگون علوم شناختی را با هم تلفیق کند؟ این سوال باعث شد تا نظریه‌های مختلفی ارائه شود و تمرکز بر روی این حوزه گسترش یابد.

تا اینکه در قرن بیست و یکم به نقطه‌ای رسیدیم که مطالعه مغز، ساختارها و کارکردهای آن با استفاده از فناوری‌های جدید مطالعه و شناخت، روز به روز در حال گسترش است. قرنی که گفته می‌شود به شناسایی اسرار مغز و درک هرچه بیشتر عملکرد آن خواهد گذشت.

علمی که تحول را در زندگی به همراه دارد و می‌رود تا در معالجه بیماری‌های روانی و آسیب‌های شناختی راهکارهای جدیدی را مبتنی بر عملکرد مغز ارائه دهد. پیشرفت این دانش نگاه به رفتارهای فردی و اجتماعی را تغییر می‌دهد و راهکارهایی را برای تقویت کارکردهای شناختی پیش‌روی‌مان قرار می‌دهد. مهمتر از همه آموزش و پرورش، رسانه‌های جمعی و خلاصه هرچه با ذهن و مغز سروکار دارد را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

پس این همه تغییر و تحول باعث شده است تا کشورها سرمایه‌گذاری‌های کلانی روی این حوزه داشته باشند. نمونه آن پروژه بزرگ چند میلیارد دلاری برای مطالعه مغز و نقشه‌برداری آن در آمریکا و اروپاست. پروژه‌ای با عنوان کانکتومیکز .

محققان در جای جای این کره خاکی در تلاش هستند تا سر از اسرار این ودیعه الهی درآورند. در کشور ما نیز علوم و فناوری‌های شناختی به عنوان اولویت الف در نقشه جامع علمی کشور مطرح شد. اقدامات خوبی نیز تاکنون انجام شده است.

انجام طرح‌های پژوهشی محققان یکی از مسیرها برای پیشرفت در این حوزه است. طرح‌هایی همراه با نوآوری و خلاقیت که پرده از این اسرار برمی‌دارد، اما همراهی محققان در این مسیر عاملی تاثیرگذار برای شتاب دادن به حرکت آنها است. ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از مراکزی است که در این مسیر محققان را حمایت می‌کند.

این ستاد با انتشار ۱۲ دوره فراخوان از پژوهشگران این حوزه دعوت کرد تا طرح‌های خود را برای دریافت حمایت ارسال کنند. در نهایت نیز از میان طرح‌های ارسال شده بیش از ۲۴۰ پژوهش برای حمایت تایید شد. پژوهش‌هایی که هر یک موضوعی تازه را مورد بررسی قرار می‌دهد و دستاوردی نو در این حوزه نوین دارد. علوم و فناوری‌های شناختی حوزه‌ای نوپا است که نیاز به حمایت دارد. ایران تا امروز در حوزه گسترش این فناوری به خوبی عمل کرده و با تلاش نیروی انسانی فعال و نوآور گام‌های تاثیرگذار برداشته شده است.

پیش‌بینی آینده اوبر تو

به قلم: آنی پا

مدیرعامل حال حاضر اوبر که با این شرکت موفقیت‌های خوبی را کسب کرده است، در جدیدترین مصاحبه خود نسبت به آینده این شرکت صحبت کرده و پیش‌بینی خود را ارائه کرده است که بسیار تعجب‌برانگیز است. درواقع به عقیده او تا چند سال آینده، فعالیت در زمینه تاکسی اینترنتی تنها نیمی از اقدامات این شرکت را تشکیل خواهد داد. درواقع اوبر در حال برنامه‌ریزی برای تنوع بخشیدن به محدود زمینه ارسال غذا و مرسولات، یکی از این موارد ویروس کرونا باعث کسادی بازار تاکسیرانی شد از هر زمانی احساس می‌شود. درواقع کاهش تقا

فناوران برای بومی‌سازی سموم و آفت‌کش‌ها دعوت شدند

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای حمایت از تقویت توان ملی در حوزه کشاورزی، از طرح‌های مختلف برای بومی‌سازی فناوری در این حوزه حمایت می‌کند. در این راستا، از شرکت‌های فعال، دعوت شده است تا طرح‌های خود را در زمینه تولید و بومی‌سازی، سموم و آفت‌کش‌ها، به این معاونت ارسال کنند. سموم کشاورزی و آفت‌کش‌ها، نقشی حیاتی در توسعه کشاورزی هر کشوری ایفا می‌کنند. با توجه به نوسانات نرخ ارز و بروز برخی مشکلات در واردات سموم و آفتکش‌های مورد نیاز در کشاورزی، لزوم خودکفایی کامل در این عرصه بیش از گذشته احساس می‌شود. تاکنون شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور، انواع مختلفی از سموم کشاورزی و آفت‌کش‌ها را در داخل کشور تولید کرده و حتی به دیگر کشورها صادر کرده‌اند. با این همه، معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، جهت تکمیل زنجیره تولید در این حوزه، برای حمایت از بومی‌سازی تولید سموم و آفتکش‌ها با تکیه بر فناوری داخلی، اعلام فراخوان کرده است. در این فراخوان، از شرکت‌های داش‌بنیان و فناور، دعوت شده است تا در زمینه تولید سموم و آفت‌کش، برای عوامل خسارت‌زا مانند: کرم ساقه‌خوار برنج، علف‌های هرز نازک برگ و پهن‌برگ برنج، بیماری‌های گندم به ویژه فوزاریوم و زنگ زرد و علف‌های هرز گندم، خصوصاً یولاف و چچم، طرح‌های خود را ارائه کنند. همچنین، ساقه‌خوار ذرت)سزامیا و اروپایی(، هلیوتیس محصولات زراعی (مانند پنبه و نخود)،کرم سیب، لکه سیاه سیب، کنه درختان میوه و خوشه‌خوار انگور از جمله دیگر آفت‌هایی هستند که شرکت‌های فعال در این حوزه می‌توانند طرح‌های مرتبط با آنها را ارائه کنند. در این پروژه، به ویژه از تولید آفتکش‌های بیوشیمیایی و گیاه پایه و آفت‌کش‌های میکروبی حمایت می‌شود. همچنین شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور می‌توانند طرح‌های خود را در زمینه فرومون‌های اخلال در جفت‌یابی و جلب و شکار، عوامل ماکروارگانیسم کنترل‌کننده آفات گیاهی و تنظیم‌کننده‌های رشد گیاهی کم‌خطر و با خطر متوسط را به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ارسال کنند.

گسترش هوش مصنوعی؛ تصاویر به متن تغییر می‌کنند

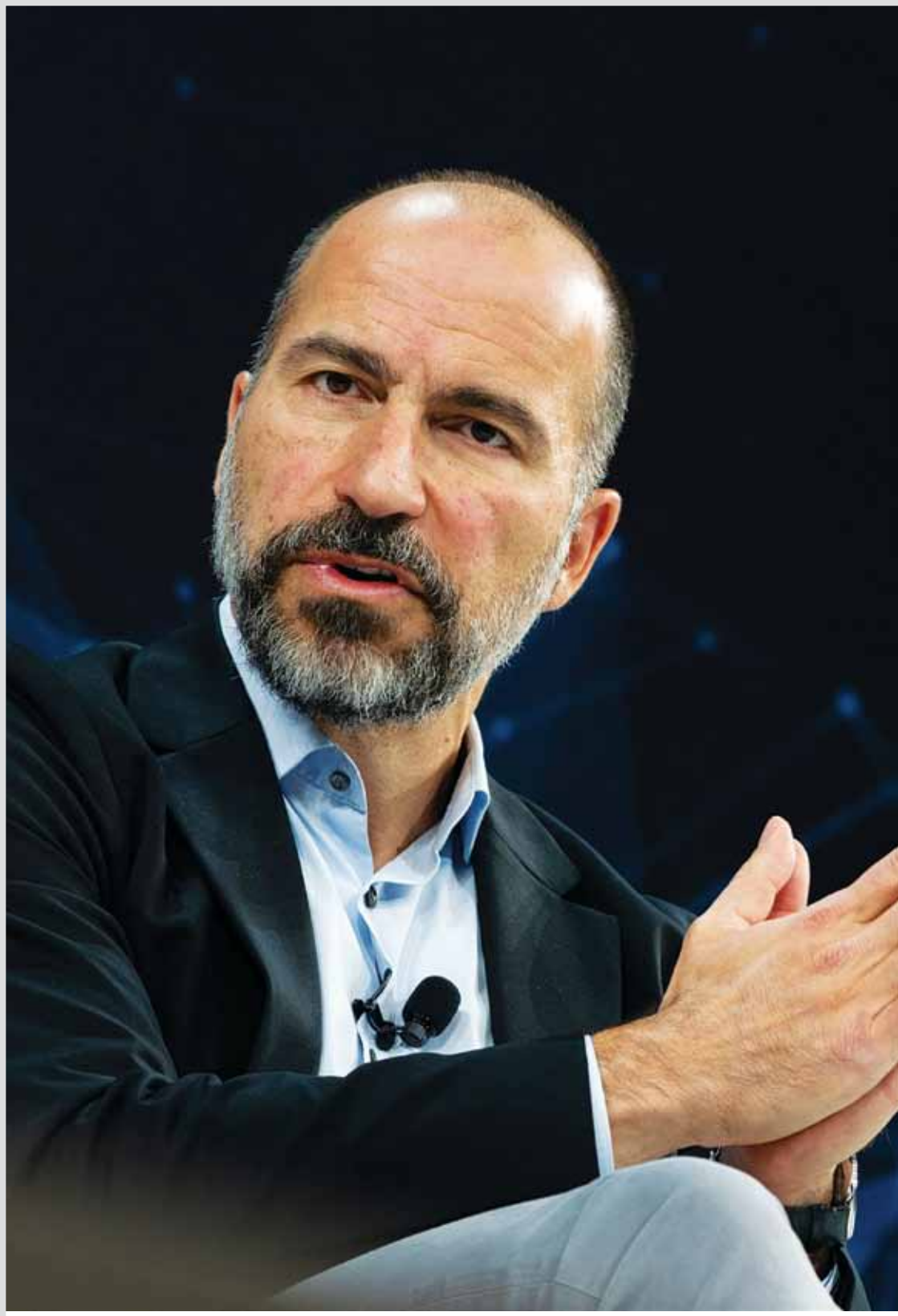
فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه هوش مصنوعی گسترش یافته است. یکی از این شرکت‌ها با استفاده از فناوری هوش مصنوعی، سامانه نویسه‌خوان فارسی را طراحی کرده است. وظیفه این سامانه، استخراج متن از تصاویر است.

هوش مصنوعی از جمله فناوری‌های پرکاربرد در حوزه‌های مختلف محسوب می‌شود. شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی فعالیت خود در این حوزه را افزایش داده‌اند و هر روزه محصولات و خدمات جدیدی عرضه می‌کنند که براساس هوش مصنوعی تولید و طراحی شده است. شرکت دانش‌بنیان راهکار پردازش ژرف، یکی از این شرکت‌ها است که با استفاده از فناوری هوش مصنوعی، سامانه نویسه‌خوان فارسی را طراحی کرده است. این سامانه به کاربر اجازه می‌دهد تا از تصاویری مانند تصویر نسخه‌های خطی، متن استخراج کند.

علیرضا نوریان، مدیرعامل این شرکت گفت: سامانه هوشمند نویسه‌خوان که به عنوان سامانه الفبا نام‌گذاری شده است، از هوش مصنوعی استفاده می‌کند تا متون مختلف را از تصاویر استخراج کند. این سامانه می‌تواند متن تصاویر یا اسناد اسکن‌شده را به سه زبان فارسی، انگلیسی و عربی استخراج کند.

وی در ادامه گفت: این محصول تا به حال صادر نشده است اما سامانه هوشمند نویسه‌خوان می‌تواند بازار بسیاری خوبی در کشورهای عربی داشته باشد. با توجه به مزیت‌های رقابتی فراوان، از جمله دقت و قیمت مناسب، امیداور هستیم زمینه صادرات این محصول به کشورهای عربی فراهم شود.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان راهکار پردازش ژرف ادامه داد: محصولات ما با وجود کیفیت قابل رقابت با نمونه‌های بزرگ و مشهور خارجی، قیمت به مراتب پایین‌تری از این نمونه‌ها دارند. برای مثال، هزینه استفاده از سامانه هوشمند نویسه‌خوان الفبا، حدود یک‌دهم هزینه‌ای است که نویسه‌خوان شرکت گوگل دریافت می‌کند.



وسط دارا خسروشاهی

مر / خبرنگار

ه عملکردی خود بوده و در این رابطه فعالیت در محسوب می‌شود. درواقع با توجه به این امر که ه است، نیاز به تنوع بخشیدن به اقدامات بیش ضا در این بخش با رونق چشمگیر سرویس‌های ارسال غذا همراه بوده و این امر باعث شده است تا به آینده این بخش، امیدهای زیادی به وجود آید. با این حال بعید است که این شرکت تنها در این دو حوزه به فعالیت خود ادامه دهد. به همین خاطر باید منتظر اطلاعات بیشتری از دارا خسروشاهی طی مصاحبه‌های آتی وی باشیم.

منبع: cnbc.com

سقف وام مشاغل خانگی ۵۰ میلیون تومان شد

دبیر ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی کشور گفت سقف وام مشاغل خانگی برای اشخاص حقیقی پیش از این ۲۰ میلیون تومان بود و برای فعالیت‌های گروهی و شبکه‌ای و پشتیبانی هم تا سقف ۲۰۰ میلیون تومان وام پرداخت می‌شود. به گزارش مهر، خانم مهناز امامدادی تاکید کرد: رویکرد ما تعامل با دستگاه‌های اجرایی و بخش خصوصی دخیل در اجرای طرح و ارائه خدمات آموزش و مشاوره حضوری و غیرحضوری به متقاضیان مشاغل خانگی برای اتصال به بازار و ایجاد زیرساخت‌های بازاریابی و فروش محصولات مشاغل خانگی و ایجاد امکان و تسهیل نظارت وزارت بر فرآیند اجرای طرح از طریق نرم‌افزار کنترل پروژه و بازدیدهای میدانی است.

یادداشت

کرونا «تحول دیجیتال» را برای کسب‌وکارها تسریع می‌کند

مترجم: شیدا انصاری: در اواخر سال ۲۰۱۸ بود که مقاله گزارشگر حوزه فناوری توجه مرا به خود جلب کرد، «همه شرکت‌ها اکنون یک شرکت فناوری هستند». در آن زمان، احساس می‌کردم این تیتر خبری اعتقاد دیرینه مرا مطرح کرده است. چون اگر هر شرکتی واقعاً یک شرکت فناوری است، پس آموزش‌های فعلی ما به نیروی کارمان متاسفانه بیهوده است. در آینده نزدیک ما نیازمند نیروی کار سازگار با تحولات دیجیتال هستیم.

این مقاله در طول ۱۸ ماه به سرعت مورد تایید قرار گرفت و هم‌اکنون حرکتی جهشی و همه‌گیری دارد.

پیش از انتشار ویروس کرونا در سراسر جهان، در مورد نفوذ باورنکردنی فناوری به صنایع سنتی، تولید و کشاورزی بحث می‌کردیم. شرکت‌های پستی مانند UPS و FedEx ظاهرا علاوه بر ارائه خدمات، در کارهای پیچیده فناورانه نیز حضور داشتند. چنین شرایطی را خرده‌فروشان، سیستم‌های موسیقی و ... نیز تجربه کردند. در واقع نرم‌افزارها در حال خوردن دنیا هستند. اکنون با شیوع گسترده COVID-۱۹، تحول دیجیتالی در سراسر جهان سرعت گرفته است.

تقریباً هر شرکتی توانسته است یک آینده کاری از راه دور را بپذیرد. مدارس مجبور شدند به آموزش از راه دور روی آورند. تجارت آنلاین و تحولات دیجیتال برای میلیون‌ها انسان خانه‌نشین در سراسر جهان به صورت یک راه نجات درآمد. کسب‌وکارها در هر شکل و اندازه‌ای یک‌باره تلاش‌های فناورانه بیشتری را در این جوش و خروش کرونایی تجربه کردند. افرادی که برای سرمایه‌گذاری در فناوری دیر اقدام کردند، اکنون لازم است تصمیمات سختی برای عبور از این سراشیبی یا به طور کلی تعطیل کردن کسب‌وکار خود بگیرند.

این امر به ویژه در مورد کسب‌وکارهای کوچک صادق است. یک گزارش در ماه مه تخمین زده بود که ۷۶درصد از مشاغل کوچک به فناوری دیجیتالی اعتماد بیشتری خواهند داشت. اولین تجربه کاری من این را تایید می‌کند. من در یک شرکت مشاوره در زمینه توسعه نرم‌افزار کار می‌کنم. هزاران شرکت کوچک در تمامی صنایع مختلف با سرعتی چشمگیر به سوی فناوری‌های دیجیتال در حرکتند. برای اینکه بتوانند حتی یک پله رشد بیشتری از رقبا داشته باشند و در بازار خود اثرگذار باشند.

این رشد سریع حتی اگر بیماری ناشی از کووید- ۱۹ کمرنگ یا متوقف شود، ادامه خواهد یافت. یک شرکت بهداشت و درمان که اخیراً همکاریش را با تیم ما آغاز کرده است، دستگاه فشارخون را به صورت دستبند می‌سازد. این دستگاه به برنامه تلفن همراه وصل می‌شود تا بتواند اطلاعات جدیدتر و قابلیت‌های حیاتی را در زمان تقویت سلامت افراد به راحتی ثبت و ذخیره کند. این محصول به اندازه چند دهه قدیمی است، اما در حال حاضر اهرم‌های فناورانه کارایی آن را افزایش دادند.

با پذیرش گسترده فناوری، مشکل نیروی کار ما اکنون بیشتر از قبل شده است. با روی کار آمدن فناوری‌های قابل اطمینان اجتماعی و اقتصادی، ما به اپراتورها و تکنیسین‌هایی که به فناوری روز آشنا باشند، بیشتر نیازمندیم.

گزارشی در ماه آپریل پیش‌بینی کرده است که نیروی کار فناوری در سال ۲۰۲۰، رشد ۴درصدی خواهد داشت.

برای بستن این شکاف، ما باید سرمایه‌گذاری بیشتری را برای آموزش استعدادها و ایجاد نیروی کار توانمند و مسلط به فناوری روز انجام دهیم. مهمتر از همه، کسب و کارهای آینده تنها نیازمند متخصصان علوم کامپیوتر نیستند. بازاریابان مسلط به فناوری، مدیران بانک اطلاعاتی، توسعه‌دهندگان بازی‌های رایانه‌ای، کارشناسان امنیت، مربیان، اپراتورهای خط مونتاژ و ... هستند.

برای حل مسئله کمبود شغل و پرورش نیروی کار موردنیاز برای واقعیتی که «هر شرکتی اکنون یک شرکت فناوری است» باید کارکنان فعلی را به نیروی کار مسلط به فناوری تبدیل کنیم. در زمانی که افراد از کار ناامید شده و آماده یادگیری مهارت‌های جدید هستند، می‌توانیم از این تمایل گسترده برای گذر از بحران و شروعی تازه استفاده کنیم.

این امر نه تنها به ایجاد شغل و به جهش اقتصادی کمک می‌کند بلکه باعث رقابت بیشتر در بین شرکت‌ها می‌شود.

بنابراین در حال حاضر، باید درک کنیم که نیازهای فناورانه ما نمی‌توانند صرفا با نیروی کار فعلی برآورده شوند. اکنون فرصتی است برای ما تا در شرکت‌ها، دانشکده‌ها، دبیرستان‌ها، شهرداری‌ها و ... به آموزش و توسعه فناوری بپردازیم.

بدین ترتیب نیروی کار قدیمی، می‌توانند مهارت‌های جدیدی بیاموزند، فرصت‌های کاری بیشتری کسب کنند و آینده مالی قوی‌تری ایجاد کنند.

منبع: forbes/modirinfo

چند گام تا توسعه زیست‌بوم نوآوری مانده است؟

برای رسیدن به یک هدف، همیشه چند راه وجود دارد و بسنده کردن به یک روش، قدری غیرعاقلانه به نظر می‌رسد. گاهی لازم است، مسیر از یک جایی به بعد تغییر کند. گاهی نیاز پیدا می‌کنیم قبل از ورود به یک مسیر، نقشه‌های‌مان را نگاهی دوباره بیندازیم و گاهی، مسیرهای میان‌بر را انتخاب کنیم. توسعه نیز راه و روشی مشابه می‌طلبد به خصوص اگر سخن از نوآوری در میان باشد. تحول‌های چند سال اخیر در توسعه اقتصاد دانش‌بنیان، مرهون فعالیت‌های هم‌راستا و مستمر در چند حوزه گوناگون راهبردی اعم از سیاستی، فرهنگی، اقتصادی و زیرساختی بوده است. مجموعه گام‌هایی که در نهایت منجر به غرس نهال‌های جوان شرکت‌های دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها بود و منجر به ثمر نشستن ثمره شیرین ارزش افزوده، اشتغال و تولید شد.

بسیاری ار کاشته‌های این زیست‌بوم، در حالی اکنون به درختان پرثمر و تنومند بدل شده‌اند که در روزهای نخست، نهال‌های جوان و نوپا به شمار می‌رفتند.

حساسیت این نهال‌ها به شرایط حاکم بر این پهنه از جمله شرایط اقتصادی و قانونی، بیم به ثمر ننشستن و زمین خوردن را افزون می‌ساخت، اما بلوغ و هماهنگی بخش‌های مختلف زنجیره اقتصاد دانش‌بنیان، زمینه را برای رشد و نمو این نهال‌ها فراهم کرد. آنچه که موجب شد این هدف محقق شود، ایجاد چتری از حمایت‌ها در کنار توجه و تأمین نیازهای حیاتی بوده است، اما این هارمونی و هماهنگی در بارآوری و مساعدسازی زیست‌بوم نوآوری برای فعالان، مدیون و متکی به واژه‌ای کلیدی است که موجب شد تمامی بخش‌ها، انگیزه‌مند، هر کدام باری از ایجاد این زیست‌بوم کم کنند؛ چرخ‌دنده‌ای کلیدی که این زنجیره را از نیروی انسانی کارآفرین و دانش‌آموخته تا نهادهای قانون‌گذار را با این جریان همراه کرد، وجود همدلی بود. همدلی که براساس یک راهبرد فرهنگ‌ساز و مشارکت‌مدار شکل گرفت.

اقتصاد دانش‌بنیان در سال‌های اخیر، کانون توجه بخش‌های گوناگون کشور قرار گرفته و به مثابه موتور محرک کشور شناخته می‌شوند. مقام معظم رهبری به عنوان اندیشمند و تئوریسین در نظام جمهوری اسلامی ایران، بر موضوع اقتصاد دانش‌بنیان تأکید زیادی داشته و توجه ویژه ایشان زمینه‌ای فراهم کرد تا توجه بخش‌های گوناگون به موضوع اقتصاد دانش‌بنیان جلب شود. این تأکید، یک محرک مهم و کارآمد برای ایجاد هماهنگی، هم‌افزایی و در نهایت همدلی بخش‌های دست‌اندرکار حوزه‌های گوناگون برای به ثمر رساندن اقتصاد دانش‌بنیان به حساب می‌آید.

همزیستی استارت‌آپ‌ها با کووید- ۱۹

مطابق مطالعات صورت‌گرفته با شیوع و تداوم کروناویروس، کسب و کارهای سنتی عموما با تعطیلی و تعدیل نیرو مواجه شدند، اما کسب و کارهای نوپا یا استارت‌آپ‌ها واکنش‌های متفاوتی نسبت به این بحران نشان داده‌اند. اگرچه مطابق آخرین تحقیق موسسه بین‌المللی اکسنچر ۷۱ درصد بنگاه‌های اقتصادی در ۱۰۰ کشور جهان هیچ برنامه‌ای برای مواجهه با کووید-۱۹ نداشته‌اند و تنها ۷ درصد آنها اقدامات عملکردی در این شرایط انجام داده‌اند، همچنین آخرین پیش‌بینی‌های منتشرشده توسط بانک جهانی و سازمان بین‌المللی پول، تأثیر شیوع کرونا را نزدیک ۴.۹درصد رشد منفی در کل دنیا برآورد کرده است.

کسب‌وکارهای متعددی در حوزه استارت‌آپی از جمله گردشگری، حدود ۹۰درصد از گردش مالی و مشتریان خود را از دست دادند و در مقابل، کسب‌وکارهایی که در حوزه‌های توزیع خرد، فروشگاه‌های آنلاین، سرگرمی و آموزش بودند رشد بسیار بزرگی را تجربه کردند.

به گفته یک کارآفرین اصفهانی در شرایط کنونی اقتصاد باید به کسب و کارهای کوچک و متوسط و استارتآپ‌ها بها دهیم، چراکه عده‌ای با کارآفرینی و یک ایده خوب موجب شکلگیری حرکتی نو در اقتصاد می‌شوند. به اعتقاد شکری‌ساز، ۷۰درصد فرصت‌های کارآفرینی به فضای کارآفرینی وابسته است و به طور قطع تحریم‌ها و کرونا بر این فضا تاثیرگذار است، اما باید توجه داشت که در دنیا بسیاری از کسب و کارها در شرایط کنونی، با ایده‌های نو توانسته‌اند به موفقیت دست یابند که علت آن تسهیل شدن شرایط کارآفرینی آنها و نبود خودتحریمی‌هاست.

اما سرپرست مرکز نوآوری و کسب و کارهای نوپا اتاق بازرگانی اصفهان در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: براساس آمارهای موجود جهانی و با این دیدگاه ما شرایط خوبی در اقتصاد و کسب و کارهای نوپا در دنیا نداریم، اما با توجه به اتفاقات رخ داده و حرکت کسب و کارها به سمت مدرن، می‌توان شرایط جدیدی را در اقتصاد ایجاد کنیم.

توسعه مزیت‌های روستایی اولویت صندوق کارآفرینی است

مدیرعامل صندوق کارآفرینی امید با اشاره به اینکه توسعه مزیت‌های روستایی از اولویت‌های این صندوق است، گفت از کارآفرینان حمایت می‌شود. به گزارش خبرگزاری مهر، اصغر نوراله‌زاده در دیدار با استاندار گیلان ایجاد کسب و کار را امری مهم عنوان کرد و گفت: آماده هم‌افزایی با دستگاه‌های اجرایی در راستای تأمین اعتبار برای ایجاد بازارچه‌های عرضه و فروش محصولات روستایی در شهرهای مختلف هستیم.

وی کمک به تأمین اعتبار طرح‌هایی که در شهرها در حال انجام است را از دیگر اقداماتی خواند که صندوق کارآفرینی امید می‌تواند همکاری‌های لازم را داشته باشد و افزود: از کارآفرینانی که علاقه‌مند به دریافت تسهیلات مرتبط باشند، حمایت می‌کنیم.

وی بیان داشت: صندوق کارآفرینی امید، مزیت‌های روستاها را محور توسعه قرار داده و اجرای طرح روستای بدون بیکار در راستای همین برنامه است. استاندار گیلان در این دیدار با اشاره به عملکرد مناسب این صندوق در جلب رضایتمندی ارباب رجوع بیان کرد: لازم است متناسب با شعار جهش تولید که برای سال جاری از سوی رهبر معظم انقلاب تعیین شده؛ پرداخت تسهیلات به طرح‌های مرتبط با اشتغال‌زایی بیشتر مورد توجه باشد. ارسلان زارع زنجیره آموزش، تولید، بازاریابی و فروش را در رونق اشتغال به ویژه اشتغال روستایی مهم خواند و به جوانان دانش‌آموخته بخش کشاورزی استان اشاره و اضافه کرد: ظرفیت‌های زیادی در مناطق مختلف استان برای تولید محصولات متنوع کشاورزی وجود دارد که قراردادهای مبتنی بر تولید و همچنین فروش تضمینی، در این بخش مؤثر است.

وی ادامه داد: برای مراکز عرضه و فروش محصولات روستایی خصوصاً صنایع دستی، در مناطق شهری، زمین‌هایی در اختیار شهرداری‌ها است که می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. زارع تأکید کرد که این برنامه از شهرستان رشت به مرحله اجرا گذاشته شود و باید گیلان درخصوص ایجاد مراکز عرضه و فروش محصولات روستایی در مناطق شهری، در سطح کشور پیش رو باشد.

کارگاه برندینگ

رونمایی هاینز از نخستین پادکست رسمی‌اش

پادکستی با طعم مواد غذایی

به قلم: پیتر آدامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

شـرکت کرفت هاینز به تازگی از نخسـتین پادکست رسمی‌اش رونمایـی کرده اسـت. هفته جاری نخسـتین قسـم از پادکسـت موردنظر در پلتفرم‌های مختلفی نظیر اپل پادکسـت، اسـپاتیفای و گوگل منتشـر شده است. سه قسمت نخسـت پادکست شرکت با محوریت اساسـی نحوه بسـته‌بندی محصولات تهیه شده است. قسـمت‌های موردنظر در تلاش برای رمزگشایی از نحوه بسته‌بندی محصولات از سـوی برندهای بزرگ و سپس بررسی المان‌های مهم در بسته‌بندی محصولات برند هاینز است.

بدون تردید اغلب مشـتریان به هنـگام خرید محصولات مختلف نسبت به دلیل بسته‌بندی مشخص و منحصر به فرد آنها سوال‌هایی را طـرح می‌کننـد بنابرایـن ایـده کرفـت هاینز برای نخسـتین پادکسـتش بسـیار جذاب به نظر می‌رسـد. حضور نویسنده ارشد مجله نیویـورک تایمز یعنی پیتر کوجاوینسـکی به عنوان یکی از کارشـناس‌های اصلی این پادکست جذابیت‌های بسیار زیادی برای مخاطب انگلیسـی زبان ایجاد کرده اسـت. اگرچـه در حال حاضر فقط نسخه انگلیسی پادکسـت در دسترس است، اما بازاریاب‌های برند هاینز در تلاش برای سـاماندهی پادکست به زبان‌های مختلف در صورت موفقیت طرح‌شـان هسـتند. این مجموعه در بدو انتشار بازخوردهای بسـیار مطلوبی دریافت کرده اسـت. بر این اساس در رده‌بندی هفتگی پادکست‌ها در بریتانیا به جمع پنج پادکست برتر راه پیدا کرده است.

نخستین قسمت از پادکسـت هاینز با حضور افرادی نظیر اسکار مایـر، کارآفرین حـوزه مواد غذایـی و پیتر کوجاوینسـکی ضبط شـده اسـت. این ترکیب جالب برای هر مخاطبی در سراسـر دنیا جذابیت‌های خاص خود را دارد بنابراین ما باید منتظر یک پادکست جذاب و حرفه‌ای برای طرفداران صنعت مواد غذایی باشیم.

منبع: marketingdive.com

تعامل بهینه برندها و مشتریان در به‌روز رسانی واتس‌اپ

به قلم: توماس انجی کارشناس فناوری کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

همزمان با بازگشـایی تعـداد قابل توجهی از کسـب و کارها در سراسـر دنیا نیاز مشـتریان برای تعامل نزدیک، سـریع و ساده با برندها افزایش پیدا کرده اسـت. امروزه بسـیاری از مشتریان برای خریـد محصولات موردنیازشـان به دنبال منابـع آنلاین به منظور کسـب اطلاعات کاربردی هستند. برند فیس‌بوک به عنوان یکی از غول‌های دنیای فناوری و اینترنت طی روزهای اخیر به‌روز رسـانی تازه‌ای از واتس‌اپ را منتشـر کرده اسـت. ویژگی اصلی این نسخه امکان تعامل ساده و سریع با کسب و کارهای مختلف است.

براساس گزارش رسـمی تیم فنی فیس‌بوک، این پلتفرم به طور میانگین روزانه ۵۰ میلیون کسب و کار مختلف را در نسخه تجاری واتس‌اپ تحت پوشـش قرار می‌دهد. بدون تردید میزان استفاده از واتس‌اپ در حوزه کسـب و کار اهمیت بسـیار زیـادی برای اعتبار این برند دارد. بر همین اسـاس آنها در تازه‌ترین اقدام‌شـان امکان گفت‌وگوی سریع مشتریان با برندها برای کسب اطلاع از پیشنهادها و محصولات تازه‌شان را فراهم کرده‌اند.

امـروزه اسـتفاده از کدهـای QR رواج بسـیار زیـادی در بین کسـب و کارها دارد. این کدها امکان مشـاهده لینک‌های مختلف در سـریع‌ترین زمان ممکن را فراهم می‌سـازد. واتس‌اپ نیز برای توسعه سرعت گفت‌وگوی میان مشتریان و برندها از چنین کدهایی اسـتفاده کرده است. بر این اسـاس کاربران با اسکن کدهای QR برندها امکان گفت‌وگوی مستقیم با کارشناس‌های فروش به صورت صوتی یا متنی را خواهند داشت. بی‌تردید این استراتژی گامی مهم برای تقویـت انگیزه برندها به منظور اسـتفاده تجاری از واتس‌اپ است. استفاده از کدهای QR برای تمام کسب و کارها در بازارهای مختلف از ۹ جولای امکان‌پذیر شـده اسـت. با این حسـاب تمام برندها باید در سـریع‌ترین زمان ممکن نسـبت به اسـتفاده از این فناوری اقدام کنند.

منبع: brandingforum.org

ایده آیفون این بار برای سامسونگ

به قلم: جی پیترز نویسنده حوزه تکنولوژی
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از تصمیمات جنجالی آیفون، حذف شارژر در جعبه محصول آتی این شرکت است. در این رابطه سامسونگ نیز اعلام کرده است کـه این طرح را بـرای برخی از محصولات خود کـه قیمت بالایی دارند، به اجـرا درخواهد آورد. دلیل این موضـوع نیز برای جبران هزینه‌های سـنگین فناوری 5G اسـت، با این حـال این امر تنها به شـارژر محدود نبوده و تمامی لـوازم جانبی نظیر هندزفری نیز حذف خواهد شـد، با این حال نکته جالب این است که سامسونگ برخلاف رقیب خود، هیچ اشـاره‌ای به اهمیت محیط زیسـتی این اقدام نداشته و همین امر نیز باعث تعجب شده است. در این رابطه به نظر می‌رسـد که پرچمدار بعدی این شرکت، اولین میزبان طرح فـوق خواهد بـود. حال باید دید که واکنش مشـتریان این برند به چنین تصمیمی چه اسـت. درواقع با توجه به این امر که برندهای چینی چنین تصمیمی را ندارند، این مسـئله می‌تواند باعث شود تا این دو برند، با کاهش مشـتریان خود مواجه شوند. درواقع نگرانی مهم‌تر این است که آیا این استراتژی موقتی خواهد بود و یا به یک ترند در بین برندهای فعال در زمینه تولید گوشـی‌های هوشـمند، تبدیل می‌شود.

منبع: theverge.com

۶ نکته درباره روانشناسی رنگ برای رستوران و فست‌فود

روانشناسی رنگ برای رستوران و فست‌فودها به اندازه موسیقی و صدا دارای اهمیت هسـتند. نکته اصلی و بسیار مهمی که در راه‌اندازی یک رسـتوران باید در نظر بگیرید، ایجاد فضـا و روحیه‌ای دلپذیر و جذاب است؛ به این معنا که رستوران‌تان باید آنچنان بر احساس مشتری تاثیر بگذارد که وی را برای به دسـت آوردن یک تجربه مثبت در کسـب و کارتان آماده کند. بخشـی از این فرآیند آماده‌سازی شامل از بین بردن آلودگی‌های صوتی در محیط رستوران‌تان، تقویت کردن سیستم پخش موسیقی و انتخاب آهنگ‌های مناسب، چیدن و آراستن سالن غذاخوری به شیوه‌ای منحصر به فرد و مخصوص برند خودتان و ایجاد رنگ‌آمیزی زیبا و جذاب در فضای داخل و خارج رستوران می‌شود. این مورد آخر، رنگ‌آمیزی، می‌تواند تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر وضعیت کسـب و کارتان داشته باشد.

چرا روانشناسی رنگ برای رستوران و فست فود مهم است؟

به گفته اشلی آنستازیا هاول، موسس شرکت اوید کریتیو، یک شرکت آزاد طراحی تخصصی در زمینه رسـتوران‌ها، «رنـگ می‌تواند آدم‌ها و رفتارهای‌شـان را تغییر دهد – رنگ‌ها تاثیرات روانشناختی روی آدم‌ها می‌گذارند.»

آزمایش‌های مختلف نشـان داده‌اند، رنـگ خوراکی‌ها و مواد غذایی می‌تواننـد بـر طعمی کـه از خوردن‌شـان احسـاس می‌کنیـم، تاثیر بگذارند. نشـریه علوم غذایی نتایج مطالعه‌ای را منتشـر کرد که نشان می‌دهند، شرکت‌کنندگان در این مطالعه هنگامی که می‌توانستند رنگ نوشیدنی‌ها را مشـاهده کنند، به آسانی به طعم آنها پی می‌بردند، ولی وقتی نمی‌توانسـتند رنگ نوشـیدنی‌ها را مشـاهده کنند، در شناسایی طعم هر یک از آنها و حتی طعم ترکیبی آنها دچار مشـکل می‌شـدند. این یافته‌ها تاثیر حس بینایی‌مان را بر شناسایی طعم مواد غذایی نشان می‌دهند. چشـم‌های‌مان پیش از چشیدن نخستین لقمه یا جرعه، مواد غذایی را تحلیل می‌کنند و اطلاعاتی را به مغز می‌فرستند.

فـارغ از طرز فکر شـخصی‌تان درباره رنگ‌ها، رنگ‌آمیزی رسـتوران می‌توانـد تاثیر خاصی بر موفقیت آن داشـته باشـد. بـه گفته روزالین اندرسـون، مدیر ارشـد برندینگ در گـروه رسـتوران‌های بین‌المللی سـاندویچ و سالاد جاست سالاد، رنگ مستقیما بر نحوه تجربه مشتری تاثیر می‌گذارد.

روزالین اندرسون در این باره می‌گوید، «رنگ‌آمیزی استراتژیک یکی از قدرتمندترین ابزارها برای رسـتوران‌ها اسـت تا بتوانند با استفاده از آن، تجربه غذاخوری لذت‌بخشـی را به مشـتریان هدیه کنند. انتخاب رنگ‌های مناسـب بسـیار بااهمیت اسـت؛ زیرا رنگ‌ها می‌توانند دامنه گسـترده‌ای از هیجان‌ها را به همراه مصرف غذاهای پرانرژی یا غذاهای آرامش‌بخش و هر خوراکی دیگری، به مشتریان القا کنند.»

۱. رنگ‌هایی که باید از آنها اجتناب کرد

وقتی در تلاش برای برندسازی و بازاریابی، در حال تصمیم‌گیری برای نحوه طراحی رسـتوران، انجام دکوراسـیون مربوط به سالن غذاخوری یا طراحی و انتخاب ظروف و بشـقاب‌های‌تان هسـتید، هنگام پیشنهاد رنگ‌هـای آبی و ارغوانی باید کمی درنگ کنید. اشـلی هاول هر یک از رنگ‌هـا را تحلیل کرده اسـت و می‌تواند نحوه تاثیـر انواع رنگ‌ها را بر تجربه کلی مشتریان در رسـتوران توصیف کند. وی هشدار می‌دهد از رنگ آبی بدون هدف و مقصدی خاص استفاده نکنید.

هـاول در ایـن مورد می‌گویـد، «در واقع، رنگ آبی بـه عنوان رنگی شـناخته می‌شود که اشـتها را سـرکوب می‌کند و میزان گرسنگی را کاهش می‌دهد. به عبارت ساده‌تر، آبی سرکوب کننده اشتها است.»

علاوه بر رنگ‌های آبی و ارغوانی، صاحبان رستوران‌ها باید از استفاده بیـش از اندازه از رنگ‌های روشـن و نئونی، نظیر زرد، نارنجی یا سـبز بسـیار روشن خودداری کنند. این رنگ‌ها مشـتریان را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهند و حسی شتاب و اضطراب در آنها ایجاد می‌کنند. به گفته اندرسون، نکته مهمی که باید همیشه به خاطر داشته باشید، این است که هنگام طراحی دکوراسیون هرگز نباید در استفاده از رنگ‌های شاد و روشن زیاده‌روی کنید.

وی در ایـن مـورد می‌گوید، «مـا معمولا از کاربرد رنگ‌های بسـیار پرانـرژی نظیر نارنجی، قرمز و رنگ‌های نئونـی و ... اجتناب می‌کنیم، زیرا این رنگ‌ها چشم‌ها را به حرکت وا می‌دارند و باعث از دست رفتن آرامش می‌شوند – به خصوص هنگام غذا خوردن.»

روانشناسی رنگ‌ها ممکن اسـت کمی پیچیده و دشوار باشد، ولی ایده کلی در این مورد این اسـت که رنگ‌های به شدت شاد و روشن می‌توانند حسی از سـرعت و عجله را در رستوران‌تان ایجاد کنند؛ حسی که ممکن است بسیار شدید باشد و باعث ایجاد اضطراب در مشتری شود.

۲. آگاهی از موقعیت‌های مناسب برای شکستن قوانین

در هر قاعده طراحی خوب و مناسـبی، استثنائاتی نیز وجود دارند. به گفته هاول، هنگام ایجاد یک برند رستوران جدید یا طراحی مجدد یک رستوران قدیمی، به شـکل قطعی و مطلق نمی‌توان ادعا کرد بعضی از رنگ‌ها مناسـب و بعضی دیگر نامناسـب هستند. در عوض، رستوران‌ها بایـد بر انجـام پژوهش‌ها و فرآیند انتخاب رنگ‌هایـی تمرکز کنند که بتوانند هویت کلی برندشان را بر پایه آنها بسازند.

هاول در این مورد می‌گوید، «مواردی را مشاهده کرده‌ام که در آنها از رنگ‌های عجیبی در فضای رسـتوران استفاده کرده‌اند و این تصمیم به طرز معجزه‌آسـایی به موفقیت رسیده است. پیش‌زمینه و فضای خاص هر رسـتوران در انتخاب رنگ یک عامل کلیدی به شمار می‌رود ... تا وقتی که از رنگ‌ها به شـیوه‌ای درسـت و مطابق با اهداف طراحان و به صورت مکمل و در خدمت ارائه یک تصویر عالی استفاده شود، نوع رنگ تفاوت چندانی ایجاد نمی‌کند.»

یکی از نمونه‌های عالی در اسـتفاده از رنگ آبی یا ارغوانی را می‌تواند در مجموعه رسـتوران‌های جاست سالاد مشاهده کرد؛ استفاده از رنگ سرمه‌ای در لوگوی این شرکت حسی از آرامش و حرفه‌ای‌گری را به هر بیننده‌ای القا می‌کند. اندرسـون در این باره می‌گوید، «ما برای طراحی لوگوی شرکت‌مان از رنگ سرمه‌ای استفاده کرده‌ایم تا با رقبای‌مان که عمدتا از رنگ سبز استفاده می‌کنند، تفاوت داشته باشیم.»

از جمله یک نمونه عالی دیگر می‌توان به مجموعه تاکو اسـتند اشاره کرد – رسـتورانی در شـهر تیخوانا مکزیک که به شـیوه‌ای سنتی بنا شده اسـت. به گفته جولین هاکیم، موسس تاکو استند، رنگ‌های شاد و پرانـرژی در ایـن مجموعه حس خاص فرهنگی را در این رسـتوران تقویت می‌کنند.

هاکیـم در این باره می‌گویـد، «رنگ‌آمیزی شـاد و زنده تصویر یک مکان جذاب و دوست‌داشـتنی را در ذهن مشـتریان القا می‌کنند. تاکو اسـتند قصد دارد در این رسـتوران فضایی را ایجاد کند که مشتریان با تمام وجود احسـاس کنند در مکزیک در حال غذا خوردن هستند. این کار یک حس طبیعی و عجیب، شاد و سرگرم‌کننده ایجاد می‌کند.»

۳. رنگ‌هایی که ممکن است کارساز باشند

با اینکه رسـتوران‌ها باید از کاربرد رنگ‌های آبـی و ارغوانی اجتناب کنند، اسـتفاده از هر رنگی – در صورت کاربرد مناسب آن – در فضای رسـتوران می‌توانـد تجربه ایده‌آلی از غـذا خوردن را برای مشـتریان ایجاد کند. اندرسـون درخصوص مجموعه رسـتوران‌های جاست سالاد می‌گوید، رنگ‌های آرامش‌بخش برای رسـتوران‌هایی که بر گزینه‌های غذای سالم تمرکز دارند، بسیار ایده‌آل هستند.

به گفته وی، «رنگ‌های کلاسـیک همیشه باشکوه هستند و هیچ‌گاه قدیمی نمی‌شـوند – رنگ شیری، طوسی و خاکستری مایل به قهوه‌ای رنگ‌های زمینه‌ای بسـیار خوبی هستند؛ در کنار این رنگ‌ها می‌توانند از یک یا چند رنگ شـاد نیز اسـتفاده کنید تا بتوانید نوعی کنتراست نیز ایجاد کنید. ما به صورت برنامه‌ریزی شده از رنگ‌های آرامش‌بخش (برای قسـمت‌های داخلی از طوسـی و خاکسـتری مایـل به قهوه‌ای) استفاده می‌کنیم تا فضای خشک و پراسترس ساعات پرترافیک و شلوغ روز را درون رستوران برای مشتریان از بین ببریم.»

این رنگ‌ها نشـان‌دهنده شـکوه و زیبایی هسـتند. طبق توصیه‌های هاول که در نشـریه مدیوم پست به چاپ رسـیدند، اگر رستوران‌ها به دنبال یک رنگ مناسب هستند، باید نارنجی را نیز مدنظر قرار دهند.

هاول در این بـاره می‌گوید، «نارنجی وسوسـه‌برانگیز و انگیزه‌بخش اسـت و برای برخی از آدم‌ها به عنوان یک رنگ آرامش‌بخش شـناخته می‌شـود. نارنجی معمولا تمام حس‌ها را برمی‌انگیزاند؛ به همین خاطر، از جوانب مختلف می‌تواند در فضای رسـتوران تاثیرگذار باشـد و نحوه تجربه مشـتری را تحت تاثیر قرار دهد. اگر مشتریان در محیط نارنجی قرار بگیرند، احتمالا مدت زمان بیشتری به غذا خوردن، صحبت کردن و وقت‌گذرانی مشغول خواهند بود.»

بهترین توصیه‌های کاربردی

۴. به برندتان فکر کنید

بهترین کاری که به عنوان صاحب یک رسـتوران می‌توانید انجام دهید، این اسـت که به رسـتوران‌تان و نحوه تاثیرگذاری دلخواه‌تان بر مشتریان، در طول حضور در سـالن غذاخوری و میل کـردن غذاها، فکر کنید. یک هدف مشخص برای خود تعیین کنید و درباره نحوه طراحی، رنگ‌آمیزی و چیدمانی فکر کنید که شما را به حسی که تمایل دارید در مشتریان ایجاد کنید، نزدیک‌تر کند. به گفته هاول، بخشی از این فرآیند را باید به پژوهش اختصاص دهید. انتخاب رنگ‌ها یا عناصر طراحی به صورت خودسـرانه – یعنی فقط به این دلیل که موردپسـند خودتان قرار دارند، همیشـه ایده خوبی نیسـت و نتایج مناسـبی به همراه ندارد. در عوض، به دقت به این موضوع فکر کنید که دوسـت دارید عموم مردم چگونه درباره رستوران‌تان فکـر کننـد – این موضوع را معمولا می‌توانید در قالب چند کلمه یا یک یا دو جمله جمع‌بندی کنید. سپس، به انجام پژوهش‌هایی بپردازید تا بتوانید به مراحلی که شـما را به رسـیدن به هدف موردنظرتان نزدیک می‌کنند، دست پیدا کنید.

هـاول در این مورد می‌گوید، «حتما دسـت به پژوهش بزنید و هرگز رنگی را فقط به خاطر اینکه موردپسـند شـخص شـما است، انتخاب نکنیـد. رنگ‌هـا در فرهنگ‌ها، نواحی جغرافیایـی، و دوره‌های تاریخی مختلف ممکن است معانی متفاوتی داشته باشند.»

هنگامی که تصمیم می‌گیرد دربـاره رنگ‌آمیزی و نحوه تاثیرگذاری رنگ‌هـا بر طراحی رسـتوران‌تان فکر کنید، سـعی کنیـد در این کار زیاده‌روی نکنید.

هاکیـم در این باره می‌گویـد، «باید برای این کار حد و مرزی تعیین کنید. به سـادگی ممکن اسـت در دام زیاده‌روی گرفتار شوید و فضای رسـتوران‌تان را با تصاویر و رنگ‌های بی‌مورد شـلوغ کنید؛ این مسئله می‌تواند رسـتوران‌تان را به مکانی تبدیل کند که در آن، مشـتریان به سـادگی متوجه شـوند بدون هیـچ معنا و مقصود خاصی فقط سـعی کرده‌اید فضای سالن غذاخوری را مملو از رنگ کنید.»

برای اجتناب از این مسـئله، باید به خوبـی پژوهش کنید و انتخاب رنگ را به بخشـی از فرآیند برندسازی‌تان تبدیل کنید و در هیچ کاری نیز زیاده‌روی نکنید. رنگ‌ها فقط باید بر تجربه کلی مشتریان تاثیرگذار باشـند؛ این مسـئله آنچنان برجسـته و پررنگ جلوه داده شود که به موضوع اصلی فرآیند برندسازی تبدیل شود.

۵. سایر عوامل را نیز در نظر بگیرید

رنگ‌آمیزی فقط بخشی از معادله کلی فرآیند راه‌اندازی رستوران‌تان به شمار می‌رود؛ بنابراین، حتما باید به این مسئله فکر کنید چگونه می‌توانید رنگ‌آمیزی را با ایده کلی برندسازی‌تان هماهنگ کنید. این ایده کلی باید شامل دکوراسیون، موقعیت مکانی و سایر عوامل مهم باشد.

هاکیم می‌گوید، «محیط اطراف و فضای کلی رسـتوران نقش مهمی در القای حس کلی مشـتریان از تجربه حضور در یک رسـتوران ایفا می‌کند. حضور در یک مکان شاد و پر از رنگ به ذهن مشتریان این‌گونه القا می‌کند که باید تجربه‌ای شـاد و سرگرم‌کننده داشته باشند. معنای روشنی از این مسئله در ذهن‌تان ایجاد کنید و براساس آن عمل کنید. تلفیق ۱۰۰ ایده مختلف و اجرای آن در یک فضای محدود ممکن است کار آسانی باشد، ولی به همان اندازه خطرناک اسـت. نکته کلیدی در این میان رعایت جزییات طراحی است و در این مورد، هرچه کمتر ایده‌های مختلف را با هم ترکیب کنید، تاثیر بهتری بر تجربه مشتری خواهید گذاشت.»

۶. امتحان کنید

وقتی به استراتژی روشنی در ذهن‌تان دست یافتید، کارتان را شروع کنید و عناصر طراحی مختلفی را در فضای رسـتوران‌تان امتحان کنید و نوع واکنش مشـتریان را مورد بررسـی قرار دهید. نهایت تلاش‌تان را به خرج دهید تا میزان رضایت آنها را از این تجربه به دسـت بیاورید – مثلا می‌توانید به شـکل دوستانه با آنها صحبت کنید یا حتی یک برگه نظرسنجی تهیه کنید.

هـاول در این مورد می‌گوید، «آزمایش کردن رنگ‌های برند می‌تواند بسـیار دشوار باشـد، ولی من انجام این کار را به شدت توصیه می‌کنم. میزان شـفافیت آن را امتحان کنید و اگر یک پالت رنگی خاص دارید، سعی کنید رنگ‌های مختلف را روی آن امتحان کنید.»

در طول زمانی که به امتحان کردن عناصر مختلف طراحی اختصاص می‌دهید، به خاطرتان بسپارید که هیچ چیز مطلق نیست و رنگ‌آمیزی تنهـا یکی از عوامـل تعیین‌کننده در ایجاد تجربـه رضایت‌بخش برای مشـتریان در رسـتوران اسـت. به گفته هاول، هنگامی که بر روی این نـوع از تغییـرات کار می‌کنید، حفظ یک چشـم‌انداز ثابـت از اهمیت بالایی برخوردار است. وی در این مورد می‌گوید، «صادقانه، از نظر من، رنگ‌آمیزی نمی‌تواند به تنهایی باعث موفقیت یا شکست یک رستوران شود با وجود این، کاملا معتقدم رنگ‌آمیزی همیشه این توانایی را دارد که طراحی رسـتوران‌تان را بهبود ببخشد و کمک‌تان کند برندتان را به بهترین شکل پیشرفت دهید.»

به گفته لئو کرمر، یکی از موسسـین مجموعه رسـتوران‌های سنتی مکزیکی، اکنون در حال ایجاد تغییراتی در عناصر طراحی رستوران‌اش در شـعبه‌های شـیکاگو و نیویورک اسـت. کرمر بر انجام یک طراحی مجدد به شیوه‌ای انعطاف‌پذیرتر تاکید دارد.

وی در ایـن باره می‌گوید، «می‌توانید رنگ‌هـا را آزمایش کنید؛ یک دیوار را سفید رنگ کنید و اگر احساس کردید رنگ سفید موردنظرتان نیسـت، آن را تغییر دهید. این تصمیم‌گیری‌ها نباید مطلق و متعصبانه باشـند. از نظر من، بسیاری از آدم‌ها احسـاس می‌کنند وقتی در مورد مسئله‌ای تصمیم‌گیری می‌کنند، گرفتار نتایج آن می‌شوند – خواه این نتایج مثبت باشند، خواه منفی – و تغییر آن برای‌شان سخت می‌شود؛ نباید اینگونه رفتار کرد.»

نتیجه‌گیری روانشناسی رنگ برای رستوران

با اینکه رنگ‌آمیزی یکی از جنبه‌های مهم طراحی رستوران است و بر میزان رضایت کلی مشـتریان تاثیر می‌گذارد، کل کسب و کارتان کاملا به آن وابسـته نیست. اگر به تازگی کارتان را شروع کرده‌اید یا در حال تصمیم‌گیری درباره ایجاد تغییراتی در دکوراسـیون داخلی رستوران یا تغییر برند خود هسـتید، حتما در این مورد بیشـتر پژوهش کنید و به ظاهر رسـتوران‌تان و احساسـی که می‌خواهید در ذهن مشتری ایجاد کنید، کاملا منتقدانه فکر کنید. رنگ‌آمیزی باید در خدمت فضای کلی رسـتوران باشـد. در این فرآیند، هدف نهایی‌تان باید رسیدن به حس موردنظر و ایجاد ظاهر و فضایی جذاب باشد.

منبع: business/bazdeh

کدام ترندهای بازاریابی و فروش در اینستاگرام بیشترین تاثیرگذاری را دارد؟

بازاریابی در اینستاگرام با ترندهای برتر

به قلم: کیتی سهل کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی در پیوند نزدیک با ترندهای جذاب و داغ قرار دارد. یکی از ویژگی‌های اصلی ترندهای بازاریابی تغییر سریع آنهاست بنابراین امکان اتکا به مجموعه‌ای از ترندها برای مدت زمانی طولانی وجود ندارد. سال ۲۰۲۰ از نظر وقوع حوادث غیرمنتظره بسیار عجیب شروع شد. ابتدا ویروس کرونا تمام کسب و کارها و زندگی روزمره مردم را تحت تاثیر قرار داد. این ویروس هنوز هم تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی زندگی روزمره مردم در سراسر دنیا دارد. بدون شک ترندهای بازاریابی و تبلیغات در تعامل با این ویروس تغییرات قابل ملاحظه‌ای کرده‌اند. یکی از نکات مهم در این میان تغییر هرچه سریع‌تر ترندهای بازاریابی در طول سه ماه اخیر است.

دنیای بازاریابی در ماه‌های نخست شیوع ویروس کرونا رکود بسیار بدی را تجربه کرد. با این حال اکنون شرایط برای شروع دوباره فعالیت بسیار مساعدتر است. هدف اصلی ما در مقاله کنونی بررسی برخی از ترندهای کاربردی و تازه در حوزه بازاریابی در اینستاگرام است. بدون تردید اینستاگرام به عنوان یکی از برترین شبکه‌های اجتماعی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف برای برندها جذابیت بالایی دارد. نکته مهم در این میان بازاریابی کاربردی و تولید محتوای جذاب برای مخاطب هدف است. در غیر این صورت برند ما توانایی جلب نظر مخاطب هدف را از دست خواهد داد.

۱.ضرورت توجه به تبعیض‌های نژادی

بحث تبعیض‌نژادی در کشورهای مختلف تازگی ندارد. بسیاری از مردم اقلیت نژادی در کشورهای اروپایی و آمریکای شمالی در شرایط نامناسبی قرار دارند. قتل جورج فلوید در ایالات متحده سر و صدای زیادی به پا کرده است. بسیاری از برندها در این میان دست به حمایت از حقوق سیاه‌پوستان زده‌اند. این جهت‌گیری امری ضروری برای برندها در راستای ایجاد تعامل بهتر با مشتریان محسوب می‌شود.

امروزه اغلب برندها پیش از شروع فعالیت به صورت رسمی اقدام به اعلام برخی از ارزش‌های محوری برای کسب و کارشان می‌کنند. اگر ما قصد اجرا و تعهد به ارزش‌های مورد نظر را نداشته باشیم، انتخاب آنها بی‌دلیل خواهد بود. انتظارات مشتریان از برندها در طول سال‌های اخیر به شدت افزایش یافته است بنابراین شما باید تلاش قابل توجهی برای عمل به تعهدات‌تان در قبال مشتریان داشته باشید. بسیاری از برندها به دلیل عدم توجه به تعهدات‌شان در قبال مشتریان با شکست‌های سنگینی مواجه می‌شوند. دلیل این امر کاملا روشن است، ما به هنگام انتخاب یک ارزش یا شعار انتظارات قابل ملاحظه‌ای در مشتریان ایجاد می‌کنیم.

ماجرای قتل یک شهروند سیاه‌پوست توسط پلیس در ایالات متحده دوباره مسئله حمایت از جنبس حقوق سیاه‌پوستان را داغ کرده است. در این میان برندها در اینفلوئنسرها باید حضور پررنگی در حمایت از مخاطب سیاه‌پوست‌شان داشته باشند. در غیر این صورت دامنه وسیعی از مشتریان‌شان را از دست خواهند داد. این امر فقط معطوف به مشتریان سیاه‌پوست نیست. بسیاری از شهروندان معمولی نیز نسبت به حقوق سیاه‌پوستان جهت‌گیری‌های مشخصی دارند. این امر شامل تلاش برای همکاری با سازمان‌های خیریه و مردم‌نهاد در راستای تبعیض‌زدایی از سیاه‌پوستان است بنابراین برند شما در صورت حمایت از حقوق سیاه‌پوستان گام مهمی در راستای بهبود شهرتش برخواهد داشت.

اگر نگاهی به وضعیت اینستاگرام در طول مدت اعتراض‌ها نسبت به قتل جورج فلوید داشته باشید، اغلب برندهای مهم و اینفلوئنسرها از یک تصویر سیاه برای ابراز همدردی و حمایت از جنبش سیاه‌پوستان استفاده کرده‌اند. این نکته حاصل یک ایده ساده و در عین حال تعهدبرانگیز است. وقتی یک برند در قبال دیگر مشتریانش دارای تعهد مشخصی است، باید هر طور که شده بدان عمل کند.

خوشبختانه اینستاگرام امکان راه‌اندازی جنبش‌های سراسری در حمایت از حقوق کاربرانش را فراهم می‌کند، بنابراین جنبش حمایت از سیاه‌پوستان به سرعت در این پلتفرم بدل به یک جهت‌گیری سراسری و مهم شد.

نکته جالب درخصوص فعالیت اینستاگرام در مورد حقوق اقلیت‌ها مربوط به بازنویسی بخشی از قوانین پلتفرمش است. بر این اساس سختگیری‌های بیشتری در مقابله با توهین‌های نژادپرستانه و همچنین اذیت اقلیت‌های نژادی صورت خواهد گرفت. برخی از طراح‌های حرفه‌ای در اینستاگرام مانند کریستالا ایشا اقدام به طراحی لوگو و همچنین برچسب‌های دیجیتال برای حمایت از حقوق سیاه‌پوستان کرده‌اند. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای برندهای دیگر دارد. امروزه همه ما باید نسبت به حقوق اقلیت‌های نژادی حساس باشیم. این نکته یکی از ترندهای اساسی در مسیر بازاریابی در دوران کنونی است.

۲.اهیمت ویدئوهای لایو اینستاگرام

حضور در خانه به دلیل تهدیدهای مربوط به کرونا اهمیت بسیار زیادی دارد. وقتی مردم بیشتر اوقات روزشان را در خانه سپری می‌کنند، امکانات شبکه‌های اجتماعی بیش از هر زمان دیگری مدنظر قرار می‌گیرد. نکته مهم در این میان افزایش قابل توجه تعداد بازدیدکنندگان ویدئوهای لایو در طول دوران قرنطینه و پس از آن است. این امر نشانه مثبتی از جهتگیری کاربران برای مشاهده ویدئوهای زنده است. بسیاری از کاربران در طول ماه‌های اخیر بازدید بیشتری از ویدئوهای لایو داشته‌اند. همچنین باید نسبت به افزایش تعداد بارگذاری چنین ویدئوهایی نیز توجه نشان دهیم. اگر شما دارای اکانت رسمی برای برندتان در اینستاگرام هستید، باید این نکته را به طور عمیق مورد توجه قرار دهید.

مسئله اساسی در مورد ایجاد ویدئوهای لایو در اینستاگرام داشتن ایده‌های جذاب برای تعامل با مخاطب هدف است. اگر ما بدون برنامه اقدام به بارگذاری ویدئوهای لایو کنیم، واکنش مثبتی از سوی مخاطب هدف دریافت نخواهیم کرد. تولید پادکست به صورت ویدئویی با استفاده از بخش لایو ایستاگرام در طول ماه‌های اخیر به شدت مورد توجه قرار گرفته است. برخی از مهمان‌های مهم پادکست‌های مشهور اینستاگرامی شامل زاکربرگ، بیل گیتس و حتی چهره‌های ورزشی مانند دیوید بکام است. نکته مهم در این میان ایده‌های جذاب اغلب پادکست‌های موفق در طول دوران کروناست.

بدون تردید اکنون کسب و کارها بیش از هر زمان دیگری در طول دوران کرونا به بازگشایی نزدیک هستند. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای بحث بازاریابی دارد. شاید برخی از بازاریاب‌ها استفاده از بخش لایو را غیرضروری و حتی از مد افتاده تلقی کنند، اما هنوز هم کاربران توجه بالایی به پادکست‌های زنده دارند بنابراین شما هنوز هم زمان کافی برای پیاده‌سازی ایده‌تان با حضور برخی از چهره‌های مهم کسب و کارتان را دارید.

بدون شک برخی از برندها تمایل یا دست‌کم امکانات لازم برای ساخت ویدئوهای لایو را ندارند. توصیه ما در این بخش به چنین برندهایی حضور به عنوان اسپانسر برخی از پادکست‌های مهم و پرطرفدار است. شما به این ترتیب امکان تاثیرگذاری قابل ملاحظه بر روی مخاطب هدف بدون نیاز به ایده‌پردازی و تبلیغ برای پادکست‌تان را خواهید داشت. این ایده برای برندهایی با ساعت‌های کاری شلوغ بهترین گزینه خواهد بود. شما در صورت امکان باید در یکی از برنامه‌ها به عنوان مهمان نیز حضور داشته باشید. نتیجه این همکاری افزایش قابل توجه شهرت برندتان در میان طرفدارهای پادکست موردنظر خواهد بود.

یافتن ایده مناسب برای بارگذاری ویدئوهای لایو همیشه همراه با دردسر است. توصیه ما در این مورد استفاده از تجربه برندهای بزرگ و موفق است. مشاهده برخی از ویدئوهای لایو برای الگوبرداری از آنها هیچ ضرری ندارد. نکته مهم در این میان رعایت حقوق کپی‌رایت و تلاش برای اعمال تغییرات هرچند اندک در اصل ایده‌هاست. در غیر این صورت شاید با شکایت برند اصلی نسبت به سرقت ایده‌شان مواجه شویم.

۳. امکان کسب درآمد مستقیم از اینستاگرام

هنگامی که فیس‌بوک امتیاز اینستاگرام را به طور کامل خریداری کرد، جهت‌گیری این پلتفرم به سوی آزادی عمل بیشتر برندها برای کسب درآمد شروع شد. این امر همراه با تلاش‌های تیم زاکربرگ برای افزایش سودآوری اینستاگرام بود. به این ترتیب ما اکنون شاهد امکانات تبلیغاتی و کسب درآمد بسیار متنوع برندها و اینفلوئنسرها هستیم.

کسب درآمد از اینستاگرام فقط معطوف به برندها نیست. امروزه اینفلوئنسرها نیز در سطحی محدود امکان کسب درآمد دارند. نخستین گام در این میان

فروش برچسب‌های ویژه از سوی اکانت‌های مربوط به اینفلوئنسرها به طرفداران‌شان است. همچنین در آینده‌ای نزدیک امکان ارائه ویدئوها به صورت حق عضویتی فراهم خواهد شد بنابراین میزان درآمد برندها اینفلوئنسرها در طول سال‌های پیش روی به شدت افزایش خواهد یافت.

استفاده از IGTV به عنوان یک تلویزیون آنلاین از مدت‌ها قبل مدنظر مسئولان اینستاگرام قرار گرفته است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. بارگذاری ویدئوهای بلند تا پیش از این فقط در یوتیوب امکان‌پذیر بود، با این حال اکنون اینستاگرام در حال رقابت موثر با یوتیوب است. بدون تردید هنوز هم سلطه یوتیوب بر عرصه پلتفرم‌های ویدئویی ادامه دارد، اما این سلطه در آینده‌ای نزدیک با چالش اساسی مواجه خواهد شد.

امکانات تبلیغاتی در بخش IGTV به طور قال ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده است. این امر شامل امکان تگ کردن برندها از سوی اینفلوئنسرها به عنوان اسپانسر و همچنین بارگذاری ویدئوهای تبلیغاتی است. بلاگرها بیش از هر زمان دیگری نسبت به امکانات تازه بخش IGTV خوشبین هستند بنابراین در آینده‌ای نزدیک باید شاهد افزایش تمایل بلاگرها برای حضور در اینستاگرام باشیم.

بدون شک اینستاگرام در تلاش برای رقابت با دیگر پلتفرم‌های اجتماعی در حال الگوبرداری از امکانات منحصر به فرد آنهاست. این امر به طور موفقیت‌آمیز در رابطه با یوتیوب پیاده‌سازی شده است. با این حال هنوز مسیر بسیار دشواری تا موفقیت اینستاگرام باقی مانده است. شما به عنوان یک برند یا اینفلوئنسر باید از همین الان نسبت به استفاده از ایده‌های تازه اینستاگرام اقدام کنید. مزیت این امر امکان کسب شهرت و اعتبار بسیار بیشتر در میان برندهای دیگر است. امروزه برندهای دارای سابقه فعالیت بیشتر در اینستاگرام مزیت قابل ملاحظه‌ای در مقایسه با رقبا دارند. همین امر به آنها برای کسب موفقیت بازاریابی کمک می‌کند.

۴.راه‌اندازی فروشگاه‌های اینستاگرام

برندها در زمینه خرده‌فروشی از مدت‌ها قبل گزارش‌هایی مبنی بر ضرورت راه‌اندازی امکانات فروش درون برنامه‌ای به مسئولان اینستاگرام می‌دادند. این گزارش‌ها در سال ۲۰۱۸ تاثیر خود را نشان داد. در آن سال راه‌اندازی فروشگاه‌های مختلف درون برنامه‌ای برای برندها شروع شد. بدون تردید از آن زمان تا به حال فروش درون برنامه‌ای در اینستاگرام تحولات بسیار زیادی به خود دیده است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اکنون دیگر نیازی به بارگذاری لینک‌های جانبی برای هدایت مشتریان به فروشگاه برندها نیست.

مهمترین نکته در مورد استفاده از فروشگاه درون برنامه‌ای اینستاگرام ضرورت داشتن یک اکانت معتبر در فیس‌بوک است. جالب اینکه اینستاگرام برای راه‌اندازی فروشگاه هیچ هزینه‌ای از کاربران دریافت نمی‌کند بنابراین نیازی به نگرانی از بابت هزینه‌های بازاریابی در این پلتفرم و فروش محصولات نخواهد بود. البته کاربران در صورت تمایل امکان استفاده از گزینه‌های پولی تبلیغات در اینستاگرام را دارند. این نکته به برندها برای نمایش هرچه بیشتر محصولات‌شان به مخاطب هدف کمک خواهد کرد.

دست‌اندرکاران بخش فروش اینستاگرام به زودی بخش ویژه‌ای برای فروش محصولات طراحی خواهند کرد. به این ترتیب کاربران امکان جست‌وجوی محصولات فروشگاهی به طور مجزا را خواهند داشت. ورود بخش فروش به استوری گام مهمی در راستای جلب نظر مخاطب هدف محسوب می‌شود. این نکته در کنار سایر عوامل امکان جهت‌گیری بیشتر برای کسب سود از سوی برندها را افزایش داده است. شاید تا پیش از این کمتر برندی فروش درون برنامه‌ای در اینستاگرام را مدنظر قرار می‌داد، اما اکنون با ورود این بخش به اینستاگرام توجه بسیار بیشتری به این حوزه صورت می‌گیرد.

امروزه کاربران تمایل بسیار زیادی برای خرید آنلاین دارند. مهمترین نکته در این میان فراهم‌سازی امکانات پس از فروش و همچنین مشاوره گسترده برای خریداران است. فقط در این صورت امکان جلب نظر آنها به سوی خرید محصولات برند فراهم خواهد شد. ما باید همیشه نسبت به حضور رقبای گسترده در بازار کسب و کار توجه داشته باشیم. بسیاری از برندها در عمل توانایی جلب نظر مخاطب هدف را ندارند بنابراین اغلب آنها در عمل عرصه رقابت را به دیگران واگذار می‌کنند. وقتی ما همیشه نسبت به حضور رقبا در کنارمان هشیار باشیم، کمتر دچار غفلت خواهیم شد.

۵. استفاده از هوش مصنوعی در زمینه فروش و تبلیغات

فروش محصولات مختلف به مشتریان علاقه‌مند پیوند نزدیکی با نمایش تبلیغات جذاب به مخاطب دارد. امروزه کمتر کاربری نسبت به مشاهده تبلیغات بی‌ارتباط با سلیقه اش از اینستاگرام شکایت می‌کند. دلیل این امر استفاده از هوش مصنوعی در فرآیند بازاریابی و تبلیغات اینستاگرام است. هوش مصنوعی توانایی تحلیل شمار بالایی از داده‌ها را دارد. بنابراین بحث نمایش تبلیغات براساس سلیقه مخاطب هدف از طریق این پلتفرم به بهترین شکل امکان‌پذیر است.

مدیران بخش فنی اینستاگرام در راستای تحلیل داده‌ها به صورت دسته جمعی و در مدت زمانی اندک از نرم‌افزار دارای هوش مصنوعی تحت عنوان GrokNet استفاده می‌کنند. مزیت اصلی این ابزار امکان تحلیل ابرداده‌ها در مدت زمانی اندک است. همچنین میزان خطاپذیری این سیستم معادل ۰٫۷ درصد در هر ۱۰۰ میلیون داده است. با این حساب مشاهده رضایت کاربران اینستاگرام از مشاهده تبلیغات مرتبط با سلیقه‌شان امر عجیبی نخواهد بود.

وقتی دقت اینستاگرام در ارائه محتوای تبلیغاتی به مخاطب هدف افزایش قابل ملاحظه‌ای پیدا کرده است، ما باید توجه ویژه‌ای نسبت به این امر داشته باشیم. صرف هزینه‌های تبلیغاتی در اینستاگرام دیگر یک امر لوکس و اضافی محسوب نمی‌شود. اکنون نیاز اساسی هر برند حضور تبلیغاتی در اینستاگرام است. این امر در مورد محتوای بخش فروشگاه نیز صحت دارد. دقت در ارائه پیشنهادهای خرید مزیت بسیار مهمی برای برندها محسوب می‌شود. شاید اکنون فروش در اینستاگرام حتی مقرون به صرفه تر از راه‌اندازی فروش منحصر به فرد برندمان در قالب یک سایت باشد.

۶. کسب اطلاعات مهم از اینستاگرام

امروزه کاربران برای مدیریت کارهای روزمره‌شان از سایت‌های مختلف استفاده می‌کنند. یکی از کاربردهای اساسی سایت‌های مختلف تلاش برای دسترسی به اطلاعات است. اینستاگرام در این زمینه اقدام به رقابت موثر با دیگران کرده است. بر این اساس اینفلوئنسرها در اینستاگرام بیش از هر زمان دیگری ترقیب به ارائه اطلاعات کاربردی به کاربران می‌شوند. نتیجه این امر مراجعه هرچه بیشتر کاربران به اینستاگرام برای کسب اطلاعات دقیق است. این امر رقابت مهمی میان اینستاگرام و دیگر سایت‌های کسب اطلاعات عمومی ایجاد کرده است.

مزیت اصلی اینستاگرام امکان استفاده از دامنه وسیعی از اینفلوئنسرها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. بدون تردید کاربران به جای مشاهده محتوای متنی در سایت‌های مختلف به سوی استفاده از محتوای تولیدی اینفلوئنسرها، به عنوان کاربران حقیقی، خواهند رفت بنابراین اینستاگرام آینده بسیار موفقی در زمینه بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف برای کسب اطلاعات موردنیازش خواهد داشت.

بخش مسافرت و استفاده از خدمات حمل و نقل مختلف موجب شهرت بسیاری از سایت‌های گوناگون شده است. اینستاگرام در این زمینه در تلاش برای جلب نظر هرچه بیشتر آژانس‌های مسافرتی برای حضور در پلتفرمش است. به این ترتیب کاربران برای رفع نیازهای‌شان در زمینه خدمات مسافرتی نیازی به مراجعه به دیگر سایت‌ها نخواهند داشت. هدف‌گذاری اینستاگرام به طور کلی شامل تلاش برای رفع تمام نیازهای مشتریان با کمترین هزینه ممکن است. در این میان حضور برند ما به عنوان یک کسب و کار جویای شهرت و موفقیت در اینستاگرام ضروری است.

ترندهای موردنظر اینستاگرام برای جلب نظر برندها و اینفلوئنسرها مزیت‌های خاصی دارد. یکی از نکات مهم در این میان ماهیت بلندمدت آنهاست. برعکس دیگر ترندها در فضای آنلاین، اینستاگرام در تلاش برای بسترسازی به منظور جلب نظر هرچه بهتر مخاطب هدف است. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای برندها دارد. وقتی ترندهای موردنظر ماهیت طولانی داشته باشد، صرف هزینه‌های مشخص برای بازاریابی منطقی خواهد بود.

۷.تمرکز بر روی ارزش‌های مرکزی برندها

اعتبار و اصالت برندها در فضای اینستاگرام اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه کاربران توجه بسیار زیادی به نوآوری برندها دارند. برندهای موفق در فضای بازاریابی اینستاگرامی همیشه از ارزش‌های نوین و منحصر به فردی بهره می‌برند. نکته مهم در این میان فضای مساعد اینستاگرام برای توسعه ارزش‌های برند است. جهت‌گیری تازه اینستاگرام در راستای احترام به فعالیت متنوع برندها و توسعه ارزش‌های منحصر به فردشان است. نکته مهم در این میان توجه تیم بازاریابی اینستاگرام به اصالت برندهاست. بدون تردید بسیاری از برندها دارای ماهیت تقلیدی از دیگر برندهای بزرگ هستند. اگر شما دارای ایده‌ای تازه برای فعالیت در فضای کسب و کار هستید، استفاده از اینستاگرام مزیت‌های بسیار زیادی برای شما خواهد داشت. این پلتفرم به تازگی اقدام به معرفی اینفلوئنسرهای برتر به برندها برای همکاری هرچه بهتر میان آنها کرده است بنابراین شاید اکنون بهترین زمان برای جهت‌گیری به سوی استفاده از اینستاگرام باشد.

۸. بازنشر محتوای تیک توک و توییتر در اینستاگرام

توسعه شبکه‌های اجتماعی تازه مانند تیک توک و همچنین افزایش تمایل کاربران برای استفاده از توییتر قابل درک است. اینستاگرام در این میان تهدید جدی از سوی پلتفرم‌های مورد نظر احساس نمی‌کند، برعکس، آنها در تلاش برای استفاده از محتوای تیک توک و اینستاگرام در راستای بهبود وضعیت‌شان هستند. بازنشر محتوای مربوط به کاربران مختلف امر تازه‌ای نیست. با این حال امروزه در اینستاگرام کاربران محتوای مربوط به تیک توک و توییتر را بازنشر می‌کنند. این امر بیانگر ماهیت محبوب اینستاگرام در میان کاربران است. به این ترتیب کاربران به جای بازنشر محتوای‌شان در تیک توک اقدام به استفاده از اینستاگرام می‌کنند.

اگر شما نیز به عنوان اینفلوئنسر یا یک کسب و کار دارای فعالیت قابل توجه در تیک توک یا توییتر هستید، باید از اینستاگرام به عنوان پلتفرمی مناسب برای بازاریابی استفاده کنید. به این ترتیب دامنه مخاطب هدف شما به شدت افزایش خواهد یافت.

منبع: blog.hootsuite.com

ایستگاه بازاریابی

محتوای سبز، محتوای ریشه‌دارِ ماندگار

می‌گویند شرحِ نقطه مقابل یک چیز یا مفهوم، گویاترین معرفی از آن است؛ مثلاً وقتی عبارت درختان «همیشه سبز» را در مقابل درختان برگ‌ریز قرار دهیم، مفهوم «همیشه سبز» بهتر و روشن‌تر درک می‌شود. درختان همیشه سبز برخلاف درختان عادی در فصول سرد و خشک همچنان سبز و سرزنده‌اند؛ درصورتی که نقطه مقابل آن این ویژگی را ندارد. واژه «سبز» تنها رنگ یا نماد نیست. مفهومی است دربرگیرنده رشد سالم، تداوم رشد، و رشد منجر به نتیجه.

در مثالی دیگر نقطه مقابل محتوای سبز را می‌توان محتوایی که سبز نیست؛ مثل محتوایی با عمر کوتاه یا محتوای زرد تصور کرد. وقتی واژه «سبز» برای محصول، خدمت یا فعالیتی به عنوان پسوند به کار برده می‌شود از مسئولیت، تلاش و تعهدی فراتر از انتظار پیش‌بینی شده صحبت می‌کند. تولیدات صنعتی سبز، مواد شیمیایی سبز، محتوای سبز و در نهایت زندگی سبز. سبز یعنی مسیری جدید در هر فرآیند مثل بسته‌بندی، مواد شیمیایی یا محتوا. سبز یعنی تفکری مسئولانه‌تر در قبال دیگران و زندگی.

محتوای سبز چیست؟ چرا به آن محتوای سبز می‌گویند؟

محتوای سبز یعنی مجموعه مفاهیمی در قالب‌های مختلف که برای همیشه یا مدت زمان طولانی در فکر و ذهن مخاطب ماندگار است. محتوای سبز یعنی تفکر و مسئولیتی فراتر از چارچوب‌های متداول زمانی نسبت به موارد مشابه. شاید این تعریف کمی اغراق‌آمیز یا سخت‌گیرانه به نظر برسد، اما تفاوت حرف با نقل، کتاب با روزنامه و صدا با ندا از همین نقطه شروع می‌شود. عمر برخی از این مفاهیم به اندازه یک لحظه، برخی دیگر یک روز و برخی یک فصل، اما عمر محتوای سبز می‌تواند به اندازه قرن‌ها باشد.

پایداری ذاتی در مقابل گذشت زمان مهم‌ترین ویژگی محتوای سبز (Green Content) است. از محتوای سبز انتظار می‌رود با گذشت زمان ارزش مفهومی، معنا، کارکرد و تأثیر آن کاسته و کمرنگ نشود. الزاماً همه انواع محتوا نمی‌تواند سبز باشد یا حداقل سبز باقی بماند. همان‌طور که در یک جنگل نمی‌توان از هر رونده سبزی انتظار داشت تمام فصول، سبز باقی بماند. مثلاً خبرها در ذات خود عمر خیلی کوتاهی دارند، اما یک تحلیل خبری می‌تواند طول عمری بیشتری نسبت به اصل خبر داشته باشد.

محتوای سبز و تاریخ مصرف محتوا

تفکر محتوای سبز به معنای پرداختن عمیق‌تر به یک موضوع و شرح و بسط آن فراتر از محدوده و انتظار مخاطب است بنابراین پرداختن به موضوعات و مفاهیمی که در ذات خود تاریخ مصرف کوتاهی دارند (مثل اخبار، قیمت ارز و طلا و...) نیاز به باز کردن سرفصل‌های جدید از ریشه یا شاخ و برگ دادن اصولی به آنها از طریق پرداختن به پیشینه و آینده آن دارد. بین طول عمر محتوا و انتظار مخاطب برای تازه کردن آن ارتباط مستقیم معنادار وجود دارد. هر چقدر که محتوا بتواند این ارتباط را بهتر و طولانی‌تر مدیریت کرده و معنا کند، سبزتر خواهد بود.

اگرچه جنس محتوا در سبز بودن و ماندگاری آن تأثیر بسزایی دارد، تفکر تولید «محتوای سبز» می‌تواند بر جنس محتوا غلبه کند. مثلاً در رسانه‌ای با داشتن کوتاه‌ترین محتوا از لحاظ طول عمر مصرف (مثلا اخبار هواشناسی) می‌تواند با تولید محتوای سبز از مفاهیم پایه، طول عمر بخش قابل توجهی از محتوای خود را افزایش دهد.

محتوای سبز در انواع قالب و رسانه

قالب محتوا (متن، تصویر، صوت، ویدئو) و ترکیب‌های آن تأثیر چندانی در سبز بودن یا ماندگاری آن ندارد، با این حال از هر قالب محتوایی انتظار می‌رود سبزی خاص خود را داشته باشد. متن به عنوان پایه و بنیان محتوا، تصویر به عنوان سریع‌ترین شکل انتقال مفهوم در محتوا، صوت روبه‌رشدترین شکل تولید محتوا و ویدئو به عنوان تاثیرگذارترین نوع محتوا، هر کدام می‌تواند سبزی خاص خود را داشته باشد.

محتوای سبز چه ارزشی تولید می‌کند؟

محتوای سبز چه فایده و سودآوری دارد؟ چرا باید محتوای سبز تولید کرد؟ محتوای سبز در بلندمدت هزینه بازاریابی محتوا را از طریق استفاده و بازنشرهای مکرر کاهش می‌دهد. وقتی یک متن، تصویر یا ویدئو به دفعات و در مدت زمان طولانی مورد استناد قرار گیرد برای تولیدکننده، رسانه و بستر انتشار، اعتمادسازی بیشتری به لحاظ فنی و کاربردی ایجاد خواهد کرد.

تولیدکننده، رسانه و بازنشردهنده محتوای سبز از اعتبار رسانه‌ای خوبی به نسبت سایر رسانه‌ها برخوردار شده و ارتباط طولانی‌تری با مخاطب خود برقرار می‌کنند. این نه‌تنها در فرآیندهای تجاری مثل بازاریابی محتوا و خدمات بهینه‌سازی نتایج جست‌وجوها (SEO) موفق‌تر هستند، در بلندمدت هزینه کمتری بابت تبلیغات پرداخت می‌شود و بازاریابی اقتصادی‌تر خواهد شد.

قابلیت درآمدزایی و تعریف مدل درآمدی مستقیم از محتوای سبز

محتوایی که در بستر فناوری تولید و توزیع می‌شود، الزاماً به درآمد مستقیم نمی‌انجامد. به همین دلیل است که اکثر رسانه‌های دیجیتال محتوامحور، از شیوه‌های جانبی مثل نمایش تبلیغات، اسپانسرینگ و ... کسب درآمد دارند. قابلیت تعریف مدل درآمدِ مستقیم برای محتوای سبز ویژگی برجسته‌ای است که کمترِ ساختاری در حوزه محتوا از آن بهره می‌برد. به زبان ساده محتوای سبز مشتری مستقیم دارد و می‌توان آن را به عنوان محصول عرضه کرد.

پایه و زیربنای سبزی محتوای سبز

محتوای سبز به رسانه و قالب وابسته نیست؛ بلکه بر دو رکن اصلی «تخصص» و «شناخت دقیق مخاطب» استوار است. سبز بدون تخصص و عمق بخشیدن به مفاهیم در حوزه محتوا امکان‌پذیر نیست. نمی‌توان به موضوعاتی مثل سینما، فوتبال یا خودرو پرداخت در حالی که تولیدکننده محتوا، هیچ تخصصی از آن حوزه نداشته باشد. سمت دیگرِ داستان، شناخت هوشمندانه مخاطب است. اینکه بدانیم دقیقاً مخاطب چه چیزی می‌خواهد و محتوا، خواسته او را به چه شکل برطرف خواهد کرد، نیاز به تیزبینی و ظرافتی بیشتر از هیاهوهای رسانه‌ای دارد.

منبع: techrasa

رهبری

نحوه ارتباط با کارمندان در مواقع بحرانی

به قلم: بروکس هالتوم کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

در شـرایط بحرانی حفظ ارتباط با کارمندان امری ضروری بوده و باعث خواهد شد تا بهتر بتوانید اوضاع را مدیریت کنید. با این حال سـوالی که مطرح است این است که چگونه می‌توان ارتباط خود را بـا کارمندان حفظ کرد. درواقع اگـر بخواهیم مثال بارز یک بحران جهانـی را نام ببریم، ویروس کرونا بهتریـن گزینه خواهد بود. این ویروس باعث شده است تا دورکاری به شیوه فعالیت اکثر کارمندان تبدیل شود. تحت این شرایط با توجه به این امر که ارتباط مستقیم از بین رفته اسـت، مدیریت افراد نیز سـخت‌تر خواهد شـد، با این حـال این امر نباید باعث شـود تـا از این اقدام مهم، غافل شـوید. در ادامه به بررسـی نحوه حفظ ارتباط در شـرایط بحرانی کنونی، خواهیم پرداخت.

۱-میزان ارتباط را افزایش دهید

اولین چیزی که باید به آن توجه داشـته باشـید این اسـت که در شـرایط بحرانی شـما باید بیش از قبل با کارمندان خود ارتباط داشـته باشـید. با این تصمیم می‌توان راهکارهای رسـیدن به این هـدف را پیدا کرد. همچنین با توجـه به این امر که اکثر کارمندان شـما از طریق دورکاری به فعالیت‌های خـود می‌پردازند، ضروری اسـت تا دفعات ارتباط خـود را افزایش دهید. این امر باعث خواهد شد تا امکان رفع سـریع مشکلات، فراهم شود. در نهایت این نکته را فراموش نکنید که شـما مسـئول خارج کردن شرکت از شرایط بحرانی هسـتید. به همین خاطر ضروری اسـت تـا حضور خود را کاملا پررنگ کنید.

۲-بازخوردهای واقعی را مورد بررسی قرار دهید

شـما باید نظر واقعی کارمندان خود را بدانید. در غیر این صورت همدلی لازم شـکل نخواهد گرفت. برای مثال ممکن است برخی از کارمندان ایده‌هایی را داشـته باشـند که به نظـر آنها از تصمیمات حـال حاضر بـه مراتب بهتر اسـت. تحت این شـرایط باید فضایی وجود داشـته باشـد تا آنها بتواننـد موارد را مطرح کـرده و با این اقدام حس ارزشمندبودن را پیدا کنند. همواره این نکته را به خاطر داشته باشـید که حجم کاری بالای شما ممکن است باعث شود تا نسـبت به برخی از مسائل غافل شـوید. به همین خاطر استفاده از نظرات کارمندان به علت ارتباط مستقیم آنها با بخش‌های مختلف، امـری کاملا ضـروری خواهد بـود. درواقع خارج شـدن از بحران تنها زمانی امکان‌پذیر اسـت که یک همکاری دسـته جمعی شکل گیرد. همچنین تلاش کنید تا میزان اسـترس و دغدغه‌های فکری کارمندان خود را کاهش دهید. در این رابطه روشن کردن مسائل و شرح برنامه‌های خود، یک راهکار مناسب خواهد بود.

۳-شرایط دورکاری را مهیا سازید

اگرچه در حال حاضر همه جا صحبت از مزایای دورکاری اسـت، با این حال کمتر از مهیا کردن شرایط برای دورکاری صحبت شده اسـت. درواقـع با توجه به ایـن امر که بسـیاری از کارمندان برای نخستین بار با این شیوه کاری مواجه می‌شوند، طبیعی است که به کمک‌هایی نیاز داشته باشـند. به همین خاطر ضمن فراهم آوردن لوازم موردنیـاز، تلاش کنید تا آموزش‌ها و راهکارهای مناسـب را نیـز ارائـه دهید. در غیر ایـن صورت میان کار و زندگی شـخصی آنها، مشـکلات جدی ایجاد خواهد شد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشـته باشید، پیگیری است. درواقع شـما باید پیگیر اوضاع کارمندان خود باشـید تا در صورت وجود مشـکل، سـریعا بتوانید کمـک کنید. در آخر فراموش نکنید که تجهیزات خانه افراد ممکن اسـت چندان مناسب نباشد. برای مثال حتی یک صندلی معمولی، باعث خواهد شـد تا افراد با دردهای مختلف در ناحیه کمر و گردن مواجه شـوند. به همین خاطر بهتر اسـت تا شرایطی را مهیا سازید که افراد بتوانند از تجهیزات اداره استفاده کنند.

۴-مسئله امنیت اطلاعات را جدی بگیرید

شـما باید به دنبال شیوه‌هایی برای ارتباط خود باشید که امنیت اطلاعات شـما حفظ شـود. درواقع یکی از ویژگی‌هـای دورکاری این اسـت که نیاز به تبادل اطلاعات از طریق بسـتر اینترنت بسیار ضروری و پرکاربرد اسـت. تحت این شرایط اگر از گزینه‌های ایمن استفاده نکنید، ممکن اسـت به سادگی اطلاعات شرکت لو رفته و از آن بر علیه شـما استفاده شود. در این رابطه استفاده از برندهای مطرح همچون مایکروسـافت تیمز، انتخاب هوشمندانه‌تری خواهد بود و همچنین از آموزش‌های لازم غافل نشـوید. درواقع افراد تحت هیچ شـرایطی نباید از سیسـتم خود، برای کارهای اداری استفاده کنند.

۵-در رابطه با آینده صحبت کنید

به عنوان آخرین توصیه بهتر است تا برای حفظ روحیه کارمندان خود در رابطه با شـرایط شـرکت در دوران پساکرونا صحبت کنید. این امر باعث خواهد شـد تا آنها اطمینان داشته باشند که تلاش‌ها و سـختی‌های حال حاضر، کاملا موقتی بوده و امنیت شـغلی آنها تضمین شده اسـت. در این رابطه اسـتفاده از یک روان‌شناس نیز می‌تواند کاملا کارآمد باشد.

منبع: hbr.org

۲۵ اشتباهی که افراد موفق ۲ بار تکرار نمی‌کنند

همه اشـتباه می‌کنند و این بخشـی از زندگی اسـت. در حقیقت، از طریق اشـتباهات و ناکامی‌ها اسـت که تجربیات و بینشـی به دسـت می‌آوریم که به ما امکان می‌دهد موفق شـویم. بعضی افراد برای‌شـان دشوار است اعتراف کنند اشتباه کرده‌اند. با این حال، افراد موفق متوجه اشـتباهات خود می‌شـوند. آنها از اشتباهات‌شان درس می‌گیرند، رشد می‌کنند و سـپس به سـمت جلو حرکت می‌کنند. آن‌هـا می‌دانند که اگر اشـتباه را نادیده بگیرند در یـک چرخه منفی می‌افتند که آن‌ها را شکست می‌دهد و این یک شکست واقعی خواهد بود.

به منظور کمک به شما برای اجتناب از شکست، در اینجا بزرگ‌ترین اشـتباهاتی که افراد موفق ممکن اسـت یک بار، اما نـه دو بار مرتکب شوند را معرفی می‌کنیم:

۱. نادیده گرفتن غریزه خود

گاهـی اوقـات تنهـا چیزی منفـی را حس می‌کنیـم ولی قادر بـه توضیح آن نیسـتیم. اهمیت ندادن به این حس‌ها بسیار آسان است، شـاید به دلیل اینکه ما واقعاً مطمئن نیستیم کـه آیـا باید بر یـک حدس به جـای منطق عقلانی ذهن خود اعتماد کنیم. اما افراد موفق تنها یک بار این اشـتباه را مرتکب می‌شـوند تـا متوجه شـوند غریزه‌هـای خـود را نباید نادیـده بگیرند. با در نظـر گرفتن غرایز، درک عمیقـی از آنچه در حال وقوع اسـت خواهید داشت و به شـما اطمینان بیشتری می‌دهد تا تصمیمات‌تان را بگیرید.

۲. سؤال‌های کافی نپرسیدن

گاهـی اوقـات مـا از هـر جزییاتی سـؤال نمی‌کنیـم زیـرا می‌ترسـیم فضـول بـه نظر برسـیم، اما زمان‌هایی وجود دارد که شما باید سؤالات سخت را بپرسـید. افراد موفق ممکن اسـت یک بار موفق به انجام این کار نشـوند، امـا هنگامی که عواقبـش را دیدند، از معذب بودن چشمپوشـی می‌کنند و اطمینان حاصل می‌کنند که آن‌ها تمام اطلاعات موردنیاز خود را پرسیده‌اند.

۳. امن بازی کردن

اگـر به طور مداوم در زندگی خود امن بازی می‌کنیـد، احتمـالاً امیدوار هسـتید که چون با بقیـه پیش می‌روید پس اشـتباهی مرتکب نمی‌شوید. اما این یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات اسـت، زیرا موفقیت‌های عظیم فقط به کسانی می‌رسد که به اندازه کافی شجاع هستند تا به روش خود عمل کنند. افراد موفق ممکن است در ابتدا به خود اجازه این اشتباه را بدهند، اما چیزی در وجودشان، آن‌ها را به ریسک کردن تشـویق می‌کند. آن‌ها ترجیح می‌دهند چیزی جدیـد را امتحان کنند و شکسـت بخورند تا اینکه شرایط امن و زندگی خسته‌کننده داشته باشند.

۴. اعتقاد داشتن به کمال

آسـان اسـت برای چیزی که بـه نظر یک فرصت فوق‌العاده می‌رسد امیدوار باشیم. آسان اسـت به کسـی که جذبه و جذابیت دارد باور داشـته باشیم. اما اگر چیزی برای واقعی بودن بیش از حد خوب است، احتمالاً واقعی نیست. هیچ کس کامل نیست. افراد موفق ممکن است یک بار به این دام بیفتند، اما در آینده مطمئنا درگیر کمالگرایی نخواهند شد.

۵. سرزنش کردن دیگران

عدم پذیرش مسـئولیت اشـتباهات خود و تلاش بـرای سـرزنش دیگران، برای شـما و کسـانی که در اطراف شـما هستند فوق‌العاده مخرب است. با این حال، این یکی از گرایش‌های انسانی ماست؛ چراکه دوسـت نداریم به نقشـی که در شکست داشـتیم اعتراف کنیم. افراد موفق مسـئولیت کار خود را می‌پذیرند و این برای‌شان احترام می‌آورد. آن‌ها مسـئولیت اشـتباهات خود را برعهده دارند و پس از آن فراتر از اشتباهات‌شان رشد می‌کنند.

۶. اجازه دادن به احساسات در تصمیم‌گیری

احساسـات گاهی اوقات سبب می‌شـوند نتوانیم تصمیمات درست و منطقی بگیریم، حتی اگر در ذهن‌مان تلاش کنیم جلوی تصمیم‌گیری احساسـی را بگیریم اما باز هم احساسـات منفی مانند حسادت، تردید و خشـم می‌توانـد حتـی منطقی‌ترین افـراد را هـم آزار خواهد دهد، قضاوت‌شـان را خنثی خواهد کرد و در نتیجـه منجر به تصمیم‌گیری احساسـی و نادرست خواهد شـد. افراد موفق به خود اجازه نمی‌دهند بیش از یک بار به این تله بیفتند.

۷. فرسوده شدن

هیـچ کس رویاهای خود را بدون کار و اسـتقامت بسـیار به دسـت نمی‌آورد، اما افراد موفق به سـرعت یـاد می‌گیرند که نیاز به تعادل در زندگی دارند. اعتیاد به کار تنها منجر به اسـترس درازمدت و درنهایت فرسـودگی خواهد شـد. وقت خود را صرف گرفتن انرژی و اسـتراحت کنید - زمانی که بازگشتید اثراتش را خواهید دید.

۸. میانبر رفتن

در کسب و کار یا در زندگی هیچ گذرهای سریعی وجود ندارد. تلاش برای بریدن خط یا پرش به جلو به احتمال زیاد منجر به شکسـت و یا حداقل نتایج خواهد شـد. افراد موفق ممکن اسـت سعی کنند یک بار میانبر بروند، اما هنگامی که شکسـت خوردند، یاد می‌گیرند که شـما نمی‌توانید خط را دور بزنید.

۹. تلاش برای خوشحال کردن همه

همه ما به دنبال تایید دیگران هسـتیم و همه ما می‌خواهیم دوسـت داشته شویم. اما افراد موفق در اوایل یاد می‌گیرند که غیرممکن است که بتوانند همه را خوشـحال کنند و راضـی نگه دارند. هر کس نظری دارد و بعضـی از مردم هرگز از شـما راضی نخواهند شـد. افراد موفق می‌دانند که تلاش برای خوشـحال کردن همه باعث می‌شـود آن‌ها در کارشـان کمتر کارایی داشته باشند. آن‌ها با تأکید بر اهدافی که روشن کرده‌اند بر مشتریان اصلی خود تمرکز می‌کنند.

۱۰. تغییر ندادن ذهن خود

اسـتقامت برای دستیابی به موفقیت بسیار مهم است، اگر خطی بین مصر بودن و داشـتن چشـم‌انداز سـخت و لجبازی وجود داشته باشد پایداری به شـما در دستیابی به اهداف‌تان کمک می‌کند. لجباز بودن و امتناع از تغییر ذهن و ندیدن واقعیت یک وضعیت باعث شکسـت شما خواهد شد. ممکن است افراد موفق این اشتباه را یک بار مرتکب شوند اما هرگز تکرار نخواهند کرد.

۱۱. تمایل برای موفقیت سریع

بـه تأخیـر انداختن موفقیت برای بسـیاری از مردم سـخت اسـت. پـس از همه، ما در جهانی زندگی می‌کنیـم که انتظار برای چیزی که می‌خواهیم به نظر مسـخره و غیرضروری اسـت. اما دستیابی به اهداف اصلی زندگی، کار سختی است و استقامت می‌خواهد. افراد موفق، ارزش موفقیت با تأخیر را در اوایل یاد می‌گیرند و عزم‌شـان برای رسـیدن به موفقیت بسیار زیاد است.

۱۲. انجام کاری که شما در مورد آن پرشور نیستید

درسـت اسـت که حتی افراد موفق هم همه بخش‌هـای کار خود را دوست ندارند، اما قطعاً عمیقاً متعهد و پرشور در مورد اهداف و رویاهای نهایی خود هسـتند. افراد موفق ممکن اسـت یک بـار خود را در یک کار بدون پیشـرفت و یا انجام کاری که از آن نفرت داشـتند، قرار داده باشـند، اما هرگز بازنخواهند گشت، مهم نیسـت که حقوق و دستمزد چقدر باشد.

۱۳. دروغ گفتن

همه ما می‌دانیم که صداقت بهترین سیاسـت است، اما گاهی اوقات حتـی مردم خوب انتخاب‌های بدی می‌کننـد. گاهی اوقات افراد موفق این امر را فراموش می‌کنند، اما آن‌ها این کار را دوباره انجام نمی‌دهند، زیرا شـهرت خود را با ارزش می‌دانند و درک می‌کنند که هیچ قیمتی برای احترام و اعتماد وجود ندارد.

۱۴. تنظیم نکردن مرزها

تعریف مرزها با دیگران به معنای بیان توانایی‌تان برای نه گفتن و رد کردن زمانی که نیاز می‌شـود اسـت. بدون مرزهای سالم، شما در رحم دیگران هستید و وقت و انرژی خود را صرف کارهایی می‌کنید که واقعاً نمی‌خواهیـد انجام دهید. مردم موفق می‌دانند که محدودیت‌های آن‌ها چیسـت و مؤدبانه، اما به وضوح به دیگران اطلاع می‌دهند که این حد کجا است.

۱۵. تلاش برای بودن کسی که نیستید

وسوسـه‌برانگیز اسـت که بخواهید خـود را در تصویـری قرار دهید کـه فک می‌کنید دیگران دوسـت دارند، اما افراد موفق به سـرعت یاد می‌گیرند زمانی که سـعی کنند به عنوان کسـی که نیسـتند باشـند، احتمال بد تمام شـدنش زیاد است. سعی برای بودن کسی که نیستید، غیرقابل اعتماد و غیرمتعارف است.

۱۶. داشتن ذهنیت قربانی

افراد موفق ممکن است یک بار به دام نقش قربانی بازی کردن بیفتند اما آن‌ها به سـرعت متوجه خواهند شـد که داشـتن ذهنیت قربانی به معنـای رهاکردن کنترل بـرای گرفتن توجه و همـدردی از دیگران و اجتناب از مسـئولیت است. افراد موفق برای تصورات غلط یا بی‌انصافی ناله نخواهند کرد. آن‌ها بر شانس غلبه می‌کنند.

۱۷. قول بیش از حد و تحویل با کیفیت کم

یکی از قوانین طلایی برای هر کسب و کار این است که کم قول بدهید و بیشتر از انتظار تحویل دهید. به این ترتیب شما همیشه بیش از انتظار مشتری عمل کرده‌اید، اما حتی افراد موفق نیز در یک نقطه متوجه شدند که وعده‌هایی می‌دهند که قادر به انجام آن‌ها نیستند. این اشتباه بزرگ به ضررتان تمام خواهد شـد و افـراد موفق نیز مطمئن خواهند شـد که این کار را هرگز دیگر انجـام ندهند. اگـر تعهدی را مرتکب شـده‌اید، اطمینان حاصل کنید که می‌توانید این انتظارات را برآورده کنید.

۱۸. درخواست کمک نکردن

هیچ کس بـدون کمک دیگران موفق نخواهد شـد، بـا این حـال اغلب بـه نظر می‌رسـد ما می‌خواهیم همه چیز را خودمان انجام دهیم. در ابتدا، افراد موفق ممکن است آنقدر لجباز باشند که نگذارند دیگـران به آن‌ها کمک کنند. با این حال، آن‌ها بـه زودی این درس را می‌آموزند که همه ما به کمک نیاز داریم و همه ما باید مایل به کمک به دیگران نیز باشیم.

۱۹. تصویر بزرگ را ندیدن

آسان اسـت که در شلوغی و سردرگمی روز گم شـویم و تصویر بزرگ و اهداف اصلی خود را نادیده بگیریم، اما افراد موفق به سـرعت به مسیر خود بازمی‌گردند. آن‌ها می‌دانند که باید همیشـه اهداف اصلی خـود را در خط مقدم ذهن‌شان نگه دارند. آن‌ها اولویت‌های روزانه را تعیین می‌کنند و اطمینان حاصل می‌کنند که در حال پیشرفت به سوی اهداف مهم هستند.

۲۰. رقبا را به عنوان دشمن دیدن

یکی از رایج‌ترین اشتباهاتی که ما در کسب و کار و زندگی مرتکب می‌شویم، تمرکز انرژی روی «شکست دادن» رقیب است. افراد موفق می‌دانند که کلید واقعی برنده شدن این است که مشتریان خود را خوشـحال کنند. درست اسـت که باید به رونـد صنعت توجه کنید، اما زمانی که رقبای خود را دشمن مشاهده نکنید، می‌توانیـد بر درک بهتر و بهبـود نقاط ضعف خود تمرکز کنید.

۲۱. سعی کردن برای تعمیر چیزی که برای همیشه شکسته است

شـما مقدار زیادی وقت، انرژی و پول را برای چیزی سـرمایه‌گذاری کرده‌اید و متعهد هستید که آن را به موفقیت برسـانید. تنها مشـکل این اسـت که آن چیز، برای همیشه شکسته است. آن را رها نمی‌کنید زیرا نمی‌خواهید آنچه را که برایش سرمایه‌گذاری کردید از دست بدهید. این یک اشـتباه غلط هزینه است. هرچه زودتر آن را رها کنید، کمتر منابع برای چیزی که به هیچ جا نمی‌رسد هدر داده‌اید.

۲۲. در نظر نگرفتن بودجه

اشـتباهات مالی رایج هستند و حتی افراد موفق هم دچار اشتباهات مالی می‌شوند، اما هر کسی که قرار است به هدف خود برسد، به سرعت ارزش بودجه را یاد می‌گیرد. هرچند که افراد دارای منابع مالی شخصی خود هسـتند و یا اینکه کسب و کار آن‌ها دارای بودجه عملیاتی جامع است، مردم موفق یک برنامه مالی مبتنی بر درآمد و هزینه دارند.

۲۳. اولویت‌های دیگران را بالاتر از اولویت‌های خود قرار دادن

مفید بـودن و کمک به افرادی که در اطراف‌تان هسـتند زمانی که نیاز دارند یک چیز اسـت اما به طور مداوم اولویت‌های دیگران را پیش از اولویت خود قرار دادن چیز دیگری اسـت. افـراد موفق می‌دانند که باید بر خود سـرمایه‌گذاری کنند و اطمینـان حاصل کنند که به طور مـداوم در جایگاه دوم قرار نمی‌گیرند. مهم اسـت کـه برای خودتان و اولویت‌های‌تان تلاش کنید.

۲۴. با خود صادق نبودن

به نظر می‌رسد دانستن خود باید ساده‌ترین چیز در جهان باشد. پس از همه، ما در ذهن خودمان زندگی می‌کنیم، اما گاهی حقیقت را حتی از خودمان پنهان می‌کنیم، زیرا نمی‌خواهیم واقعیت سخت مقابل‌مان را ببینیم. مردم موفق می‌دانند که فریب خود منجر به خرابکاری می‌شود. در واقع موفق بودن در توانایی شـما برای شـناختن و پذیرش خود در سطح عمیق است.

۲۵. توجه زیاد به کارهای کوچک

زندگی خیلی کوتاه است تا وسواس برای چیزهای بی‌اهمیت یا نگرانی در مورد چیزهای کوچک داشـته باشیم. اگر تمام کارهایی که انجام می‌دهید تمرکز روی چیزهای کوچک و نادیده گرفتن مسـائل عمده در مقابل شما اسـت بنابراین زمان و انرژی گران‌قیمت خود را هدر می‌دهید. افراد موفق، در مورد آنچه که کسـب و کارشان به بهترین شکل انجام می‌دهد، تمرکز می‌کنند و برای رشد این عادت‌ها تلاش می‌کنند.

منبع: Entrepreneur/ucan

اخبار

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان در دیدار با نماینده ولی فقیه در گیلان:

افزایش مراکز خدمات رسانی به مردم از اهداف مهم طرح یکپارچه سازی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی است

رشت-مهناز نوبری: مدیرعامل این شرکت در دیدار با نماینده ولی فقیه در استان گیلان ضمن تشریح اهداف وزارت نیرو از یکپارچه سازی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی، به برنامه های وزارت نیرو در راستای اجرای پویش #هرهفته_الف_ب_ایران اشاره نمود. سید محسن حسینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان با اشاره به یکپارچه سازی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی از اسفندماه سال ۱۳۹۸ تصریح کرد: وزارت نیرو از اجرای این طرح اهداف مختلفی را دنبال می کند که یکی از اتفاقات خوب و ارزشمند، افزایش تعداد مراکز خدمات رسانی به مردم استان است.وی با بیان اینکه مراکز خدمات دهی به مردم پس از اجرای این طرح در سطح کشور ۲،۵ برابر خواهد شد اظهار داشت: با توجه به تعداد ادارات این شرکت در شهرهای استان، مراکز خدمات رسانی و پاسخگویی به مشترکین در گیلان ۳ برابر شد که این امر موجب توزیع کار و نظارت بیشتر شده است.مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان همچنین استفاده از تأسیسات مشترک برای خدمات دهی به مردم را از دیگر اهداف این طرح برشمرد و گفت: در شهرستان رشت روستاهای همجوار خط انتقال تصفیه خانه بزرگ آب گیلان از آن بهره مند می شود و استفاده از چاهها نیز کاهش خواهد یافت.مهندس حسینی با اشاره به چالش خدمات رسانی به حاشیه شهرها افزود: بدلیل بافت موجود و نزدیکی شهرها و روستاها در گذشته برای تقسیم این حوزه مشکلاتی وجود داشت که با اجرای این طرح رفع شد و خدمات شرکت آب و فاضلاب استان گیلان در کل پهنه استان ارائه می شود.وی در ادامه گفت: ۸۳۱ هزار مشترک تحت پوشش خدمات آبرسانی این شرکت می باشند و با استفاده از ۷۲۹ حلقه چاه ، ۵۷۵ دهنه چشمه و تصفیه خانه های استان، وظیفه تأمین آب ۱،۰۶۲،۰۰۰ خانوار بر عهده داریم .مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان جمعیت تحت پوشش خدمات این شرکت در حوزه شهری را ۹۹،۹۴درصد اعلام کرد و گفت: در حوزه روستایی ۷۶درصد جمعیت استان از خدمات این شرکت بهره مند می باشند که با برنامه های پیش رو شاهد افزایش جمعیت برخوردار این حوزه خواهیم بود.مهندس حسینی همچنین با تشریح اقدامات شرکت در مقابله با شیوع ویروس کرونا اظهار داشت: با افزایش مصرف آب بدلیل شستشوی مکرر دست ها و همچنین در روزهای پایانی سال بدلیل مصارف خانه تکانی ، میزان مصرف آب ۴۰درصد افزایش یافت و این شرکت بعنوان یک دستگاه خدمات رسان باید نسبت به تأمین آب مورد نیاز اقدام می نمود.

استاندار قزوین در بازدید از امور مالیاتی استان:

مالیات نقش موثری در اقتصاد کشور برعهده دارد

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: استاندار قزوین به نقش سازنده و موثر مالیات در اقتصاد کشور اشاره کرد و گفت: امروز درآمدهای مالیاتی یکی از مطمئن‌ترین منابع درآمدی دولت محسوب شده که می توان در سایه آن به اهداف مهم اقتصادی و اجتماعی دست یافت . به گزارش روابط عمومی اداره کل امور مالیاتی استان قزوین، هدایت‌الله جمالی‌پور روز چهارشنبه مورخ ۱۸ تیرماه بمناسبت هفته فرهنگ مالیاتی از اداره کل امور مالیاتی استان بازدید وهفته فرهنگ مالیاتی را به کارکنان تبریک گفت. وی در دیدار با مدیرکل و کارکنان اداره امور مالیاتی استان قزوین تصریح کرد: پرداخت صحیح مالیات از مهمترین عوامل رشد و توسعه هر جامعه‌ای محسوب شده و موجب رونق اقتصادی، تحقق عدالت اجتماعی، افزایش خدمات و عمران و آبادانی کشور می‌شود . به گفته وی، دولت برای انجام وظایف و تعهدات خود به منابع مالیاتی نیاز دارد و در این رابطه مالیات یکی از اهرم‌های مهم اجرایی در برنامه‌ها پیش‌بینی شده است . جمالی‌پور، شفاف سازی در حوزه مالیات را بسیار حساس و مهم دانست و اظهار داشت: هر قدر مردم را بتوانیم در کنار خود داشته باشیم و اینکه آنان بدانند مالیاتشان در چه راهی هزینه می‌شود، ضمن آنکه حساسیت‌ها نسبت به حوزه مالیاتی کاهش پیدا می‌کند، افراد حقیقی و حقوقی مشارکت و رغبت بیشتری را در حوزه پرداخت مالیات خواهند داشت . استاندار قزوین خاطرنشان کرد: خوشبختانه با فرهنگ سازی‌های صورت گرفته در بخش دریافت مالیات، شاهد افزایش میزان رضایت شهروندان منطقه هستیم و ایجاد رضایت مردم نیز برای مدیریت عالی استان بسیار مهم و حیاتی است .

بهره برداری از واحد اتوکسیلات پتروشیمی شازند

اراک – خبرنگار فرصت امروز: طرح توسعه ۱۰۰ درصد ایرانی واحد اتوکسیلات مجتمع پتروشیمی شازند با سرمایه گذاری ۶۰۰ هزار دلاری به بهره برداری رسید. مدیر عامل شرکت پتروشیمی شازند گفت: این طرح برای نخستین بار در کشور به صورت صددرصد ایرانی طراحی ،ساخته و به بهره‌برداری رسیده که با بهره‌برداری از آن ، ظرفیت تولید اتوکسیلات از ۳۰ هزار تن به ۴۰ هزار تن در سال افزایش یافته است. ولدخانی افزود : این طرح با سرمایه گذاری ارزی ۶۰۰ هزار دلار و ۵۰ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری ریالی به بهره‌برداری رسید که استفاده از حداکثر توان داخلی در تولید قطعات اصلی و پیچیده ای همچون ری اکتور و ابزار دقیق این واحد حداقل سه میلیون دلار صرفه‌جویی ارزی به همراه داشته است. مدیرعامل پتروشیمی شازند افزود: اتوکسیلات به عنوان ماده اولیه در صنایع دارویی، ضدعفونی ،محصولات بهداشتی، شوینده ها و صنایع متعدد پایین دستی کاربرد فراوان دارد و با بهره برداری از طرح توسعه این واحد تنوع تولید ماده اولیه در این واحد به ۵۰ نوع مختلف افزایش یافته است. پتروشیمی شازند با تولید سالانه یک میلیون و ۸۰۰ هزار تن انواع محصولات شیمیایی و پلیمری تامین کننده مواد اولیه و میانی بیش از ۳ هزار واحد صنعتی کوچک و بزرگ در سراسر کشور است .

۲۰ پروژه احیای بافت‌های ناکارآمد شهری در استان بوشهر پایان یافت

بوشهر- رضا حیدری: معاون مسکن و بازآفرینی شهری اداره کل راه و شهرسازی استان بوشهر گفت: از سال ۹۴ تاکنون برای احیای بافت‌های ناکارآمد شهری در این استان ۳۳ پروژه عمرانی از محل اعتبارات ملی اجرا شد که از این شمار ۲۰ طرح تکمیل و تحویل دستگاه بهره‌بردار شده‌است به گزارش اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی استان بوشهرسید محمود دستغیبی افزود: هزینه این پروژه‌ها بطور کامل توسط شرکت بازآفرینی شهری کشور و یا بصورت مشترک با دستگاه بهره‌بردار تامین می‌شود و اداره‌کل راه و شهرسازی به نمایندگی از این شرکت این پروژه‌ها اجرا می‌کند. وی اضافه کرد: این پروژه‌ها شامل خدمات زیربنایی تا روبنایی از جمله مدرسه ۹ کلاسه در تنگک بوشهر، کف سازی و جداره سازی معابر محله کوتی و محدوده مساجد شنبدی و جمعه در محله شنبدی در بافت قدیم بوشهر، اصلاح شبکه آب محله‌های جنوبی ریشهر و امامزاده و محلات بافت فرسوده برازجان، احداث پایگاه بهداشت رایانی، سالن ورزشی تنگگ ۲، سالن ورزشی حسین آباد برازجان، ساماندهی مسیل‌ها در محدوده بافت فرسوده برازجان، احداث پارک و زمین چمن است. دستغیبی ادامه داد: افزون براین نیز چند پروژه شامل احداث مدرسه ۱۲ کلاسه شهید مهیمنیان رایانی بوشهر، احداث پایگاه سلامت در تنگک ۲، پارک و زمین چمن در خورموج و اهرم، نوسازی شبکه‌های آب در محلات جنوبی بوشهر و بافت فرسوده برازجان به صورت اقدام مشترک با دستگاه‌های بهره بردار در دست اجراست. وی یادآور شد: همچنین ۲ هزار و ۵۰۰ تن قیر در محدوده سال‌های ۹۷ و ۹۸ به شهردارهای دارای محدوده بافت فرسوده برای آسفالت معابر بافت فرسوده تخصیص یافته و به این وسیله ۱۰۰ درصدمعابر محله‌های بافت فرسوده خورموج و اهرم آسفالت و معابر سایر شهرهای موجود در محدوده بافت ساماندهی شده‌است. دستغیبی اظهار داشت: بافت‌های ناکارآمد شهری شامل سه محدوده بافت تاریخی یا قدیم، سکونتگاه‌های غیر رسمی و بافت‌های میانی فرسوده‌است که در زمان حاضر یکهزارو و ۶۵۸ هکتار در قالب ۷۲ محله مجموع مساحت بافت‌های ناکارآمد در استان بوشهر است. وی ادامه داد: بافت ناکارآمد استان بوشهر شامل ۳۸ هکتار بافت تاریخی در شهر بوشهر، ۷۷۰ هکتار سکونتگاه غیر رسمی تنها در ۲ شهر بوشهر و برازجان و ۸۷۷ هکتار بافت‌های میانی فرسوده در ۱۲ شهر استان شامل بوشهر، برازجان، خورموج، گناوه، کنگان ،دیلم، دیر، اهرم، چغادک، کاکی، وحدتیه و آبپخش است.

برنامه های فرهنگی قم می‌تواند با توجه به شیوع کرونا زمینه‌ساز تغییر سبک زندگی مردم شود

قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم آشنایی مردم با سبک زندگی جدید در ایام کرونا را امری اجتناب‌ناپذیر توصیف کرد و گفت: برنامه‌های فرهنگی این استان باید به گونه‌ای طرح‌ریزی شود که تغییر سبک زندگی جامعه را در پی داشته باشد. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، سیدموسی حسینی‌کاشانی همکاری دستگاه‌های فرهنگی قم در استفاده مشترک از شبکه‌های اجتماعی را نیز از دیگر موضوع های پیشنهادی برشمرد و اظهار داشت: هر یک از نهادهای فرهنگی مانند شهرداری، آستان مقدسه حضرت معصومه(سلام‌الله‌علیها) و مسجد مقدس جمکران به لحاظ فرهنگی ظرفیت‌هایی را ایجاد کردند که باید ضمن تعامل با دیگر مجموعه ها زمینه بهره بردن از آن را فراهم کنند. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی قم اظهار داشت: خیلی از برنامه‌هایی که تا قبل از شیوع کرونا در برنامه کاری مسئولان فرهنگی بود، برگزاری آنها در شرایط فعلی غیر ممکن می‌باشد. وی بیان داشت: بنابراین رویکرد برنامه‌ها باید به سمتی سوق پیدا کند تا از ظرفیت‌هایی که در اختیار داریم، بهترین استفاده را داشته باشیم. مسئول دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی قم با بیان اینکه شیوه اجرای برنامه‌های فرهنگی در دوران کرونا شامل ۱۷ موضوع پیشنهادی می‌باشد، ضمن اشاره به برخی از آنها گفت: در ایام کرونا دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی استان باید به صورت مجازی برگزار شود. حسینی کاشانی برگزاری مسابقه های فرهنگی اجتماعی به صورت مجازی را نیز مورد توجه قرار داد و گفت: مسابقه‌های شعرخوانی، کتاب‌خوانی و قصه‌گویی نیز بخشی از این برنامه‌های مورد نظر به شمار می‌آید. وی برگزاری کمپین‌های فرهنگی اجتماعی به شکل مجازی را نیز از جمله موارد پیشنهادی به دستگاه های فرهنگی این استان برای اجرا در دوران کرونا ذکر کرد و گفت: تولید محتوای فرهنگی و اطلاع رسانی نیز باید مورد توجه قرار گیرد، که در این زمینه عملکرد حوزه های علمیه جای قدردانی دارد. وی با اشاره به برگزاری منبر مجازی به عنوان یکی دیگر از موضوع های پیشنهادی گفت: اداره تبلیغات اسلامی قم این رویکرد را دنبال کرد و با استقبال خوبی نیز مواجه شد. مدیرکل ارشاد قم با تاکید بر تولید نشریه ها و ویژه نامه‌های مجازی افزود: در ایام کرونا مواردی از قبیل تبلیغات محیطی با محتوای آموزشی و ترویج فرهنگ کتابخوانی و استفاده از کتاب های الکترونیک و خلاصه نویسی و برداشت از آن برای استفاده در فضای مجازی نیز باید مورد اهتمام جدی باشد. حسینی کاشانی با اشاره به تولید آثار هنری مانند نمایش خانگی و تله تئاتر جهت پخش و انتشار در فضای مجازی خاطرنشان کرد: در حال حاضر با صدا و سیمای استان جهت هدایت تولیدهای نمایشی به این سمت وارد مذاکره شدیم. ایشان با اشاره به برگزاری نشست‌ها و محافل علمی و فرهنگی به صورت ویدیو کنفرانس و همچنین خدمات مشاوره ای به صورت تلفنی و مجازی تصریح کرد: با توجه به محدودیت‌های موجود ناشی از شیوع کرونا، اگر برنامه‌های فرهنگی در چارچوب مطالب پیشنهادی فوق شکل بگیرد، دیگر شاهد برگزاری همایش‌ها و تجمع‌های غیرضروری نخواهیم بود، از این رو علاوه بر تداوم برنامه های فرهنگی و جلوگیری از توقف آن، به مجموعه بهداشت و درمان نیز کمک زیادی خواهد شد.

مدیرعامل جدید شرکت توزیع برق هرمزگان معرفی شد

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: در مراسمی با حضور مهندس حائری معاون وزیر نیرو، مدیرعامل جدید شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان معرفی شد. در این آیین با انتصاب مهندس هاجر عبدی به عنوان مدیرعامل توزیع برق هرمزگان از تلاشهای مهندس محمد ذاکری مدیرعامل سابق و مهندس علیرضا رنجبر سرپرست این شرکت قدردانی شد. مهندس عبدی نخستین بانوی صنعت برق کشور است که از سوی مدیرعامل شرکت توانیر به این سمت منصوب شده است. معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی در این آیین گفت: استان هرمزگان به لحاظ شرایط خاص اقلیمی وضعیف متفاوتی با سایر استانها در بخش های تولید، انتقال و توزیع برق دارد. در بخش تولید توانستیم نیروگاههای خود را همگام با نیروگاههای روز دنیا تجهیز نماییم. در بخشهای انتقال و توزیع و بویژه در تلفات و مدیریت پیک برق اقدامات قابل توجهی در استان هرمزگان انجام شده است. مهندس همایون حائری افزود: کاهش مصرف در پیک بار و کاهش تلفات انرژی از اقدامات مهم شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان بود. وی ادامه داد: با تلاش کارکنان شرکتهای توزیع نیروی برق تلفات شبکه برای نخستین بار در کشور تک رقمی شد و به زیر ۱۰ درصد کاهش یافت. در سال گذشته این میزان به ۹،۸ درصد کاهش یافت که با توجه با شرایط اقتصادی گام مهمی در افزایش بهره وری شبکه بود. وی اظهار داشت: سال گذشته با مدیریت صحیح مصرف برق در کشور، پیک بار شبکه ۳ هزارو ۸۰۰ مگاوات کاهش یافت که این میزان کاهش معادل صرفه جویی در احداث یک نیروگاه ۵ هزار ۲۰۰ مگاواتی بود. به گفته وی، هدف از مدیریت مصرف علاوه برق حفظ پایداری شبکه ، افزایش رفاه مردم و توسعه اجتماعی است. معاون وزیر نیرو تصریح کرد: در حال حاضر ۳۶۰ هزار کیلومتر شبکه فشار ضعیف در کشور وجود دارد که ۱۲۰ هزار کیلومتر آن تبدیل به شبکه کابلی خودنگهدار شده که علاوه بر کاهش تلفات انرژی در زیبا سازی مبلمان شهری تاثیر بسزایی دارد. به گفته مهندس حائری، استان هرمزگان بخاطر قرار گرفتن اکثر مناطق آن در نوار ساحلی دارای آب و هوایی شرجی با رطوبت بسیار بالاست که اجرای شبکه خودنگهدر توانسته ضریب اطمینان شبکه را به طور قابل ملاحظه ای افزایش دهد.

با بهره برداری از ۱۰ حلقه چاه؛

کسری آب شرب شهروندان تبریزی تامین می شود

تبریز – ماهان فلاح: علیرغم محدودیت های منابع آب، در حال حاضر برداشت آب از تمامی ظرفیت های موجود برای تامین آب شرب شهروندان کلانشهر تبریز انجام می گیرد و در برخی مواقع مصرف آب بیشتر از تولید بوده و این باعث موازنه منفی تولید و مصرف می شود .

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی ضمن اعلام این مطلب در مورد میزان تامین آب شهر تبریز از کانال‌های مختلف، اظهار کرد: ۵۵ درصد آب از طریق خط زرینه‌رود، ۱۳ درصد از سد نهند، ۳۱ درصد از چاه‌ها و مابقی نیز از قنوات تامین می‌شود. علیرضا ایمانلو افزود: در حال حاضر متوسط تولید سرانه آب مورد نیاز ۲۲۰ لیتر به‌ازای هر نفر در روز بوده و متوسط تولید آب در منابع زیرزمینی ۱۶۰۰ لیتر در ثانیه است؛ حداکثر میزان تولید آب در منابع زیرزمینی نیز برابر با ۱۸۰۰ و منابع سطحی ۳۵۰۰ و حداکثر سرانه آب مورد نیاز ۲۵۰ لیتر به‌ازای هر نفر در روز است. وی با مقایسه مصرف آب نسبت به زمان مشابه سال گذشته، گفت: هر سال افزایش مصرف آب بطور میانگین ۶ درصد را نشان می داد ولی امسال در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته، حدود ۱۸،۵ درصد افزایش مصرف در تبریز و حدود ۲۴/۵ افزایش مصرف در استان را نشان می دهد و کارکنان زحمت کش شرکت آب و فاضلاب بصورت شبانه روزی و با تمام ظرفیت نسبت به تامین و توزیع آب شرب شهروندان اقدام می کنند .مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی در خصوص اقدامات اجرایی تامین آب در کلان‌شهر تبریز نیز خاطرنشان کرد: در سه ماهه اول سال ۹۹ اقداماتی از قبیل حفر و تجهیز ۶ حلقه چاه جدید در میدان‌های چاهی موجود در دامنه شمالی سهند به منظور افزایش تولید آب به میزان ۱۳۰ لیتر در ثانیه انجام شده و با شرکت آب منطقه‌ای استان جهت تکمیل رینگ آب‌رسانی جنوب تبریز نیز همکاری می کنیم که امیدواریم بزودی تکمیل شود. وی افزود: احیا و بازسازی مجدد ۱۲ حلقه چاه متروکه روستایی در اطراف تبریز به منظور افزایش تولید آب به میزان ۱۵۰ لیتر در ثانیه، تجهیز پنج حلقه چاه عمیق با مجموع ظرفیت ۱۳۰ لیتر در ثانیه، مهندسی مجدد تجهیزات اعم از اصلاح الکتروپمپ‌ها، تملیک محل نصب پمپ و اصلاح قدرت برق نیز از سایر اقدامات است.

ایمانلو همچنین گفت: تعداد ۵ حلقه چاه حفر و تجهیز و وارد مدار بهره برداری شده است و با تلاش همکاران و پرسنل زحمتکش آبفای استان امیدواریم تا آخر هفته تعداد ۴ حلقه چاه نیز وارد مدار بهره برداری شود . مدیرعامل شرکت آبفا آذربایجان شرقی در ادامه از نماینده ولی فقیه در استان و امام جمعه تبریز در خصوص پیگیری های مکرر و راهکارهای ایشان در خصوص کمبود و افت فشار آب در برخی ازمناطق مرتفع کلانشهر تبریز تشکر و قدردانی کرد. این مقام مسوول در پایان ضمن درخواست مجدد از همشهریان درخصوص عدم اسراف آب شرب بهداشتی و صرفه جویی درخصوص این مایه حیات، گفت: آب رکن اصلی توسعه پایدار است، فقدان یا کمبود این مایع حیات بخش موجب اختلال در زندگی شهروندان و بروز نابسامانی های فراوان می گردد در این راستا و در جهت جلوگیری از اسراف و هدرروی آب، الگوی صحیح مصرف آب برای هر نفر ۱۵۰ لیتر در شبانه روز می باشد رعایت نمایند.

دکتر یخکشی مدیرعامل شرکت آب منطقه ای استان :

احداث و تکمیل شبکه آبیاری و زهکشی در مازندران اولویت اول آب منطقه ای مازندران است

ساری – دهقان : به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی آب منطقه ای دکتر محمد ابراهیم یخکشی مدیرعامل شرکت آب منطقه ای مازندران در نشست مشترک با نمایندگان قائمشهر، سوادکوه، جویبار و سیمرغ گفت: احداث و تکمیل شبکه آبیاری و زهکشی در مازندران اولویت اول آب منطقه ای مازندران است و برای انجام این مهم ۱۷۰ هزار هکتار شبکه آبیاری و زهکشی در پائین دست سدها در دست اجرا داریم که امیدواریم با عنایت نمایندگان مجلس، استاندار و مسئولین وزارت نیرو مشکلات منابع مالی این طرح ها برطرف شود. وی با اشاره به ضرورت توسعه شبکه آبیاری و زهکشی در استان گفت: تامین آب از طریق شبکه های سنتی امری بسیار دشوار و پرهزینه است و اگر نتوانیم امکانات لازم را در زمینه تامین آب و تجهیز اراضی برای کشاورزان فراهم کنیم نسل جدید تمایلی به ادامه کشاورزی نخواهد داشت و چه بسا زمین خود را برای اهداف دیگر تغییر کاربری خواهد داد.

مدیر عامل آب منطقه ای مازندران افزود: استانی که حدود ۵۰درصد از برنج کشور را تولید می کند توسعه شبکه آبیاری و زهکشی برای آن امری ضروری و مهم به حساب می آید و ما برای این مهم هدف گذاری کرده ایم تا در یک برنامه بلندمدت ۲۰۰هزار هکتار از اراضی خود را تجهیز به شبکه مدرن نمائیم که البته در این بخش استان دارای یک عقب ماندگی است و باید جبران شود و سطح شبکه مدرن ما از ۳۰ هزار هکتار به ۲۰۰ هزار هکتار افزایش یابد. یخکشی در این جلسه با اشاره به محدودیت های تامین آب شرب شهرستان های حوزه تالار و سیاهرود گفت: در برخی از شهرستان های این حوزه از جمله جویبار و سیمرغ حتی امکان حفر چاه برای تامین آب شرب به دلیل مجاورت با دریا را نداریم و به ناچار باید از منابع آب سطحی استفاده کنیم. لذا اجرای سد کسیلیان برای شهرستان های این مناطق از جمله سوادکوه، قائمشهر، سیمرغ و جویبار و ۳۰۰ روستای محدوده این طرح امری ضروری است که امیدواریم با اخذ مجوز زیست محیطی و ماده ۲۳ عملیات اجرایی این طرح را تا پایان سال شروع کنیم. مدیر عامل آب منطقه ای مازندران با تشریح برنامه تامین و تدارک منابع مالی برای اجرای طرح های عمرانی گفت: برای طرح های آبرسانی به دنبال استفاده از ماده ۵۶ فاینانس داخلی و به دنبال ایجاد ردیف سدهای کوتاه برای آببندان ها، سدهای لاستیکی و سدهای انحرافی بعنوان ردیف مستقل اعتباری هستیم و برای شبکه آبیاری و و زهکشی نیز مدل مالی جدیدی را با مشارکت دولت و مردم در دست تهیه داریم که امیدواریم با کمک نمایندگان مجلس و دستگاه های ذیربط و همراهی مردم محقق کنیم.

هشدار برقی در خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: طی روزهای گذشته مصرف برق بیشتر از هشت هزار مگاوات بوده که در صورت صرفه جوی نکردن مشترکین ممکن است باعث آسیب به تجهیزات و خاموشی های مقطعی شود. محمود دشت بزرگ اظهارکرد: در روزهای پنج شنبه و جمعه که گذشت با وجود آنکه ادارات تعطیل بوده اند مصرف برق افزایش قابل ملاحظه ای داشت که تنها به دلیل استفاده از وسایل سرمایشی در منازل بوده است.

وی با بیان اینکه در روز پنج شنبه رکورد پیک مصرف برق در سال ۹۸ برای دومین بار با مصرف هشت هزار و ۹۴ مگاوات شکسته شد و روز جمعه نیز مصرف برق بالای هشت هزار مگاوات بوده؛ تصریح کرد: پیش بینی ها از استقرار توده هوای گرم بالای ۴۹ درجه در اکثر نقاط استان در روزهای آینده حکایت دارد که در صورت رعایت نکردن الگوی مصرف برق در ساعت های اوج مصرف، با توجه به پرباری شبکه می تواند منجر به خاموشی ناخواسته شود.

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان تنظیم دمای درجه کولرهای گازی بر روی ۲۴ درجه را یکی از نکات مهم در کاهش مصرف برق دانست و تصریح کرد: برق یک کالای آنلاین است و مانند خدمات دیگر مثل آب، نمی توان آن را ذخیره کرد و باید در لحظه تولید و توزیع شود و اگر در این بین تجهیزات به دلیل بار و گرما از مدار خارج شود تا برطرف شدن مشکل؛ شبکه از دسترس خارج می شود. دشت بزرگ افزود: از مردم می خواهیم با توجه به شیوع ویروس کرونا و لزوم در خانه ماندن، در مصرف برق به ویژه در ساعت های پیک صرفه جویی کنند تا همانند روزهای که گذشت شبکه دچار خاموشی و اختلال نشود.

اخذ مجوز «مرکز خدمات مشاوره کارآفرینی»

رئیس جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی با بیان اینکه جهاد دانشگاهی با رویکرد حل مساله و تامین نیازهای کشور با استفاده از پتانسیل جوانان فعالیت می‌کند، گفت جوانان مخزن امید جامعه هستند و اعتماد به جوانان از جمله جوانان جهاد دانشگاهی می‌تواند پتانسیل‌های موجود در جامعه را به فعلیت برساند.

به گزارش ایسنا و به نقل از روابط عمومی جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی، دکتر علیرضا بهرامی در آستانه سی و نهمین سالگرد تاسیس جهاد دانشگاهی، با بیان اینکه جهاد دانشگاهی زمانی تأسیس شد که ضرورت آن به‌شدت احساس می‌شد، اظهار داشت: به علت تعطیلی دانشگاه‌ها در اول انقلاب، ضرورت وجود یک مدیریت جهادی و انقلابی در این حوزه به شدت محسوس و موردنیاز بود و در همین راستا جهاد دانشگاهی با رویکرد ایجاد پلی بین دانشگاه، صنعت و جامعه راه‌اندازی شد.

راه‌اندازی جهاد دانشگاهی با رویکرد ایجاد پُلی بین دانشگاه، صنعت و جامعه

وی در ادامه با بیان اینکه مساله نفت در کشور ما مشکلی است که از یک سو منابع، پتانسیل و امتیازات آن مطرح شده ولی از سویی ساختار پویا و خلاق کشور را دچار رانت نفتی می‌کند، عنوان کرد: متأسفانه بسیاری از راهکارهای مدیریت در کشور ما به بودجه‌های نفتی وابسته است. در این میان جهاد دانشگاهی برمبنای ساختار خودجوش، مدیریت هزینه و درآمد و با رویکرد حل مسئله بدون رانت نفت فعالیت می‌کند.

فعالیت جهاد دانشگاهی با رویکرد حل مساله

وی با تاکید بر اینکه جهاد دانشگاهی ارائه راه حل مسائل جامعه را با توجه به رویکرد دانشگاهی دنبال می‌کند، تصریح کرد: جهاد دانشگاهی با همین رویکرد فعالیت‌های شاخص و موثری در حوزه‌های مختلف همچون سلول‌های بنیادی، نابارروری، طب سنتی، گیاهان دارویی، فعالیت‌های شاخص پژوهشگاه‌هایی مانند ابن‌سینا و پژوهشکده سرطان پستان «معتمد» انجام داده که همگی با رویکرد حل مسائل جامعه پیش رفته و بسیاری از مسائل و مشکلات جامعه را از این طریق مرتفع کرده‌اند. دکتر بهرامی در ادامه با بیان اینکه سی و نهمین سالگرد تأسیس جهاد دانشگاهی با صدور فرمان گام دوم انقلاب از سوی مقام معظم رهبری مصادف شده است، ادامه داد: مهم‌ترین موضوع در بیانیه گام دوم، تزریق امید به جامعه و به خصوص جامعه دانشگاهی و جوانان است و از دید ایشان مهم‌ترین نیاز جامعه امروز ما «امید» است، این در حالی است که دشمنان و بدخواهان در حال تزریق و ترویج بذر ناامیدی در سطح جامعه هستند.

ضرورت تزریق «امید و خودباوری» در جامعه

وی با تاکید بر ضرورت و اهمیت وجود «امید و خودباوری» در سطح جامعه، اظهار داشت: در کنار تمام مشکلات، کشور ما پتانسیل‌های زیادی دارد و مساله مهمی که به حل مشکلات جوامع کمک می‌کند، امید و خودباوری است، شاید مهم‌ترین پیام گام دوم انقلاب، افزایش امید و ایجاد نگرش مثبت نسبت به پتانسیل‌های موجود در جامعه است و در همین راستا یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی که می‌توانند در این مسیر حرکت کنند، دانشگاه و جوانان هستند.

دولت از پتانسیل‌های جهاد دانشگاهی استفاده کند

رئیس جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی در ادامه با اشاره به سخنان اخیر مقام معظم رهبری در جمع ائمه جمعه، تصریح کرد: جهاد دانشگاهی یکی از سازمان‌هایی است که بیشترین امید در آن موج می‌زند، همانگونه که مقام معظم رهبری در سخنان خود تأکید کردند، جوانان جهاد دانشگاهی کارهای بزرگی انجام داده‌اند و دولت با توجه به نبود نفت و بودجه نفتی می‌تواند از این پتانسیل‌ها استفاده کند.

دکتر بهرامی در ادامه با اشاره به فعالیت‌ها و دستاوردهای جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی، عنوان کرد: «سالمندی» از مهمترین حوزه‌های فعالیت این واحد است، چراکه مساله سالمندی یکی از مهمترین چالش‌های آینده جامعه ماست، به گونه‌ای که در ۲۰ سال آینده با جمعیت ۲۶ تا ۲۷ میلیون نفری سالمندی روبه‌رو خواهیم بود و باید برای روبه‌رو شدن با آن برنامه‌ریزی داشته باشیم.

وی مساله سالمندی را یکی از ابرچالش‌های نظام سلامت عنوان کرد و گفت: امروز در اطراف هر سالمند پنج نفر حضور دارد، در حالی که این رقم تا سال ۱۴۲۰ به ۱,۲ نفر کاهش می‌یابد، بنابراین باید برای تامین رفاه و آسایش حال افراد در دوره بازنشستگی و سالمندی برنامه‌ریزی داشته و منشأ اثر باشیم.

مرکز پایش سلامت سالمندی راه‌اندازی می‌شود

بهرامی با بیانِ اینکه کشور ما در حوزه سالمندی از نظر سیاستگذاری و اجرا نسبتاً عقب است، اظهار داشت: با همین رویکرد «گروه پژوهشی سالمندی» و «مرکز خدمات تخصصی درمان در منزل سالمندی(امداد)» در جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی راه‌اندازی شد و هم‌اکنون پیگیر راه‌اندازی مرکز پایش سلامت سالمندی هستیم تا بتوانیم کلیه خدمات سالمندی را در قالب یک پکیج کامل ارائه کنیم.

وی حوزه «سلامت روان و آسیب‌های اجتماعی» را محور بعدی فعالیت این واحد جهاد دانشگاهی عنوان کرد و گفت: با توجه به نیاز جامعه، گروه پژوهشی «سلامت روان» راه‌اندازی و در پی آن مرکز خدمات مشاوره سلامت روان «نشاط و سلامتی» ایجاد شد و هم‌اکنون در قالب یک پکیج، خدمات مشاوره و درمان در حوزه روانشناسی ارائه می‌شود.

راه‌اندازی «مرکز توریسم درمانی»

دکتر بهرامی در ادامه با اشاره به توسعه فعالیت‌های این واحد در زمینه «توریسم درمانی»، خاطرنشان کرد: با توجه به توانمندی و پتانسیل بالای پزشکان و حوزه درمان کشور از یک سو و همچنین مساله نوسانات ارز و تحریم‌ها از سوی دیگر، در حال حاضر فرصت بسیار خوبی برای فعالیت در حوزه توریسم درمانی مهیا شده و جهاد دانشگاهی نیز با راه‌اندازی «مرکز توریسم درمانی» در این حیطه ورود کرده است.

وی با اشاره به تقاضای بالای مراجعه از کشورهای همسایه از جمله عراق، افغانستان، عمان، آذربایجان و برخی کشورهای دیگر برای استفاده از خدمات درمان داخل کشور، تصریح کرد: باید با در نظر گرفتن تمهیدات و اصلاح برخی قوانین موجود، به بهترین نحو ممکن از این بازار و پتانسیل استفاده کنیم.

رئیس جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی با اشاره به راه‌اندازی دوره‌های «ام بی ای سلامت» در این واحد، اظهار داشت: متاسفانه دانشگاه‌های ما دانشجویان را با رویکرد کارآفرینی و مساله محوری تربیت نمی‌کنند که همین مساله از دلایل افزایش آمار بیکاری در کشور ما به خصوص در قشر تحصیلکرده است.

اخذ مجوز «مرکز خدمات مشاوره کارآفرینی»

به گفته وی، اکثر فارغ‌التحصیلان ما تنها با دید استخدام و نه کارآفرینی وارد بازار کار می‌شوند. با همین رویکرد امسال تقریباً ۸۰ تا ۸۵درصد بودجه کشور صرف حقوق کارمندان دولت، صندوق‌های بازنشستگی و بیمه‌های پایه شده و مابقی مسائل کشور قرار است با ۱۵ یا ۲۰درصد بودجه باقیمانده مدیریت شود. این مساله ضرورت تغییر نگرش و فعالیت نخبگان کشور در حوزه‌های کارآفرینی را بیش از پیش نشان می‌دهد.

وی با بیان اینکه جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی با رویکرد حل مساله نسبت به راه‌اندازی«دوره‌های ام ابی ای سلامت» اقدام کرده است، گفت: یکی از اهداف این دوره آشنایی دانشجویان حوزه سلامت با مقوله کارآفرینی و تغییر نگرش دانشجویان و فارغ‌التحصیلان نسبت به مقوله اشتغال است. در همین راستا تاکنون چهار دوره آموزشی «ام بی ای سلامت» برگزار شده و بیشترین استقبال نیز از طرف دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی بوده است.

دکتر بهرامی با اعلام خبر اخذ مجوز «مرکز خدمات مشاوره کارآفرینی» از وزارت کار، تصریح کرد: در کنار برگزاری دوره‌های «Health MBA» مرکز مشاوره کارآفرینی نیز برای هدایت ایده‌های استارت‌آپی دانشجویان در حوزه سلامت راه‌اندازی شده است.

راه‌اندازی مرکز «داده کاوی حوزه سلامت»

رئیس جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی همچنین از راه‌اندازی مرکز «داده کاوی حوزه سلامت» در این واحد خبر داد و گفت: یکی از مهم‌ترین مقوله‌های مغفول حوزه سلامت جمع‌آوری و پایش دیتای موجود در این حیطه‌هاست که در همین راستا «مرکز تخصصی داده‌کاوی یا مدیریت اطلاعات سلامت» در این واحد جهاد دانشگاهی راه‌اندازی شده و تاکنون با چندین مرکز تحقیقاتی و درمانی قرارداد همکاری منعقد کرده است.

وی در ادامه با اشاره به فعالیت‌های آموزشی این واحد، تصریح کرد: اکثر فارغ‌التحصیلان حوزه پزشکی و سلامت نیازمند مهارت‌آموزی هستند و به همین منظور معاونت آموزشی جهاد دانشگاهی به منظور تکمیل ظرفیت‌های سیستم آموزشی دانشگاه‌های کشور و ارتقای مهارت دانشجویان و فارغ‌التحصیلان به دنبال راه‌اندازی دوره‌ها و کارگاه‌های متنوع آموزشی است و در همین راستا دوره‌های مهارتی مختلفی برای پزشکان، دندانپزشکان، داروسازان، روانشناسان و روانپزشکان، پرستاران و ماماها و همچنین فارغ‌التحصیلان دوره‌های پیراپزشکی برگزار می‌کند.

وی در ادامه با بیان اینکه روح حاکم بر جهاد دانشگاهی فعالیت‌های فرهنگی است، عنوان کرد: کار فرهنگی یعنی کاری که بتواند به بهبود شرایط روحی و روانی دانشجو کمک کند و در همین راستا معاونت فرهنگی جهاد دانشگاهی با برگزاری فعالیت‌های تیمی و دانشجویی در حوزه‌های مختلف و همچنین فراهم کردن بستر همکاری و مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های متنوع فرهنگی، هنری و اجتماعی در این مسیر حرکت می‌کند.

وی ادامه داد: برای کمک به انسجام بیشتر فعالیت‌های دانشجویی، کانون‌های مختلفی در حوزه‌های گردشگری، فناوری‌های نوین، رسانه و سلامت، هنری، HSE و . . . ایجاد شده که دانشجویان علاقه‌مند با ورود به این حوزه‌ها و تیم‌سازی؛ با استفاده از برند، بستر و سرمایه‌گذاری جهاد دانشگاهی فعالیت می‌کنند.

دکتر بهرامی با اشاره به اهمیت فعالیت در حوزه گردشگری، اظهار داشت: بسیاری معتقدند که تا سال ۲۰۵۰ و با پیشرفت تکنولوژی‌های نوین، افراد صرفاً برای گردشگری از خانه خارج می‌شوند. از طرف دیگر کشور ما از پتانسیل‌های اقلیمی و گردشگری بسیار بالایی برخوردار است، بنابراین باید با ایجاد بستر مناسب از این پتانسیل‌ها به بهترین نحو ممکن استفاده کنیم.

ارائه وام کارآفرینی به استارت‌آپ‌های دانشجویی

وی در ادامه با اشاره به راه‌اندازی دفتر صندوق قرض‌الحسنه دانشجویان در دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی از سال گذشته، خاطرنشان کرد: صندوق قرض‌الحسنه دانشجویان از ۲۰ سال گذشته با هدف کمک به دانشجویان نیازمند و جبران کمبود نقدینگی و مسائل مالی دانشجویان طی دوره تحصیل، در جهاد دانشگاهی راه‌اندازی شد و در همین راستا شعبه این صندوق از سال گذشته در دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی راه‌اندازی شد.

وی مهم‌ترین منبع صندوق قرض‌الحسنه دانشجویان را استفاده از پتانسیل اساتید و خیرین عنوان کرد و گفت: این حوزه از پتانسیل بسیار بالایی برخوردار است، چراکه اغلب اساتید ما که خودشان روزی دانشجوی همین نظام آموزشی بوده‌اند، خواهان شرکت در این طرح و حل مشکلات مالی دانشجویان هستند. در همین راستا از اعضای هیات علمی و دانشگاهیان محترم دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی برای فعالیت در این صندوق در هر قالبی که خودشان صلاح می‌دانند، دعوت به عمل می‌آید.

وی با ابراز امیدواری نسبت به افزایش منابع صندوق با هدف گسترش ارائه خدمات و همچنین افزایش رقم وام‌های دانشجویی، خاطرنشان کرد: در حال حاضر تسهیلات صندوق در قالب وام تحصیلی از یک تا ۳ میلیون تومان، وام ازدواج ۶ میلیون تومان و وام خرید تجهیزات و پایان‌نامه تا ۵ میلیون تومان به دانشجویان متقاضی ارائه می‌شود و همچنین بنابه موقعیت‌ها و شرایط اضطراری مانند سیل و زلزله، مبالغی در قالب وام در اختیار دانشجویان مناطق سانحه دیده قرار می‌گیرد. وی همچنین با اشاره به فعالیت‌های جدید صندوق قرض‌الحسنه دانشجویان در حوزه کارآفرینی گفت: در این راستا به طرح‌های استارت‌آپی دانشجویان در حوزه سلامت و کارآفرینی، به خصوص فراگیران دوره‌های«Health MBA» وام کارآفرینی ارائه می‌شود.

دکتر بهرامی در خاتمه با بیان اینکه جوانان مخزن امید جامعه هستند، خاطرنشان کرد: اعتماد به جوانان از جمله جوانان جهاد دانشگاهی می‌تواند این پتانسیل‌ها را به فعلیت برساند. جهاد دانشگاهی با همین رویکرد کارهای بزرگی انجام داده و امیدواریم بتوانیم در سی و نهمین سالگرد جهاد دانشگاهی با ارزیابی و بررسی این پتانسیل‌ها کارهای بزرگ‌تری در آینده اجرا کنیم. به امید خدا ما نیز در مجموعه جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی بتوانیم با کمک دانشجویان عزیز دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی که جزو نخبگان کشور هستند در این زمینه گام‌های اثربخشی در راستای حل مسائل جامعه برداریم.

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابررای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۰۲۴۸ مورخ ۹۹/۳/۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۲۵۰ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم فریده کوشیار فرزند به شماره شناسنامه صادره از تهران در ششدانگ یک قطعه زمین مسکونی به مساحت ۲۶۸.۲۵ مترمربع پلاک ۱۶ فرعی از ۷۵ اصلی واقع در بخش چهار جنوب شرق قزوین در ازای سهم مشاعی محرزگردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول :۹۹/۴/۷
تاریخ انتشاردوم:۹۹/۴/۲۴

شعبان عسگری - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه۱ قزوین - ۱۳۱۳ /م الف

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابررای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۰۳۹۳ مورخ ۹۹/۳/۲۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین پرونده کلاسه ۱۳۹۹۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۰۰۶ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سید غلام موسوی فرزند سیدحسین به شماره شناسنامه ۹۳۹ صادره از قزوین در ششدانگ یک باب حلقه به مساحت ۱۴۶.۳۱ مترمربع پلاک ۲۲۳۸ اصلی واقع در بخش سه قزوین محرزگردیده است.با قید اینکه مورد تقاضا برابر سند رسمی ۷۱۵۴۳ مورخه ۹۹/۲/۱۸ در رهن بانک کارآفرین قزوین قرارگرفته است .لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول :۹۹/۴/۷
تاریخ انتشاردوم:۹۹/۴/۲۴

شعبان عسگری - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه۱ قزوین - ۱۳۱۶ /م الف

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابررای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۹۰۶۸۰۰۰۵۰۶ مورخ ۱۳۹۹/۰۴/۰۷ پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۶۸۰۰۰۲۷۶ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین مالکانه وبلامعارض متقاضی آقای مرتضی دینی به شماره شناسنامه ۶۱۷ کدملی ۴۳۲۴۶۴۳۲۵۳ صادره از قزوین فرزند محمدقربان در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۱۸.۵۵ مترمربع پلاک شماره ۳۱۵۲ فرعی از ۳۶ اصلی واقع در قزوین بخش ۵ حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین واگذاری بموجب سند رسمی بشماره ۱۸۱۰۳۹ مورخ ۱۳۹۸/۱۱/۲۹ دفتر خانه یک قزوین از مهین بانو نمازی تائید ومحرزگردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۹۹/۴/۲۴
تاریخ انتشاردوم : ۹۹/۵/۸

علی شهسواری - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین - ۱۲۵۴/م الف

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم مرضیه تیموری دامسکی اصالتا با اعلام گم شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۲۴۷۱۵۸ مورخ ۹۹/۰۴/۰۳ دفترخانه ۳۷۱ تهران طی درخواست وارده ۲۳۰۰۸۳۱۴ مورخ ۹۷/۰۸/۲۰ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ملک مذکور را نموده اند که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد: ۱- نام و نام خانوادگی مالک: خانم مرضیه تیموری دامسکی مالک ششدانگ ۲- شماره پلاک: ۲۴۹۰۹ فرعی از ۱۲۳ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران ۳- علت گم شدن: اسباب کشی ۴- خلاصه وضعیت ملک سند مالکیت ششدانگ آپارتمان به پلاک ثبتی ۲۴۹۰۹ فرعی از ۱۲۳ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۳۵۱۹ فرعی از اصلی مذکور، قطعه ۴ واقع در بخش ۱۱ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک کن تهران استان تهران واقع در سمت شرق طبقه اول به مساحت ۵۶. ۹۲ متر مربع که ۱ متر و ۲۴ دسیمتر مربع ان بالکن است قطعه ۴ تفکیکی بانضمام انباری قطعه ۴ تفکیکی به مساحت ۶۶. ۲ متر مربع پارکینگ قطعه ۴ تفکیکی به مساحت ۱۱متر مربع بنام مرضیه تیموری دامسکی بشماره چاپی ۴۴۲۹۵۲ سری د سال ۹۴ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۶۲۰۳۰۱۰۲۳۰۰۱۹۱۸ ثبت و صادر و تسلیم گردیده است. لذا با توجه به اعلام فقدان سند مالکیت ملک مورد فوق الذکر و درخواست صدور المثنی آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده یا مدعی وجود آن نزد خود می باشد باید ظرف ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۲۵۰۷ م الف
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کن تهران

شناسه آگهی ۹۱۱۸۴۵

سازمان آگهی‌ها ۸۶۰۷۳۳۸۱

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای علی جعفر نشتائی طی وکالتنامه شماره ۲۵۱۶۷ مورخ ۸۵/۱/۱۶ دفتر ۴۸۷ تهران و شماره ۱۰۸۵۳۸ مورخ ۸۶/۸/۲۰ دفتر ۲۲۰ تهران از طرف خانم محدثه محمودی (مالک)
با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق که تحت شماره ۲۱۷۴۴ و ۲۱۷۴۵ مورخ ۹۹/۲/۲۱ دفتر اسناد رسمی بشماره ۹۴۴ تهران و درخواست به وارده شماره ۱۱۴۷۰۰۳۲۳۶ مورخ ۹۹/۲/۲۲ مدعی فقدان سند مالکیت ۵۷ سهم مشاع از ۱۰۰ سهم ششدانگ یکدستگاه آپارتمان واقع در غرب طبقه چهار به مساحت ۱۰۶/۲۵ متر مربع که مقدار ۲/۷۵ متر مربع آن پیشرفتگی در فضای خیابان و مقدار ۲/۸۷ متر مربع آن بالکن جنوبی است. قطعه ۹ تفکیکی به پلاک ثبتی۴۴۹۹ فرعی از ۳۴۶- اصلی مفروز از ۸۵۰ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ده تهران بانضمام انباری قطعه ۹ بمساحت ۱/۷۵ متر مربع واقع در خرپشته و پارکینگ قطعه ۹ بمساحت ۱۱ متر مربع جنوب زیرزمین ذیل ۳۸۹۸۲ صفحه ۴۴۰ دفتر ۱۳۳ کن بشماره چاپی ۲۴۵۷۶۸ بنام محدثه محمودی ثبت و صادر گردید سپس مقدار ۴۳ سهم از یکصد سهم مورد ثبت برابر سند انتقال اجرایی ۶۳۳۶ مورخ ۹۷/۳/۲ دفتر ۱۲۸۹ تهران به بانک ملی منتقل گردید سپس برابر سند اقاله ۹۳۱۰۱ مورخ ۹۸/۱۲/۱۹دفتر ۴۳۱ تهران به خانم محدثه محمودی منتقل گردید که ذیل دفتر الکترونیکی ۱۳۹۹۲۰۳۰۱۱۴۷۰۰۲۳۷۶ بشماره چاپی ۳۶۴۴۳۲ بنام محدثه محمودی ثبت و صادر گردیده است. لذا سند مالکیت بشماره چاپی ۲۴۵۷۶۸ نسبت به مابقی سهام (۵۷ سهم مشاع از ۱۰۰ سهم ششدانگ) معتبر میباشد. و برابر برگه استشهادیه ارائه شده فاقد رهن میباشد. سپس بعلت (جابجایی) سند مالکیت خود را گم نموده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی نموده است. لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار (همین روزنامه) آگهی می شود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اسناد مالکیت آن نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این اداره ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد. اصل سند مالکیت پس از ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد و به اعتراض بدون ارایه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد. در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی، المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد شد.

۱۲۵۰۴ م الف
سرپرست اداره ثبت منطقه زیبادشت-جمشید مهر آسا

شناسه آگهی ۹۱۱۸۲۰

آگهی فقدان سند مالکیت

مشخصات ملک:
خانم فاطمه رجبپور ناز فرزند اسکندر با کد ملی ۰۴۹۰۴۸۷۹۲۰ طبق وکالتنامه شماره ۳۸۵۷ م ۱۳۹۲/۰۷/۲۰ تنظیمی دفتر خانه ۱۵۹۴ به وکالت از وراث محمود خزعلی خانم گوهر طاهری نیا (همسر) و اسد و اکبر و اصغر و فاطمه همگی فرزندان متوفی) طبق گواهی حصر وراثت ش ۴۱۷ م ۱۳۹۲/۰۷/۰۹ ش ۷۹۱ ش ح ا ش ۱۵ تهران) سند مالکیت ششدانگ یکدستگاه آپارتمان مسکونی قطعه ۱۶۳ تفکیکی به مساحت ۶/ ۶۳ متر مربع به شماره ۳۵۲۲۷ فرعی از ۴۶۷۸ اصلی مفروز و مجزا شده از ۱۷۳۸۸ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۰۷ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک خاوران تهران استان تهران
مشخصات مالکیت:
مالکیت محمود/خزعلی فرزند حسین شماره شناسنامه ۲۳ تاریخ تولد ۱۳۲۱ دارای شماره ملی ۰۵۵۹۱۹۷۶۲۴ با جز سهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ عرصه و اعیان عرصه و اعیان، موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۳۲۶۰۴۸ سری الف سال ۹۱ که در صفحه ۱۲۵ دفتر املاک جلد ۱۶۷ ذیل شماره ۲۲۱۴۲ثبت گردیده است.
و مالک با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۹۲۷۳ شناسه ۱۳۹۹۰۲۱۵۳۶۳۰۰۰۰۱۱۵ مورخه ۱۳۹۹/۰۴/۰۲ توسط دفتر اسناد رسمی شماره ۱۹ پاکدشت گواهی امضاء گردیده است مدعی است که اصل سند مالکیت به علت حواس پرتی مدارک مفقود گردیده است و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ملک مذکور را نموده لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به آن و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید، بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود.

۱۲۵۰۸ م الف
رییس ثبت اسناد و املاک خاوران تهران

شناسه آگهی ۹۱۱۹۸۲

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به آقای علی محیطی و شرکت گسترش مزارع چوب گلستان ساکن تجریش خ سعد اباد پ ۳۵ ط ۴ واحد ۶ ابلاغ میشود که بانک پاسارگاد برای وصول مبلغ ۱۳/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت چک شماره ۴۳۹۸۴۹ عهده بانک پاسارگاد بلوار مرزداران علیه شما اجرائیه صادر نموده که پرونده اجرائی به کلاسه فوق در این اداره تشکیل شده و ابلاغ اجرائیه به شما به دلیل عدم شناسایی نشانی میسر نشده است و بستانکار هم اعلام نموده نمیتواند شما را جهت ابلاغ واقعی معرفی نماید لذا به تقاضای بستانکار وارده ۱۴۰۰۲۳۱۷- ۹۹/۲/۸ و طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ اجرائیه محسوب است چنانچه ظرف بیست روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمائید عملیات اجرائی جریان خواهد یافت مخاطب موظف است جهت ثبت نام و دریافت حساب کاربری اقدام و کلیه ابلاغ های بعدی از طریق سامانه ابلاغ انجام خواهد شد.

۱۲۵۰۵م الف
رئیس اداره چهارم اجرای اسناد رسمی-شبیبی

شناسه آگهی ۹۱۱۸۲۲

آگهی ابلاغ اجراییه طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به آقای علی محمد کشوری راستی نام پدر: عباس تاریخ تولد: ۱۳۵۷/۰۶/۰۱ شماره ملی: ۲۲۹۷۹۹۱۴۳۶ شماره شناسنامه: ۲۱۶۷ ابلاغ میشود که بانک پاسارگاد برای وصول مبلغ ۲/۸۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (دو میلیارد و هشتصد میلیون ریال) وجه چک شماره ۱۰۸۹۹۶۲، تاریخ چک: ۱۳۹۷/۰۲/۱۵ علیه شما اجراییه صادر و پرونده اجرایی به کلاسه ۹۹۰۰۲۱۸ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۹۹/۰۲/۱۰ مامور اداره پست محل اقامت شما بشرح متن سند شناخته نشده و بستانکار هم نمی تواند شما را جهت ابلاغ واقعی معرفی نماید لذا به تقاضای وارده شماره ۱۴۰۰۹۹۶۴- ۹۹/۰۴/۰۴ بستانکار و طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرا از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ اجراییه محسوب است ظرف ۲۰ روز از پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید عملیات اجرایی جریان خواهد یافت. ضمنا مقتضی است نسبت به ثبت نام کاربری در سامانه الکترونیکی اقدام فرمایید.

۱۲۵۰۶ م الف
رییس اداره چهارم اجرای اسناد رسمی-شبیبی

شناسه آگهی ۹۱۱۸۲۷

آگهی ابلاغ اجراییه طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به آقای بابک بزرگ پناه نام پدر: احمد تاریخ تولد: ۱۳۴۹/۰۱/۳۰ شماره ملی: ۰۰۵۵۹۴۶۱۴۳ شماره شناسنامه: ۷۹۴ ابلاغ میشود که پوریا بزرگ زاده برای وصول مبلغ ۱/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال وجه شماره چک: ۸۴۷۷۴۹ تاریخ چک: ۱۳۹۹/۰۳/۱۳ علیه شما اجراییه صادر و پرونده اجرایی به کلاسه ۹۹۰۰۵۶۸ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۹۹/۰۳/۲۲ مامور اداره پست محل اقامت شما بشرح متن سند شناخته نشده و بستانکار هم نمی تواند شما را جهت ابلاغ واقعی معرفی نماید لذا به تقاضای وارده شماره ۱۴۰۱۰۴۴۰- ۹۹/۰۴/۰۹ بستانکار و طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرا از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ اجراییه محسوب است ظرف ۲۰ روز از پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید عملیات اجرایی جریان خواهد یافت. ضمنا مقتضی است نسبت به ثبت نام کاربری در سامانه الکترونیکی اقدام فرمایید.

۱۲۵۰۹ م الف
رییس اداره چهارم اجرای اسناد رسمی-شبیبی

شناسه آگهی ۹۱۱۹۸۷

۳ دلیل اصلی کمک نگرفتن افراد از یکدیگر در محیط‌های کاری

به قلم: ونسا باهنس مدیر منابع انسانی
مترجم: امیر آل‌علی

این امر یک واقعیت اســت که بیش از ۷۰درصد افراد در محیط‌های کاری، تمایلی به کمک گرفتن از یکدیگر ندارند. این امر در حالی اســت که کمک کردن به یکدیگر و رفع ســریع مشکلات، برای پیشرفت شــرکت و بهبود راندمان کاری امری الزامی محســوب می‌شــود. در این رابطه تا زمانی که مشکل موجود به صورت ریشــه‌ای رفع نشده باشــد، تمامی توصیه‌ها و تلاش برای تشویق افراد، بدون فایده خواهد بود. همین امر نیز باعث شــده اســت تا تحقیقاتی در این زمینه انجام شود که نتیجه آن پیدا کردن سه دلیل اصلی چنین اقدامی است. در ادامه آنها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱-کمک خواستن وجهه شما را خراب خواهد کرد

بدون شــک همه مــا حداقل یک بار بــه این موضوع فکــر کرده‌ایم که در صورت تقاضــا برای کمک، شایستگی ما زیر سوال خواهد رفت، با این حال اگر از همکاران خود کمک نگیرید، یک مشکل همچنان با شما باقی خواهد ماند و این امر کار کردن را بیش از حد سخت می‌کند. درواقع قرار نیست که شما در محل کار، با ســختی زیادی مواجه باشــید. در این رابطه همواره این ســوال را از خود بپرسید که آیا شما در برابر ســوالات و یا تقاضای کمک یکی از همکاران خود، چه تصوراتی را خواهید داشــت. درواقع نتایج آمارها در این زمینه حاکی از آن است که بیش از ۹۰درصد افراد، ابدا تصور بدی نداشته و این مسئله را کاملا طبیعی قلمداد می‌کنند. به همین خاطر همه چیز به نوع نگرش شما نسبت به این مسئله بستگی دارد. البته نمی‌توان منکر این امر شــد که برخی از افراد ممکن اســت از تقاضای کمک شما سوءاستفاده کرده و یا با حالتی تحقیرآمیز رفتار کنند، با این حال شما می‌توانید این دسته از افراد را از فهرست خود خارج کنید. درواقع دلیلی وجود ندارد که یک تجربه تلخ، باعث شود تا شما به صورت کامل این اقدام را فراموش کنید. با تغییر در نگرش خود متوجه این امر خواهید شد که کار کردن در شرکت، تا چه اندازه می‌تواند ساده و حاوی آموزش‌های جدید باشد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که عدم تمایل به کمک گرفتن با عدم تمایل به کمک کردن همراه است. درواقع با این نگرش افراد دلیلی را برای کمک کردن به دیگران نیز نخواهند داشــت. این امر باعث خواهد شــد تا ارتباط شما با همکاران به بهترین وضعیت ممکن نرســیده و جو موردنیاز شــرکت، شکل نگیرد. این امر خود می‌تواند باعث شود تا مدیر شــرکت برای بهبود اوضاع وارد عمل شــده و افرادی با چنین خصوصیت‌هایی را اخراج کنند. به همین خاطر لازم است تا اعتماد به نفس بالایی را داشته باشید و کمک گرفتن را بدون هیچ‌گونه ارتباطی به میزان شایستگی خود بدانید، با این حال در این رابطه افراطی نیز عمل نکنید. این امر می‌تواند زمینه نارضایتی همکاران شما را به همراه داشته باشد.

۲-در صورت درخواست، به احتمال زیاد با جواب منفی مواجه خواهید شد

از دیگر تصورات بی‌معنایی که در رابطه با کمک گرفتن وجود دارد این است که اگر این امر بیان شود، احتمالا با پاسخ منفی مواجه خواهیم شد و این امر یک احساس بد را در هر فرد به همراه دارد. اگرچه در این رابطه هیچ تضمینی وجود ندارد، با این حال شــما باید چند نفر را برای کمک گرفتن انتخاب کنید. درواقع این امر طبیعی است که هر فردی برنامه‌ریزی خاص خود را داشته باشد و نتواند به درخواست شما پاسخ مثبت بدهد. تحت این شرایط اگر گزینه‌های متنوعی را داشته باشید، بدون شک با مشکل خاصی مواجه نخواهید شــد. همچنین این باور را در خود شــکل دهید که پاسخ منفی، به معنای بی‌احترامی به شــما نبوده و این امر حق طبیعی هر فرد محســوب می‌شود، با این حال شــما نباید با یک پاسخ منفی، دلسرد شوید. همچنین فراموش نکنید که شما باید از تکنیک‌های مذاکره استفاده کنید. درواقع در ازای کمکی که دیگران به شما می‌کنند، بهتر است تا اقدامی را برای آنها انجام دهید. برای مثال ممکن است در انجام یک پروژه با مشکل مواجه شده باشید، در صورتی که یکی از همکاران موافقت کرده است تا در بخشــی از کار به شــما کمک کند، شما می‌توانید با اقدامی نظیر انجام اقدامات یک روز کاری او، فرصتی را ایجاد کنید تا وی بتواند بیشــتر در کنار خانواده خود باشــد. درواقع کمک گرفتن باید یک اقدام دو سر برد باشد. به صورت کلی حتی اگر تمامی کارمندان نیز به شما پاسخ منفی را بدهند که البته بسیار بعید اســت، شما می‌توانید به مدیر شرکت مراجعه کرده و از وی بخواهید تا شما را راهنمایی کند. بدون شک هیچ مدیری نمی‌تواند در برابر مشــکل کارمند خود، ســاکت باشــد. علت این امر به این خاطر اســت که کاهش ســرعت راندمان کاری شــما، بیش از هر چیزی به شرکت لطمه وارد خواهد کرد. در نهایت تلاش کنید تا کمک دیگران را با اقدامی ارزشــمندتر پاســخ دهید. این امر باعث خواهد شد تا تمایل افراد برای کمک مجدد به شما افزایشی چشمگیر را پیدا کند.

۳-ممکن است افراد قلبا تمایلی به کمک نداشته باشند و در این رابطه نوعی اجبار صورت گیرد

یکی از دغدغه‌های اخلاقی همیشــگی افراد این است که تقاضای کمک ممکن است باعث شود تا افراد در معذوریت قرار گرفته و نوعی اجبار برای قبول درخواســت شــکل گیرد. اگرچه این امر معمولا اتفاق می‌افتــد، با این حال فراموش نکنید که به صورت کلی، تمامی کارمندان به یکدیگر نیاز داشــته و کمک امــروزه آنها با کمک شــما در آینده همراه خواهد بود. به همین خاطر هــر فردی تمایل دارد که با انجام چنین اقداماتی، روابط خود را با ســایر همکاران بهبود بخشــیده و محیط شرکت را به فضایی دلنشین‌تر تبدیــل کنند. همچنین شــما برای کاهش معذوریت اخلاقی همکاران خــود می‌توانید جملاتی نظیر ابدا انتظاری وجود ندارد و می‌توانید پاســخ منفی بدهید را مورد استفاده خود قرار دهید. درواقع به افراد این اطمینان را بدهید که در صورت پاسخ منفی شما به سراغ فردی دیگر خواهید رفت و ابدا تمایل ندارید که تقاضای شما، منجر به بروز مشکلاتی شود. درواقع با توجه به این امر که ایجاد چنین فرهنگی در شرکت الزامی است، لازم است تا بهانه‌های خود را کنار گذاشته و در این رابطه اقدام کنید.

در آخر فراموش نکنید که عدم تمایل در این رابطه، خود یکی از نشانه‌های اعتماد به نفس پایین است. به همین خاطر اگر پس از توجه به این ســه اصل، همچنان با مشــکل مواجه هستید توصیه می‌شود تا به یک روانشناس مراجعه کرده و مشکل خود را به صورتی کاملا حرفه‌ای، برطرف کنید.

منبع: hbr.org

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
سه‌شنبه | ۲۴ تیر ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۸۲ | 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

۱۰ نکته ساده برای افزایش عمر و بهبود زندگی

در دنیای امروز، تغییر سبک زندگی باعث شده میانگین عمر افراد کاهش پیدا کند، اما همه ما دوســت داریم عمر بیشتری داشته باشیم.

نکات زیادی وجود دارد که با رعایت آن عمر طولانی‌تری خواهید داشــت. البته نباید انتظار داشــته باشــید تنها با رعایــت چند نکته بیشــتر عمــر کنید. برای داشــتن عمر طولانــی نــکات زیادی وجــود دارد که تعــدادی از آنها را معرفی می‌کنیم.

تحقیقات نشــان می‌دهد چهــار رفتار بد مانند ســیگار کشــیدن، نوشیدن بیش از حد الکل، ورزش نکردن و عدم مصرف میوه‌ها و سبزیجات به اندازه کافی، طول عمر شما را کاهــش داده و حدود ۱۲ ســال از عمرتان کم می‌کند. اکنــون ۱۰ عادت را معرفی می‌کنیم که با رعایت آن، بدن احساس جوانی کرده و بهتر به نظر خواهید رسید.

۱. در غذا خوردن افراط نکنید

اگــر می‌خواهید عمر بیشــتری داشــته باشــید، غذای کمتری در بشــقاب‌تان بریزید تا پرخوری نکنید. محققان دانشگاه ســنت‌لوئیس می‌گویند مصرف غذای کمتر کمک می‌کند دیرتر پیر شــوید. نتایج مطالعه‌ای در سال ۲۰۰۸ میلادی نشان می‌دهد کاهش کالری مصرفی، سبب کاهش تولید تری‌گلیسیرید می‌شود؛ همان هورمون تیروئیدی که متابولیســم بدن را کاهش داده و باعث ســرعت بخشیدن روند پیری می‌شود.

۲. از نور مستقیم خورشید دوری کنید

اگر از نور خورشید دوری کنید، احتمال ابتلا به ســرطان پوســت را در خــود کاهــش می‌دهیــد و همچنین با جلوگیری از بروز چین و چروک صورت، جوان‌تر خواهید ماند. خیلی خوب اســت هر روز از کرم ضدآفتاب اســتفاده کنید و به زیبایی پوســت خود اهمیت دهید (از ضدآفتاب با SPF ۳۰ یا بالاتر اســتفاده کنید). البتــه تمرکزتان را روی صورت نگذاریــد، زیرا نور خورشــید می‌تواند بــه دیگر نقاط بدن آسیب برساند و لکه‌های روی قفسه سینه و گردن باعث می‌شود پیرتر به نظر برسید.

۳. تلویزیون را خاموش کنید

تماشــای افراطــی تلویزیــون می‌توانــد عواقــب جــدی بــه سلامتی‌تان وارد کند. تحقیقی در ســال ۲۰۱۰ نشان داد افرادی که چهار ساعت یا بیشتر در طول روز تلویزیون تماشا می‌کنند ۴۶درصد بیشــتر از کســانی که کمتر از دو ســاعت در روز تماشا می‌کنند در معرض ابتلا به انواع بیماری‌ها قرار دارند.

پیشنهاد می‌کنیم کمی از ساعت تماشــای تلویزیون کــم کنید؛ هر ســاعت اضافــی کــه تلویزیــون می‌بینید، خطر مرگ را ۱۱درصد و خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی را ۱۸درصد افزایش می‌دهد.

۴. ارتباط بیشتری برقرار کنید

اگــر ارتباط خوبی بــا خانواده و دوســتان‌تان نداشــته باشــید، در معــرض ابتلا به بیماری‌هــای قلبی خواهید بــود. تنهایی در افراد ســالم به اندازه کلســترول بالا یا ســیگار کشیدن خطرناک اســت. گفته می‌شود تنهایی خطر بیشتری برای افراد ســالخورده دارد زیرا در معرض ابتلا به افسردگی قرار دارند.

۵. سیگار را ترک کنید

ترک سیگار به ســلامتی و طول عمر شما کمک خواهد کرد. پژوهشــی در مجلــه آمریکایی بهداشــت عمومی به چاپ رسید که نشــان می‌دهد زنانی که سیگار کشیدن را تا ۳۵ ســالگی ترک کرده‌اند، تقریبا ۶ تا ۸ ســال به طول زندگی‌شان اضافه می‌کنند.

۶. فست فود و غذاهای فرآوری‌شده نخورید

نتایج آژانــس بین‌المللی تحقیقات ســرطان (IARC)، نشان می‌دهد مصرف ۵۰ گرم از گوشت فرآوری‌شده، روزانه ۱۸درصد خطر ابتلا به ســرطان کولورکتال (سرطان روده بــزرگ) را افزایش می‌دهد. همچنیــن یافته‌های IARC حاکی از آن اســت، مصرف گوشــت قرمز با ســرطان‌های کولون، پروستات و پانکراس ارتباط دارد.

۷. به تناسب اندام‌تان اهمیت دهید

نتایــج تحقیقی در ســال ۲۰۰۸ میــلادی اعلام می‌کند ورزش منظــم با شــدت بــالا (مانند دویدن)، چهار ســال به طــول زندگی اضافه خواهد کرد. شــاید برای‌تان جالب باشــد، اما تاثیر مثبــت ورزش روی ســلامتی قلب، ذهن و سوخت‌وســاز بدن ثابت شــده اســت. حتی یک ورزش معمولــی مانند پیاده‌روی ســریع، ۳۰ دقیقــه در هر روز، می‌تواند خطر ابتلا به بیماری‌های قلبی را کاهش دهد.

۸. خواب کافی داشته باشید

زمان و کیفیت خواب با طول عمر ارتباط مســتقیم دارد. اگر می‌خواهید عمر طولانی‌تری داشــته باشــید به اندازه کافی بخوابید. محققان دانشگاه کالیفرنیا می‌گویند افرادی که خواب خوب شــبانه دارند، در مقایسه با دیگر افراد عمر طولانی‌تری دارند.

۹. میوه و سبزیجات تازه بخورید

مصرف کمتر از ســه بار میوه و سبزی در طول روز باعث کاهش ســلامت بدن می‌شــود. تغذیه‌ای سرشار از فیبر و ویتامین‌هــا، میوه‌ها و ســبزیجات می‌تواند خطــر ابتلا به بیماری قلبــی را تا ۷۶درصد کاهش دهد. همچنین، نقش موثــری در کاهــش خطر ابتلا به ســرطان ســینه خواهد داشــت. خوردن میوه و ســبزیجات باعث می‌شود چین و چروک‌ها نیز از بین بروند.

۱۰. رابطه جنسی خوبی داشته باشید

دو تا ســه بار در هفته رابطه جنسی رضایت‌بخش داشته باشــید تا ســه ســال به طول عمرتان افزوده شــود. رابطه جنسی باعث سوزاندن مقادیر زیادی کالری می‌شود، گاهی برابر بــا ۳۰دقیقه دویدن. همچنین، رابطه جنســی باعث می‌شود فشــار خون‌تان کاهش یابد، خواب‌تان بهبود پیدا کند، قلب‌تان سالم‌تر کار کند و ایمنی‌تان افزایش یابد.

منبع: pamper/ucan

جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی
سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای

« آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای به شماره ۹۹/۷۵/۲۲۳ »

سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای با موضوع چاپ و توزیع ماهنامه راهبران را با شماره ۲۰۹۹۰۰۳۰۱۲۰۰۰۰۰۷ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل پاکات مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.Setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
تاریخ انتشار در سامانه مورخ ۹۹/۰۴/۲۴ می باشد.
- مهلت دریافت اسناد مناقصه از طریق درگاه سامانه : ساعت ۱۲:۰۰ مورخ ۹۹/۰۴/۲۹
- مهلت ارسال پاکات از طریق درگاه سامانه : ساعت ۹:۰۰ مورخ ۹۹/۰۵/۱۱
- تاریخ بازگشایی پیشنهادات : ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۹۹/۰۵/۱۱
- مهلت ارسال پاکات الف (ضمانتنامه) بصورت دستی تا ساعت ۹:۰۰ مورخ ۹۹/۰۵/۱۱ به دبیرخانه مرکزی سازمان واقع در طبقه همکف آدرس مناقصه گزار در قبال اخذ رسید می‌باشد.
- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار : آدرس خ ولی عصر – نرسیده به میدان ولی عصر- خ دمشق – شماره ۱۷ و تلفن ۸۴۴۹۱۱۹۸
* اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس ۲۷۳۱۳۱۳۱
دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸
- اطلاعات تکمیلی در اسناد مناقصه می باشد.
- جهت کسب اطلاعات می توانید به سایت http://iets.mporg.ir رجوع نمائید.

م.الف: ۱۱۸۴
دبیرخانه کمیسیون معاملات سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای