روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۱۶ مهر
۱۳۹۹

Wed. 7 Oct 2020
۱۹ صفر ۱۴۴۲ - سال ششم
شماره ۱۶۴۰ - ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

یادداشت

آیا انتخابات آمریکا به تأخیر می‌افتد؟

تیموتی نفتالی
استاد دانشگاه نیویورک سیتی

سی‌ام جولای درست چند دقیقه بعد از اعلام خبر بدترین سقوط فصلی تاریخ اقتصاد آمریکا، دونالد ترامپ پیشنهاد داد که انتخابات ریاست‌جمهوری سوم نوامبر ۲۰۲۰ به تأخیر بیفتد. او در توئیت خود نوشت: «با رأی‌گیری سراسری غیابی از طریق پست، انتخابات ۲۰۲۰ غیردقیق‌ترین و پرتقلب‌ترین انتخابات تاریخ خواهد بود. یک شرمندگی بزرگ برای آمریکا. انتخابات را تا زمانی که مردم بتوانند درست و در امنیت رأی بدهند، به تأخیر بیندازیم؟»

ترامپ بارها علیه رأی‌گیری پستی موضع گرفته و آن را فرم نامشروعی از رأی‌دادن توصیف کرده است: نکته اینجاست که مردم ۵ ایالت فقط به طور غیابی و از طریق پست رأی می‌دهند و در ۲۹ ایالت دیگر به اضافه منطقه کلمبیا، قانون امکان رأی‌گیری پستی را برای مردم فراهم کرده است، اما تاکنون هیچ مدرکی نبوده که نشان دهد رأی‌گیری پستی باعث افزایش تقلب می‌شود.

ادامه در همین صفحه

هسته معاملات فرابورس دیروز هنگ کرد و معاملات آن انجام نشد

رشد ۲۴ هزار واحدی شاخص بورس

۵

فعالان اقتصادی چه نگاهی نسبت به آینده دارند؟

مسیریابی اقتصاد از دریچه مدیران

فرصت امروز: دوازدهمین دوره شامخ کل اقتصاد مربوط به شهریورماه امسال با بهبود ۰,۴۳ واحدی نسبت به مردادماه، ۴۶,۸۶ واحد اعلام شد. با وجود این بهبود اندک اما مشکلات بخش تولید همچنان به قوت خود باقی است و به عنوان مثال، در آخرین ماه تابستان شاخص موجودی مواد اولیه و لوازم خریداری شده برای تولید باز هم افت کرده و از ۴۰,۲۴ واحد به ۳۵,۶۴ واحد رسیده است. شاخص مدیران خرید (PMI) موسوم به شامخ از مهرماه ۱۳۹۷ توسط مرکز پژوهش‌های اقتصادی اتاق ایران محاسبه می‌شود و آخرین تحولات این شاخص در شهریور نشان می‌دهد که تولید کماکان در تنگنای تأمین مواد اولیه به سر می‌برد. گزارش دوازدهمین دوره...

۳

رشد پایه پولی و افزایش قیمت ارز از مهم‌ترین عوامل رشد تورم بوده‌اند

تصویر تورم در بهار ۹۹

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- چگونه مدیر بهتری باشیم؟
- ۱۰ شغل پردرآمد با سرمایه کم در بازار کاری ایران
- مزیت‌های توییتر برای کسب و کارها
- دیوارنگاری تقدیر از کادر درمان
- آیا قیمت مناسبی را برای محصولات‌تان در نظر گرفته‌اید؟
- بهبود کیفیت کمپین‌های بازاریابی در ۶ گام

۸ تا ۱۶

فیس‌بوک در برابر تصمیم نهادهای دولتی مبنی بر جداشدن واتس‌اپ و اینستاگرام از خود دفاع می‌کند

آیا انتخابات آمریکا به تأخیر می‌افتد؟

ادامه از همین صفحه

ترامپ قدرت به تأخیر انداختن انتخابات را ندارد و فقط کنگره است که می‌تواند چنین کاری انجام دهد. هرچند بعد از توئیت ترامپ حتی چند تن از جمهوری‌خواهان نیز به او انتقاد کردند.

با اینکه تأخیر انتخابات تاکنون در تاریخ آمریکا حتی در میانه جنگ‌های بزرگ هم سابقه نداشته است، اما حزب جمهوری‌خواه ترامپ به هیچ چیزی جز ماندن در قدرت فکر نمی‌کند. همچنین پس از چهار سال حکمرانی ترامپ، نمی‌توان گفت که چون چیزی قبلا سابقه نداشته یا غیرقانونی به نظر می‌رسد، بعدها هم رخ نخواهد داد. برای اینکه ماجرا را بهتر درک کنیم باید به نحوه مدیریت انتخابات در جریان جنگ داخلی و جنگ جهانی دوم نگاه کنیم. در سال ۱۸۶۴ و ۱۹۴۴ با اینکه آمریکا در دوران جنگ داخلی دچار تشنج بوده و در جنگ جهانی دوم نیز در میانه یک وضعیت فوق‌العاده ملی قرار داشته، اما انتخابات در همان موعد مقرر برگزار شده است.

هیچ‌کس خواستار تأخیر در انتخابات نشده است. به اعتقاد من هیچ‌کس درخواست تأخیر انتخابات نمی‌دهد مگر آنکه از تاریخ بی‌اطلاع باشد یا تعهدی به قانون اساسی نداشته باشد. باید حواس‌مان باشد که حالا چه اتفاقی دارد می‌افتد: مردم نخواسته‌اند که انتخابات به تأخیر بیفتد، هیچ رهبر محلی و ایالتی هم نگفته که پیش‌شرط‌های برگزاری انتخابات در ماه نوامبر فراهم نیست. اینجا فقط یک مرد حامی تأخیر انتخابات است و او رئیس‌جمهور کشور با اکانت توئیتری است که لحظه‌ای از آپدیت آن دست برنمی‌دارد. این پیشنهاد، تلاش او برای حواس‌پرتی ماست: مردی که بخش عظیمی از جامعه به او به لحاظ سیاسی پشت کرده است. حرف او هیچ پایه و اساس قانونی و تاریخی ندارد و به همین خاطر است که بعد از توئیتش افراد مهمی اعلام کردند که تأخیر انتخابات امکان ندارد.

سوال جذاب این است که آیا پیشنهاد تأخیر انتخابات به حزب جمهوری‌خواه برمی‌گردد یا ماجرا فقط به ترامپ مربوط است؟ به اعتقاد من، یک عنصر رادیکال در جناح راست آمریکا وجود دارد که به دنبال تضعیف معیارهای دموکراتیک است تا بتواند با وجود اقلیت بودنش همچنان قدرت را در اختیار داشته باشد. دونالد ترامپ بازتاب این واقعیت است، اما او آن را به وجود نیاورده است. او از این روند سود برده است. انتخاب دونالد ترامپ نتیجه باورنکردنی همه این روندهای ریز و درشت ۲۰ سال اخیر در صحنه سیاسی آمریکا از زمان قدرت‌گیری جنبش دست‌راستی تی پارتی (Tea Party movement) است.

نکته جالب این است که ترامپیست‌ها همیشه مدافع تفسیر خشک واژه‌محور از قانون اساسی بوده‌اند و همین ما را از تأخیر انتخابات نجات خواهد داد. چون قانون اساسی به روشنی گفته که این کنگره است که می‌تواند بگوید چه زمانی برای انتخابات ریاست‌جمهوری مناسب است، نه شخص رئیس‌جمهور. پس اگر این رویکرد سفت و سخت در تفسیر قانون اساسی را پیش بگیریم، ترامپ اینجا هیچ کاره است، اما من فکر نمی‌کنم در جهان‌بینی ترامپ هیچ انسجامی وجود داشته باشد. او به تنها چیزی که فکر می‌کند، قدرت‌نمایی و دسترسی به قدرت برای خانواده‌اش است.

هم‌زمان پیکاری درونی بر سر آینده حزب جمهوری‌خواه در جریان است. آیا این حزب به حزب ترامپ تغییر ماهیت می‌دهد؟ آیا حزب جمهوری‌خواه هنوز می‌تواند پرچم آبراهام لینکلن را بر دوش داشته باشد؟ جمهوری‌خواهان هستند که در این مورد تصمیم‌گیری خواهند کرد، اما آنچه که ما از راست‌گراها در سال‌های اخیر دیده‌ایم، سیستماتیک بوده است، یعنی تعداد جمهوری‌خواهان و دموکرات‌ها طی این سال‌ها عوض شده، افکار عمومی در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی هم تغییر کرده و دست راستی‌ها چاره‌ای نداشته‌اند که از هر نهاد و اهرم قدرتی که می‌شود استفاده کنند تا جلوی خواست مردم را بگیرند و در قدرت باقی بمانند.

من فکر می‌کنم سؤال اینجاست که آیا این همان حزب جمهوری‌خواهی است که تلاش کرد اوباماکر (لایحه حفاظت از بیمار و مراقبت مقرون‌به‌صرفه) را باطل کند و نتوانست، یا حزبی که جلوی انتصاب مریک گارلند، آخرین گزینه اوباما برای عضویت در دیوان عالی را گرفت؟ به اعتقاد من، درباره یک سازمان حرف نمی‌زنیم. من فکر نمی‌کنم حزب جمهوری‌خواه یک هسته استراتژیک مرکزی داشته باشد، چون هیچ انسجام منطقی در ایده‌های اعضای حزب در ۱۰ سال اخیر دیده نمی‌شود. آنها طی این مدت از حامیان تجارت آزاد و بودجه‌های متوازن به حامیان تولید داخلی و بی‌اعتنا به بودجه تبدیل شده‌اند. آنها درباره سیاست‌های مهاجرتی هر موضعی را که تصور کنید گرفته‌اند. آنها حامی تفسیر سخت‌گیرانه واو به واو از قانون اساسی هستند، اما تعداد زیادی از همین‌ها با استفاده از قدرت ویژه اضطراری رئیس‌جمهور در تأمین بودجه دیوار مکزیک مشکلی ندارند.

من طی ۱۰ سال گذشته انسجامی در ایده‌های جمهوری‌خواهان ندیده‌ام. انسجامی که واقعا آنها را متحد می‌کند در تمایل آنها به قدرت، تمایل به استفاده از هر ابزاری برای سرکوب رأی مردمی جهت محدود کردن دموکراسی و برای باقی‌ماندن در سمت‌شان بوده است و ترامپ برای آنها بهترین وسیله به نظر رسیده است. خود ترامپ هم از این تاکتیک‌ها و ایده‌ها خوشحال بوده است، چون او به بردن فکر می‌کند و بس.

من مطمئن نیستم که ترامپ هنگام نامزدشدن واقعا فهمیده بود که رئیس‌جمهور بودن چه معنایی دارد. من هنوز هم مطمئن نیستم که او این موضوع را درک کرده باشد، چون اصلا دنبال جلب نظر عموم نیست و فقط می‌خواهد ببرد. ترامپ هیچ مشکلی با تقلب ندارد و او افرادی در حزب جمهوری‌خواه پیدا کرده که آنها هم هیچ مشکلی با تقلب ندارند.

ترامپ با توئیت سی‌ام جولایش امیدوار است که راه تقلب را پیدا کند، اما قانون اساسی آمریکا، قدرت را به کنگره داده و کنگره دوپاره است و اصلا امکان ندارد مجلس نمایندگان با اکثریت دموکرات این امر را بپذیرد. با توجه به برخی واکنش‌های جمهوری‌خواهان نیز من مطمئن نیستم که سنای جمهوری‌خواه هم موافق تغییر تاریخ انتخابات باشد. پس ترامپ نومیدانه به دنبال پیدا کردن راهی برای جلوگیری از شکست در ماه نوامبر است. من نمی‌گویم که قرار است در انتخابات نوامبر شاهد تقلب باشیم، اما نشانه‌ها می‌گویند که اگر او تقلب نکند، انتخابات را می‌بازد.

منبع: فارن پالسی

کدام ایالت‌ها در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا حیاتی هستند؟

پیش‌بینی شکست ترامپ در انتخابات ۲۰۲۰

آخرین نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که جو بایدن، نامزد دموکرات‌ها در انتخابات سوم نوامبر ۲۰۲۰ از وضعیت بهتری نسبت به دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا برخوردار است. ترامپ با ابتلا به بیماری کرونا، از برنامه انتخاباتی خود عقب افتاده و با کاهش محبوبیت قابل توجهی در نظرسنجی‌ها روبه‌رو شده است.

به گزارش «ان بی سی نیوز»، نظرسنجی جدید این شبکه خبری که با همکاری روزنامه «وال استریت ژورنال» انجام شده، نشان می‌دهد که رأی‌دهندگان به نسبت دو به یک، احساس بهتری در مورد ریاست جمهوری احتمالی جو بایدن دارند. این نظرسنجی دو روز بعد از مناظره سه‌شنبه هفته گذشته (که «ان بی سی نیوز» آن را در گزارش خود «غیرواقعی» و «پر از توهین» توصیف کرده) و قبل از اعلام ابتلای ترامپ به کرونا و بستری شدنش در مرکز پزشکی «والتر رید» منتشر شده است.

نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد که ۵۳ درصد از رأی‌دهندگان آمریکایی اکنون از بایدن و تنها ۳۹ درصد از ترامپ حمایت می‌کنند. اختلاف دو نامزد ریاست جمهوری درحالی به ۱۴درصد افزایش پیدا کرده که در نظرسنجی قبلی که پیش از مناظره برگزار شده بود، این اختلاف ۸ درصد بود بنابراین نظرسنجی اخیر «ان بی سی نیوز» و «وال استریت ژورنال» افزایش اختلاف دو نامزد انتخاباتی از نظر حمایت مردمی را نشان می‌دهد.

همچنین براساس نظرسنجی مشترک «نیویورک‌تایمز» و «کالج سیه‌نا» در ایالت آریزونا که در فاصله تنها یک ماه مانده به انتخابات ریاست جمهوری آمریکا انجام شده، جو بایدن، معاون رئیس‌جمهور سابق آمریکا و نامزد حزب دموکرات در انتخابات سوم نوامبر از شانس بیشتری برای کسب اکثریت آرای شهروندان این ایالت در مقایسه با دونالد ترامپ برخوردار است. حدود ۴۹ درصد از ساکنان ایالت آریزونا در نظرسنجی مشترک «نیویورک‌تایمز» و «کالج سیه‌نا» اعلام کرده‌اند که در انتخابات ریاست جمهوری امسال به جو بایدن رأی خواهند داد؛ این در حالی است که ۴۱درصد از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی از دونالد ترامپ حمایت کرده‌اند. برتری ۸ درصدی بایدن بر ترامپ در این نظرسنجی از این لحاظ حائز اهمیت است که جمهوری‌خواهان در ۷ دهه اخیر معمولا مشکلی برای جذب آرای شهروندان ایالت آریزونا در انتخابات ریاست جمهوری و پیروزی بر دموکرات‌ها در این ایالت نداشته‌اند.

در تازه‌ترین نظرسنجی پس از گذشت پنج روز از اعلام ابتلای ترامپ به ویروس کرونا، بازگشت او به کاخ سفید و برداشتن ماسک، تنها ۶۹ درصد آمریکایی‌ها گفته‌اند که به مواضع کاخ سفید درباره سلامت وی باور دارند. «سی ان ان» در این باره نوشت: «رفتارهای ترامپ به عنوان رئیس جمهوری آمریکا باید سرلوحه‌ای برای دیگر آمریکایی‌ها باشد، اما او با رفتاری مغایر با دستورالعمل‌های اعلام شده برای مقابله با ویروس کرونا، پیام‌های متناقضی به دیگران می‌فرستد.» روزنامه «گاردین» نیز در گزارشی نوشت که «به طور میانگین بایدن در اکثر نظرسنجی‌ها پیشتاز است و ایالت‌های چرخشی آریزونا و کارولینای شمالی نقش مهمی در تعیین نتیجه انتخابات دارند.»

همچنین یک پایگاه خبری به بررسی ایالت‌های مهم در نتیجه انتخابات پرداخت و میزان درصد تاثیرگذاری آن را اعلام کرد. به گفته «پایگاه ۵۳۸»، «کارولینای شمالی ۳,۱ درصد، اوهایو ۳,۸ درصد، آریزونا ۵,۳ درصد، میشیگان ۹ درصد، ویسکانسین ۱۳,۴ درصد، فلوریدا ۱۴,۳ درصد و پنسیلوانیا با ۲۸,۳ درصد جزو مهمترین ایالت‌ها محسوب می‌شوند.»

به گزارش «سی ان ان»، پنسیلوانیا به کانون جدید بحران انتخاباتی آمریکا تبدیل شده و متخصصان درباره عواقب آن هشدار داده‌اند. در پی تغییر قوانین رأی‌گیری، اختلافات بر سر ناظران رأی‌گیری و ماشین‌های رأی‌گیری که در مرحله آزمایش هستند، خبرهای نادرستی در این ایالت خاکستری به سرعت در حال پخش است.

در آخرین خبرها نیز جو بایدن در یک نشست مطبوعاتی به میزبانی «ان‌بی‌سی نیوز» از اینکه در مناظره اولش با رئیس‌جمهور آمریکا، ترامپ را «دلقک» خطاب کرد، ابراز تأسف کرد و گفت: «من باید می‌گفتم که اقدامات او دلقک‌وار است نه اینکه او را دلقک بخوانم.» بایدن همچنین درباره ابتلای ترامپ به ویروس کرونا نیز گفت: «ابتلای او به کرونا غافلگیرکننده نبود؛ زیرا او ملاحظات ایمنی را رعایت نمی‌کرد. هر فردی که در تماس با این ویروس قرار می‌گیرد، با گفتن اینکه اصلا این ویروس مهم نیست و فاصله‌گذاری اجتماعی مهم نیست، به نظرم مسئول هر اتفاقی است که سر خودش می‌آید.» بایدن همچنین در گفت‌وگوی دیگری گفته که اگر شرایط مساعد باشد حاضر است که با ترامپ مناظره کند.

از سوی دیگر، دونالد ترامپ دوشنبه از بیمارستان «والتر رید» مرخص شد و پس از ورود به کاخ سفید از مردم خواست که از کرونا نترسند. ترامپ همچنین با درآوردن ماسکش که با انتقادات زیادی روبه‌رو شد، خبر از تولید واکسن کرونا در روزهای آینده داد؛ مسئله‌ای که می‌تواند تا حدودی باعث افزایش محبوبیت او در آستانه کمتر از یک ماه به برگزاری انتخابات سوم نوامبر شود. در این بین، مناظره کاملا هریس، معاون جو بایدن با مایک پنس، معاون ترامپ نیز می‌تواند در جهت‌دهی افکار عمومی تاثیرگذار باشد. همچنین ستاد انتخاباتی ترامپ اعلام کرده که او قصد دارد در مناظره انتخاباتی بعدی با جو بایدن شرکت کند. به گزارش «بلومبرگ»، تیم مورتاگ، سخنگوی ستاد انتخاباتی ترامپ این خبر را اعلام کرد. مناظره دوم انتخاباتی قرار است پانزدهم اکتبر در شهر میامی ایالت فلوریدا برگزار شود.

در این میان، آلن لیکتمن، مورخ و پروفسور آمریکایی که از سال ۱۹۸۴ میلادی، نتیجه ۹ انتخابات ریاست جمهوری آمریکا را به درستی پیش‌بینی کرده و سال ۲۰۱۶ نیز انتخاب ترامپ را پیش‌بینی کرده بود، درباره نتیجه انتخابات ۲۰۲۰ گفت: «به عنوان یک مورخ و تاریخدان آموخته‌ام که تاریخ را بی‌طرفانه مطالعه کنم. مدل پیش‌بینی من همه انتخابات ایالات متحده را دربر می‌گیرد.»

او پیروزی بایدن و شکست ترامپ در انتخابات ماه نوامبر را پیش‌بینی کرد و با اشاره به مدل پیش‌بینی خود افزود: «از زمان پیش‌بینی موفقیت‌آمیز انتخاب مجدد رونالد ریگان در سال ۱۹۸۲ به عبارتی دو سال و نیم قبل از انتخابات، نتایج همه انتخابات ریاست جمهوری آمریکا را تاکنون با استفاده از ۱۳ عبارت کلیدی به درستی پیش‌بینی کرده‌ام.» «رادیو کانادا» به نقل از لیکتمن ادامه داد: «بسیار بعید است که پیش‌بینی من در هفته‌های آینده تغییر کند. در حقیقت، مدل پیش‌بینی من این واقعیت را در نظر می‌گیرد که آمریکایی‌ها براساس عملکرد حزب حاکم رأی می‌دهند؛ در واقع، ۱۳ عبارت کلیدی شامل انتخابات میان دوره‌ای، احزاب ثالث، شرایط اقتصادی بلندمدت و کوتاه‌مدت، سیاست‌های اتخاذشده، وجود ناآرامی‌های اجتماعی، رسوایی‌های پیش آمده و موفقیت‌ها و شکست‌های سیاست خارجی می‌شود.» به گفته او، «دونالد ترامپ در سال ۲۰۱۶ به دلیل پیش‌بینی درست انتخاب خود به من تبریک گفت، اما او نتوانست اهمیت مفاهیم کلیدی را بفهمد؛ اینکه شیوه حکومت‌داری و نه مبارزات انتخاباتی، عامل تاثیرگذار بر انتخابات است؛ ترامپ به جای دست و پنجه نرم کردن با چالش‌ها، به برنامه بازی خود در سال ۲۰۱۶ بازگشته است. هنگامی که رئیس جمهور هستید، براساس وظایف و مسئولیت‌های خود قضاوت می‌شوید. ناآرامی‌های اجتماعی و عملکرد اقتصادی ضعیف، او را به طرز فجیعی به این شکست سوق می‌دهد؛ در تاریخ ایالات متحده این امر بی‌سابقه است که حزبی در طول چند ماه متحمل چنین عقبگرد ناگهانی و فاجعه‌باری شده باشد بنابراین از سال ۱۹۹۲ ترامپ اولین رئیس جمهوری خواهد بود که مجددا انتخاب نمی‌شود؛ او نمی‌تواند هیچ کسی ازجمله باب وودوارد، هیلاری کلینتون و باراک اوباما را مقصر بداند جز خودش.»

مسکن

مردم تخلف مشاوران املاک را گزارش کنند

هزینه صدور کد رهگیری چقدر است؟

درحالی که در ماه‌های گذشته و به دنبال مصوبه ستاد ملی مبارزه با ویروس کرونا برای پرداخت وام ودیعه مسکن به مستأجران، برخی مشاوران املاک در قبال صدور کد رهگیری مبالغی تا ۲ میلیون تومان را از مستأجران دریافت می‌کنند، رئیس اتحادیه مشاوران املاک، هزینه صدور کد رهگیری برای قراردادهای اجاره را ۵ هزار تومان و برای معاملات دیگر ۱۰ هزار تومان اعلام کرد و گفت: صدور کد رهگیری برای قراردادهای اجاره الزامی بوده و مردم تخلف مشاوران املاک را گزارش کنند.

مصطفی قلی خسروی در واکنش به این موضوع که همزمان با ثبت‌نام وام ودیعه مسکن و الزام به ارائه کد رهگیری، برخی از بنگاه‌های املاک از مستأجران مبالغ بالایی را طلب می‌کنند، به تسنیم گفت: صدور کد رهگیری برای تمام معاملات مسکن از جمله قراردادهای اجاره الزامی بوده و مشاور املاک ملزم به ارائه آن به طرفین معامله بدون دریافت هزینه‌ای است.

او با یادآوری اینکه صدور کد رهگیری برای قراردادهای اجاره در سامانه ۵ هزار تومان و برای معاملات دیگر ۱۰ هزار تومان است، از مردم خواست تا در صورت مشاهده درخواست پول برای صدور کد رهگیری قراردادهای اجاره سریعا آن را به اتحادیه املاک گزارش دهند.

به گفته وی، براساس ماده ۲۸ در صورت بروز چنین تخلفی بنگاه املاک به مدت یک هفته پلمب می‌شود، ضمن اینکه تا ۴ برابر مبلغ دریافتی از سوی تعزیرات جریمه خواهند شد. همچنین باید رضایت متعاملین نیز توسط مشاور املاک متخلف جلب شود.

از سوی دیگر، با وجود آنکه حدود ۷۷ درصد خرید و فروش‌ها در بازار مسکن ایران را معاملات سوداگرانه تشکیل می‌دهد، هنوز طرح مالیات بر عایدی سرمایه اندر خم یک کوچه قرار دارد و از کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی فراتر نرفته است. به گزارش ایسنا، آخرین وضعیت مالیات بر عایدی سرمایه حاکی از آن است که این طرح هنوز در کمیسیون اقتصادی مجلس در حال بررسی است. هدف این طرح مقابله با معاملات سوداگرانه در بازارهای مسکن، خودرو، ارز، طلا و ... است.

کارشناسان اقتصاد مسکن معتقدند اگر این برنامه عملیاتی شود در کنار مالیات بر خانه‌های خالی، تاثیر بسزایی در خروج بازار مسکن از حالت سرمایه ای به حالت مصرفی دارد و می‌تواند به کنترل قیمت‌ها منجر شود. البته مالیات خانه‌های خالی به تصویب مجلس رسیده که شورای نگهبان به آن ایراداتی گرفت. مجددا ایرادات برطرف و به شورا ارسال شده که هنوز شورای نگهبان پاسخ نداده است.

با این حال، دولت اولین پیامک‌ها را به صاحبان ۱۰۹ هزار واحد مسکونی خالی ارسال کرده تا در صورت احراز خالی بودن این واحدها به سازمان امور مالیاتی معرفی شوند. از طرف دیگر، طرح مالیات بر عایدی سرمایه در سال ۱۳۹۷ از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی مطرح شد اما دولت آبان ماه همان سال اعلام کرد که در این زمینه لایحه ارائه می‌دهد.

با گذشت حدود دو سال، هنوز لایحه‌ای در این زمینه ارائه نشده است؛ هرچند مسئولان دولتی می‌گویند که این برنامه در دستور کار قرار دارد و هیچ مانعی برای اجرای آن دیده نمی‌شود. با اجرای مالیات از عایدی سرمایه، اگر یک فرد خانه‌ای را خریداری و سپس اقدام به فروش آن کند، باید از محل سود این معامله، بخشی به عنوان مالیات پرداخت شود.

کشورهای دیگر جهان برای کنترل تقاضای سوداگرانه در بازار املاک از ابزار مالیات بر عایدی سرمایه استفاده می‌کنند و این پایه مالیاتی در ۱۸۰ کشور جهان اجرا می‌شود. طبق طرحی که مرکز پژوهش‌های مجلس در سال ۱۳۹۷ ارائه کرد، مالیات بر عایدی سرمایه بر ارزش دارایی وضع نمی‌شود، بلکه بر افزایش ارزش دارایی یا همان عایدی دارایی وضع می‌شود. به طور مثال اگر فردی ملکی را در سال جاری به قیمت ۱۰۰ میلیون تومان خریداری کند و در سال بعد به قیمت ۱۵۰ میلیون تومان بفروشد، درصدی از ۵۰ میلیون تومان افزایش ارزش دارایی، مشمول پرداخت مالیات بر عایدی سرمایه خواهد بود. همچنین در طرح پیشنهادی کمیته اقتصاد مقاومتی مجلس شورای اسلامی، انتقال بین نزدیکان نسبی طبقه اول خانواده شامل والدین و فرزندان و همسر دائم، معاف از مالیات در نظر گرفته شده است. برای تشویق به عرضه مسکن و ساخت نیز ضروری است اولین انتقال واحدهای مسکونی نوساز از پرداخت مالیات بر عایدی املاک معاف شوند.

از عرضه مسکن در بورس چه خبر؟

یک قدم تا اجرا

عرضه پروژه‌های مسکونی در بورس کالا که با عنوان صندوق‌های زمین و ساختمان یا فروش متری مسکن شناخته می‌شود با اصلاح آیین‌نامه ماده ۱۴ قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن به اجرای نهایی نزدیک می‌شود. به گزارش ایسنا، موضوع امکان تامین مالی پروژه‌های حمل و نقل و مسکن با استفاده از ظرفیت بازار سرمایه از حدود ۱۵ ماه قبل مطرح شد که در نهایت اواسط اردیبهشت ماه با همکاری سازمان بورس و وزارت راه و شهرسازی به مرحله توافق و اجرای نهایی رسید.

وزارت راه و شهرسازی در نظر دارد صندوق‌های زمین و ساختمان که هم اکنون به صورت محدود از طریق ۴ تا ۵ شرکت بخش خصوصی فعالیت می‌کنند را گسترش دهد. معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی درباره این صندوق‌ها گفته بود که عرضه پروژه‌های مسکن در بورس کالا ضمن اینکه سوددهی مناسبی برای سرمایه‌گذاران دارد، به تولید و عرضه مسکن کمک خواهد کرد.

این صندوق‌ها با آنچه تحت عنوان بورس املاک و مستغلات شناخته می‌شود و اواخر مرداد با عرضه یک واحد تجاری توسط شرکت عمران شهر جدید پردیس وارد مرحله اجرا شد متفاوت است. در بورس املاک، دارایی‌های مازاد شرکت‌های دولتی و بانک‌ها برای فروش در بازار سرمایه عرضه می‌شود، اما فروش متری مسکن در واقع جذب سرمایه‌های خرد برای اجرای پروژه‌های مسکونی و راهسازی است. سهامداران می‌توانند با خرید سهام که به صورت متری عرضه می‌شود در پایان پروژه سود تحقق یافته را دریافت کنند یا در صورت خرید کل یک واحد مسکونی، آن را به تملک خود درآورند.

محمود محمودزاده، معاون وزیر راه و شهرسازی درباره آخرین وضعیت بورس مسکن گفت: آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۴ قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن مشکلاتی داشت که با پیگیری‌های وزارت راه و شهرسازی هم اکنون این موانع برداشته شده است. موضوع احیا و راه‌اندازی صندوق‌های زمین و ساختمان و بهره‌مندی از این ظرفیت به سازمان ملی زمین و مسکن، شرکت عمران شهرهای جدید ابلاغ شده تا شرکت‌های تابعه وزارت راه و شهرسازی پروژه‌هایی که در قالب صندوق زمین و ساختمان قابلیت ارائه دارند، آماده و ارائه کنند. به زودی از ابزار سرمایه‌ای احیا و راه‌اندازی صندوق‌های زمین و ساختمان برای تولید مسکن استفاده خواهد شد.

رشد پایه پولی و افزایش قیمت ارز از مهم‌ترین عوامل رشد تورم بوده‌اند

تصویر تورم در بهار ۹۹

فرصت امروز: نرخ تورم و نوسان آن، یکی از مهم‌ترین متغیرهای اقتصادی علامت‌دهنده به فعالان اقتصادی است. به طور معمول گزارش‌های دوره‌ای تورم در کشورهای مختلف دنیا توسط بانک‌های مرکزی منتشر می‌شود که شامل تحلیلی بر مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر نرخ تورم در دوره مورد بررسی، تحلیل عوامل اثرگذار در دوره بعدی و سیاست بانک مرکزی در قبال نوسان اقتصادی و تعیین نرخ تورم هدف است. متأسفانه چنین گزارشی توسط بانک مرکزی ایران منتشر نمی‌شود. به همین دلیل، نهاد پژوهشی مجلس به تازگی جهت برآورده کردن نیاز جامعه کارشناسی برای دستیابی به تحلیلی درباره سیاست‌های اتخاذشده و آثار آن بر شاخص‌های قیمت، اقدام به انتشار گزارش‌های فصلی تورم کرده است. این گزارش‌ها که پس از پایان هر فصل منتشر می‌شود، شامل مروری بر آخرین تغییرات شاخص قیمت مصرف‌کننده، مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر نرخ تورم در دوره گذشته و مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر نرخ تورم در دوره آینده است. در همین راستا، مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارش اخیر خود به تحلیل تورم در سه ماهه نخست امسال پرداخته و از رشد پایه پولی و نقدینگی و همچنین افزایش نرخ ارز به عنوان مهم‌ترین عوامل رشد تورم بهار ۹۹ نام برده است.

تحولات نرخ تورم در فصل بهار امسال

نرخ تورم دوباره جهش پیدا کرده و فاصله تورمی دهک‌ها همین‌طور رو به افزایش است. با چشم‌اندازی که از تحریم‌ها، کرونا و مدیریت اقتصادی کشور دیده می‌شود، به نظر نمی‌رسد که نرخ تورم به این زودی کاهش یابد. همین الان هم نرخ تورم از سقف هدف تورمی بانک مرکزی (۲۲ درصد) بالاتر است. با این چشم‌انداز تورمی، بازوی کارشناسی مجلس به تحلیل تورم فصل بهار پرداخت و نوشت: «شاخص قیمت مصرف‌کننده ۶٫۸۳ درصد افزایش در بهار ۱۳۹۹ نسبت به پایان سال ۱۳۹۸، بالاترین میانگین نرخ رشد شاخص قیمت مصرف‌کننده در طول چهار فصل گذشته را ثبت کرد. همچنین از بین گروه‌های کالایی با تفکیک موضوعی، گروه «کالا و خدمات متفرقه» بیشترین رشد را داشته است. گروه‌های خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها، دخانیات، مبلمان و لوازم‌خانگی، حمل‌ونقل و تفریح و فرهنگ نیز رشدی بالاتر از شاخص کل را تجربه کرده‌اند. در طبقه‌بندی دیگری از شاخص کل نیز شاخص کالاهای بادوام با ۱۵٫۴۳ درصد رشد، در رتبه اول قرار دارد که عمدتاً ناشی از رشد نرخ ارز است. رشد شاخص قیمت باعث شده است تورم نقطه‌به‌نقطه در خردادماه به ۲۲ درصد و نرخ تورم متوسط سالیانه به ۲۷٫۸ درصد برسد.»

چرا نرخ تورم در فصل بهار افزایش یافت؟

به اعتقاد مرکز پژوهش‌ها، «از مهم‌ترین علل افزایش نرخ رشد شاخص قیمت مصرف‌کننده در فصل بهار را می‌توان رشد پایه پولی و نقدینگی و همچنین افزایش نرخ ارز دانست. نرخ رشد نقدینگی و پایه پولی در فصل بهار، هر دو بالاتر از نرخ رشد بلندمدت بوده است. نرخ رشد پایه پولی و نقدینگی در بهار ۱۳۹۹ به ترتیب ۸٫۸ و ۷٫۵ درصد رشد داشته‌اند و به‌مراتب بالاتر از میانگین بلندمدت آن است. نرخ رشد نقدینگی در بهار کمتر از رشد پایه پولی شده که به علت کاهش ضریب انبساط نقدینگی و کاهش تقاضا برای تسهیلات در بانک‌هاست. بالارفتن نرخ رشد نقدینگی و پایه پولی در کنار سایر عوامل باعث افزایش انتظارات تورمی شده و ازاین‌رو نقدینگی افزایش‌یافته به سمت بازار دارایی‌ها و بازار کالاهای بادوام رفته است. کالاهای بادوام با ۱۵٫۴۳ درصد، بیشترین رشد را در بین گروه‌های کالایی در بهار داشته‌اند. همچنین در بازار دارایی‌ها، شاخص بورس، نرخ ارز، سکه و مسکن، در بهار ۱۳۹۹ (پایان خردادماه ۱۳۹۹ نسبت به پایان اسفندماه ۱۳۹۸) به ترتیب، ۱۴۸، ۲۴، ۳۲ و ۲۹ درصد رشد داشته‌اند.

در بلندمدت رشد نقدینگی و تورم با یکدیگر به‌صورت متناسب حرکت می‌کنند، اما در کوتاه‌مدت و میان‌مدت، جذب نقدینگی در بازار دارایی‌ها می‌تواند میان این دو فاصله بیندازد. به عبارت دیگر، معمولا نرخ تورم نسبت به رشد نقدینگی با تأخیر بالا می‌رود. در حال حاضر رشد ۶٫۸ درصدی شاخص قیمت در مقابل رشد ۷٫۳ درصدی نقدینگی قرار دارد.

صعودی شدن نمودار رشد نقدینگی و تورم، به معنای رشد بیشتر نقدینگی نسبت به نرخ تورم است که انتظار افزایش نرخ تورم را در آینده نشان می‌دهد. وضعیتی که تقریباً از دی‌ماه ۱۳۹۸ و هم‌زمان با رشد شدید شاخص بورس و ورود نقدینگی به این بازار، نرخ تورم نیز از رشد نقدینگی فاصله گرفته است. این موضوع به این معناست که بازار دارایی فعلاً باعث شده تورم کمتر از مقادیر مورد انتظار بوده و محتمل است در آینده نزدیک با خروج بخشی از منابع از بازار دارایی و ورود به بازار کالاهای مصرفی، موجب روند فزاینده‌تر نرخ تورم شود.»

توصیه‌های سیاستی نهاد پژوهشی مجلس

مرکز پژوهش‌ها در انتهای گزارش خود، چند توصیه سیاستی مطرح کرده و نوشته است: «افزایش پایه پولی و نقدینگی و رشد شدید شاخص‌های قیمت در بازار دارایی‌ها و کالای بادوام، می‌تواند نشان از انتظارات تورمی بالا باشد. فاصله گرفتن نرخ تورم از نرخ رشد نقدینگی نباید سیاست‌گذار را درخصوص رابطه این دو به اشتباه بیندازد. آنچه در حال حاضر باید در اولویت سیاست‌گذار پولی قرار گیرد، کنترل رشد قیمت در بازار دارایی‌هاست. رشد شدید بازار دارایی اگر ناشی از رشد نقدینگی باشد، درنهایت بر شاخص قیمت تخلیه خواهد شد و درنتیجه لازم است تا رشد قیمت‌ها در این بازار کنترل شود. نمی‌توان تصور کرد که پایه پولی و نقدینگی با نرخ زیادی رشد داشته باشند، اما بازار دارایی بتواند ضربه‌گیر اثرات تورمی آنها باشد. درحالی‌که عامل اصلی رشد پایه پولی و پس‌ازآن نقدینگی، کسری بودجه دولت است، بدون کنترل کسری بودجه دولت و پیش‌بینی روش‌های غیرتورم‌زا برای تأمین کسری بودجه، نمی‌توان انتظارات تورمی و تورم را کنترل کرد. در کنار آن افزایش نرخ سود کوتاه‌مدت، می‌تواند یکی از راهکارها برای کنترل رشدهای شدید قیمت در بازارهای دارایی (بورس، سکه، ارز و مسکن) باشد. افزایش نرخ سود کوتاه‌مدت باید تا حدی (متناسب با تورم انتظاری) باشد که ضمن توجه به وضعیت ترازنامه بانک‌ها و وضعیت رکود اقتصادی، بتواند منابع را از بازار دارایی‌ها به سمت سپرده‌های بانکی سوق دهد.»

آیا کشف واکسن به پاندمی کرونا پایان می‌دهد؟

جهان در تکاپوی یک کشف

تازه‌ترین رقابت جهانی به صحنه بهداشت و درمان کشیده و کشورها و شرکت‌های دارویی برای یافتن واکسن کرونا رقابت تمام عیاری را آغاز کرده‌اند. به نظر می‌رسد با کشف واکسن کرونا نیز جهان نمی‌تواند به زودی از خطر پاندمی نجات یابد و حتی به فرض پیدا شدن سریع درمان کرونا تازه چالش بزرگ‌تر چگونگی تولید کافی واکسن و رساندن به دست تمام مردم جهان فارغ از اختلافات سیاسی است.

در همین حال، شورای روابط خارجه آمریکا (Council on Foreign Relations) به تازگی در گزارشی با عنوان «جهان در تکاپوی کشف و تولید واکسن کووید-۱۹» به آخرین تحولات این حوزه پرداخته و نوشته است: «جست‌وجو برای یافتن واکسن ویروس کرونا به خوبی در حال انجام است. دولت‌ها و محققان در تلاش هستند تا میلیاردها انسان را طی ۱۸ ماه یا کمتر در برابر این ویروس مصونیت بخشند که چنین زمانی بی‌سابقه است. واکسن‌ها قبل از تأیید برای استفاده عمومی باید از منظر ایمنی و اثربخشی مورد آزمایش قرار گیرند که این فرآیند اغلب سال‌ها به طول می‌انجامد. دولت‌ها، سازمان‌های چندجانبه و شرکت‌های خصوصی میلیاردها دلار برای دستیابی به واکسن مؤثر برای ویروس کرونا تا سال ۲۰۲۱ هزینه کرده‌اند. ده‌ها مورد کاندیدای واکسن احتمالی در بیش از ۱۰ کشور، تحت آزمایش‌های بالینی قرار گرفته‌اند. بسیاری از دولت‌ها هشدار داده‌اند تا زمانی که به واکسن کووید-۱۹ دست پیدا نکنند، زندگی روزمره نمی‌تواند به حالت عادی بازگردد. آزمایش‌های بالینی تسریع شده در دست انجام است، اما تولید واکسن اغلب سال‌ها به طول می‌انجامد. البته تولید واکسن به تنهایی کافی نیست. بسیاری از کشورها با چالش تولید مقادیر لازم برای تأمین واکسن موردنیاز همه شهروندان خود روبه‌رو هستند و رقابت بر سر اینکه چه کسی واکسن را آماده کند، رو به افزایش است.»

در ادامه این گزارش که توسط مرکز پژوهش‌های اقتصادی اتاق ایران ترجمه شده، آمده است: «بیش از ۱۰۰ واکسن در مرحله توسعه پیش‌بالینی توسط شرکت‌های دارویی، مؤسسات دانشگاهی و سازمان‌های دولتی قرار دارند. بیش از ۷۰ مورد توسط سازمان بهداشت جهانی در حال پیگیری است. ده‌ها کاندیدای واکسن، در بیش از ۱۰ کشور، در حال حاضر تحت آزمایشات بالینی قرار دارند.»

در بخش دیگر گزارش شورای روابط خارجه آمریکا به گروه‌های درگیر تولید واکسن اشاره شده است: «واکسن‌ها اغلب نتیجه همکاری جمعی شرکت‌های دارویی خصوصی با مراکز بهداشت عمومی یا آزمایشگاه‌های دانشگاهی هستند. دولت‌ها، بخش خصوصی، نهادهای بین‌المللی و مؤسسات تحقیقاتی و غیرانتفاعی در حوزه تولید واکسن کووید- ۱۹ فعالیت می‌کنند. در این بین، صنعت داروسازی بیشتر بر کشف واکسن تمرکز دارد. شرکت‌های مختلف از شرکت‌های نوپای بیوتکنولوژی گرفته تا غول‌هایی مانند جانسون‌اند جانسون و شرکت چینی سینوفارم به سرعت تلاش‌های تحقیق و توسعه خود را به واکسن کووید-۱۹ معطوف کرده‌اند. در حالی که تحقیقات اولیه در مورد یک کاندیدای واکسن معمولاً با بودجه دولتی انجام می‌شود، اما قسمت اعظم بودجه برای توسعه بالینی واکسن معمولاً از منابع خصوصی تأمین می‌شود.»

این گزارش سپس در پاسخ به این سوال که آیا می‌توان سرعت تولید واکسن را افزایش داد، نوشت: «بسیاری از کارشناسان معتقدند که جدول زمانی ۱۲ تا ۱۸ ماهه که توسط مقامات آمریکایی برای واکسن کووید-۱۹ بیان شده بسیار خوش‌بینانه است. در شرایط عادی که طی آن مراحل تولید واکسن اتفاق می‌افتد، تولید واکسن به طور متوسط ۸ تا ۱۵ سال طول می‌کشد تا از آزمایشگاه به دست تأمین‌کنندگان خدمات بهداشتی برسد. سریع‌ترین واکسنی که تاکنون تولید شده پنج سال به طول انجامیده است. با این وجود در مورد این همه‌گیری، محققان در سراسر جهان با انجام مراحل توسعه واکسن و به طور همزمان با نگاه به فناوری‌های جدید، در حال تسریع روند تولید واکسن کووید-۱۹ هستند.

توماس جی بالی‌کای از کارشناسان شورای روابط خارجی (CFR) می‌گوید: «آنچه در مورد کووید-۱۹ متفاوت از سایر بیماری‌هاست، تلاش بسیار عظیم جهانی برای تولید واکسن است. هر نهادی که در این زمینه فعالیت دارد، به طور گسترده به دنبال واکسن کووید-۱۹ است»، اما سرعت بخشیدن به آزمایشات بالینی دشوار است، زیرا توسعه آنتی‌بادی‌ها در بدن نیازمند زمان است. انجام آزمایش از طریق قرار دادن هدفمند افراد در معرض بیماری می‌تواند روش دیگری برای کاهش زمان آزمایشات باشد، اما از نظر اخلاقی بحث‌برانگیز است. روش دیگری که محققان به دنبال سرعت بخشیدن به روند کار هستند، تمرکز بر رویکردهای جدید است. واکسن‌های مبتنی بر RNA و DNA می‌توانند بسیار سریع‌تر از واکسن‌های معمولی تولید شوند که به ماه‌ها زمان برای رشد پادتن‌ها در سلول‌های حیوانی یا حشرات نیاز دارد. با این حال، هیچ یک از آنها برای استفاده تجاری تأیید نشده است. ۱۰ نفر از داوطلبان آزمایشات بالینی کووید-۱۹، متعلق به شیوه مبتنی بر RNA یا DNA هستند.»

سوال دیگر این است که آیا واکسن می‌تواند به همه‌گیری ویروس کرونا پایان دهد؟ این گزارش پاسخ داده است: «مقامات دولتی در سراسر جهان تأکید کرده‌اند که تا زمانی که واکسن بیماری کشف نشود، همه‌گیری احتمالاً پایان نخواهد یافت. با این وجود، حتی پس از تأیید واکسن، چالش عظیم تولید کافی آن برای جمعیت جهان همچنان وجود دارد. تخمین زده می‌شود که یک میلیارد دوز واکسن فقط برای واکسیناسیون کادر درمان و سایر صنایع ضروری در سطح جهان موردنیاز خواهد بود و این تنها در شرایطی است که برای هر فرد فقط یک دوز لازم باشد.

این امر از یک طرف، انگیزه کشورها را برای تولید واکسن در مقیاس وسیع فراهم کرده است و از طرف دیگر، آنها را به دلیل ترس از تولید بالقوه محدود واکسن، در برابر یکدیگر قرار داده است. در حالی که برزیل، چین و هند همگی دارای صنایع بزرگ واکسن‌سازی هستند، اما جزو پرجمعیت‌ترین کشورها قرار دارند و می‌توانند در تأمین واکسن، شهروندان خود را پیش از بقیه کشورها در اولویت قرار دهند. برخی از کشورها به دنبال توافق انحصاری با تولیدکنندگان واکسن هستند تا از کمبودهای داخلی جلوگیری کنند. برزیل، ایالات متحده و اتحادیه اروپا همه با شرکت داروسازی دانشگاه آکسفورد، آسترازنکا برای صدها میلیون دوز واکسن وارد معامله شده‌اند. توماس بالی‌کای، از کارشناسان شورای روابط خارجی (CFR) هشدار داده است که جنگ‌های مناقصه بر سر واکسن منجر به توزیع نابرابر واکسن و در نهایت، عدم موفقیت در جلوگیری از گسترش بیماری می‌شوند.

در رأس همه این چالش‌ها، نگرانی مردم در مورد کشف سریع واکسن قرار می‌گیرد. نظرسنجی گالوپ در ماه ژوئیه تا اوت نشان داد که بیش از یک‌سوم از آمریکایی‌های حاضر در نظرسنجی پس از کشف واکسن کرونا به دنبال آن نخواهند رفت. علاوه بر این، دانشمندان هنوز در حال بررسی چگونگی رفتار ویروس کرونا هستند و در تلاشند تا به بسیاری از پرسش‌های مردم در مورد خطر ایجادشده و محافظت از واکسن پاسخ دهند. این بررسی‌ها شامل کارایی واکسن در برابر ویروس کرونا است، اگرچه محققان اشاره دارند که جهش ویروس لزوماً به معنای تغییر در عفونت یا کشندگی آن نیست. آنها معتقدند تنها کشف چنین جزییاتی در مورد ویروس به تولید واکسن موفق کمک می‌کند.»

فعالان اقتصادی چه نگاهی نسبت به آینده دارند؟

مسیریابی اقتصاد از دریچه مدیران

فرصت امروز: دوازدهمین دوره شامخ کل اقتصاد مربوط به شهریورماه امسال با بهبود ۰,۴۳ واحدی نسبت به مردادماه، ۴۶,۸۶ واحد اعلام شد. با وجود این بهبود اندک اما مشکلات بخش تولید همچنان به قوت خود باقی است و به عنوان مثال، در آخرین ماه تابستان شاخص موجودی مواد اولیه و لوازم خریداری شده برای تولید باز هم افت کرده و از ۴۰,۲۴ واحد به ۳۵,۶۴ واحد رسیده است.

شاخص مدیران خرید (PMI) موسوم به شامخ از مهرماه ۱۳۹۷ توسط مرکز پژوهش‌های اقتصادی اتاق ایران محاسبه می‌شود و آخرین تحولات این شاخص در شهریور نشان می‌دهد که تولید کماکان در تنگنای تأمین مواد اولیه به سر می‌برد. گزارش دوازدهمین دوره شامخ کل اقتصاد و بیست و چهارمین دوره شامخ بخش صنعت در حالی توسط اتاق ایران منتشر شده که به جز بخش صنعت، وضعیت مابقی بخش‌های اقتصادی نیز تفاوت چندانی نکرده است. در گزارش شامخ شهریور ۱۳۹۹، رقم شامخ کل اقتصاد ۴۶,۸۶ واحد اعلام شده که نسبت به ماه قبل ۰,۴۳ واحد معادل ۰,۹۲ درصد بهبود یافته، اما شامخ بخش صنعت نسبت به ماه قبل اختلاف بیشتری داشته و ۶,۴۷ واحد معادل ۱۳,۴ درصد افزایش یافته است.

تحولات شاخص مدیران خرید کل اقتصاد

طبق نظرسنجی انجام شده از بنگاه‌های اقتصادی کشور، شاخص مدیران خرید برای کل اقتصاد ایران در شهریورماه ۴۶,۸۶ محاسبه شده است که نسبت به مردادماه (۴۶,۴۳) تغییر چندانی نداشته است. بنگاه‌های اقتصادی که در طرح شامخ شرکت کرده‌اند، در شهریورماه، هر ۵ زیرشاخص: میزان فعالیت‌های کسب‌وکار (۴۸,۹۸)، میزان سفارشات جدید مشتریان (۴۶,۹۳)، سرعت انجام و تحویل سفارش (۴۸,۵۰)، موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده (۳۵,۶۴) و میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی (۴۸,۴۶) را کمتر از ۵۰ ارزیابی کرده‌اند.

براساس این گزارش، میزان فعالیت‌های کسب‌وکار (۴۸,۹۸) در تابستان روند ثابت و رکودی داشته است. این شاخص نسبت به مردادماه (۴۷,۵۸) اندکی افزایش داشته است، اما همچنان رکود فعالیت‌های کسب‌وکار در کل اقتصاد را نشان می‌دهد که به دلیل کاهش موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده نسبت به مردادماه (۴۰,۲۴) است. میزان سفارشات جدید مشتریان نیز در شهریورماه ۴۶,۹۳ محاسبه شده است. همچنین میزان فروش کالاها یا خدمات در شهریورماه (۴۶,۲۰) نسبت به مردادماه (۴۳,۴۵) افزایش داشته است که مولد افزایش میزان سفارشات است.

از سوی دیگر، سرعت انجام و تحویل سفارش در شهریورماه عدد ۴۸,۵۰ محاسبه شده است که نسبت به مردادماه (۵۳,۲۸) کاهش داشته که دلیل آن، کاهش موجودی مواد اولیه در شهریورماه (۳۵,۶۴) بوده است. این کاهش در بخش‌های مختلف اقتصاد قابل مشاهده است. قیمت محصولات تولیدشده یا خدمات ارائه شده نیز (۷۲,۳۳) همچنان افزایش قیمت فروش را بیشتر از ماه قبل نشان می‌دهد. این در حالی است که شاخص قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم خریداری شده (۸۸,۷۵) همچنان مقدار زیادی دارد. همچنین شاخص انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی برای مهرماه (۴۴,۵۱) نسبت به شهریور (۵۱,۵۵) کاهش داشته است که به دلیل کاهش موجودی محصول نهایی در انبار یا کارهای معوق در شهریورماه (۴۱,۵۶) دور از انتظار نیست.

تحولات شاخص مدیران خرید در بخش صنعت

براساس داده‌های به‌دست‌آمده، شاخص مدیران خرید صنعت در شهریورماه، ۵۴,۵۳ محاسبه شده است که نسبت به ماه قبل (۴۸,۰۶) بالغبر ۶,۴۷ واحد معادل ۱۳,۴ درصد افزایش یافته است. ازجمله زیرشاخص‌های مؤثر در افزایش شامخ بخش صنعت، می‌توان به افزایش مقدار تولید محصولات (۵۶,۱۷)، میزان سفارشات جدید مشتریان (۵۷,۴۸)، سرعت انجام و تحویل سفارش (۵۶,۷۲) و میزان استخدام (۵۳,۱۷) نسبت به مردادماه، اشاره کرد.

همچنین مقدار تولید در شهریورماه (۵۶,۱۷) نسبت به مردادماه (۴۶,۲۳) افزایش داشته است که باعث افزایش میزان فروش محصولات به مشتریان (۵۵,۳۸) شده است. نکته قابل‌توجه اینکه زیرشاخص موجودی مواد اولیه خریداری شده که از مهرماه سال ۱۳۹۷، همواره مقدار کمتر از ۵۰ را به خود اختصاص داده، در شهریور امسال به ۴۱,۰۱ رسیده و نسبت به مردادماه کاهش داشته است.

قیمت خرید مواد اولیه (۹۳,۰۸) در شهریورماه نیز همچنان افزایش بی‌رویه در قیمت مواد اولیه را نشان می‌دهد، به دلیل کمبود و عدم تأمین ارز موردنیاز بنگاه‌ها از سوی بانک مرکزی و همچنین مشکلات ناشی از ناهماهنگی سازمان بورس با صنایع بالادستی نظیر پتروشیمی‌ها در نظارت و تخصیص درست مواد اولیه، در برخی از صنایع، تولیدکنندگان واقعی مجبورند مواد اولیه موردنیاز خود را به سختی و در قیمت‌های بسیار بالا تأمین کنند.

قیمت محصولات تولیدشده در شهریورماه هم عدد ۷۰,۸۰ محاسبه شده است که نسبت به مردادماه (۶۶,۰۱) افزایش داشته است. انتظارات تولید برای مهرماه نیز (۵۲,۲۸) نسبت به شهریورماه (۵۸,۶۲) کمتر اما مثبت پیش‌بینی شده است که نشان‌دهنده وضعیت رونق نسبی خواهد بود.

تحولات شامخ اقتصاد جهانی در ماه سپتامبر

بازگشت بخش صنعت در اقتصاد جهانی در ماه سپتامبر هم ادامه یافته است. تولید و سفارشات جدید برای سومین ماه پیاپی افزایش یافته‌اند درحالی‌که سفارش برای صادرات جدید برای اولین بار طی دو سال اخیر افزایش داشته است. گزارش JPMorgan از PMI ترکیبی در کل دنیا طی ۲۵ ماه گذشته به بیشترین مقدار خود افزایش یافته است و در سپتامبر ۵۲,۳ شده است درحالی‌که این رقم در ماه آگوست ۵۱,۸ بوده است. شاخص‌های اصلی PMI در سه ماه اخیر سیگنال افزایشی را نشان داده‌اند و طی آخرین نظرسنجی در بین ۲۹ کشور که داده‌های PMI آنها در دسترس بوده است ۲۱ کشور افزایش را به ثبت رسانده‌اند.

براساس گزارش ماه سپتامبر مؤسسه IHS از نتایج PMI بخش صنعت در منطقه یورو، سیگنال افزایش در رشد صنایع در ماه سپتامبر وجود دارد و شاخص برای این ماه ۵۳,۷ به دست آمده است که نسبت به ماه قبل (۵۱,۷) افزایش داشته است. علاوه بر این، ماه سپتامبر بیشترین رشد طی دو سال اخیر و بهبود در شرایط عملکرد را به ثبت رسانده است. سفارشات جدید و تولید با حمایت و تقویت صادرات به شدت افزایش داشته‌اند و رشد منطقه ناشی از بازگشت و تقویت بخش صنعت در آلمان است.

زمان دسترسی یک خانوار به مسکن به ۱۰۰ سال رسید

سقف وام مسکن افزایش می‌یابد؟

بررسی‌ها نشان می‌دهد که با توجه به افزایش شدید قیمت‌ها، اثرگذاری وام مسکن از بین رفته است؛ به طوری که هم‌اکنون با وام ۱۶۰ میلیون تومانی زوجین تنها می‌توان در پایتخت ۶,۵ متر خانه خریداری کرد.

به گزارش خبرآنلاین، قدرت خرید وام مسکن به حدی پسرفت کرده که وزیر راه و شهرسازی در تازه‌ترین اظهارات خود از ارائه پیشنهاد افزایش سقف تسهیلات مسکن به بانک مرکزی خبر داد. بنا به اعلام محمد اسلامی، «پیشنهادی برای افزایش سقف تسهیلات خرید مسکن ارائه کرده‌ایم؛ البته بسته تامین مالی آن باید توسط بانک مرکزی تدوین و ارائه شود و تا این بانک نظر خود را اعلام نکند، نمی‌توانیم در مورد افزایش تسهیلات تصمیم‌گیری کنیم.»

بررسی‌ها نشان می‌دهد تسهیلات صندوق پس‌انداز مسکن یکم که تا اوایل سال ۱۳۹۶ حدود ۶۰ درصد قیمت یک واحد ۶۰ متری در تهران را پوشش می‌داد، حالا اثرگذاری خود را از دست داده است. هم‌اکنون با وام ۱۶۰ میلیون تومانی زوجین می‌توان در پایتخت ۶.۵ متر مسکن خریداری کرد.

آخرین گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن مربوط به شهریورماه امسال بیانگر آن است که متوسط قیمت یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران به ۲۴ میلیون و ۲۸۰۰ هزار و ۱۰۰ تومان رسیده است که نسبت به ماه مشابه سال قبل، رشد ۹۱ درصدی را نشان می‌دهد.

البته به اعتقاد محمودزاده، معاون وزیر راه و شهرسازی، «متوسط قیمت مسکن ۲۶ استان کشور زیر ۱۰ میلیون تومان است. اگر در تهران عدد منطقه یک را از متوسط قیمت مسکن خارج کنیم، متوسط قیمت مسکن پایتخت به ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان خواهد رسید. براساس بررسی‌های صورت گرفته در ۷ استان کشور (در شهرهای مرکز استان) متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی (طی مرداد ۹۹) زیر ۵ میلیون تومان بوده است. در ۱۹ استان متوسط قیمت مسکن زیر ۱۰ میلیون تومان، در دو استان بالای ۱۰ میلیون و زیر ۱۵ میلیون تومان و فقط در یک استان (شهر تهران) متوسط قیمت مسکن بالای ۲۰ میلیون تومان بوده است.» محمودزاده با تاکید بر اینکه در ۲۶ استان کشور متوسط قیمت مسکن زیر ۱۰ میلیون تومان است، متذکر شد: «اگر برای این استان‌ها متوسط‌گیری کنیم، متوسط قیمت مسکن کشور ۲۴ میلیون تومان نیست، بلکه ۱۰ تا ۱۲ میلیون تومان خواهد بود.»

آنطور که در گزارش‌ها دیده می‌شود، مدت زمان دسترسی یک خانوار به مسکن به ۱۰۰ سال رسیده است. محاسبات نشان می‌دهد در صورتی که متوسط درآمد هر خانوار براساس دریافتی یک کارگر قرارداد مستقیم را رقمی حدود ۳ میلیون تومان در هر ماه فرض کنیم و از آنجایی که مرکز آمار، سبد هزینه‌ای خانوار از بخش مسکن را یک سوم درآمدهای آنها می‌داند، در نتیجه یک خانوار تا ۱۱ میلیون تومان از درآمد سالانه خود را به بخش مسکن اختصاص می‌دهد.

با توجه به اینکه متوسط قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در تهران تا ۲۴.۲ میلیون تومان است؛ قیمت یک واحد مسکونی ۵۰ متری به یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان است، در صورتی که رشد سالانه قیمت مسکن را با رشد سالانه حقوق کارگر برابر و یکسان در نظر بگیریم، بیش از ۱۰۰ سال طول می‌کشد تا این خانوار بتواند از طریق سیستم پس‌انداز، مسکن موردنیاز خود را خریداری کند. اگر این فرد بخواهد بخشی از زمان موردنظر را با تسهیلات مسکن جبران کند، این شاخص برای متقاضی فردی دریافت تسهیلات (۱۰۰ میلیون تومانی) به ۹۰ سال و برای زوجین (تسهیلات ۲۰۰ میلیون تومانی) به ۸۰ سال کاهش می‌یابد.

در این شرایط، کارشناسان اعتقاد دارند افزایش تسهیلات خرید مسکن فقط در صورتی قدرت خرید متقاضیان را تقویت می‌کند که ثبات اقتصادی حاکم باشد؛ در غیر این صورت با افزایش ماهانه نرخ تورم، افزایش وام ارزش خود را از دست می‌دهد. ثبات قیمت مسکن از سال ۹۲ تا ۹۵ نیز این موضع کارشناسان را تایید می‌کند. در این سال‌ها افزایش تسهیلات و پرداخت تسهیلات در قالب سپرده‌گذاری در صندوق مسکن یکم برای خانه اولی‌ها در کنار ثبات قیمت مسکن موجب شد متقاضیان واقعی در بازار بتوانند مسکن موردنیاز خود را تهیه کنند، اما افزایش قیمت‌ها از پاییز ۹۶ و تشدید آن در دو سال و نیم گذشته، باعث شده که تسهیلات مسکن به ویژه تسهیلات در قالب صندوق یکم، کارایی خود را از دست بدهد و متقاضیان در بازار مسکن از خرید باز ماندند.

طبق گزارش مرکز پژوهش‌ها، راه‌اندازی صندوق یکم در زمانی که معاملات مسکن در رکود قرار داشت، با استقبال خوبی روبه‌رو شد. سیاست‌های دولت تا قبل از تحولات اقتصادی به وجود آمده در دو سال گذشته در جهت تامین مالی خرید مسکن خانه اولی‌ها از محل صندوق پس‌انداز مسکن یکم تا حدودی موفق عمل کرد، اما با افزایش جهشی قیمت مسکن و ثابت ماندن سقف تسهیلات صندوق، عملا توانایی خرید مسکن به خصوص در شهرهای بزرگ از متقاضیان سلب شده است.

رئیس‌جمهور خواستار افزایش تلاش‌ها برای آزادسازی ذخایر ارزی بلوکه‌شده شد

دستور روحانی برای کنترل قیمت کالاهای اساسی

رئیس جمهور در یکصد و هفتاد و یکمین جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، پس از ارائه گزارش وزارت صمت در زمینه چگونگی کنترل قیمت کالاها، بر لزوم اجرای دقیق این برنامه تاکید کرد و گفت دولت مصمم است با اجرای برنامه جامع نظارتی دسترسی مردم به کالاهای اساسی و موردنیاز را تامین و قیمت آنها را کنترل و اجازه ندهد نوسانات قیمت کالاهای اساسی و ضروری زندگی و معیشت مردم و آرامش روانی آنان را مختل کند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی ریاست جمهوری، وزارتخانه‌های صمت، جهاد کشاورزی، اطلاعات، دادگستری و تعزیرات موظف شدند در چارچوب این برنامه و با هماهنگی یکدیگر نظام توزیع و نظارت بر قیمت کالاها را اجرا و در یک وضعیت نظام‌مند با تامین کالاهای اساسی مردم، قیمت کالاها را به ویژه در مورد اقلامی که با ارز ترجیحی تامین شده‌اند، به شکل دقیق کنترل و مدیریت کنند.

روحانی حضور میدانی ناظران و ایجاد شفافیت در قالب یک سامانه فراگیر در حوزه توزیع و قیمت‌گذاری را از جمله ضرورت‌های کنونی برای کنترل قیمت‌ها برشمرد و افزود: دولت مصمم است باوجود همه محدودیت‌ها با اجرای این برنامه کماکان قیمت کالاهای اساسی را به قیمت تعیین شده با نرخ ترجیحی به دست مصرف‌کننده برساند.

او همچنین همکاری و هماهنگی دستگاه قضایی و اتحادیه‌های صنفی را برای کنترل قیمت‌ها حائز اهمیت ویژه دانست.

رئیس جمهور سپس با اشاره به آشکار و قابل لمس بودن ابعاد جنگ اقتصادی تحمیل شده از سوی آمریکا برای ملت ایران و مبارزه و مقاومت صورت گرفته با این جنگ در شرایط فعلی، گفت: همانطور که ابعاد دقیق‌تر جنگ تحمیلی سال‌ها بعد از اتمام آن روشن شد، گستره جنگ اقتصادی تحمیلی به کشور نیز در آینده به شکل دقیق‌تر برای مردم روشن می‌شود. روحانی با بیان اینکه ملت ایران پس از دهه‌های متمادی دشمنی آمریکا انتظار و توقعی جز آنچه امروز می‌کند، ندارد، افزود: این ملت از کشورهایی که به صورت ناخواسته با این تحریم‌ها همراهی می‌کنند، انتظار ندارد در اقدامات ضدانسانی آمریکا شریک باشند. رئیس جمهور با اشاره به اقدامات موثر دستگاه‌های ذی‌ربط ازجمله وزارت امور خارجه و نهادهای حقوقی دولت و بانک مرکزی تاکنون برای احقاق حقوق ملت ایران، خواستار افزایش و فراگیرتر شدن این تلاش‌ها برای آزادسازی ذخایر ارزی بلوکه شده کشور شد.

استارت‌آپ‌ها

سخت کار کن، سریع کار کن و خوش بگذران

۳ نکته برای ادامه حیات کسب و کارها

همه کسب وکارها با یک رویا آغاز می‌شوند و نگه داشتن این رویا در مسیری که پر از ناامیدی، چالش و ساعت کار طولانی است، دشوار است. مطالعات نشان می‌دهد که نزدیک به ۲۰ درصد از کسب وکارها در سال اول فعالیت خود تعطیل می‌شوند و نزدیک به ۶۵ درصد از کسب وکارها عمر یک دهه‌ای را تجربه نمی‌کنند. با این وجود، چطور باید برای سال‌ها و ساعت‌های طولانی امیدوار و مثبت باقی ماند؟ استو سوورمن، کارآفرینی که پنج بار فرآیند راه اندازی استارت‌آپ را طی کرده به سه نکته اشاره می‌کند که می‌تواند ادامه مسیر را برای موسسان استارت‌آپ‌ها آسان‌تر کند.

* در همان بار اول، کار را درست انجام دهید: برای حفظ رویایی که از کسب وکار خود در ذهن می‌پرورانید، باید همه کارها را در همان گام اول درست انجام دهید. اما آیا این به معنای کامل بودن همه چیز در استارت‌آپ شماست؟ هرگز اینطور نیست. می‌توان گفت کامل بودن همه چیز برای هیچ‌کس ممکن نیست. منظور از درست انجام دادن کارها در همان گام اول، این است که هزینه‌ها را کاهش دهید. شما باید حرفه‌ای عمل کنید و میزان خطا را به کمترین سطح برسانید. زمان مهمترین منبع ارزشمند شماست و زمانی که از آن به درستی استفاده کنید، سرمایه‌گذاری در هر زمینه‌ای از کسب وکار شما به بیشترین میزان بهره‌وری می‌رسد. برای یک دقیقه به نحوه تعامل با کارکنان خود فکر کنید. زمان مهم‌ترین دارایی آنها هم به شمار می‌رود. اگر شما به آنها احترام بگذارید، فضا و ابزار عملکرد موثر و معتبر را در اختیار آنها قرار دهید، در نهایت به بهره‌وری بیشتر نیروی کار و روابط بهتر با کارکنان خود می‌رسید، اما چنین نتیجه‌ای با دفن کردن آنها زیر انتظارات و تکالیف بی‌فایده و نامشخص و کنترل‌های جزئی‌نگرانه به دست نمی‌آید. انتظارات خود را بالا ببرید، همه چیز را شفاف کنید و بعد از سر راه آنها کنار بروید.

* سریع کار کنید: برای اینکه به توصیه شماره یک عمل کنید، باید مدت زمان مناسبی را برای انجام کارهای‌تان در نظر بگیرید. بررسی همه گزینه‌ها، دریافت بازخوردها و بازنگری همه جزییات مربوط به کار، از نکات تعیین کننده در تقسیم‌بندی زمانی است. به قول معروف و همانطور که قدیمی‌ها می‌گویند عجله کار شیطان است، اما امروز بازار منتظر شما نمی‌ماند که به نظر قدیمی‌ها عمل کنید. در یک چشم برهم زدن همه چیز تغییر می‌کند. به همین دلیل نمی‌توانید معطل بمانید و دور خودتان بچرخید. شما باید سرنخ‌ها را پیدا کنید و با سرعت و بدون اتلاف وقت آنها را دنبال کنید. رسیدن به اهداف کوچک بیشتر، ضامن باانگیزه ماندن شما و واقعی‌تر شدن رویایی است که از کسب وکار خود در ذهن دارید. اهداف را براساس سرعت منطقی تنظیم کنید و با انجام کار با کیفیت سرعت رسیدن به اهداف را بیشتر کنید.

* خوش بگذرانید: کسب وکار، جدی است و پر از موضوعات سرد و خشک مثل پول است و البته چالشی برای سلامتی و شهرت شما هم به شمار می‌رود. اما در یک نگاه کلی، کسب وکار یک بازی است که همه چیز در آن با پول سنجیده می‌شود و امتیازها با پول در آن اندازه‌گیری می‌شود. پس از اینکه در کسب وکار خود به پول و سود برسید، خیلی زود می‌فهمید مردمی که پیش از شما کسب وکاری را راه انداختند، از چه حرف می‌زدند. تنها هدف از کار کردن رسیدن به پول نیست. کار نوعی سرگرمی برای صاحبان کسب وکار است. مردم از عرضه یک محصول جالب به بازار لذت می‌برند. کسب وکار درباره چالش هر روزه صاحب آن با خود است تا ببیند امروز چه کار می‌تواند بکند.

بنابراین سخت کار کنید اما بدانید که جوهر کار، بازی است. لبخند بزنید، گاهی لطیفه تعریف کنید، کندوکاو کنید و برای رقبای خود به یک رقیب خوب تبدیل شوید. مشتریان از شما راضی‌اند و شما و گروه‌تان هر روز صبح با هیجان اینکه کارها به درستی انجام شده از خواب بیدار می‌شوید؟ پاسخ مثبت شما به این پرسش یعنی همه برنده شده‌اند. نگهداری از رویایی که از کسب وکارتان در ذهن دارید، کار ساده‌ای نیست. به انگیزه، استراتژی و شبکه‌ای از حامیان برای رسیدن به اهداف خود نیاز دارید. این سه نکته می‌تواند به شما در حفظ رویای کسب وکار و رسیدن به آن کمک کند. تعهد به کار حرفه‌ای، سرعت و سرگرمی می‌تواند به شما کمک کند زودتر از خط پایان عبور کنید و رویای خود را به چشم ببینید.

چطور برای فروش خارجی دردسر کمتری بکشید؟

جهانی‌ترین استارت‌آپ‌ها

جهانی شدن هدف همه استارت‌آپ‌هاست اما رسیدن به آن بدون دردسر نیست. پیش از آنکه برای جهانی شدن کسب وکاری نوپا تصمیم بگیریم باید بفهمیم که آیا این استارت‌آپ برای عرضه خدمت و کالا به دیگر کشورها آماده شده؟ به نوشته سایت e۲۷، بعضی از کسب وکارهای نوپا به طور ذاتی برای فروش در دیگر کشورها آماده‌اند و راه آنها برای عرضه بین‌المللی خدمات وکالای‌شان، نسبت به دیگران کوتاه‌تر است.

حضور سرمایه‌گذار یا داشتن سرمایه کلان، مطالعات وسیع بازار و تغییر در تولید از ویژگی‌های جهانی عمل کردن یک کسب وکار است، اما بعضی کسب وکارها از آغاز کار، با توجه به ویژگی‌هایی، جهانی به شمار می‌روند و برای عبور از بازار داخل و رسیدن به بازار خارج، به دست و پنجه نرم کردن با چالش‌هایی مثل حمل و نقل و ... نیاز ندارند. ذات بعضی کسب وکارها جهانی است اما چه کسب وکارهایی؟ چنین کسب وکاری با این ویژگی‌ها شناخته می‌شود: بیشتر فعالیت تجاری در آن به طور آنلاین انجام می‌شود؛ تفاوت زیادی بین خدمت‌رسانی آن به مشتری بومی و خارجی وجود ندارد؛ برای فروش کالا در هر منطقه جغرافیایی نیازی به حضور فیزیکی در بازار یا ایجاد شبکه کسب و کار ندارد؛ برای خدمات‌رسانی در دیگر کشورها نیازی به ایجاد دفتر و نمایندگی ندارد و در نهایت، کالا یا خدمتی عرضه می‌کند که برای فروش در دیگر نقاط جهان نیاز به اصلاح عمده ندارد.

بانک نامه

نهاده‌های دامی و کالاهای اساسی چقدر ارز گرفتند؟

بانک مرکزی شفاف‌سازی کرد

بانک مرکـزی اعلام کرد که با هماهنگـی وزارتخانه‌های صمت، جهاد کشـاورزی و بهداشت، طی شش ماهه ابتدای امسال بیش از ۵۲۶۷ میلیون دلار تامین ارز کرده است.

طبق آنچه بانک مرکزی اعلام کرده است، طی سال جاری بنا به مصوبه ستاد اقتصادی دولت، سقف ۸ میلیارد دلار ارز با نرخ ۴۲۰۰ تومان به منظور تامین کالاهای اساسی به تفکیک ۵.۵ میلیارد دلار برای اقلام کالای اساسـی (ذرت، دانه روغنی، روغن خام، کنجاله، جـو و گندم) و ۱.۵ میلیارد دلار برای دارو و یک میلیارد دلار برای تجهیزات پزشکی در نظر گرفته شد.

همچنین مقرر شـده که در شش ماه اول سال، ۴ میلیارد دلار به منظور واردات اقلام کالای اساسـی و یک میلیارد دلار برای واردات دارو و تجهیزات پزشکی تامین ارز شود.

براساس آخرین آمار، تامین ارز انجام شده توسط بانک‌مرکزی به نرخ ۴۲۰۰ تومان، از ابتدای سـال تاکنون بابت واردات اقلام اشـاره شده بدین شرح اسـت: ۱۴۴۶ میلیون دلار برای ذرت، ۷۱۴ میلیـون دلار بـرای دانه‌های روغنـی، ۲۰۲ میلیون دلار بـرای جو، ۷۵۷ میلیون دلار برای روغن خام، ۵۰۹ میلیون دلار بـرای کنجاله، ۲۹۰ میلیون دلار برای گنـدم، ۴۰ میلیون دلار بـرای کود، ۱۵ میلیون دلار برای کاغذ، ۵۴۴ میلیون دلار برای تجهیـزات و ملزومات پزشـکی و ۷۵۰ میلیون دلار برای دارو و مواد اولیه.

طبق اعلام بانک مرکزی، علی‌رغم همه محدودیت‌ها و تنگناهای ناشـی از تحریم‌هـای ظالمانه آمریکا علیه مردم کشـورمان، بانک مرکـزی بـا هماهنگـی وزارتخانه‌های صمـت، جهاد کشـاورزی و بهداشـت، طی شـش ماه سـال جـاری جمعاً بیـش از ۵۲۶۷ میلیون دلار تامین ارز انجام داده اسـت اما برخی سوءاسـتفاده‌ها و زیاده‌خواهی در جهت کسـب سـود بیشـتر که در فرآیند توزیع و فروش کالاهای مورد اشـاره وجود دارد مانع از آن شـده اسـت که کالاهای اساسـی تامین ارز شده، برمبنای قیمت تمام شده ارز آنهـا در اختیار مـردم قرار گیرد که انتظار می‌رود کارشناسـان در برنامه‌های یادشـده، به مردم این پاسـخ را بدهند که چرا کالاهای مذکـور، بـا قیمت‌های متناسـب بـا ارز ۴۲۰۰ تومانی به دسـت مصرف‌کنندگان نهایی نمی‌رسد.

قیمت اوراق مسکن در یک ماه گذشته افزایش یافت

اوراق مسکن چند؟

قیمت اوراق مسـکن نسـبت بـه حدود یک ماه گذشـته افزایش یافته، به طوری که در ۷ شهریورماه زوج‌های تهرانی بـرای تهیه این اوراق باید ۳۶ میلیـون و ۲۴۰ هزار تومان و مجردهـای تهرانـی نیز باید ۲۱ میلیـون و ۱۴۰ هزار تومان پرداخت می‌کردند که این رقم در حال حاضر برای زوج‌ها به ۳۹ میلیون و ۸۴۰ هزار تومان و برای مجردها به ۲۳ میلیون و ۲۴۰ هزار تومان رسیده است.

به گزارش ایسـنا، اوراق تسهیلات مسـکن وارد کانال ۸۲ تا ۸۲ هزار تومان شـده اسـت؛ به طوری که تسه (هر برگ) فروردین، اردیبهشـت و خرداد سـال گذشـته به ترتیب ۸۲ هزار و ۳۰۰، ۸۲ هزار و ۵۰۰ و ۸۲ هزار و ۲۰۰ تومان قیمت دارند. هر برگ از اوراق تسهیلات مسکن بانک مسکن مربوط به تیرماه پارسال با قیمت ۸۲ هزار و ۸۰۰، در مرداد با قیمت ۸۲ هـزار و ۳۰۰ و در شـهریور نیز با قیمت ۸۲ هزار و ۳۰۰ تومان داد و سـتد می‌شود. قیمت اوراق مهر، آبان و آذر سال گذشـته نیز ۸۲ هزار و ۲۰۰، ۸۲ هـزار و ۶۰۰ و ۸۲ هزار و ۵۰۰ تومان بوده و هر برگ اوراق تسـهیلات مسکن در دی، بهمن و اسفند سال گذشته نیز با قیمت‌های ۸۲ هزار و ۶۰۰، ۸۲ هـزار و ۷۰۰ و ۸۲ هزار و ۹۰۰ هزار تومان داد و سـتد می‌شود.

بر این اساس، تسـه (اوراق) فروردین، اردیبهشت و خرداد سـال جاری به ترتیب ۸۲ هزار و ۹۰۰، ۸۳ هزار و ۸۲ هزار و ۹۰۰ تومان قیمت دارند و هر برگ اوراق تسـهیلات مسـکن در تیر و مرداد و شـهریور سال جاری نیز با قیمت ۸۲هزار و ۷۰۰، ۸۲ هزار و ۹۰۰ و ۸۳ هزار تومان داد و سـتد می‌شود بنابراین هزینه وام مسـکن در این گزارش براسـاس آخرین قیمت که همان قیمت اوراق شـهریور سال جاری یعنی ۸۳ هزار تومان بوده، محاسبه شده است.

همچنین با توجه به اینکه مجردهای ساکن تهران می‌توانند تا ۱۴۰ میلیون تومان تسهیلات دریافت کنند که شامل ۱۰۰ میلیون تومان تسـهیلات خرید مسـکن و ۴۰ میلیون تومان جعاله می‌شـود بنابراین برای ۱۰۰ میلیون تومان تسهیلات باید ۲۰۰ برگه تسهیلات مسـکن خریداری کنند که هزینه این تعداد اوراق با تسـه ۸۳ هزارتومانـی ۱۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان می‌شـود که بـا در نظر گرفتن ۴۰ میلیون تومان وام جعالـه که بـرای آن باید ۸۰ ورق بـه مبلغ ۶ میلیون و ۶۴۰ هـزار تومان خریداری کننـد، ۲۳ میلیون و ۲۴۰ هزار تومان می‌شود.

زوج‌های تهرانی نیز بر همین اساس می‌توانند تا سقف ۲۴۰ میلیون تومان شـامل ۱۰۰ میلیون تومان تسـهیلات خرید مسـکن برای هر نفر و ۴۰ میلیـون تومان وام جعاله دریافت کننـد بنابرایـن زوجین باید ۴۰۰ برگه تسـهیلات مسـکن خریداری کنند کـه هزینه آن ۳۳ میلیون و ۲۰۰هزار تومان اسـت که همراه با ۶ میلیون و۶۴۰ هزار تومان وام جعاله که برای آن باید ۸۰ برگه تسـهیلات مسکن خریداری کنند، در مجموع باید ۳۹ میلیون و ۸۴۰هزار تومان پرداخت کنند.

از سـوی دیگر، سـقف این تسـهیلات برای مراکز استان و شـهرهای با جمعیت بیش از ۲۰۰ هزار نفـر به ۸۰ میلیون تومان رسـیده که برای آن باید ۱۶۰ برگه خریداری شود که هزینه آن ۱۳ میلیون و ۲۸۰هزار تومان اسـت. این وام برای سـایر مناطق شـهری ۶۰ میلیون تومان در نظر گرفته شده است که باید برای آن ۱۲۰ برگه خریداری شود که هزینه آن ۹ میلیون و ۹۶۰ هزار تومان می‌شود.

چند درصد تصادفات، ساختگی و برای کلاهبرداری از شرکت‌های بیمه است؟

چالش تصادف ساختگی در صنعت بیمه

فرصت امروز: تصادفات سـاختگی با هدف کلاهبرداری از شرکت‌های بیمه‌ای، موضوع تازه‌ای نیسـت، اما گردش مالـی میلیاردی تصادفات سـاختگی نشـان می‌دهد که چرا باندهای سـازمان یافتـه‌ای در این کسـب و کار نامشروع شـکل گرفته‌اند و چگونه به چالش مهمی برای صنعت بیمه بدل شـده‌اند. کشـف تصادفات سـاختگی به نیت اخاذی از شـرکت‌های بیمه‌ای توسـط پلیس در چند سـال گذشته به انحلال باندهای حرفه‌ای و سازمان یافته‌ای منتهی شده است که گاهی با صحنه‌سـازی و تصادف سـاختگی اقدام به پرونده‌سازی برای اخذ خسـارت از شـرکت‌های بیمه می‌کنند و گاهـی نیز افراد بی‌خانمـان و کـم بضاعت را طعمه قـرار داده و آنها را به انجام تصادفات ساختگی ترغیب می‌کند.

در تصادفات ساختگی، افراد یا خودشان صدمات را وارد می‌کنند یا گاهی اوقات توسـط افراد حرفه‌ای کـه تخصص دارند صدمات شـدید و خطرناکی مانند شکستگی اسـتخوان و جراحات متعدد روی بدن افراد ایجاد می‌شود تا از بیمه خسارت بگیرند. معمولا در این نوع تصادفات سـاختگی غالبا از خودروهای قدیمی و فرسوده استفاده می‌کنند و بیشتر تصادفات هم در ساعت‌های پایانی شب و یا سـاعت‌های ابتدای روز در خارج از شهر انجام می‌شوند. بخش دیگری از تخلفات این بخش نیز مربوط به تبانی و سندسازی برای اخذ خسارت تصادف است به طوری که هیچ تصادفی رخ نمی‌دهد، اما برای اخذ خسـارت بیمه، سندسازی می‌شود. همچنین گاهی اوقات، تصادف واقعی رخ می‌دهد، اما در اعلام رقم خسارت، تخلف شـده و رقم بیشتری اعلام می‌شـود تا از این طریق، فرد خسارت دیده، غرامت بیشتری دریافت کند.

نشانه‌هایی برای شناخت تصادفات ساختگی

صحنه‌سـازی و تصادفات سـاختگی، موضوعی اسـت که در سال‌های گذشته خبرها و گزارش‌های زیادی در صفحه حوادث روزنامه‌ها درباره آن منتشـر شـده اسـت. دریافت آسان مبلغ دیـه از شـرکت‌های بیمه‌گر در حوادث ترافیکـی و اکتفاکردن به اظهـارات طرفین حادثه در تعیین عامل حادثه و عدم وجود دادگاه‌های ویژه در رسـیدگی به پرونده‌هـای حوادث ترافیکی ازجمله عوامل سـاختاری هسـتند که پای باندهای حرفه‌ای و سازمان یافته‌ای را به این موضوع باز کرده است.

بـا اینکه مطالعات زیـادی در مورد این پدیده مخـرب اجتماعی در ایران صورت نگرفته است، اما در تازه‌ترین مطالعه، پژوهشگران سازمان پزشـکی قانونی، دانشگاه آزاد اسلامی سـاری و دانشگاه علوم پزشکی مازنـدران، کلیه پرونده‌های در دسـترس تصادف سـاختگی پزشـکی قانونی اسـتان مازندران را در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ مورد بررسـی قـرار داده‌اند. طبق نتایج این مطالعه، بیشـتر تصادفات سـاختگی در سـاعت‌های پایانی شـب و سـاعت‌های اول روز در مکان‌های خارج از شـهر اتفاق می‌افتد و به طور معمول در این تصادف‌ها آسیب‌های افراد سرنشین به صورت مشترک و قرینه است.

تعداد پرونده‌های مربوط به تصادفات سـاختگی کـه در این مطالعه بررسـی شد، ۲۰۰ مورد بود ولی به دلیل اینکه در پزشکی قانونی تمام

پرونده‌های شهرسـتان‌ها یا مواردی که به کلانتری ارجاع داده شده‌اند، قابل دسترسـی نبودند تنها ۷۹ مورد پرونده با استفاده از پرسش‌نامه‌ای دوبخشـی بررسـی شـد. بخش اول پرسـش‌نامه درخصوص اطلاعات جمعیت‌شـناختی افراد مراجعه‌کننده به پزشـکی قانونی شـامل سن، جنس، شـغل، وضعیت تأهل و سطح تحصیلات و بخش دوم مربوط به نوع تصادف، پوزیشن فرد، نوع مراجعه و نوع آسیب بود.

الگوی تصادفات ساختگی در یک بازه ۵ ساله

طبق نتایج این بررسی، از ۷۹ پرونده مطالعه شده، ۷۵ مورد مربوط به مردان و ۴ مورد مربوط به زنان بود. افراد مراجعه‌کننده متولد سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۴۷ بودند و حدود نیمی از آنها مجرد بودند. اکثر این افراد مدرک دیپلم داشـتند و بعد از آن بیشـترین مدرک تحصیلی این افراد سـیکل بود. همچنین اکثر افراد مراجعه‌کننده (۸۲.۲ درصد) شغل آزاد داشتند.

همچنین بیشـترین نوع تصادف گزارش‌شـده توسط شخص مراجعه‌کننـده؛ تصـادف موتور با خودرو و بعـد از آن واژگونی وسیله نقلیه و کمترین فراوانی مربوط به تصادف ماشین با عابر پیاده بود. بیشـترین افراد مراجعه‌کننده به پزشـکی قانونی در تصادفات سـاختگی نیز راننده موتور یا سرنشین جلوی خودرو بودند. بیشـترین تعداد سرنشین سوار بر وسیله نقلیه در هنگام حادثه دو نفر و یک نفر بود. بیشـتر از نیمی از پرونده‌ها مربوط بـه افرادی بود که در خارج از اسـتان زندگـی می‌کردند و ۳۸ درصد از آنها علت حضور در استان مازندران را مسافرت گزارش کرده بودند. در بین پرونده‌های افراد مقیم در اسـتان، بیشترین پرونده‌ها مربوط به قائمشـهر و از بین افراد خارج استان بیشتر پرونده‌ها مربوط به استان تهران بود.

در حـدود ۶۱ درصـد از پرونده‌هـا، افـراد بـا آمبولانس به بیمارستان ارجاع داده‌شده بودند و در حدود ۸۹ درصد از موارد محل وقوع حادثه، خارج از شهر بود. همچنین بیشترین ساعات وقوع حادثه مربوط به ساعت‌های ۱۹ تا ۲۴ شب و ۱۲ بامداد تا شـش صبح بود. بیشترین نوع آسیب ثبت‌شده در این پرونده‌ها ساییدگی بود و سیاه‌شدگی کمترین نوع آسیب گزارش‌شده در افراد مصدوم بود. این آسـیب‌ها در تمامی سرنشین‌ها به صورت مشـترک بودند و در بیشـتر موارد آسیب‌ها به صورت قرینه در افراد بود.

با توجه به اینکه در این پژوهش مشخص شد، افراد در بیشتر پرونده‌های تصادفات ساختگی شغل آزاد دارند، پژوهشگران این مطالعه می‌گوینـد: این موضوع می‌تواند نشـان‌دهنده وضعیت مالی بد افراد باشد. اگر زمینه برای کار و کسب درآمد این افراد فراهم شـود و بیمه‌هـای مربوطه در پرداخت هزینه سـخت‌گیری‌های بیشتری داشته باشند، احتمال وقوع چنین حوادثی کاهش می‌یابد.

گفتنی اسـت نتایج ایـن مطالعه به صورت مقاله علمی پژوهشـی با عنـوان «الگوی تصادفات سـاختگی در مرکز پزشـکی قانونی اسـتان مازندران در سـال‌های ۹۵-۱۳۹۰» در فصل‌نامه پزشـکی قانونی ایران منتشر شده است.

نگاهی به متغیرهای سیاسی اثرگذار بر بازار ارز

چرا دلار ارزان نمی‌شود؟

با نزدیک شدن دلار به مرز روانی ۳۰ هزار تومان، برخی از کارشناسان معتقدند که مرخص شـدن ترامپ از بیمارستان «والتر رید» در افزایش نرخ ارز موثر بوده است.

به گزارش باشـگاه خبرنگاران جـوان، افزایش دوباره بعد از نزول یک روزه، حکایـت یکی دو روز گذشـته بازار ارز اسـت. قیمت دلار بعد از کاهش ۴ هزار تومانی، روز سه‌شنبه مجدد به مرز ۳۰ هزار تومان رسید. گویـا هرچه به انتخابات آمریکا نزدیک‌تر می‌شـویم، التهابات بازارها از جمله بازار ارز هم بیشتر می‌شود. البته بسیاری از کارشناسان اقتصادی معتقدنـد کـه هر زمـان عبدالناصر همتـی رئیس کل بانـک مرکزی درخصوص به تعادل رسـیدن قیمت ارز سـخن می‌گویـد، دلار حالت تدافعی به خود گرفته و افزایش پیدا می‌کند.

در واکاوی بازار ارز به چند نکته مهم برخوردیم؛ نخست آنکه تاکنون حدود ۱۹ میلیارد دلار ارز به سامانه نیما بازنگشته است. دلیل دوم آن ترخیص ترامپ از بیمارسـتان اسـت، زیرا در مدتـی که رئیس جمهور آمریکا در بیمارسـتان بستری بود، ارز شاهد کاهش ۳ تا ۴ هزار تومانی بود و به قیمت ۲۶ هزار تومان رسید. البته دلالان هم به نوسانات بسیار قیمـت دلار در بازار ارز دامن زدند. همانطور که می‌دانید دلالی تاکنون نه تنها بازار ارز، بلکه در همه بازارها تاثیری منفی داشته است.

همچنیـن برخی از متخصصان بـازار ارز معتقدند، ورود تقاضا از بازار موازی سـهام به بازار سـکه و دلار عامل افزایشـی شدن قیمت‌ها بوده اسـت. ناگفته نماند که اتفاقات سیاسی از جمله خطر افزایش تحریم‌ها موجب بالارفتن سـطح تقاضا در بازار ارز و سـکه می‌شود. لازم به ذکر است که بالابودن نرخ تورم در جامعه به افزایش نرخ دلار منجر می‌شود.

البتـه رئیـس کل بانک مرکزی معتقد اسـت جو روانی بـر بازار ارز سـایه افکنده که دلیـل آن را هم طرح مکانیزم ماشـه از طرف آمریکا و زمزمه‌هایـی مبنی بر قطع کامل ارتباط نظام مالی ایران اسـت. طرح مکانیزم ماشـه مربـوط به چند هفته قبـل بود و بنا به اذعان بیشـتر کارشناسـان داخلی و دشـمنان خارجی این طرح موفق نبود و آمریکا در این زمینه شکست خورد. درباره طرح قطع ارتباط مالی ایران با دنیا باید بگوییم که این یک پیشنهاد از جانب چند نماینده کنگره به ترامپ بوده تا ترامپ بعد از بررسـی و در صورت تایید در قالب دستور اجرایی و یا هر مکانیزم دیگری ابلاغ کند.

آیا بایستی منتظر دلار ۳۵ هزار تومانی باشیم؟

در ارتباط با صحبت همتی، سـوال این اسـت: در جایی که به قولی در نبرد دیپلماتیک، ایران پیروز میدان بوده، آیا درسـت است مشکلات داخلـی را به آن آدرس دهیـم و التهاب و ناامنی را تایید کنیم یا اینکه سـکوت کنیم و از کنار مسئله بگذریم و موضوع را به گذر زمان واگذار کـرده و کار علمـی و عملی خـود را برای کاهش قیمـت ارز به انجام برسانیم؟

در این زمینه، احمدجانجان کارشـناس اقتصادی بازار سرمایه درباره نوسانات نرخ ارز می‌گوید: محدودیت‌هایی که در اثر کرونا به وجود آمد را می‌تـوان یکی از دلایل افزایش نرخ ارز دانسـت. در حال حاضر دلار در محـدوده ۲۰ هزار و ۷۵۰ تومان تـا ۲۱ هزار و ۳۰۰ تومان از طرف دولت حمایت می‌شود. به نظر نمی‌رسد که دلار فعلا قصد کاهش داشته باشد، اما با شرایط فعلی اگر بخواهد کاهش پیدا کند به محدوده ۲۵ تا ۲۷ هزار تومان می‌رسد. حال اگر دلار قیمت ۲۹ هزار تومان را رد کند باید منتظر دلار ۳۵ هزار تومانی باشیم. همچنین در صورتی که قیمت دلار در محدوده ۲۹ هزار تومان بچرخد، دلار حدود ۲ تا ۴ هزار تومان کاهش پیدا می‌کند.

جانجان ادامه داد: این قیمت دلار برای برخی از افراد جامعه غیرقابل هضم است، اما واقعیت امر این است که کرونا بر صادرات تاثیر گذاشته و منابع ارزی موجود طی سال‌های گذشته هنوز به کشور بازنگشته است.

او با اشاره به اینکه در حال حاضر هیچ کالایی با ارز ۴۲۰۰ وارد کشور نمی‌شـود، ادامه داد: کالاهایی که با ارز ۴۲۰۰ وارد کشـور می‌شود، با دلار آزاد با مردم معامله می‌شـود. عموم مردم فکر می‌کنند با ورود یک حکومت دموکرات در رأس امور، اوضاع ما بهتر می‌شود. البته در نهایت خوش‌بینی شـاید در کوتاه مدت نرخ ارز حـدود ۱۶ تا ۱۸ هزار تومان کاهش پیدا کند. با سـرکار آمدن بایدن فشـارهای اقتصادی در کشور کمتر نخواهد شد.

همچنین به عقیده برخی کارشناسان، اگر ترامپ در این جنگ پیروز شـود، بقای او باعث می‌شـود که مردم برای حفـظ ارزش دارایی خود به سـمت خرید دلار بروند و قیمت آن به مراتب بیشـتر شود. به گفته ریچارد بنسون مدیر ارشد سرمایه‌گذاری میلنیوم، با اینکه جو بایدن در نظرسـنجی‌ها نسبت به دونالد ترامپ پیشتاز است، اما اگر در مناظره‌ها مقابل ترامپ ضعیف عمل کند شـاهد نوسانات در نرخ ارز خواهیم بود. به عقیده بنسون، اگر ترامپ در انتخابات پیروز شود، نرخ برابری دلار در برابر سایر ارزهای جهان رشد خواهد داشت. البته به عقیده تحلیلگران، نرخ برابری دلار به دلیل عملکرد بهتر کشـورهای اروپایی و آسیایی در برابر شـیوع ویروس کرونـا پایدار نخواهد بود. اگـر دولت ارز را کنترل نکند، ۴۰ درصد رشد می‌کند.

اگر دولت وارد عمل نشود، دلار ۴۰ درصد رشد می‌کند

امین پـولادرگ کارشـناس اقتصـادی نیز درخصوص دلایل رشـد قیمت دلار، می‌گوید: یکی از دلایل رشـد دلار می‌تواند این باشـد که در سال‌های گذشـته در قیمت دلار تورم ایجاد شد و چندین بار گفته شده بود که ممکن است بارها بازار نرخ ارز روند افزایشی به خود بگیرد. اگر دولت کنترل ارز را در دست نگیرد احتمال این هست که نرخ ارز با رشد ۴۰ درصدی مواجه شود، به طور کلی سیاست‌های اقتصادی دولت طی چند ماه اخیر در تمام بازارها به دلیل افزایش نرخ دلار با شکسـت مواجه شـده، هرچند که دولت ادعا می‌کند با فعالسـازی بازار سرمایه (بورس) توانسته نقدینگی را هدایت کند، اما بازارهای موازی اعم از ارز، مسکن و خودرو عملا ملتهب است.

این کارشـناس بازار سرمایه ادامه داد: دومین دلیل به علت انتخابات آمریکا اسـت به گونه‌ای کـه هرچه به این انتخابات نزدیک می‌شـویم التهابـات در بازار ارز هم به دلایل سیاسـی و بین‌المللی بیش از پیش می‌شـود. حال باید منتظر مانـد و دید انتخابات آمریـکا و تحریم‌های ظالمانـه قیمـت دلار و زندگی مردم ایران را تا چـه حد می‌تواند برهم بزند. همچنین این سـوال مطرح می‌شود که چرا بانک مرکزی و دولت دست روی دست گذاشته و فکری به حال وضعیت موجود نمی‌کنند.

نوبت دوم

آگهی فراخوان مناقصه‌های عمومی یک مرحله‌ای همراه با ارزیابی کیفی به صورت فشرده شماره ۹۹/۴۵

شرکت توزیع برق استان همدان

شرکت توزیع نیروی برق استان همدان در نظر دارد درنظردارد کشف، شناسائی وتکمیل مدارک وتشکیل پرونده برای برق های غیر مجازموجوددرحوزه خدمات رسانی شرکت توزیع نیروی برق استان همدان را ازطریق مناقصه عمومی به شرکتهای واجدشرایط وبر اساس اسنادوشرایط مناقصه واگذارنماید. لذا از کلیه پیمانکاران و واجدین شرایط،دعوت به عمل می آید طی مدت ۵ روزازتاریخ انتشارآگهی با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به نشانی اینترنتی WWW.setadiran.ir ، نسبت به واریزمبلغ ۴۰۰۰۰۰ ریال به حساب سپهرشماره ۰۲۰۵۶۸۲۷۹۳۰۰۷ نزد بانک صادرات شعبه مهدیه همدان بنام شرکت توزیع نیروی برق استان همدان و خریداسنادمناقصه اقدام نمایند.

ردیف	شرح	شماره مناقصه	آخرین مهلت تحویل پاکات	تاریخ جلسه بازگشائی پاکات الف و ب و ج	مبلغ ضمانت نامه بانکی (ریال)	توضیحات
۱	شناسائی و جمع آوری برق های غیر مجاز	۹۹/۴۵	۹۹/۰۸/۰۷ تا ساعت ۱۴	۹۹/۰۸/۱۲ ساعت ۱۰	۷۳۵,۰۰۰,۰۰۰	سایر اطلاعات وجزئیات دراسناد مناقصه مندرج است

توضیحات:
۱- به پیشنهادات فاقد امضاء مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت فراخوان و خارج ازسامانه ستاد واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۲- به پیشنهادات فاقد ضمانت نامه بانکی معتبر، ضمانت نامه مخدوش کمتر از مبلغ مقرر،چک شخصی و شرکتی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۳- اسناد در سایت ذیل قابل دسترس می باشد ، لذا جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۳۸۲۷۴۶۳۲- ۰۸۱ تماس حاصل فرمایید.
نشانی سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) www.setadiran.ir
درصورت عدم ثبت نام وعضویت مناقصه گران درسامانه ستاد ، ضروری است مراحل ثبت نام وعضویت در سامانه مذکورانجام ونسبت به دریافت گواهی امضاالکترونیک ازدفاترمنتخب اسنادرسمی اقدام گردد. بدیهی است درصورت عدم اخذگواهی امضا الکترونیک ، امکان ورودبه سامانه ستاد و شرکت درمناقصه فوق وجودنخواهدداشت.

تاریخ انتشار نوبت اول:۹۹/۷/۱۵ — تاریخ انتشار نوبت دوم:۹۹/۷/۱۶

۶۵۵

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان همدان

هسته معاملات فرابورس دیروز هنگ کرد و معاملات آن انجام نشد

رشد ۲۴ هزار واحدی شاخص بورس

فرصت امروز: شاخص بورس تهران در پانزدهمین روز مهرماه درحالی بـا رشـد ۲۴ هزار واحدی به مدار صعود بازگشـت و مـرز روانی یک و نیـم میلیون واحد را مجـددا پس گرفت که معاملات فرابورس به دلیل اختلال هسته انجام نشد. شاخص کل بورس در این روز ۲۴ هزار و ۵۲۵ واحد رشـد کرد و در ارتفاع رقم یک میلیون و ۵۱۴ هزار واحد ایستاد. شـاخص کل (هم وزن) نیز با ۵هزار و ۳۵۳ واحد افزایش به ۴۰۲ هزار و ۱۲۰ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۳ هزار و ۵۰۷ واحد رشد به ۲۶۳ هزار و ۴۸۳ واحد رسـید. شاخص بازار اول ۱۸ هزار و ۸۰۳ واحد و شـاخص بازار دوم ۴۶ هزار و ۱۲۱ واحد افزایش داشـت. در معاملات روز سه‌شنبه بیش از ۶ میلیارد و ۳۵۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۷۹ هزار و ۵۶۳ میلیارد ریال داد و ستد شد. گروه فلزات اساسی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در ایـن گروه ۴۵۱ میلیون و ۹۲۳ هزار برگه سـهم به ارزش ۱۰هزار و ۶۱۰ میلیارد ریال داد و سـتد شد. نمادهای ایران خودرو، بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان، گروه پتروشـیمی سـرمایه‌گذاری ایرانیان، ملی صنایع مس ایران، سـایپا و پالایش نفت بندرعبـاس ازجمله نمادهای پربیننده بورس بودند.

همچنیـن نمادهای صنایع پتروشـیمی خلیج فـارس (فارس) با ۳ هـزار و ۸۱۲ واحـد، بانک ملـت (وبملت) با یک هـزار و ۴۰۳ واحد، بـورس اوراق بهادار تهران (بورس) با یک هزار و ۱۷۸ واحد، شـرکت سـرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با یک هـزار و ۱۵۱ واحد، ایران خودرو (خـودرو) با یک هزار و ۱۴۴ واحد، مخابرات ایران (اخابر) با یک هزار و ۵۷ واحد، گسـترش نفت و گاز پارسـیان (پارسـان) با ۹۲۲ واحد، بانک تجارت (وتجارت) با ۸۴۹ واحد، بانک پاسارگاد (وپاسار) با ۸۱۷ واحد، بانک پارسـیان (وپارس) با ۸۰۵ واحد، سـایپا (خساپا) با ۶۳۶ واحد، بانک صادرات ایران (وبصادر) با ۶۱۸ واحد و شـرکت ارتباطات سـیارایران (همراه) با ۶۱۴ واحد بیشـترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سـوی مقابل نیز نمادهای شرکت سـرمایه‌گذاری نیرو (ونیرو) با ۸۱۷ واحد، سایر اشـخاص بورس انرژی (انرژی ۳) با ۲۹۳ واحد، گروه پتروشـیمی سرمایه‌گذاری ایرانیان (پترول) با ۲۶۴ واحد، گروه صنعتی پاکشو (پاکشـو) با ۲۵۷ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری شاهد (تشاهد) با ۲۴۰ واحد، پتروشـیمی فناوران (شـفن) با ۱۴۹ واحد و توسعه معادن و فلزات (ومعادن) با ۱۱۹ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه بودند.

بورس با انتشار اطلاعات شرکت‌ها قطعا مثبت می‌شود

بورس تهران در حالی در یکی دو هفته گذشته روند یک گام به پیش و دو گام به پس را دنبال می‌کند که یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است: تا زمانی که اطلاعات شرکت‌ها منتشر نشود و خلأ اطلاعاتی بازار رفع نگردد این وضعیت ادامه دارد و مثبت شدن بورس نیز دوام چندانی نخواهد داشـت چرا کـه در این فضا خرید مانند راه رفتن با چشـمان بسته روی طناب است و هر تلنگر و خبر سیاسی منفی نیز می‌تواند جو اعتمـاد بازار را از میان ببرد. در نتیجه خلأ اطلاعات مشـکل مهم بازار ایران در این روزهاسـت. مصطفی صفاری با اشاره به اینکه بازارگردانی اجباری شـده اسـت، به خبرآنلاین گفت: این اجبار در حالی است که خیلی از سهام‌ها اصلا معامله نمی‌شود.

او دربـاره این سـوال که منع نوسـان‌گیری روزانه چقـدر در منفی شدن شـاخص بورس موثر است، ادامه داد: من اتفاقا خیلی موافق منع نوسان‌گیری روزانه هستم. به هر روی در بازاری که سهام شناور پایینی دارد هم معاملات الگوریتمی و هم نوسانات روزانه مخرب هستند و بازار را دچار شوک می‌کنند. این در حالی است که این ابزارها در بازار مثبت خود را نشان نمی‌دهد.

این کارشـناس بازار سـرمایه با تاکید بر اینکـه انتخابات آمریکا یک شـوک سیاسی برای بازار محسوب می‌شود، گفت: ما در اقتصاد دو نوع شـوک داریم. یک نوع سیاسی و یک نوع اقتصادی. شوک‌های سیاسی معمولا کوتاه مدت هسـتند. شـوک‌های اقتصادی اما بلندمدت هستند و اثر عمیقی دارند. خبر ابتلای ترامپ به کرونا نیز یک شـوک سیاسی بود که به سـرعت تاثیرش را از دسـت داد، اما تاثیـر انتخابات آمریکا هنوز ادامه دارد.

وی درخصوص روند حرکت شاخص بورس در روزهای آتی نیز گفت: بی‌تردید در هر شرایطی با ورود اطلاعات به بازار، شاخص بورس مثبت خواهد شـد. قبلا هیأت مدیران موظف بودند پیش‌بینی بودجه و فروش و سود سال‌شان را به سهامداران بگویند، اما الان همه بی‌خبرند. بورس نگاه به آینده دارد اما متاسـفانه هیچ اطلاعاتی برای مشـخص شـدن وضعیت آینده وجود ندارد.

دورنمای معاملات بورس تهران تا پایان سال ۹۹

همچنین بهادر شـمس به اصلاح شـاخص بورس تـا پایان انتخابات ریاست جمهوری آمریکا اشاره کرد و به ایرنا، گفت: اصلاح بورس ممکن اسـت تا پایان انتخابات ریاست جمهوری در آمریکا وجود داشته باشد. به نظر می‌رسـد ریزش قیمت سـهام در بورس به پایان رسیده باشد و در بیشـتر تحلیل سهام شرکت‌ها شاهد بازگشت الگوی قیمتی در آنها هسـتیم و مدل اصلاح قیمتی آنها در حـال تکمیل کردن فرآیند خود هستند.

او با بیان اینکه به طور معمول در ایران از سـال‌های گذشـته شاهد هسـتیم که بازار در نیمه دوم سال ضعیف‌تر از نیمه نخست سال پیش می‌رود، افزود: ممکن اسـت امسال این اتفاق رخ ندهد زیرا در یک ماه گذشـته که بورس در حال اصلاح قیمتی بوده اسـت بازار ارز در رونق به سر برده است.

به گفته شـمس، نرخ دلار زمانی که شاخص بورس ۲ میلیون و ۱۰۰ هـزار واحد بود ۲۲ هزار تومان بود و اکنـون در محدوده‌های ۳۰ هزار تومان قرار دارد. با توجه به چنین موضوعی، تحلیل‌های بین بازاری بهم ریخته است بدین معنا که یا باید نرخ دلار کاهش یابد یا شاخص بورس به اصلاح خود پایان دهد و در ۶ ماه دوم سال شاهد رونق مجدد در بازار باشیم که به طور طبیعی و با توجه به شرایط سیاسی و اقتصادی حاکم در کشور انتظار داریم در ۶ ماه دوم سال این اتفاق رخ دهد.

وی به پیش‌بینی روند معاملات بورس تا پایان سال اشاره کرد و گفت: پیش‌بینی برخی از کارشناسـان برای روند بورس تا پایان سال شاخص ۲میلیـون و ۷۰۰ هـزار واحد تا ۳ میلیون واحد اسـت به همین دلیل بسـیاری از سـرمایه‌گذاران هوشـمند در وضعیت فعلی در حال خرید در این بازار هسـتند. ثروتمندشدن در این بازار کار سختی نیست بلکه سـرمایه‌گذاران بایـد در قیمت‌های ارزان خریـد و در قیمت‌های بالاتر سـهام خود را به فروش برسانند. سـرمایه‌گذاران تازه وارد برعکس این اقـدام رفتـار می‌کنند و به همین دلیل اکنون چیـزی جز ضرر و زیان عاید آنها نشده است.

نماگر بازار سهام

یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

هدایت نقدینگی در دست بازار سرمایه

یـک کارشـناس بـازار سـرمایه، تجدیـد ارزیابی دارایـی برای شـرکت‌های بورسـی را با توجه به تورم موجود در بـازار یک الزام خواند.

مهدی سـوری در پاسـخ به این سـوال که راهکارهایی همچون تجدید ارزیابی دارایی شرکت‌ها تا چه حد می‌تواند بازار را به تعادل مطلوب برسـاند، به سنا گفت: تجدید ارزیابی به دلیل تورم موجود در بازار سـرمایه یک الزام اسـت و قطع به یقین این امر به تعادل بازار و شـفاف شدن دارایی‌ها کمک خواهد کرد. بهتر است در کنار اقداماتی همچون بازگشـت EPS ، شرکت‌ها مکلف باشند هر سال دارایـی خود را تجدید ارزیابی و بـه روز کنند؛ یعنی به جای بهای تمام شـده تاریخی، براسـاس قیمت روز اقدام کنند. علاوه بر این، افزایش سـرمایه از محل صرف سهام نیز از جمله مسائلی است که می‌تواند نقدینگی را از بازار سرمایه به سمت تولید انتقال دهد.

او در پاسـخ بـه این سـوال کـه با توجه بـه الزام شـرکت‌ها به بازارگردانی و جذابیت قیمتی بسـیاری از نمادها تا چه حد شرایط برای بهبود روند معاملات در بورس آماده است، افزود: اگرچه هنوز پارامترهای مولد ریسک به طور کامل در بازار سرمایه از میان نرفته و برخی بازارهای موازی همچنان دارای تب و تاب هسـتند، ولی به نظر می‌رسـد به مرور، نمادهایی که بی‌دلیل قربانی هیجانات افراد تازه وارد در بازار سـرمایه شده بودند، قادر باشند راه‌شان را از سایر سهم‌ها جدا کرده و به مطلوبیت موردنظر دست یابند.

وی درخصـوص دیگر راهکارهای کم‌هزینـه‌ای که می‌توان برای بازگشت بازار سرمایه به روند تعادلی قبل متصور بود، ادامه داد: در این باره از مدت‌ها قبل پیشـنهاد اختیار فروش را در عوض تزریق مستقیم سرمایه به سازمان بورس و اوراق بهادار داده بودیم و اکنون شـاهد آن هستیم که این اتفاق در قالب اوراق تبعی رخ داده است. درخصوص اوراق تبعی البته با دو مسـئله مواجهیم: نخسـت اینکه حجم این اوراق منتشـر شـده بسیار کم اسـت و دوم، با توجه به اینکه سـقف قیمتی را افزایش می‌دهند، سـبب افزایش قیمت آن سهم می‌شوند.

سوری در پاسخ به این سوال که بازار سرمایه تا چه میزان توانسته نقش کلیدی خود را در جهت‌دهی صحیح به نقدینگی در شـرایط تورمی و افزایش حجم معقول تامین مالی شرکت‌ها ایفا کند، گفت: بازار سـرمایه با توجه به شرایط حال حاضر، هدایت نقدینگی را به دست می‌گیرد، اما برای اینکه بتوانیم از بازار سرمایه به عنوان ابزار جدی و همیشـگی تامین مالی شرکت‌ها کمک بگیریم، نیاز به نگاه بلندمدت سهامداران به این بازار داریم.

سازمان آگهی‌ها ۸۶۰۷۳۳۸۱

نوبت اول

آگهی مزایده عمومی

شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان

شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان درنظر دارد تعدادی لوازم شبکه اسقاط دارای مس را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند لذا از متقاضیان واجد شرایط (مطابق با اسناد مزایده) دعوت به عمل می آید.

ردیف	شرح مزایده	شماره مزایده	مبلغ تضمین شرکت در مزایده (ریال)
۱	فروش انواع لوازم شبکه اسقاط دارای مس	۹۹/۳-۳	۱/۸۹۰/۰۰۰/۰۰۰

تبصره : فروش لوازم اسقاط دارای مس صرفا به شرکتهای سازنده سیم و کابل و کارخانجات ذوب مس که دارای پروانه بهره برداری معتبر و یا مورد تایید شرکت توزیع نیروی برق گلستان یا توانیر واگذار میگردد و در صورت ارائه قیمت توسط اشخاص یا شرکتهای متفرقه، پاکات ایشان بازگشایی نخواهد شد.

۱-فروش اسناد مزایده:

متقاضیان می توانند ضمن واریز مبلغ ۳۰۰/۰۰۰ ریال بابت هرمزایده بحساب فراگیر ۳۱۳۶۰۳۸۱۴۰ نزد بانک تجارت شعبه ولیعصر گرگان بنام شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان، جهت دریافت اسناد مزایده از تاریخ ۹۹/۰۷/۱۹ لغایت ۹۹/۰۷/۲۳ ساعت ۷:۳۰ الی ۱۵:۳۰ به غیراز ایام تعطیل به آدرس گرگان ، ابتدای جاده آق قلا ساختمان شماره ۲ شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان امور تدارکات و قراردادها و همچنین پایگاه ملی مناقصات و سایت توانیر به آدرس ذیل مراجعه نمایند.

۲-محل تحویل ، مهلت و زمان بازگشایی پیشنهادات:

گرگان، خیابان ولی عصرعدالت ۲۳ طبقه اول دبیرخانه شرکت توزیع گلستان و مهلت آن تا ساعت ۹ روز سه شنبه مورخ ۹۹/۰۸/۰۶ و زمان بازگشایی ساعت ۱۱ همان روز دردفترامورتدارکات و قراردادها واقع درساختمان شماره ۲ شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان می باشد.

۳-مبلغ ضمانت نامه شرکت درمزایده به میزان مندرج درجدول فوق، به نفع کارفرما مطابق فرم ارائه شده دراسناد مزایده که به مدت سه ماه از تاریخ افتتاح پاکات معتبر بوده و قابل تمدید تا به مدت سه ماه دیگر باشد باید به یکی از صورتهای زیر، همراه با اسناد مزایده در پاکت (الف) به دستگاه مزایده گزار تسلیم شود:

الف-ضمانت نامه بانکی و یا ضمانت نامه های صادر شده ازسوی موسسات اعتباری غیر بانکی که دارای مجوز فعالیت ازسوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران هستند.

ب-اصل رسید واریزوجه نقد به حساب جاری شماره ۲۲۲۱۴۸۸۸۶۰۰۷ نزد بانک ملی شعبه خیابان ولیعصر گرگان بنام شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان.

پ-ضمانتنامه صادره توسط موسسات بیمه گردارای مجوز لازم برای فعالیت وصدور ضمانتنامه ازسوی بیمه مرکزی ایران

ث-گواهی خالص مطالبات قطعی تایید شده از سوی امور مالی شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان بر اساس فرم نمونه ضمیمه اسناد مزایده.

ت-چک تضمین شده بانکی برای تضمین شرکت درمزایده

۴-ذکرشماره مزایده روی پاکات الزامی بوده و حضور یک نفرازپیشنهاد دهندگان درجلسه بازگشایی پاکت جیم با معرفی نامه کتبی معتبر آزاد است.

۵- شرکت توزیع گلستان در رد یا قبول هر یک یا تمام پیشنهادات مختار است.

۶-به پیشنهادهای فاقد امضاء مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل می شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۷-هزینه آگهی هر دو نوبت بر عهده دستگاه مزایده گزار می باشد.

۸-ضمنا این آگهی از طریق شبکه اطلاع رسانی معاملات توانیر به نشانی www.TAVANIR.org.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی http://iets.mporg.ir قابل دسترسی می باشد و جهت اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۳۲۶۸۴۴۱۲-۰۱۷ تماس و به شماره تلفن ۳۲۶۸۹۴۳۰-۰۱۷ فاکس نمائید.

۹-سایر اطلاعات وجزئیات مربوط دراسناد مزایده مندرج است.

۶۵۹

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان

نوبت دوم

(هرگونه اتلاف قابل توجه آب (شکستگی لوله ها، باز بودن لوله ها، هدر روی آب در هر نقطه) را به مرکزارتباطات مردمی (۱۲۲) اطلاع دهید.)

آگهی مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای

شرکت آب و فاضلاب استان زنجان

شرکت آب و فاضلاب استان زنجان در نظر دارد انجام پروژه با اطلاعات ذیل را از طریق مناقصه عمومی به یکی از شرکتها و پیمانکاران تشخیص صلاحیت شده واگذار نماید.

۱- نام و نشانی مناقصه گزار: شرکت آب و فاضلاب استان زنجان به آدرس: زنجان کمربندی شمالی- ابتدای زیباشهر کدپستی ۴۵۱۴۹۷۸۷۵۷

۲- عنوان و مشخصات کلی پروژه:

شماره مناقصه	نام و محل پروژه	برآورد اولیه (ریال)	محل تامین اعتبار	رشته و پایه مورد نیاز	تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (ریال)
۵۱-۹۹	مدیریت، راهبری، نگهداری و بهره برداری از تاسیسات جمع آوری، انتقال و تصفیه خانه فاضلاب شهرهای ماهنشان و دندی	۴/۵۶۸/۰۰۰/۰۰۰	منابع داخلی	حداقل رتبه ۵ آب یا تاسیسات و صلاحیت پایه ۴ بهره برداری و نگهداری از شبکه و تصفیه خانه فاضلاب از شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور (و شرکتهایی که مراحل تشخیص صلاحیت مذکور را طی نموده و نام آنها در سایت www.nww.ir درج شده است) به صورت توام مجاز به شرکت در مناقصه می باشند.	۲۲۸/۴۰۰/۰۰۰

۳- تاریخ و آدرس دریافت اسناد مناقصه: اسناد مناقصه فوق از مورخه ۹۹/۰۷/۱۵ لغایت ۹۹/۰۷/۲۳ در سایتهای http://iets.mporg.ir و http://znabfa.ir بصورت رایگان جهت دریافت موجود است و مناقصه گر می بایست جهت شرکت در مناقصه، نسبت به دانلود اسناد مناقصه اقدام نماید.

۴- نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار می بایست به یکی از صور درج شده در آیین نامه تضمین برای معاملات دولتی و کسر از مطالبات ارائه گردد که جزئیات به صورت مشروح در اسناد مناقصه توضیح داده شده است.

۵- مدت اعتبار پیشنهادها: مدت اعتبار پیشنهادها ۳ ماه بوده و قابل تمدید تا ۳ ماه دیگر می باشد.

۶- سایتهای ثبت آگهی: http://znabfa.ir , http://tender.nww.ir , http://iets.mporg.ir

۷- مهلت تحویل پاکات مناقصه: مهلت تحویل اسناد مناقصه فوق حداکثر تا ساعت ۱۳ مورخه ۹۹/۰۸/۰۳

۸- مکان تحویل پاکات: دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب استان زنجان به آدرس زنجان کمربندی شمالی- ابتدای زیباشهر کدپستی: ۴۵۱۴۹۷۸۷۵۷

۹- زمان گشایش پاکات: پاکت های مناقصه در ساعت ۱۱ مورخه ۹۹/۰۸/۰۵ در سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب استان زنجان بازگشایی خواهد شد.

۱۰- سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

۱۱- به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و همچنین پیشنهاداتی که پس از مهلت مقرر در فراخوان واصل گردد ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۱۲- هزینه کلیه آگهی ها برعهده برنده مناقصه خواهد بود.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۷/۱۵

تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۷/۱۶

۶۵۶

دفتر روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان زنجان

آغاز فروش پوشاک زمستانه در رکود کرونایی

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک از آغاز فروش پوشاک زمستانه و رکود در این بازار خبر داد و گفت با توجه به مشکلات تامین مواد اولیه و افزایش نرخ ارز قیمت تمام شده پوشاک نسبت به سال قبل افزایش داشته، به‌طوری‌که مثلا قیمت پالتوی زنانه زمستانی تقریبا دو برابر شده، چراکه با کمبود مواد اولیه مواجه بودیم، اما در قیمت تمام شده مانتو زنانه که چهار فصل است حدود ۳۰ تا ۳۵ درصد افزایش داشته است. ابوالقاسم آقاحسین شیرازی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه از رکود در بازار پوشاک زمستانی خبر داد و گفت: در حال حاضر فروش پوشاک زمستان آغاز شده و تقریباً اکثر فروشگاه‌ها لباس زمستانی تهیه کرده‌اند اما افزایش قیمت تمام شده پوشاک به دلیل افزایش نرخ ارز باعث کاهش توان خرید مردم شده و اوج‌گیری کرونا هم بر رکود حاکم بر بازار دامن زده است.

وی با بیان اینکه بازار پوشاک زمستانی امسال با سال گذشته قابل مقایسه نیست، تصریح کرد: اگر به رونق بازار در سال گذشته نمره ۱۰۰ بدهیم امسال این نمره به صفر رسیده است.

به گفته رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک، تولیدکنندگان با افزایش نرخ ارز، قیمت مواد اولیه، خرج کار، دستمزد و ... و در پی آن افزایش قیمت تمام شده مواجه‌اند، اما با وجود اینکه صنف پوشاک بیشترین آسیب را از ویروس کرونا دیده، سازمان امور مالیاتی تسهیلاتی برای آنها در نظر نگرفته و حتی مالیات را افزایش داده است. سازمان تامین اجتماعی هم در این شرایط کمکی به تولیدکنندگان نکرده، این در حالی است که دولت می‌تواند در این بخش به پرداخت حق بیمه کارگران کمک کند و موجب افزایش اشتغال شود.

میزان افزایش قیمت پالتو، مانتو، کت و شلوار و لباس بچگانه

شیرازی در پاسخ به اینکه قیمت پوشاک زمستانی نسبت به سال گذشته چقدر افزایش داشته نیز گفت: افزایش قیمت در اقلام مختلف متفاوت است. مثلاً قیمت پالتوی زنانه زمستانی تقریبا دو برابر شده، چرا که با کمبود مواد اولیه مواجه بودیم، اما در قیمت تمام شده مانتو زنانه که چهار فصل است حدود ۳۰ تا ۳۵ درصد افزایش داشته است. همچنین در زمینه کت و شلوار که مانند مانتو زنانه چهار فصل است، قیمت محصول دوخته شده با پارچه‌های معمولی ۲۰ تا ۳۰ درصد و مدل‌های لاکچری ۶۰ تا ۷۰ درصد افزایش داشته است.

وی همچنین درباره وضعیت بازار پوشاک بچگانه اظهار کرد: در این بخش به دلیل مشکلات مواد اولیه و کمبود تولید به دلیل دردسرهایی که تولید پوشاک بچگانه دارد تا ۱۰۰درصد هم افزایش قیمت داشتیم. به طور کلی در بخش تولید لباس بچگانه ارائه کارهای خوب، پرخرج و دوخت آن پردردسر است و با توجه به کمیاب بودن پارچه، قیمت تمام شده بیشتر هم می‌شود. رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک در ادامه با بیان اینکه کیفیت لباس‌های داخلی اگر بهتر از مشابه خارجی نباشد کمتر نیست، تصریح کرد: با این وجود قیمت پوشاک در کشور نسبت به مشابه ترک حداقل ۲۰ درصد ارزان‌تر است. با این وجود شرایط اقتصادی حاکم بر کشور ممکن است خریداران تصور کند در بازار پوشاک گرانفروشی اتفاق میفتد، اما مردم باید بدانند که به دلیل مشکلات تامین مواد اولیه و افزایش نرخ ارز، قیمت تمام شده پوشاک افزایش یافته است و تصور گرانفروشی درست نیست.

تامین دیرهنگام مواد اولیه موجب ضرر و زیان تولیدکنندگان می‌شود

شیرازی با تاکید بر اینکه طولانی شدن تامین مواد اولیه برای تولیدکنندگان پوشاک ضرر ایجاد می‌کند، تصریح کرد: برای مثال اگر تولیدکننده سفارش مواد اولیه و پوشاک زمستانی دارد باید حداکثر ظرف دو هفته تامین شود در غیر این صورت فصل پوشاک تمام می‌شود و تولیدکننده دچار زیان می‌شود.

بخشنامه‌ای درباره لزوم ویرایش ثبت سفارش متعاقب تغییر تعرفه صادر نشده است

در حالی که دو روز پیش به کلیه گمرکات اجرایی و حوزه‌های نظارت ابلاغ شده بود که ثبت سفارش جهت کالاهایی که حین تشریفات گمرکی و بر اساس بررسی‌های تعرفه‌ای، ردیف تعرفه آنها تغییر می‌یابند باید اصلاح شود، وزارت صمت اعلام کرده که هیچ بخشنامه‌ای درخصوص لزوم ویرایش ثبت سفارش متعاقب تغییر تعرفه نداشته و گمرک اعلام نظر اولیه وزارت صمت را به عنوان بخشنامه تلقی و به واحدهای اجرایی خود ابلاغ کرده است. به گزارش ایسنا، دو روز پیش به کلیه گمرکات اجرایی و حوزه‌های نظارت ابلاغ شده بود که ثبت سفارش جهت کالاهایی که حین تشریفات گمرکی و براساس بررسی‌های تعرفه‌ای، ردیف تعرفه آنها تغییر می‌یابند باید اصلاح شود، هر نوع تغییر تعرفه در داخل یک گروه کالایی یا بین گروه‌های کالایی (افزایشی یا کاهشی) نیاز به اصلاح ثبت سفارش دارد و ترخیص درصدی بدون اصلاح ثبت سفارش مجاز نیست؛ موضوعی که گمرک ایران معتقد است به رسوب کالا در بنادر دامن می‌زند.

اما امروز وزارت صمت اعلام کرده که هیچ بخشنامه‌ای درخصوص لزوم ویرایش ثبت سفارش متعاقب تغییر تعرفه نداشته و گمرک اعلام نظر اولیه وزارت صمت را به عنوان بخشنامه تلقی و به واحدهای اجرایی خود ابلاغ کرده است.

دفتر مقررات صادرات و واردات وزارت ضمن موافقت با تسهیل در واردات و عدم رسوب کالا در گمرکات کشور، اعلام کرده که آماده هرگونه همکاری با گمرک در این خصوص است.

سعید عباسپور - مدیر دفتر مقررات صادرات و واردات در مورد تقاضای گمرک جمهوری اسلامی برای اعلام نظر وزارت صمت درخصوص اینکه اگر واردکننده‌ای در یک گروه کالایی واردات داشته و اگر جابه‌جایی در گروه‌های متفاوت داشت، آیا واردات بلامانع است یا نه، توضیح داده است: با توجه به رویه جاری و قوانین و مقررات مربوطه، از جمله ضرورت اخذ تاییدیه‌های بانکی و مجوزها و استانداردهای مرتبط، وزارت صنعت، معدن و تجارت صرفاً در این خصوص اعلام نظری اولیه داشته و بخشنامه‌ای صادر نکرده است. این اعلام نظر مبنایی برای تغییر رویه نیست و حتماً رویه جاری همچنان برقرار است و اگر نیاز باشد وزارت صمت اعلام نظر صریحی در این خصوص انجام دهد از طریق دفتر مقررات صادرات و واردات بخشنامه لازم را صادر و اعلام عمومی می‌کند.

مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات وزارت صنعت، معدن و تجارت همچنین از برگزاری جلسه‌ای برای رفع موانع و مشکلات موجود در روند ترخیص کالاها در بنادر با گمرک در آینده نزدیک خبر داده است. به گفته وی «گمرک اعلام نظر اولیه وزارت صمت را به عنوان بخشنامه تلقی و به واحدهای اجرایی خود ابلاغ کرده که هیچ‌گونه ضرورتی نداشته است.»

در حال حاضر حدود ۳.۵میلیون تن کالای اساسی و حدود ۳.۵ میلیون تن کالای غیراساسی که عمده آن را مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای تشکیل می‌دهند و بیش از ۲۵ هزار کانتینر کالای اساسی و غیراساسی در گمرکات کشور دپوشده که طی سفر اخیر معاون اول رئیس جمهور و بازدید وی از بنادر تصمیماتی در رابطه با ترخیص سریع این کالاها اتخاذ و در دستور کار دستگاه‌های ذی‌ربط از جمله بانک مرکزی، وزارت صمت، سازمان بنادر و گمرک ایران قرار گرفت.

بر این اساس قرار شد در مورد کالاهای اساسی بانک مرکزی در مورد اقلام و کالاهایی که به صورت اعتباری خریداری و اعلامیه تامین ارز برای آنها صادر شده به سرعت از گمرک خارج خواهند شد. همچنین درباره کالاهایی که هنوز اسناد به دست خریدار نرسیده و مشکل انتقال ارز داشتند نیز نسبت به تامین ارز آنها اقدام شود. در مورد کالاهای غیرساسی نیز مقرر شد که متعاقب نظر وزارت صمت و گمرک و اعلام به بانک مرکزی به قید فوریت نسبت به تامین منشأ ارز این اقلام اقدام و ترخیص شوند.

افزایش ۴۰۰ میلیارد تومانی سرمایه عشایر تا افق ۱۴۰۴

مدیرعامل اتحادیه عشایری دامداران متحرک گفت سرمایه عشایر را تا افق ۱۴۰۴ حدود ۴۰۰ میلیارد تومان افزایش خواهیم داد.

فضل خرم، مدیرعامل اتحادیه عشایری دامداران متحرک در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه ۱۵ مهر روز عشایر و روستا نامگذاری شده است، اظهار کرد: عشایر کشور با ۲۱۳ هزار خانوار همراه با ۲۳ میلیون واحد دامی و ۲۴۴ شبکه تعاونی با سرمایه اسمی ۱۴۵ میلیارد تومان و سرمایه واقعی بیش از ۵۰۰ میلیارد تومان وظیفه خدمت‌رسانی به جامعه را برعهده دارد. او تامین نهاده‌های دامی را اهم وظایف عشایر برشمرد و گفت: سالیانه ۵۱۰ هزار تن نهاده، تامین و تولید می‌شود که در نظر داریم طبق برنامه‌ریزی صورت گرفته میزان تولید نهاده‌ها را به ۶۰۰ هزار تن افزایش دهیم.

خرم با بیان اینکه خریدهای داخلی شبکه تعاونی در حوزه تامین جو و ذرت است، بیان کرد: تاکنون در حوزه ذرت ۳۶ هزار تن کالا خریده‌ایم و در اختیار جامعه عشایری قرار داده‌ایم.

توزیع نهاده‌های دامی به ۶۰۰ هزار تن می‌رسد

این مقام مسئول از توزیع سالیانه ۳۰۰ هزار تن کالای اساسی در بین جامعه عشایر خبر داد و گفت: حدود یک میلیون و ۶۰۰ هزار کپسول گاز و ۷ میلیون متر مکعب از طریق آبرسانی تانکر توزیع می‌شود.

او ادامه داد: برای سهولت و سرعت توزیع کالای موردنیاز جامعه عشایر سامانه‌ای طراحی شده تا کل محصولات از این طریق توزیع شود.

خرم از طراحی کارت هوشمند عشایر خبر داد و گفت: برای کنترل کالای توزیعی بین جامعه عشایر، کارت هوشمند عشایر را طراحی کرده‌ایم و در حال انعقاد قرارداد هستیم که به زودی عملیاتی می‌شود.

نگران مازاد دام عشایر هستیم

مدیرعامل اتحادیه عشایری دامداران متحرک با اشاره به اینکه نگران مازاد عرضه دام عشایر هستیم، بیان کرد: با توجه به انباشت دام نگرانی‌هایی وجود دارد که تولید گوشت عشایر متناسب با قیمت تمام شده عرضه نشود که این امر توقف فعالیت عشایر را به همراه دارد، در حالی که یک پنجم گوشت کشور از طریق جامعه عشایر تامین می‌شود.

تامین یک پنجم گوشت کشور از طریق جامعه عشایر

او ارگانیک‌بودن گوشت عشایر را از جمله مزایای تامین و تولید گوشت از طریق عشایر برشمرد.

این مقام مسئول در پایان تصریح کرد: تمام تلاش عشایر بر آن است که با کمترین هزینه، تولیدات خود را عرضه کنند، بدین منظور در نظر داریم که تا سال ۱۴۰۴ سرمایه عشایر حدود ۴۰۰ میلیارد تومان افزوده شود.

اخبار

ممنوعیت صادرات سموم، تولیدکنندگان داخل را زمینگیر کرد

عضو هیأت مدیره انجمن صنایع تولیدکننده سموم کشور گفت قبلا صادرات سموم به کشورهای منطقه انجام می‌شد، اما ممنوعیت صادرات باعث شد بازارهای خود را از دست بدهیم.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، محمدناصر علائی‌نیا در نشست خبری کمیته حمایت از تولید داخل انجمن صنایع تولیدکنندگان سم با انتقاد از واردات بی‌رویه سموم اظهار کرد: با وجود ظرفیت فراوان تولید در کشور، طی یک سال گذشته واردات سم از ۱۲ درصد به ۵۲ درصد افزایش یافت، در حالی که با تخصیص ارز به تولیدکنندگان، ۳۰ درصد ارزبری کمتر از واردات خواهد داشت.

او با اشاره به اینکه ۶۰ شرکت فرمولاسیون سموم در کشور وجود دارد، افزود: با وجود آزمایشگاه‌های مجهز در داخل این امکان وجود دارد که هرگونه سم را در داخل کشور فرموله کنند، اما وزارت جهاد کشاورزی ترجیح می‌دهد به جای به کارگیری این شرکت‌ها سم آماده را از کشورهای دیگر وارد کند.

علائی‌نیا با بیان اینکه صنعت فرمولاسیون در داخل کشور نیم قرن تجربه دارد، گفت: این صنعت به پختگی کامل رسیده است و می‌تواند صرفه‌جویی ارزی برای کشور داشته باشد که با این وجود جای این سوال مطرح است که چرا این چراغی که سال‌هاست روشن نگه داشته‌ایم برخی می‌خواهند آن را در جایی دیگر روشن کنند.

این مقام مسئول ادامه داد: گرانی ارز فرصت خوبی برای صادرات است، به همین خاطر باید از تولید داخل حمایت شود.

این فعال اقتصادی با بیان اینکه ایران طی سال‌های اخیر صادرکننده سموم بوده است، افزود: در سال‌های گذشته ایران صادرکننده سموم به کشورهای منطقه از جمله ترکیه بوده، اما امروز در سایه عدم حمایت دولتی به واردکننده کامل تبدیل شده‌ایم.

او با انتقاد از واردات سموم در شرایط کمبود ارز به جای حمایت از تولید داخل گفت: سال گذشته ۲۵۰ میلیون دلار برای تامین مواد تکنیکال اختصاص یافت، اما ۵۲ درصد این اعتبار برای واردات سم آماده پرداخت شد در حالی که می‌توانستند مواد تکنیکال را وارد کشور کنند و اینها در داخل توسط شرکت‌های داخلی فرموله می‌شدند.

علایی‌نیا تاکید کرد: عملکرد دولت درباره سموم نشان می‌دهد که آنها دو دلار ارز یارانه‌ای به تولید داخل می‌دهند، اما سه دلار به واردات اختصاص می‌یابد. او با اشاره به اینکه قانون منع واردات کالاهای مشابه تولید داخل اجرایی نمی‌شود، بیان کرد: قانونی وجود دارد که به موجب آن اگر محصولی در داخل تولید می‌شود، دیگر واردات آن انجام نمی‌شود، اما این قانون درباره آفت‌کش‌ها رعایت نمی‌شود و همچنان شاهد سیل واردات هستیم. این فعال اقتصادی افزود: در شرایط محدودیت ارزی به جای حمایت از تولید داخل که می‌تواند ۳۰درصد صرفه‌جویی ارزی نسبت به واردات داشته باشد ارز را به واردات می‌دهند. عضو هیأت مدیره انجمن صنایع تولیدکننده سموم تاکید کرد: بخش فرمولاسیون سموم کشور از کشورهایی مثل هند و چین هم شرایط بهتری دارد. سمومی که در داخل کشور تولید می‌شوند، تحت استاندارد فائو هستند که این سازمان استاندارد بسیار سختگیرانه‌ای دارد. علایی‌نیا با بیان اینکه شرکت‌های تولیدکننده سم با یک چهارم ظرفیت کار می‌کنند، گفت: در حال حاضر شرکت‌های تولیدکننده سم با یک چهارم ظرفیت کار می‌کنند و اگر از این بخش حمایت شود تا ۹ برابر میزان مصرف داخل می‌توان به کشورهای دیگر این محصول را صادر کرد. او سالانه مصرف سموم کشور را ۳۰ هزار تن اعلام کرد و گفت: این در حالی است که ظرفیت تولید ما ۳۰۰ هزار تن است. اگر متوسط قیمت هر سم را ۱۰دلار فرض کنیم در صورت حمایت از این بخش ۲.۷ میلیون دلار امکان صادرات خواهیم داشت.

عضو هیأت مدیره انجمن صنایع تولیدکننده سموم ادامه داد: در سال‌های گذشته ارز ۴۲۰۰ تومانی این بخش را فلج کرد. این یک سیاست شکست خورده‌ای است که متاسفانه دولت آن را اجرایی می‌کند چراکه واردکنندگان با ارز ۴۲۰۰ تومانی واردات می‌کردند، اما شرکت‌های داخلی برای تامین نیازشان نمی‌توانستند با ارز ۴۲۰۰ تومان واردات انجام دهند و در این رقابت شکست می‌خوردند.

علایی‌نیا اضافه کرد: قبل از بحران ارزی شرایط بهتر بود، اما در دو سال گذشته واقعا کفه به سمت واردکنندگان سنگینی کرده و در این رقابت نابرابر آنها پیروز میدان شدند.

لزوم تقویت زیرساخت‌های صادراتی در کشور

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت زیرساخت‌های صادراتی کشور باید تقویت شود.

حمید زادبوم ظهر ۱۵ مهرماه در آیین افتتاح اولین پایانه صادراتی فرش دستباف ایران در زنجان، اظهار کرد: زیرساخت‌های صادراتی کشور در همه بخش‌ها ضعیف است و باید زیرساخت‌های صادراتی در بخش‌های مرزی و بخش‌های تولیدی بیش از پیش تقویت شود. وی با اشاره به موافقت‌نامه‌هایی که با کشورهای اوراسیا انجام شده است، افزود: از آبان‌ماه سال گذشته صادرات به این کشورها افزایش یافته و سبب حرکت صادرات فرش دستباف شد، ولی زیرساخت‌های صادراتی کشور پاسخگوی این تحرک نبود، به طوری که افزایش تحرک به خاطر دو برابر شدن هزینه حمل و نقل مشکلاتی را به وجود آورده است.

این مسئول ادامه داد: طرح پایانه صادراتی مسئله‌ای است که می‌تواند نجات‌دهنده فرش دستباف باشد. پتانسیل صادراتی فرش دستباف ایران بسیار بالا است و در مجامع بین‌المللی مختلف این پتانسیل مورد توجه است و فقط چین بازاری به اندازه ۵۰۰۰ میلیون دلار دارد و این فقط یکی از بازارهای جهان است که می‌توان از ظرفیت آن استفاده کرد.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه هر چقدر میزان تولید فرش دستباف افزایش یابد، بازار برای فروش وجود دارد، تصریح کرد: امیدواریم پایانه صادراتی فرش زنجان با وجود پتانسیل‌هایی که این استان دارد، شاهد تحرک بالای صادراتی از این پایانه باشیم.

رئیس سازمان توسعه تجارت ایران خاطرنشان کرد: در حال حاضر صادرات فرش دستباف حال خوبی ندارد و حال که حرکت رو به جلوی خود را آغاز کرده است، علاوه بر تولیدکننده باید از پایانه‌های صادراتی که سکوی جهش صادرات این محصول هستند نیز حمایت به عمل آید.

شیوه قیمت‌گذاری و تنظیم بازار خودرو تغییر می‌کند؟

وزیر جدید صنعت، معدن و تجارت کمیته خودرو را موظف کرد تا پایان هفته جاری در فضای کارشناسی و با بهره‌گیری از ظرفیت تخصصی همه صاحب‌نظران این حوزه، به‌ویژه مجلس و تشکل‌ها، پیشنهاد نهایی برای ساماندهی بازار خودرو جمع‌بندی و ارائه شود. در این‌باره با سهیل معمارباشی، مدیرکل دفتر صنایع حمل‌ونقل وزارت صنعت، معدن و تجارت، گفت‌وگو کرده‌ایم. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از همشهری آنلاین، رشد هزینه تمام‌شده تولید و موانع تخصیص ارز و تامین قطعات و مواد اولیه زمینه دپوی ۱۱۲هزار خودرو ناقص در خطوط تولید شرکت‌های خودروسازی را فراهم کرده است. عرضه قطره‌چکانی خودرو به شیوه قرعه‌کشی موجب شده تا این روزها بازار خودرو متأثر از نوسان نرخ ارز و انتظارات تورمی، قیمت‌هایی را تجربه کند که شاید هیچ‌یک از فعالان صنفی و مسئولان صنعتی انتظار آن را نداشتند. علیرضا رزم‌حسینی، وزیر جدید صنعت، معدن و تجارت، روز ۱۲مهرماه در نخستین جلسه کمیته خودرو، با حضور نمایندگان شرکت‌های خودروسازی و قطعه‌سازان، این کمیته را موظف کرد تا پایان هفته جاری در فضای کارشناسی و با بهره‌گیری از ظرفیت تخصصی همه صاحب‌نظران این حوزه، به‌ویژه مجلس و تشکل‌ها، پیشنهاد نهایی برای ساماندهی بازار خودرو جمع‌بندی و ارائه شود.

محور اصلی نشست اخیر کمیته خودرو برای تنظیم بازار خودرو چه بوده است؟

براساس نتایج جلسه کمیته قیمت‌گذاری خودرو که ۱۲مهرماه جاری با حضور وزیر جدید صنعت و خودروسازان و قطعه‌سازان برگزار شد، وضعیت تولید خودرو در شرکت‌های خودروسازی روند ساخت و تامین قطعات و مطالبات قطعه‌سازان از خودروسازان و... بررسی شد، اما نتایج این نشست به جمع‌بندی نهایی نرسید و مقرر شد تا پایان هفته جاری، با بررسی بیشتر این موارد با همکاری همه دستگاه‌های ذی‌ربط و مجلس در نهایت راهکارهایی ارائه شود که برمبنای آن بتوان با افزایش تولید خودرو توسط شرکت‌های خودروسازی، زمینه رشد عرضه و تثبیت یا کاهش قیمت خودرو را فراهم کرد.

آیا شیوه قیمت‌گذاری و تنظیم بازار خودرو تغییر می‌کند؟

شیوه فروش خودرو همان روشی است که اکنون نیز با پیش‌ثبت‌نام و قرعه‌کشی اجرا می‌شود، اما با رأی اعتماد مجلس، وزیر صنعت، معدن و تجارت در کمیته خودرو از خودروسازان و قطعه‌سازان و سایر زنجیره تولید خودرو خواستند تا با افزایش تولید بتوانند نقش مؤثرتری در حل مشکلات کنونی بازار داشته باشند.

در واقع به‌دنبال آن هستند تا راهکارهای رفع چالش‌های افزایش تولید و عرضه توسط خودروسازان، قطعه‌سازان، نمایندگان مجلس و دستگاه‌های نظارتی، بازرسی و... بررسی و با برطرف کردن موانع و رشد تولید، تجاری‌سازی و عرضه خودرو، زمینه کاهش شکاف قیمت مصوب کارخانه و حاشیه بازار خودرو فراهم شود. در واقع، هدف آن است که با رشد تولید و عرضه خودرو بازار تنظیم شود و در این چارچوب خودروسازان باید تا جایی که بتوانند، تیراژ تولید محصولات خود را چه به شیوه عرضه در بورس یا کمیته خودرو از طریق فروش فوق‌العاده و پیش‌فروش و... افزایش دهند و با رشد عرضه، زمینه کاهش یا تثبیت قیمت خودرو فراهم شود.

اما قطعه‌سازان علاوه بر گلایه از افزایش حجم مطالبات خود از خودروسازان، تخصیص نیافتن ارز برای تامین مواد اولیه را عامل کمبود قطعه می‌دانند. چه میزان قطعه در بنادر دپو شده است؟

واقعیت آن است که اکنون دپوی قطعات در بندرها و گمرک‌ها صورت نگرفته است و شیوه کنونی واردات و ترخیص قطعات خودرو در ادامه همان روند قبلی است. به این معنا که همواره برخی قطعات خریداری و وارد شده و با قطعاتی که قبلا در بنادر موجود بوده و ترخیص شده است، جایگزین می‌شود. آمار دقیقی از میزان دپوی قطعات خودرو در گمرک ندارم، اما اینگونه نیست که اکنون حجم زیادی از قطعات خودرو در گمرک‌ها دپو شده باشد. همواره قطعات خودرو وارد گمرک و با تخصیص ارز در سامانه نیما از بنادر ترخیص می‌شود.

با وجود این، مشکلاتی برای تامین و تخصیص ارز موردنیاز برای ترخیص قطعات خودرو از چندماه پیش و به دلیل تنگناهای ارزی ایجادشده که اکنون نیز در جلسات مختلف درخواست مساعد بانک مرکزی برای تامین و تخصیص ارز موردنیاز برای واردات این قطعات را با استفاده از اختیارات بالاترین دستگاه‌های اجرایی مطرح کرده‌ایم و مقرر شده تا قطعات خودروسازان به صورت تعهدی از گمرک ترخیص شود. به‌دنبال تخصیص ارز برای ترخیص این قطعات هستیم، اما چون فرآیند تخصیص و تامین ارز در کل کشور با مشکل مواجه است، بدیهی است که با تأخیرهایی در این زمینه روبه‌رو هستیم و امیدواریم با کمک بانک مرکزی با سرعت بیشتری این مشکلات برطرف و ارز موردنیاز ترخیص این قطعات تامین شود و تخصیص یابد.

چه میزان خودروهای ناقص به دلیل کمبود قطعه در خطوط دپو شده است؟

اکنون ۱۱۲هزار دستگاه خودرو ناقص به دلیل کمبود قطعات در خطوط تولید شرکت‌های خودروسازی دپو شده است. اگرچه اغلب قطعات موردنیاز برای تولید خودرو در داخل و توسط قطعه‌سازان تامین می‌شود، اما برخی قطعات خاص مانند قطعات های تک که در داخل تولید نمی‌شوند یا حجم تولیدشان متناسب با نیاز خودروسازان نیست، به واردات قطعه ناچارمان می‌کند.

آتش نهضت داخلی‌سازی قطعات خودرو خاموش شد؟

۱۵ماه از آغاز نهضت داخلی‌سازی قطعات خودرو می‌گذرد؛ این در شرایطی است که فعالیت این نهضت که قرار بود انقلابی در داخلی‌سازی قطعات ایجاد کند ظاهرا در تعلیق مانده است؛ به‌طوری‌که نه خبری از برگزاری میزهای داخلی‌سازی است و نه دیگر اظهارنظرهای آتشین در این زمینه می‌شود. ظاهرا رضا رحمانی وزیر پیشین صمت که این طرح را دنبال می‌کرد با رفتن از وزارتخانه، آبی نیز بر آتش نهضت داخلی‌سازی ریخت. وی با توجه به شرایط دشوار تامین قطعات خودرو در روزگار تحریم، با راه‌اندازی نهضت داخلی‌سازی اعتبار زیادی برای خود فراهم کرد با این حال بسیاری از قطعه‌سازان معتبر از همان ابتدا به دلیل نبود زیرساخت‌ها و همچنین عدم حمایت‌های مالی دولت نسبت به تداوم آن شبهاتی را مطرح کردند، اما لزوم ایجاد نهضتی برای داخلی‌سازی قطعاتی که می‌توانست در دوران غیرتحریمی با شرایط بهتری تولید شود اما قطعه‌سازان زیر بار آن نمی‌رفتند چه بود؟

آنچه مشخص است یکی از دلایلی که نهضت داخلی‌سازی راه‌اندازی شد انباشت خودروهای دپویی در پارکینگ خودروسازان بود؛ به‌طوری‌که در تابستان سال گذشته نزدیک به ۲۰۰ هزار خودرو در کف پارکینگ دو خودروساز بزرگ کشور به دلیل نبود قطعه زمینگیر شدند. به این ترتیب مدیر ارشد وزارت صمت به‌دنبال انباشت خودروهای دپویی چاره را در راه‌اندازی نهضت داخلی‌سازی دید تا از این مسیر علاوه بر رفع چالش تولید خودروی ناقص، تیراژ شرکت‌های خودروساز را نیز افزایش دهد بنابراین در دوران وزیر پیشین صمت بدون توجه به زیرساخت‌ها و توان مالی و تکنولوژیک زنجیره خودروسازی، فرمان آغاز نهضت داخلی‌سازی صادر شد. از زمانی که رضا رحمانی چراغ این نهضت را روشن کرد تا زمانی‌که مجبور به ترک صندلی وزارت شد، سه میز داخلی‌سازی برای قطعات خودرو برگزار کرد.

مجموع قراردادهای منعقده طی سه میزی که در دوران وزیر پیشین صمت برگزار شد ۲۷۵ میلیون یورو برآورد می‌شود، اما بعد از گذشت ۹ماه از برگزاری آخرین میز داخلی‌سازی مشخص نشد زمانی که رحمانی ساختمان وزارت صمت را ترک می‌کرد چه میزان از این ۲۷۵ میلیون یورو قرارداد منعقدشده به مرحله تولید انبوه رسید. بعد از ترک وزارت صمت توسط رحمانی، حسین مدرس‌خیابانی به‌عنوان سرپرست وزارت صمت منصوب شد. مدرس‌خیابانی نیز تا حدودی به میراث رحمانی وفادار ماند و در دوره سه ماهه سرپرستی خود، میز چهارم داخلی‌سازی را برگزار کرد. در این بین تکلیف به افزایش داخلی‌سازی قطعات به مدیران خودروساز در روزهای پایانی سرپرستی وی، نشان می‌دهد که سرپرست پیشین وزارت صمت نیز بدون توجه به توان قطعه‌سازی کشور و توان مالی خودروسازان تنها خواهان حفظ این نهضت بود. مدرس‌خیابانی به مدیران خودروساز تکلیف کرد تا سطح داخلی‌سازی ۳۰۰ میلیون یورویی (سهم هر خودروساز از داخلی‌سازی ۱۵۰ میلیون یورو در نظر گرفته شده است) که پیش‌تر مصوب شده بود را تا سقف ۶۰۰میلیون دلار (سهم هر یک از دو خودروساز بزرگ کشور ۳۰۰ میلیون دلار) تا پایان سال‌جاری افزایش دهند.

تکلیفی که حکایت از نگاه غیرواقعی مدرس‌خیابانی به سطح توانایی‌ها داشت. بعد از مدرس‌خیابانی که نتوانست از مجلس برای تصدی پست وزارت صمت رأی اعتماد بگیرد، جعفر سرقینی به عنوان سرپرست وزارت صمت منصوب شد. در دوره‌ای که سرقینی وظیفه سرپرستی وزارت صمت را برعهده داشت، خبری از برگزاری میزهای داخلی‌سازی قطعات خودرو نبود. هرچند دوره سرپرستی سرقینی در قامت وزیر صمت کوتاه بود اما وی ترجیح داد که در همین دوره، بیشتر سر و سامانی به طرح‌های فروش خودروسازان دهد تا میز دیگری از داخلی‌سازی برگزار کند، اما با گذشت ۱۵ماه از برگزاری نهضت داخلی‌سازی توقع بر این بود که لااقل از میزان خودروهای ناقص دپویی در پارکینگ خودروسازان کاسته شود؛ این در شرایطی است که طبق آمارهای موجود هم‌اکنون بیش از ۱۱۰هزار خودروی ناقص امکان عرضه به بازار را ندارند.

بدین ترتیب با رأی اعتماد نمایندگان مجلس به علیرضا رزم‌حسینی و نشستن وی بر صندلی وزارت صمت این سوال حالا مطرح می‌شود که وزیر جدید صمت با نهضت داخلی‌سازی چه خواهد کرد؟ وزیر جدید صمت برخلاف گزینه پیشنهادی پیشین (مدرس‌خیابانی) در روز کسب رأی‌اعتماد از مجلس در نطق خود، کمتر حرفی از خودرو زد و در همان چند جمله نیز اشاره‌ای به موضوع داخلی‌سازی نکرد. با این حال با توجه به نتیجه ۱۵ماهه این نهضت به‌نظر می‌رسد وی به‌طور واقع‌بینانه در مورد تداوم آن تصمیم‌گیری کند، اما آخرین نتیجه برگزاری چهار میز داخلی‌سازی چه بود؟ در این زمینه به اظهارات مهدی صادقی‌نیارکی معاون صنایع وزارت صمت استناد می‌کنیم که چندی پیش تاکید کرد که از مجموع ۳۴۱ میلیون یورویی که در پی قرارداد با قطعه‌سازان برای داخلی‌سازی قطعات خودرو منعقد شد، تنها ۶۰ میلیون یوروی آن عملیاتی شده است و همچنان تکلیف حدود ۲۸۰ میلیون یورو قرارداد منعقدشده میان خودروسازان و فعالان قطعه‌ساز مشخص نیست. به این ترتیب به‌نظر می‌رسد چراغ داخلی‌سازی با توجه به نتایج به دست آمده طی برگزاری ۴ میز و در ۱۵ ماه گذشته رو به خاموشی می‌رود.

اخبار

انحصار؛ نه به نفع خودروساز نه مصرف‌کننده

تعمیق مشکلات با ورود شورای رقابت به قیمت‌گذاری

مدیرعامل اسبق سایپا پس از بررسی ایرادات طرح اخیر مجلس، مبنی بر طرح ساماندهی خودرو، پنج راهکار اساسی برای بهبود وضعیت خودروسازی ارائه کرد و گفت شورای رقابت خودش سبب انحصار است؛ انحصاری که نه خودروساز از آن سود می‌برد نه مصرف‌کننده و نه هیچ‌کس دیگری. به عبارت دیگر با ثابت نگه داشتن قیمت، همه رقبا را پراکنده کردیم و سبب ایجاد انحصار در بازار شده‌ایم.

به گزارش اقتصاد آنلاین، بازار خودرو در ماه‌ها و هفته‌های اخیر التهابات زیادی را پشت سر گذاشته است. نمایندگان مجلس نیز برای حل و بهبود وضعیت بازار خودرو طرح‌هایی ارائه کرده‌اند. سعید مدنی، مدیرعامل اسبق سایپا در گفت‌وگو با اقتصادآنلاین، با بررسی ایرادات و نواقص این طرح‌ها راهکارهایی جهت بهبود و عبور از این وضعیت ارائه داد.

مدنی در پاسخ به این سوال که آیا عرضه خودرو در بورس کالا باتوجه به میزان تولید و شرایط فعلی صنعت خودروی ما ضرورت دارد، گفت: گزارش تحقیقی در ارتباط با صنعت خودرو، در دوره قبلی مجلس تهیه شده بود که توصیه می‌کنم نمایندگان این دوره به آن مراجعه کنند. این گزارش با گزارشات قبلی تفاوت‌های ماهوی زیادی دارد. گزارش‌های قبلی با رویکرد بازرسی قضایا از خودروسازها بوده است، ولی این گزارش با رویکرد عارضه‌یابی در صنعت خودرو است؛ یعنی هم مسائل درون‌سازمانی خودروسازی‌ها را مطرح و بررسی می‌کند و هم عوامل بیرونی که سبب شده تا خودروسازان ما به این وضعیت بیفتند، این امر می‌تواند یک چراغ راه برای آینده باشد و کمک‌کننده خواهد بود.

وی درباره مهم‌ترین بندهای این گزارش گفت: ساختار سهامداری شرکت‌های خودروسازی، خصولتی بودن این شرکت‌ها که یکی از نمونه‌های بد بنگاه‌داری است، مسئله قیمت‌گذاری و فساد در صنایع خودرو و نحوه برخورد با آنها، فروش شرکت‌هایی زیرمجموعه که در شرکت‌های خودروسازی هستند و باید تعیین تکلیف شوند و... مسائل مدیریتی، دخالت سازمان‌ها و ارگان‌های بیرونی، از مهم‌ترین بندهای این گزارش است.

تعریف سامانه جدید سنجش ایمنی خودرو

مرکز تحقیقاتی Thatcham و euro NCAP مشترکا سامانه امتیازدهی را برای فناوری‌های کمکی رانندگی تعبیه کردند که می‌تواند عملکرد آنها را به صورت دقیق‌تری بررسی کند.

به گزارش خبرخودرو، این سامانه ارزیابی در آزمایشات تصادف Euro NCAP به فرآیند امتیازدهی کمک خواهد کرد و میزان کارایی فناوری‌های کمکی را با دقت بیشتری خواهد سنجید.

در این سامانه همچنین نوع کارکرد فناوری‌های هر یک از خودروسازان پیش بینی شده و لذا می‌توان میزان به کارگیری هر یک از آنها توسط رانندگان را محاسبه کرد.

آقای متیو آوری، مدیر Thatcham گفت: «متاسفانه بسیاری گمان می‌کنند که می‌توانند خودرویی با سامانه‌های رانندگی خودران خریداری کنند. این یک سوءتفاهم خطرناک است که بخواهیم به سامانه‌هایی اعتماد کنیم که هنوز برای سازگاری با هر شرایطی آماده نیستند.»

آقای آوری افزود: «در صورت عدم سنجش میزان عملکرد سامانه‌های هدایتی کمکی قانونگذاران نخواهند توانست به راحتی وارد مرحله قانونگذاری برای خودروهای خودران شوند.»

این سامانه امتیازهایی از ۱۰۰تا ۱۶۰ برای ارزیابی سامانه‌های هدایتی فوق خواهد داشت و طبق آن خودروهای با امتیاز زیر ۱۰۰قابل پیشنهاد نخواهد بود.

برای درمان بازار آشفته خودرو، چه نسخه‌ای پیشنهاد می‌دهید؟

این روزها بازار خودرو همانند بسیاری از بازارها نظیر مسکن، ناخوش‌تر از هر زمان دیگری است؛ افزایش افسارگسیخته قیمت‌ها که حالا بازار را با کمبود خودروی کمتر از ۱۰۰ میلیون تومان مواجه ساخته است.

در این میان، تصمیمات مختلفی از سوی مدیران صنعت خودرو و وزارت صمت گرفته شده است؛ از بازگشت شورای رقابت به چرخه قیمت‌گذاری دستوری، تا رونمایی از سازوکار قرعه‌کشی با شرایط خاص و تا حدودی دشوار؛ اما آنچه خروجی تصمیمات چند ماهه مقامات مسئول در حوزه بازار خودرو بوده، کاهش معنادار توان خرید مردم از خرید خودرو و نارضایتی آنهاست.

هرچند در طرف دیگر ماجرا نیز گلایه و انتقاد خودروسازان را شاهدیم؛ برای نمونه یکی از فعالان این صنعت در یادداشتی با عنوان «خودروسازان در گرداب» به دو راهکار اشاره کرده است و تاکید دارد: «دولت اجازه بدهد بازار عرضه و تقاضا روال طبیعی خودش را طی کند و تمام تلاشش بر این باشد که تولید افزایش پیدا کند، زیرا افزایش تولید باعث کاهش قیمت و رونق اقتصادی خواهد شد. برای اینکه تولید بتواند به حرکت خود ادامه دهد، باید دست از قیمت‌گذاری کالاهای تولیدی برداشته شود و این مسئله را برعهده شرکت‌های تولیدکننده بگذارد، مگر در موارد خاص مثل سازمان حمایت از مصرف‌کننده که سودهای غیرمتعارف اتفاق نیفتد که البته در این حالت هم سازمان امور مالیاتی می‌تواند تا ۸۵ درصد این درآمدها را به‌عنوان مالیات دریافت کند.»

همچنین به عنوان نمونه دیگری از اظهارنظرات مدیران مسئول، می‌توان به نظر معاون وزیر صمت اشاره داشت. صادقی نیارکی معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت گفته است: «به واردات خودروهای دست دوم اقدام کنیم که علاوه بر ارزبری فراوان، زیبنده کشوری که سالیان سال خودروساز بوده و زمانی در رتبه پانزدهم تولیدکنندگان خودرو قرار داشته، نیست.»

قطعات لاستیکی و پلاستیکی دانش‌بنیان به صنایع کشور کمک می‌کند

طراحی و تولید انواع کامپاند لاستیک و پلاستیک برای تولید قطعات کاربردی در صنعت خودرو، لوازم خانگی، صنایع دریایی و ... تلاشی دانش‌بنیان است که به ثمر نشسته و صنایع کشور را از واردات این محصول کاربردی بی‌نیاز کرده است. مجموعه‌ای فناور از سال ۸۱ کار خود را آغاز کرد. این شرکت با تشکیل تیمی متخصص از بهترین دانش‌آموختگان دانشگاه‌های معتبر، طراحی و تولید انواع کامپاند لاستیک را در دستور کار قرار داد. سهیل یزدان‌بخش، مدیر شرکت دانش‌بنیان بسپار سازه، درباره محصولات این شرکت فناور، می‌گوید: این مجموعه تنها کارخانه مستقل طراحی و تولید انواع کامپاند در خاورمیانه است که توانسته کلیه محصولات خود را به تایید شرکت‌های معتبر اروپایی برساند.

دریچه

تولید بومی تجهیزات قفس پرورش ماهی

دانش‌بنیان‌ها فناوری را توسعه دادند

طرح تولید بومی براکت سه کاناله تزریقی قفس‌های پرورش ماهی رونمایی شد؛ طرحی که با همکاری ستاد توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سه شرکت دانش‌بنیان اجرایی شده است. نادر قلی ابراهیمی، دبیر کارگروه تخصصی آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در آیین رونمایی از براکت سه کاناله تزریقی قفس‌های پرورش ماهی، گفت: امروز ساخت نخستین براکت قفس‌های پرورش ماهی را شاهدیم و به‌زودی راه‌اندازی نخستین مزرعه بومی پرورش ماهی در دریا را خواهیم داشت؛ اتفاقی که به توسعه فناوری پرورش ماهی در دریا و تامین پروتئین موردنیاز کشور کمک موثری می‌کند.

وی افزود: پرورش ماهی در دریا به عنوان یکی از روش‌های نوین آبزی‌پروری و تولید پروتئین در دهه‌های اخیر بسیار مورد توجه قرار گرفته است.

به گفته ابراهیمی، این روش به دلیل استفاده از منابع دریا برای تصفیه آب، اکسیژن‌رسانی، کنترل دما و تأمین بخشی از غذای موردنیاز آبزیان از نظر سرمایه‌گذاری، تراکم تولید و کیفیت محصول مقرون‌به‌صرفه است.

کاهش میزان مصرف آب شیرین برای تولید پروتئین

وی همچنین بیان کرد: استفاده از این روش، میزان مصرف آب شیرین برای تولید پروتئین را به صفر می‌رساند. این موضوع در شرایط کم‌آبی کشور بسیار مهم و حیاتی است. دبیر کارگروه آب، خشکسالی فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در ادامه تاکید کرد: در ایران با توجه به لزوم تولید پروتئین دریایی و محدودیت در منابع آب شیرین و سواحل بالای ۵ هزار کیلومتر استفاده از این روش در برنامه ششم توسعه کشور مورد توجه قرار گرفته است.

به گفته ابراهیمی، در برنامه ششم توسعه، تولید ۲۰۰ هزار تن ماهی پرورشی در قفس پیش‌بینی شده است، اما این مهم به دلایل مختلفی هنوز محقق نشده و تنها درصدی از آن اجرایی شده است.

وی ادامه داد: این طرح علاوه بر توسعه صنعت دریا و ایجاد اشتغال، نقش اثرگذاری هم در تحقق اقتصاد مقاومتی و دانش‌بنیان دارد.

تکیه بر توان متخصصان داخلی

دبیر کارگروه تخصصی آب، خشکسالی فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری افزود: این طرح توسط شرکت دانش‌بنیان گسترش فناوری دریایی شریف با مشارکت دو شرکت دانش‌بنیان دیگر، با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و با تکیه‌بر توان متخصصان داخلی بومی‌سازی شده است.

به گفته وی، جزیره قشم برای تولید قطعات و محل اجرای نخستین مزرعه بومی پرورش ماهی در قفس انتخاب شده است. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم با مشارکت اعتباری از اجرای این طرح حمایت کرده است.

ابراهیمی در ادامه بیان کرد: بیشتر براکت‌ها و دیگر تجهیزات موردنیاز این صنعت از کشورهای نروژ، ایتالیا، چین و ترکیه تأمین می‌شود، اما با تلاشی دانش‌بنیان، این کار بومی‌سازی شد و همه تجهیزات این کار در داخل کشور تولید می‌شود.

دبیر کارگروه توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همچنین عنوان کرد: فناوری‌های مرتبط با آب یکی از محورهای توسعه کشور است. باید از این ظرفیت در سواحل آبی کشور استفاده کنیم. ما باید به‌گونه‌ای عمل کنیم که شرمنده نعمات و فرصت‌های داخلی نشویم. وی افزود: ایران در کمربند خشک و نیمه‌خشک کره زمین قرار دارد. کشوری با نزولات آسمانی کم و تبخیر بالا. آمارها گواه این است که در ایران باوجود حدود ۴۵۰ میلیارد مترمکعب نزولات بارشی و با تبخیر بالای ۷۰ درصدی، حجم آب قابل‌برنامه‌ریزی در مقابل نیاز توسعه‌ای کشور کم است.

ابراهیمی همچنین تاکید کرد: باید برای استفاده درست از این میزان آب برنامه‌ریزی کنیم تا بتوان جهش تولید و اقتصاد مقاومتی را محقق کرد و همه بخش‌ها ضرورتا باید در مرز دانش حرکت کند و از فناوری‌ها برای توسعه صنعت آب بهره ببریم.

تولید انبوه ماهی در قفس

وی استفاده از دانش بومی کشور برای توسعه صنعت آب را ضروری دانست و گفت: تولید انبوه ماهی در قفس، افتخاری است که زیست‌بوم فناوری و نوآوری برای کشور به ارمغان آورد. رهاوردی فناورانه با تکیه بر دانش بومی بدون استفاده از منابع محدود آب کشور.

دبیر کارگروه توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به حمایت‌های جدی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از حرکت فناورانه تولید براکت سه کاناله تزریقی قفس‌های پرورش ماهی، تاکید کرد: این کار باید با کمک جوانان متخصص داخلی ادامه داشته باشد و زنجیره این کار به‌صورت کامل دیده شود یعنی همه گلوگاه‌های فناورانه تولید ماهی در قفس در دریا را شناسایی و نسبت به رفع آن با کمک توان زیست‌بوم فناوری و نوآوری اقدام کنیم.

ابراهیمی با تاکید بر حمایت‌های مادی و معنوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از «شعار هر خانواده صیاد یک قفس»، افزود: باید در اجرای چنین طرح‌های فناورانه‌ای از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها بهره برد و از ایجاد شتاب‌دهنده‌های مرتبط در این حوزه حمایت کرد.

وی ادامه داد: این شرکت توانایی توسعه ۵۰ هزار تن زیرساخت قفس پرورش ماهی در سال را دارد که این میزان تولید، بخش قابل‌توجهی از اهداف برنامه ششم توسعه را محقق می‌کند.

وی همچنین گفت: نخستین قفس بومی با همه قطعات ایران‌ساخت آن، آبان ماه سال جاری در سواحل قشم به دریا انداخته می‌شود.

پروژه‌های عمرانی دانشگاه صنعتی شریف افتتاح شد

ساختمان‌های آموزش و دانشکده مهندسی مکانیک دانشگاه صنعتی شریف با حضور اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس جمهوری و سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری افتتاح شد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری پروژه ساختمان آموزش با زیربنای ۱۰ هزار و ۲۰۰ متر مربع در ضلع شمالی دانشگاه صنعتی شریف رونمایی شد. این ساختمان بخش‌های مختلفی دارد. معاونت آموزش و تحصیلات تکمیلی، ۳۸ کلاس با ظرفیت ۱۳۶۶ نفر، سالن کنفرانس به همراه سه اتاق برخی از بخش‌های آن است. همچنین استودیو آموزش الکترونیکی یکی دیگر از بخش‌های ساختمان جدید آموزش است.

همچنین طرح توسعه دانشکده مهندسی مکانیک با زیربنای ۱۵ هزار متر مربع رونمایی و با ۹ کلاس، ۱۰ آزمایشگاه، ۶۵ دفتر کار ۳ اتاق به همراه یک سالن کنفرانس و ۲۰ اتاق اداری افتتاح شد.

محمود فتوحی، رئیس دانشگاه صنعتی شریف و اعضای هیأت امنای شریف و جمعی از مسئولین و مدیران نیز در این مراسم حضور داشتند.

در ادامه این مراسم، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری از روند احداث مجتمع نوآوری دانشکده مهندسی انرژی شریف و برج فناوری‌های هوا فضا بازدید کرد. این دو مجتمع بزرگ نوآوری و فناوری در زیست بوم نوآوری شریف تا پایان سال جاری به بهره‌برداری می‌رسد.

فیس‌بوک در برابر تصمیم نهادهای دولتی مبنی بر ج

سند دریافتی وال‌استریت ژورنال اطلاعاتی از استراتژی فیس‌بوک برای دفاع از خودش در برابر تصمیم نهادهای دولتی مبنی بر تجزیه این پلتفرم و جداشدن اینستاگرام و واتس‌اپ فاش می‌کند.

به گزارش زومیت، فیس‌بوک زیر فشار شدید رگولاتوری قرار دارد و به نظر می‌رسد که برای وضعیت بدتری نیز خود را آماده می‌کند. خرید واتس‌اپ و اینستاگرام و ادغام آن با فیس‌بوک به توسعه این پلتفرم کمک کرده، اما دردسرهای زیادی هم برایش به همراه داشته است.

از ابتدای خرید این دو پلتفرم، نهادهای دولتی آمریکا همواره از این اقدام فیس‌بوک انتقاد می‌کردند و نمایندگان کمیسیون فدرال متمرکز بر قوانین ضدانحصار و اعضای کنگره همچنان بررسی‌های‌شان را درباره قدرت انحصاری و رفتار رقابتی فیس‌بوک ادامه می‌دهند.

حال به نظر می‌رسد فیس‌بوک قصد دارد در برابر این اتهام‌ها از خود دفاع کند. اخیرا وال‌استریت ژورنال سندی دریافت کرده که اطلاعاتی درباره نحوه دفاع فیس‌بوک در برابر اجرایی‌شدن تصمیم قانون‌گذاران این کشور و پیشگیری از جدایی پلتفرم‌های واتس‌اپ و اینستاگرام فاش می‌کند. این سند با بیان استدلال‌هایی ادعا می‌کند که جدایی اینستاگرام و واتس‌اپ از فیس‌بوک اتفاق نمی‌افتد.

به گزارش وال‌استریت ژورنال، با افزایش اتهام‌ها علیه فیس‌بوک مبنی‌بر نقض قوانین ضدانحصاری، اعضای فیس‌بوک به کمک وکلای شرکت حقوقی Sidley Austin LLP سند دفاعیه‌ای ۱۴ صفحه‌ای تنظیم کرده‌اند که ادعا می‌کند اجرایی‌شدن تصمیم دولت و تجزیه فیس‌بوک قوانین را نقض می‌کند و به این پلتفرم صدمه می‌زند. کمیس
به‌ترتیب خرید اینستاگرام و واتس‌اپ را بررسی
خرید اینستاگرام و واتس‌اپ، کمیسیون فدرال تجار
شرکت سرمایه زیادی برای ادغام این دو شبکه در
جدایی واتس‌اپ و اینستاگرام از این پلتفرم میلیارد
جداگانه است که باعث کاهش امنیت و آسیب به
فاش‌شده اخیر واکنش نشان نداد. پیش‌ازاین نیز
جدایی اینستاگرام و واتس‌اپ از پلتفرمش، درخوا
به‌گفته تین وو، پروفسور دانشگاه کلمبیا و متخ
ادغام اینستاگرام و واتس‌اپ نمی‌تواند استدلال قو
پرونده ضدانحصاری دولت روی این موضوع ت
اینستاگرام رقبایش را کاهش داده است؛ موضوعی
دو پلتفرم به آن توجه نکرده بود. همچنین به‌گفته
پلتفرم‌ها نمی‌تواند در تصمیم‌گیری رگولاتورها تأث
تابستان امسال، کمیته مجلس آمریکا متمرک

در تولید پلاسما خودکفا می‌شویم

بخش بزرگی از خون را مایع زردرنگی به نام پلاسما تشکیل می‌دهد؛ فرآورده‌ای حیاتی که به گردش همه اجزای خون در بدن کمک می‌کند. این مایع حیاتی نیاز بخش قابل توجهی از بیماران است. شیوع کرونا هم مزید بر علت شد تا نظام درمانی کشور تلاش بیشتری برای تامین آن داشته باشد. ۵۵ درصد خون پلاسما است؛ مایعی که جان برخی بیماران به آن وابسته است. این مایع حیات‌بخش را به صورت کامل یا فرآورده‌های جداشده استفاده می‌کنند. این فرآورده‌ها کاربرد فراوانی در درمان سوختگی، شوک، تروما و دیگر موارد اضطراری پزشکی دارند. پروتئین‌ها و آنتی‌بادی‌های موجود در آن هم برای درمان وضعیت‌های مزمن پزشکی مانند اختلالات خودایمنی و هموفیلی استفاده می‌شود. افراد مبتلا به این شرایط می‌توانند با برخورداری از این درمان‌ها زندگی طولانی و مفیدی داشته باشند. در واقع، برخی از سازمان‌های بهداشتی پلاسما را «هدیه زندگی» می‌نامند. شاید ضرورت تامین این ماده در روزهای شیوع کرونا برای نظام سلامت و مردم بیشتر نمود پیدا کرد. روزهایی که بارها در اخبار اعلام شد، بیماران بهبودیافته کرونایی برای کمک به دیگر بیماران برای اهدای پلاسمای خود مراجعه کنند. این کار طول دوران بستری بیماران بدحال و شدید مبتلا به ویروس کرونا را کاهش می‌دهد و میزان مرگ و میر این بیماران را کمتر کرده است. این صنعت درمانی در دنیا روند رو به رشدی دارد. این صنعت سال‌ها است در ایران هم مورد توجه قرار گرفته است و قرار بود شرکت‌هایی از دیگر کشورها این نیاز ما را تامین کنند، اما تحریم‌ها باعث شد این شرکت‌ها به تعهدات خود عمل نکنند و نظام سلامت و درمان کشور را با مشکل مواجه کردند.

این شد که زیست‌بوم فناوری و نوآوری دوباره خود را به کشور اثبات کرد و با کمک شرکت‌های دانش‌بنیان و با اتکا به توان داخلی به این نیاز پاسخ داد. البته هنوز هم کمبودهایی در این زمینه وجود دارد اما تلاش‌ها تازه آغاز شده و قرار است تا دو سال دیگر به ثمر برسد.

رونق استارت‌آپ‌های تبلیغات و بازاریابی دیجیتال

«مرکز نوآوری و شتابدهی آو» با حضور سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری افتتاح شد تا راه رونق استارت‌آپ‌های فعال در حوزه بازاریابی دیجیتال، تبلیغات هوشمند و برندینگ هموار شود.

مرکز نوآوری آو با تمرکز بر حوزه‌های مارکتینگ، تبلیغات و تحقیقات، بازار آینده کسب‌وکارها در این حوزه را برای ورود به دنیای نوآوری و فناوری آماده می‌کند. مرکز نوآوری آو بر بستر هلدینگ دی‌ان‌ای یونیون در کنار ۱۶ تیم فناور و استارت‌آپی در حوزه تبلیغات، دیجیتال مارکتینگ، تحقیقات بازار، برنامه‌ریزی رسانه، آموزش و مشاوره مارکتینگ و فناوری‌های پیشرفته فعالیت می‌کند.

همزمان با افتتاح مرکز نوآوری آو، ۴ خدمت استارت‌آپی توسط استارت‌آپ‌های دی‌ان‌ای یونیون در حوزه بازاریابی دیجیتال که به بازار عرضه شده است به دست معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری رونمایی شد. بیش از ۴۵۰ نیروی انسانی تمام وقت و ۱۰۲۵ نیروی پاره‌وقت در این مجموعه فناور فعالیت می‌کنند. تیم‌های نوآور فعال در حل مسائل آینده بازاریابی از این خدمات بهره‌مند می‌شوند. شرکت‌های شناخته شده خارجی مشتری خدمات شرکت‌های زیرمجموعه دی‌ان‌ای یونیون هستند و در حال حاضر زمینه استفاده شرکت‌های داخلی از این خدمات فراهم شده است. آو با هدف سرعت دادن به پیشرفت و تحول‌آفرینی در صنعت بازاریابی دیجیتال شکل گرفته است. در حال حاضر با همراهی برندهای شناخته شده نیز کار شتابدهی ایده‌های نوآورانه را دنبال می‌کند. بالغ بر ۱۲ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری برای احداث این مجموعه فناور صورت گرفته است و در سال جاری نیز ۱۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری خواهد شد. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری همچنین از شرکت مونکو بازدید کرد. این شرکت دانش‌بنیان فعالیت خود را در صنعت برق آغاز کرده است و در حوزه‌های مخابرات، نفت و گاز پتروشیمی دیسپاچینگ و فناوری اطلاعات فعالیت خدمات مهندسی مشاوره ارائه می‌کند و از یک دهه پیش صادرات به کشورهای خارجی را انجام می‌دهد.

...داشدن واتس‌اپ و اینستاگرام از خود دفاع می‌کند

...سیون فدرال تجارت در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۴ ...کرد. فیس‌بوک در این سند استدلال می‌کند در ...رت آمریکا (FTC) اعتراضی نکرده و پس‌ازآن، این ...پلتفرمش صرف کرده است. طبق گفته فیس‌بوک، ...ها دلار هزینه دارد و مستلزم سیستم‌های عملیاتی ... تجربه کاربری می‌شود. فیس‌بوک درباره اطلاعات ...فیس‌بوک به انحصارطلبی متهم شده بود و به‌جای ...ت تنظیم مقررات بیشتر داده بود.

...صص فناوری، تأیید کمیسیون فدرال تجارت برای ...ی برای دفاع فیس‌بوک از خودش باشد. او افزود: ...مرکز می‌کند که فیس‌بوک با خرید واتس‌اپ و ...ی که کمیسیون فدرال تجارت در زمان تأیید خرید ...او، مشکلات پیش روی فیس‌بوک پس از جدایی ...یر داشته باشد.

...ز بر قوانین ضدانحصار نامه‌های ارسالی از مارک زاکربرگ در سال ۲۰۱۲ را منتشر کرد که نشان می‌داد مدیرعامل فیس‌بوک به دلیل دشواربودن رقابت با اینستاگرام، این پلتفرم را خرید. در آن زمان، اینستاگرام با داشتن ۳۰ میلیون کاربر، تنها ۱۳ کارمند داشت.

مارک زاکربرگ در یکی از ایمیل‌های ارسالی به کارمندانش نوشته است:

محصولات اجتماعی هر کدام اثر شبکه‌ای خودشان را دارند و حوزه‌های فعالیت محدود است. زمانی‌که محصولی در حوزه‌ای قدرت بیشتری به دست می‌آورد، برای سایر ارائه‌دهندگان دشوار است که بدون انجام کار متفاوت، بتوانند جای آن را بگیرند.

به هرحال، فیس‌بوک باید هرچه‌زودتر دلایلی برای پیشگیری از اجرای دستور دولت مبنی‌بر جدایی پلتفرم‌ها آماده کند. گفته می‌شود که کمیسیون فدرال تجارت تا پایان سال میلادی جاری پرونده ضدانحصاری برای این شبکه اجتماعی آماده می‌کند. ۲۹ جولای امسال (۸ مرداد)، کنگره برای بررسی رفتار غیرانحصاری آمازون، اپل، گوگل و فیس‌بوک جلسه‌ای را با حضور مدیران این شرکت‌ها تشکیل داد. در این جلسه، نمایندگان سؤال‌های دشواری از زاکربرگ می‌کردند که بیشتر به خرید اینستاگرام مربوط می‌شد. قرار است نتیجه کنگره تا آخر اکتبر اعلام شود.

به‌هرحال، به نظر نمی‌رسد هیچ‌کدام از اینها به‌نفع فیس‌بوک باشد و درصورت اجرایی‌شدن دستور نهاد دولتی، واتس‌اپ و اینستاگرام به‌راحتی می‌توانند از غول شبکه‌های اجتماعی جدا شوند.

پیشگامان اقتصاد دیجیتال زیست‌بوم فناوری و نوآوری را توسعه می‌دهند

توسعه زیست‌بوم فناوری و نوآوری در کشور هدفی است که این روزهای فعالان حوزه علمی کشور را به خود مشغول کرده است. این توسعه فناورانه به نفع جامعه و آینده کشور است؛ کشوری درگیر تحریم‌ها و مشکلات اقتصادی. برای این کار هم شناسایی پیشگامان علمی و فناوری کشور یک ضرورت است. درک این مهم، ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری را به صرافت تعیین اولویت‌هایی برای تکمیل زنجیره زیست‌بوم فناوری و نوآوری دیجیتال انداخته است؛ زنجیره‌ای که به تجارب پیشگامان این عرصه نیاز دارد تا به هم پیوستگی آنها معنادار و ناگسستنی باشد.

یادداشت

امسال بیش از ۱۰۰ هزار شغل در صنعت نفت و گاز از بین رفته است

خبرگزاری معتبر دلویت می‌گوید از اسفند ۱۳۹۸ تا مرداد ۱۳۹۹ بیش از ۱۰۰ هزار شغل مرتبط به صنعت نفت‌وگاز به‌دلیل تغییر قیمت نفت از بین رفته است؛ شغل‌هایی که به این زودی‌ها برگشت‌پذیر نیستند.

به گزارش زومیت به نقل از فورچن، صنعت نفت‌وگاز در دوران دنیاگیری ویروس کرونا صرفا با افت ارزش مواجه نشد و گزارش‌های جدید اعلام می‌کنند تعداد شغل‌های این صنعت نیز به‌طور درخورتوجهی کاهش پیدا کرده است. براساس گزارش مفصل رسانه دلویت(Deloitte)، بیش از ۱۰۷،۰۰۰ شغل از شغل‌های مربوط به صنایع نفت و گاز طبیعی و موادشیمیایی در ایالات متحده آمریکا بین ماه‌های مارس تا آگوست ۲۰۲۰ (اسفند ۱۳۹۸ تا مرداد ۱۳۹۹) از بین رفته است. خبرگزاری دلویت گزارش جدید خود را با محوریت آینده شغل‌های مربوط به صنایع نفت و گاز منتشر کرد. این خبرگزاری می‌گوید در بازه زمانی یادشده، سریع‌ترین نرخ اخراج نیروی صنعت نفت‌وگاز در تمام دوران شاهد بوده‌ایم.

صنعت نفت و گاز معمولا به دلیل سرعت رشد مطلوب و پررونق‌بودن شناخته می‌شود و ازدست‌رفتن این تعداد شغل در بازه زمانی چندماهه، دست‌کمی از اتفاقات فاجعه‌بار ندارد. مطالعه جدید دلویت اعلام می‌کند در سال ۲۰۱۴، همان سالی که عربستان سعودی برای حفظ سهمش در بازار قیمت عرضه نفت خود را تا حدی کاهش داد، آثار ایجادشده بر کارکنان صنعت نفت‌وگاز تشدید شد.

بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹، نوسان یک‌دلاری قیمت نفت روی ۳،۰۰۰ شغل این صنعت اثر گذاشته است که در حوزه اکتشاف و تولید و خدمات مرتبط به نفت فعالیت می‌کنند. دلویت می‌گوید در دهه ۱۹۹۰، این تعداد برابر با ۱،۵۰۰ شغل بود؛ یعنی همان دورانی که افزایش قیمت نفت باعث شد تعداد شغل‌های مرتبط به نفت افزایش خیره‌کننده‌ای پیدا کند. سال ۲۰۱۵، اکثر شغل‌های مربوط به نفت تا حد زیادی وابسته به قیمت بوده‌اند، بااین‌حال در آن دوره زمانی شغل‌ها به‌جای ازبین‌رفتن افزایش پیدا می‌کردند زیرا قیمت نفت سیری صعودی داشت.

در آن دوران، شغل‌هایی که ممکن بود از بین بروند، از لحاظ تئوری می‌توانستند در زمانی سریع بازگردند، بااین‌حال این بار اوضاع فرق می‌کند. دلویت می‌گوید اکثر شغل‌هایی که در بازه مارس تا آگوست از بین رفته‌اند، احتمالا در زمانی سریع بازگشت‌پذیر نیستند. گزارش دلویت با درنظرگرفتن معیارهای مختلف اعلام می‌کند اگر قیمت نفت به‌ازای هر بشکه حدودا ۴۵ دلار باقی بماند (درحال‌حاضر، قیمت بسیار ارزان‌تر است)، ۷۰ درصد از شغل‌هایی که از بین رفته‌اند، تا پیش از پایان سال آینده میلادی بازنخواهند گشت. قیمت نفت روی بخش‌ها و محصولات مختلفی اثر می‌گذارد. دلویت می‌گوید کاهش قیمت نفت و ازبین‌رفتن شغل‌ها رشد اقتصادی کشورها را به‌خطر می‌اندازد و روی ثبات سیاسی آمریکا هم اثرگذار است. دلویت می‌نویسد آثار ناشی از این اتفاق در کوتاه‌مدت و بلندمدت می‌توانند ضررهای زیادی به‌بار بیاورند. هفته گذشته، S&P Global در اطلاعیه‌ای اعلام کرد نحوه رفتار مردم در پی دنیاگیری ویروس کرونا (افزایش دورکاری) و آثار اقتصادی ناشی از این دنیاگیری بدین‌معنا است که احتمالا در بلندمدت، تقاضا برای نفت ۲□۵ میلیون بشکه در هر روز کاهش پیدا کرده است. بسیاری از مدیران عامل شرکت‌های بزرگ نفت نیز اعلام کرده‌اند که به‌احتمال زیاد، میزان تقاضا برای نفت به دوران پیش از کرونا برنخواهد گشت.

افزون‌براین، تغییرات محسوس صنایع نفت‌وگاز را به‌ویژه در اروپا فراموش نکنید. Equinor، Total، BP، Shell و دیگر شرکت‌های اروپایی حوزه انرژی متعهد شده‌اند تا سال ۲۰۵۰، میزان انتشار گازهای آلاینده را به صفر خالص برسانند که درنتیجه آن شغل‌های زیادی از بین خواهد رفت. این فرآیند باید به سرعت انجام شود. تاکنون، میلیاردها دلار پول در این زمینه خرج شده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد بیش از ۲۰،۰۰۰ شغل صرفا در BP و Shell از بین رفته‌اند. اینکه ازدست‌رفتن شغل‌ها در BP و Shell به‌دلیل رفتن به‌سمت هدف اصلی، یعنی ازبین‌بردن گازهای آلاینده است یا از تغییرات قیمت نفت نشأت می‌گیرد، موضوعی است که فعلا نمی‌دانیم اما احتمال می‌دهیم هر دو عامل دخیل باشند.

۱۸۴۷ پروانه برای فعالیت کسب‌وکارهای مجازی صادر شده است

حوزه پوشاک، کیف و سیسمونی کودک، لوازم خانگی و لوازم سفر بیشترین تعداد فروشگاه‌های آنلاین را از سال ۱۳۹۶ تاکنون در ایران راه‌اندازی کرده‌اند.

به گزارش زومیت، اتحادیه کشوری کسب‌وکارهای مجازی با انتشار گزارشی اعلام کرد که از ابتدای سال ۱۳۹۹ تا پایان تابستان، ۴۲۸ و از آغاز فعالیت خود در آبان ۱۳۹۶ تاکنون، ۱۸۴۷ پروانه کسب صادر کرده است. در گزارش سال ۱۳۹۹ اتحادیه کشوری کسب‌وکارهای مجازی، پراکندگی پروانه‌های صادرشده و موضوع آنها نشان داده شده است. در گزارش اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی آمده است که ۴/۴۳ درصد از پروانه‌های صادرشده در رسته «عرضه انواع کالا و خدمات در فروشگاه‌های مجازی» و ۱/۲۰ درصد در رسته «عرضه انواع خدمات در فروشگاه‌های مجازی» و ۸/۶ درصد از آنها در رسته «عرضه خدمات در یک گروه خاص در فروشگاه‌های مجازی» بوده‌اند. موضوع بیشتر پروانه‌های صادرشده از سال ۱۳۹۶ تاکنون نیز فروشگاه‌های بزرگ با موضوعاتی همچون پوشاک، کیف و سیسمونی کودک، لوازم خانگی و لوازم سفر با ۹/۱۸ درصد بوده‌اند. پس از آنها، کسب‌وکارهای حوزه محصولات دیجیتال و لوازم برقی با ۵/۱۱ درصد و جابه‌جایی هوشمند با ۹ درصد و موادشیمیایی و صنایع وابسته با کمترین میزان قرار می‌گیرند. تهران، اصفهان، البرز، فارس و خراسان‌رضوی بیشترین پروانه‌ها و زنجان، لرستان، کهگیلویه‌وبویراحمد، ایلام، اردبیل و سیستان‌وبلوچستان کمترین پروانه‌های صادرشده را از اتحادیه دریافت کرده‌اند.

۲۹/۵۰درصد کسب‌وکارهای عضو اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی در استان تهران قرار دارند و بیشترین پروانه را با موضوع فروشگاه‌های بزرگ و کمترین میزان را با موضوع عرضه محصولات موادشیمیایی و صنایع وابسته دریافت کرده‌اند. همچنین، ۷۳/۵ درصد کسب‌وکارهای عضو اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی در استان البرز قرار دارند و بیشترین پروانه را با موضوع کسب‌وکارهای عرضه‌کننده محصولات دیجیتال و لوازم برقی دریافت کرده‌اند. ۳/۷درصد کسب‌وکارهای عضو اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی در استان اصفهان قرار دارند و بیشترین پروانه را با موضوع فروشگاه‌های بزرگ دریافت کرده‌اند و کسب‌وکارهای حوزه موادشیمیایی و صنایع وابسته هم هیچ پروانه‌ای کسب نکرده‌اند. ناگفته نماند ۳۶/۵ درصد کسب‌وکارهای عضو اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی در استان فارس و ۳۳/۴ درصد در خراسان‌رضوی قرار دارند. فروشگاه‌های بزرگ در این دو استان بیشترین پروانه را دریافت کرده‌اند. در مدت زمان فعالیت اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی، ۱۹۹ پروانه کسب‌وکار را زنان و ۱،۶۴۸ پروانه کسب‌وکار را مردان دریافت کرده‌اند. همچنین، ۹۲۰ پروانه را افراد حقیقی و ۹۲۷ پروانه را افراد حقوقی گرفته‌اند. طبق ماده ۳ آیین‌نامه اجرایی چگونگی صدور مجوز و نحوه نظارت بر فعالیت افراد صنفی در فضای مجازی و بازاریابی شبکه‌ای، مراحل صدور پروانه کسب عبارت است از:

- راه‌اندازی کسب‌وکار مجازی به‌دست متقاضی مطابق چک‌لیست‌های مرکز توسعه تجارت الکترونیکی
- ثبت تقاضا به دست متقاضی در سامانه ای‌نماد و ارجاع تقاضای کسب‌وکار مشمول قانون نظام صنفی به‌وسیله مرکز توسعه تجارت الکترونیکی بلافاصله پس از ارزیابی و براساس فهرست مرکز اصناف و بازرگانان ایران به سامانه اصناف
- بارگذاری مدارک مندرج به دست متقاضی در سامانه اصناف حداکثر در مدت سه ماه پیش از قبول تقاضا
- تکمیل پرونده به‌دست اتحادیه
- صدور و تسلیم پروانه کسب پس از تطبیق مدارک بارگذاری‌شده با اصل آن به متقاضی حداکثر در مدت ۱۵ روز
- ارسال مشخصات پروانه کسب به سامانه ای‌نماد و اعطای نماد اعتماد الکترونیکی هم‌زمان با صدور پروانه کسب.

داده‌های علمی بیوبانک نقشه‌برداری مغز محققان را به چالش می‌کشد

«پیش‌بینی سن براساس ویژگی‌های مورفولوژی تصاویر MRI ساختاری در افراد سالم» عنوان چالشی است که توسط آزمایشگاه ملی نقشه‌برداری مغز برگزار می‌شود تا روشی نوین برای پیش‌بینی سن افراد ۲۰ تا ۷۰ سال ارائه شود.

این رویداد نخستین چالش ملی مبتنی بر داده‌های بیوبانک نقشه‌برداری مغز ایران است. داده‌های علمی بیوبانک نقشه‌برداری مغز ایران در بستر محاسبات سریع، برای نخستین بار محققان را به چالش می‌کشد.

این چالش در راستای رسالت آموزشی و ترویجی آزمایشگاه و با هدف ارائه روش نوین در پیش‌بینی سن افراد بین ۲۰ تا ۷۰ سال با استفاده از تصاویر MRI طراحی شده است.

این چالش با داده‌های موجود در بیوبانک نقشه‌برداری مغز ایران و با به کارگیری سرور محاسبات سریع آزمایشگاه ملی نقشه‌برداری مغز، در دو مرحله غیرحضوری و حضوری برگزار می‌شود و محققان با آنالیز این داده‌ها به رقابت می‌پردازند. ثبت نام چالش ۵ مهرماه آغاز شده است.

شرکت‌کنندگان پس از ثبت نام می‌توانند در تاریخ ۱۹ مهر داده‌های لازم را که بر وب‌سایت آزمایشگاه بارگذاری می‌شود، دریافت کنند. همچنین مرحله نهایی این مسابقه پس از داوری نتایج اولیه، در نخستین روز از آذرماه ۹۹ برگزار خواهد شد.

اما بایوبانک نقشه‌برداری مغز ایران برای ارائه خدمات به پژوهشگران توسط آزمایشگاه نقشه‌برداری مغز ایران راه‌اندازی شد. تصاویر نقشه‌برداری مغز موجود در بایوبانک در اختیار محققان کشور قرار می‌گیرد تا مسیر انجام تحقیقات آنها تسهیل شود. بایوبانک مانند مخزنی انباشته از اطلاعات میان رشته‌ای است که علاوه بر ذخیره‌سازی تصاویر مغز، اطلاعات ارزیابی بالینی مانند روانپزشکی، روانشناختی و همچنین آزمایش‌های نورولوژی و جراحی اعصاب و همچنین اطلاعات آزمایشگاهی شامل آزمایش‌های گوناگون مربوط به بیماری و سلامت مغز انسان و همچنین نوروپاتولوژی را شامل می‌شود.

افتتاح فاز نخست شبکه هوشمند مدارس دانا

امیر ناظمی، معاون وزیر ارتباطات روز گذشته در مراسم افتتاح فاز نخست شبکه هوشمند مدارس دانا که به صورت ویدئوکنفرانس از دورترین مدرسه در کنارک سیستان و بلوچستان و با حضور رئیس جمهور برگزار شد، گفت: آماده هستیم پروژه اتصال ۷۶ هزار و ۲۰۰ مدرسه را به شبکه اختصاصی مدارس یا همان شبکه دانا آغاز کنیم.

به گزارش مهر، وی با بیان اینکه این پروژه با تاکید رئیس جمهور در چهار ماه گذشته و با سرعت آغاز به کار کرد، گفت: برای اجرای این پروژه ۱۸۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری شده است.

ناظمی با بیان اینکه در این پروژه تولیدکنندگان داخلی در سه شیفت فعالیت کرده‌اند، گفت: این شبکه هوشمند همه اپراتورها را پوشش می‌دهد و به واسطه آن ۹۴درصد مدارس به شبکه متصل می‌شود.

وی افزود: شبکه هوشمند مدارس دانا زیرساختی پایدار است که خدمات و محتوای مناسبی ارائه می‌کند.

ناظمی با بیان اینکه چندین پلتفرم در این شبکه هوشمند وجود دارد، گفت: پلتفرم‌هایی با عنوان دانا پلاس به عنوان برگزاری کلاس‌های مجازی، پلتفرم لایو بوک برای اشتراک‌گذاری کتب درسی به صورت رایگان برای روستاییان در کنار این شبکه افتتاح می‌شود.

وی افزود: همچنین پلتفرمی برای اتصال دانش‌آموزان به تولیدکنندگان محتوای آموزشی در کنار این شبکه افتتاح می‌شود. دو پلتفرم برای ارائه کتاب‌های فوق برنامه به صورت الکترونیکی و رایگان و سامانه‌ای برای معرفی پلتفرم‌های مختلف برای دانش‌آموزان در کنار این شبکه افتتاح می‌شود.

کارگاه برندینگ

دیوارنگاری تقدیر از کادر درمان

دیوارنـگاری با موضـوع تقدیر از کادر درمان و تشـویق مردم به رعایت پروتکل‌های بهداشتی در تهران رونمایی شد.

ضرغامی، مدیرعامل سـازمان زیباسـازی با اشاره به مطلب فوق افـزود: کرونا چه به لحاظ موضوعات حوزه سـلامت و چه از لحاظ اجتماعـی مقطعی خاص در کشـور ما قلمداد می‌شـود که به یاد ماندنـی خواهد بـود و هرگونه فعالیـت و اقدامـات در حوزه‌های مسئولیت اجتماعی این رویداد همانند رویدادهای دیگر نظیر دفاع مقدس و... ماندگار خواهد بود.

وی از همبسـتگی ملی بین جامعـه و اجزا و نهادهای مختلف به عنوان نقطه عطفی یاد کرد که در این بحران ایجاد شـده اسـت و تلاش و در صحنه ماندن جامعه پزشـکی پس از حدود هفت ماه و ورود موج سـوم این بیماری را به علت روحیه‌بخشـی دانست که از طرف مردم و بخش‌های مختلف شکل گرفته است.

ضرغامـی با اشـاره به مراسـم تجلیلی که چندی پیش توسـط برخی دسـتگاه‌ها از مدافعان سلامت درمان انجام شد، تصریح کرد: این موضوع نشانگر آن اسـت که حمایت‌های شهرداری و اقدامات زیباسازی در پوشـش‌دهی محتوای پیام‌ها ارزشمند و فراگیر بوده است.

وی ابـراز امیدواری کرد که این طرح در تهران مقدمه‌ای باشـد برای سایر فعالیت‌های ترویجی در راستای حمایت و تقدیر از حوزه سـلامت کشـور و همچنین ترغیب مردم به رعایت هرچه بیشـتر پروتکل‌هـای بهداشـتی در آغاز فصل سـرما، او همچنین از انجام فعالیت‌های دیگری در همین راسـتا به زودی در سطح شهر تهران خبر داد.

فرزاد طالبی، معاون فرهنگی و هنرهای شهری سازمان زیباسازی نیز در مورد نحوه اجرای این طرح ضمن تاکید بر رسـالت سازمان زیباسـازی بـه عنوان متولی اجـرای آثار هنری شـهری افزود: در ابتدا با انتشـار فراخوان اولیه آثار متعددی به کمیته داوری رسـید کـه پس از داوری آثار با توجه به اهمیـت موضوع به منظور ایجاد امکان حضور و مشـارکت اکثریت هنرمندان و دستیابی به طرح‌ها و ایده‌های خلاقانه‌تر در نوبت دوم نیز فراخوان دیگری منتشر شد.

این دو فراخوان که در اردیبهشـت و تیرماه انجام شـد منجر به ارسال ۱۰۳ طرح با مشارکت ۵۵ هنرمند بود که درنهایت در هیأت داوران ۴ طرح مورد تایید و برگزیده شد.

لازم به ذکراسـت طرح‌های دیوارنـگاری تقدیر از کادر درمان در بزرگراه حکیم و تقاطع خیابان شقایق اجرا شده است.

میشلن؛ پدر و مادر قهرمانان واقعی

شـما برای انتخاب یک تایر مناسـب تحقیقات زیـادی را انجام می‌دهیـد. حرکت فوق یکـی از راه‌های متعددی اسـت که از این طریق مراقب جان اعضای خانواده خود هسـتید اما تلاش‌های شما اغلب اوقات نادیده گرفته می‌شـوند. میشلن می‌خواهد این حقیقت را تغییر دهد. در نتیجه این کمپین قصیده‌ای برای شـما، پدرها و مادرها در سراسـر جهان است که مسافت بیشتری را برای تضمین ایمنـی و راحتی اعضـای خانواده خود در زمسـتان طی می‌کنید. عزیزان‌تان شـاید متوجه تلاش‌های شما برای نشان دادن توجه‌تان به خود نشوند اما میشلن حواسش به شما هست.

برگرکینگ پاسخگوی شکایت‌ها از مک‌دونالد

هیچ‌کس دوسـت ندارد شکایتش از یک شـرکت بی‌پاسخ بماند. بـه همین دلیل ظاهرا برگرکینگ تصمیم گرفت تا به پا خیزد و به تعداد زیادی از شکایت‌های مشتریان مک‌دونالد جواب دهد.

برگرکینـگ که با آژانس تبلیغاتـی دانمارکی «Uncle Grey» همـکاری می‌کند، اخیرا در صدد برآمده اسـت تا به شـکایت‌های بی‌پاسـخ مشـتریان در صفحه فیس‌بوک مک‌دونالد پاسخ دهد. بنا بـر گزارش‌های دریافتی، همراه هر یک از این پاسـخ‌ها یک کوپن برای دریافت یک همبرگر «Whopper» رایگان، برگر مخصوص برگرکینگ با گوشت گریل شده، به چشم می‌خورد.

به نقل از روزنامه «شیکاگو بیزینس»، کمپین فوق با هدف تاکید بر روی وعده جدید برگرکینگ دانمارک در راسـتای پاسخگویی به تک تک شکایت‌های مشتریان در صفحه فیس‌بوک رستوران ظرف ۴۸ ساعت پس از ثبت شکایت، راه‌اندازی گردید.

دانیل شـرودر، مدیـر بازاریابی برگرکینگ سـوئد و دانمارک در قالب بیانیه‌ای اعلام کرد: «خدمت‌رسـانی به مشتری بخش بزرگی از تجربـه کلی مهمان را تشـکیل می‌دهد و ما بـه اندازه کافی در مسـیر توجه به مشـتریان در فضای آنلاین خـوب عمل نکرده‌ایم. هنگام پرداختن به این موضوع دریافتیم که طرفداران برگر بیشتری در بیرون وجود دارند که شایسـته دریافت یک پاسخ از سوی برند هسـتند. ما در حد توان به انجام این کار کمک کردیم، با این امید که قدری از این عشق و علاقه به برگر Whopper زغالی بتواند تا حدی زمینه‌ساز بهبود مجدد اوضاع باشد.

برگرکینگ ضمن به اشـتراک‌گذاری یک ویدئو از برخی پاسخ‌ها به صفحه فیس‌بوک خود نوشـت: «مک‌دونالد، این هرزنامه نیست. ما فقط در صدد هستیم تا به شما کمک کنیم.»

چند نمونه از پاسـخ‌های برگرکینگ به شکایت‌ها از مک‌دونالد را در زیر می‌خوانیم:

مشـتری: ما مجبور برای دریافت غذا در قالب سرویس مک درایو دو ساعت منتظر بمانیم.

برگرکینـگ: بلـه، همـه می‌تواننـد تجربه یـک روز طولانی در رسـتوران فست فود را از سـر گذرانده باشند. Whopper سریع برگرکینگ بی‌صبرانه انتظار شما را می‌کشد.

مشتری: بیگ مک ما فقط یک نان دارد!

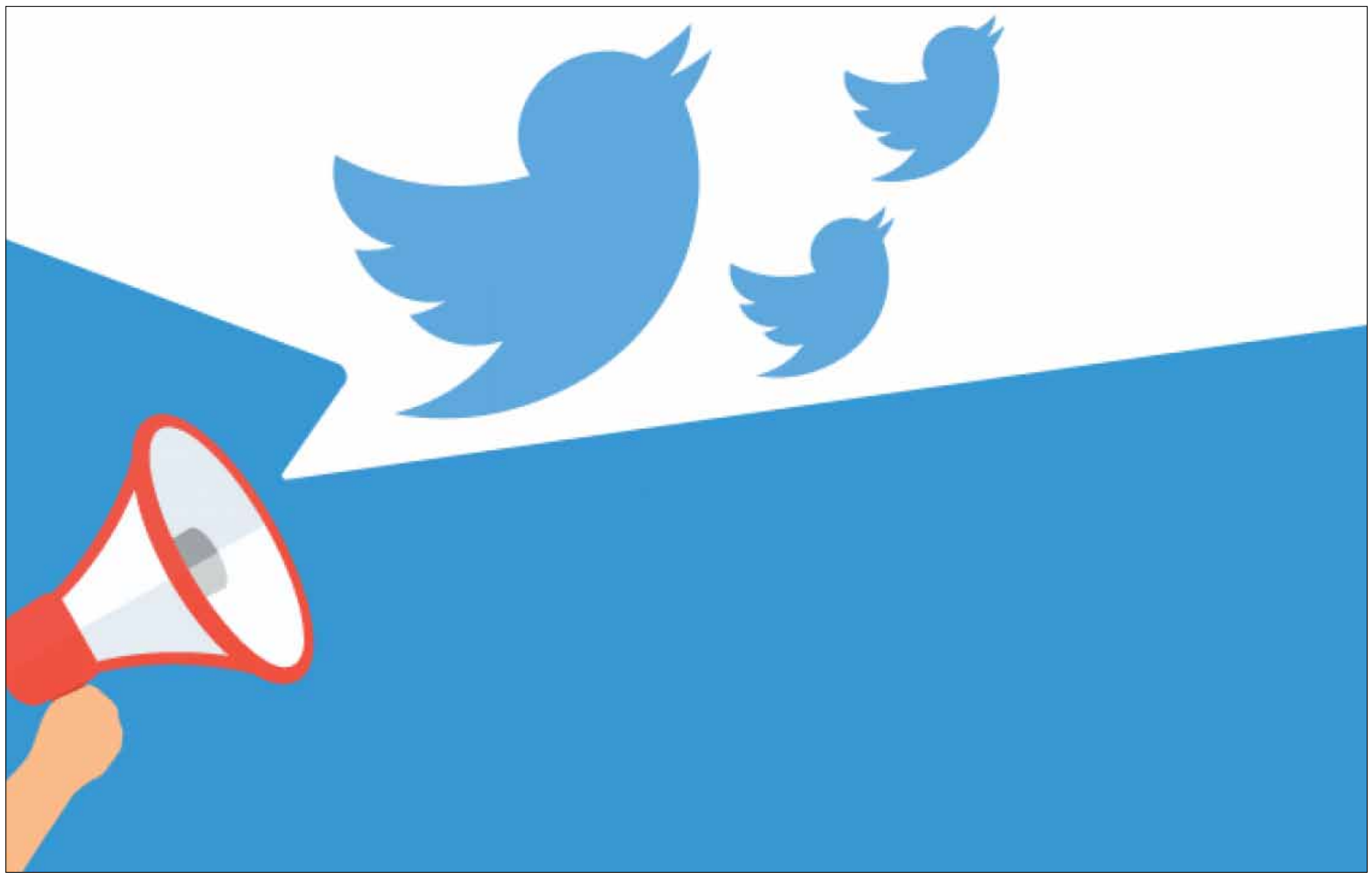
برگرکینگ: با جایگزین نوآورانه بیگ مک، یعنی Whopper دو نانه، دلی از عزا در بیاورید.

مشـتری: چرا اسم این برگر را بیگ مک می‌گذارید، در حالی که اصلا بزرگ نیست.

برگرکینگ: در دفاع از مشـتریان، هیچ‌کس یک «مک کوچک» نمی‌خواهد. در برگرکینگ شما می‌توانید یک Whopper در ابعاد معمولی را سفارش دهید و آن را به نحو احسن تحویل بگیرید.»

منبع: mbanews

مزیت‌های توییتر برای کسب و کارها



به قلم: ژاکلین زوتی کارشناس شبکه‌های اجتماعی

ترجمه: علی آل‌علی

توییتر یکی از شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار در سراسر دنیا محسوب می‌شـود. جسـت‌وجو در توییتـر امکان آشـنایی با افـراد، برنامه‌های تلویزیونی و سـرگرمی‌های تازه را دربر دارد. همین امر موجب استقبال گسترده کاربران از توییتر و دیگر شبکه‌های اجتماعی شده است. کسب و کارها در زمینه اسـتفاده از شـبکه‌های اجتماعی اهداف گوناگونی را دنبـال می‌کنند. تعامل با مخاطب هدف در فضایی دوسـتانه و کاهش هزینه‌های بازاریابی از جمله مهمترین اهداف برندها محسوب می‌شود. توییتر به عنوان یک پلتفرم اجتماعی قدیمی و متن‌محور امکانات جالبی در اختیـار کاربران و برندها قـرار می‌دهد. در ادامه برخی از مزیت‌های اصلی توییتر برای کسب و کارها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. دسترسی به اطلاعات ارزشمند از مشتریان

براسـاس گـزارش پژوهشـگران موسسـه Sprout Social، روزانه بیـش از ۶ هزار توییت در سراسـر دنیا بارگذاری می‌شـود. این امر به خوبـی بیانگـر اهمیت توییتر برای کاربران جهانی اسـت. بسـیاری از کارشـناس‌های بازاریابی و شـبکه‌های اجتماعی به طور مداوم از افول توییتر و کاهش اهمیت بازاریابی‌اش صحبت می‌کنند. نکته مهم در این میـان توجه مداوم کاربران به محتوای متنی در کنار سـایر فرمت‌های مشهور است.

امروزه دسترسـی به اطلاعات ارزشمند در مورد مشتریان گام مهمی در راسـتای جلب نظر مخاطب هدف و فروش بیشتر محسوب می‌شود. بسـیاری از برندها اقدام به همـکاری با آژانس‌هـای بازاریابی معتبر و پرداخت هزینه‌های گزاف برای دسترسـی به اطلاعات تازه از مشتریان می‌کنند. اگر یک برند در توییتر، به عنوان یکی از شبکه‌های اجتماعی مهم، حضور داشـته باشـد، فرصت طلایی برای دسترسی به اطلاعات دقیق پیرامون مشتریانش با هزینه بسیار اندک خواهد داشت.

توییتـر به دلیل ماهیـت متن محورش میزبان گفت‌وگوهای بسـیار زیادی است. جسـت‌وجوی کلیدواژه‌ها و هشـتگ‌های مختلف در این پلتفرم امکان آشـنایی با دامنه وسیعی از محتوای بازاریابی را به همراه دارد. کسب و کارهای مختلف با دامنه‌های متنوع کاری امکان حضور و استفاده از خدمات مختلف این پلتفرم را دارند. این نکته در مورد سایر پلتفرم‌هـای اجتماعی به دلیل محوریت محتـوای ویدئویی یا تصویری کمتر قابل مشاهده است.

۲. شخصی‌سازی برند و افزایش شهرت

شخصی‌سـازی نحوه بازاریابی و تعامل با مخاطـب هدف نقطه قوت بسـیاری از برندها محسـوب می‌شـود. این امر با فعالیت مناسـب در شـبکه‌های اجتماعی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از اطلاعات‌شان صورت می‌گیرد بنابراین موفقیت در این گام تا حد زیادی بستگی به رعایت بخش قبل دارد.

امروزه انتظارات مشـتریان از برندها به شدت افزایش پیدا کرده است بنابراین فعالیت به شـیوه سنتی در شـبکه‌های اجتماعی دیگر راهگشا نخواهد بود. شخصی‌سـازی محتوای بازاریابی بـه معنای ارزیابی دقیق فعالیـت مخاطب هـدف برند در توییتر و سـپس طراحی انواع مختلف محتوا برای گروه‌های گوناگون مخاطب است. خوشبختانه دسترسی به داده‌های کاربردی برای بازاریابی در توییتر بسـیار ساده است. اگر یک کسـب و کار در این زمینه با مشکل مواجه شود، ایده مناسب برای آنها ارزیابی وضعیت برندهای موفق در این زمینه و الگوبرداری از آنهاسـت. این امر امکان یادگیری اصول تازه بازاریابی بدون نیاز به صرف هزینه و زمان گسترده را فراهم خواهد کرد.

اسـتفاده از یک لحن مشـخص برای تعامل بـا مخاطب هدف دارای اهمیت بسیار زیادی اسـت. متاسفانه برخی از برندها در طول بازه‌های زمانی مختلف اقدام به اسـتفاده از لحن‌های گوناگونی می‌کنند. این امر موجب سـردرگمی مخاطب هدف در زمینه تعامل با برندها می‌شـود. یکی از نمونه‌های مناسـب در زمینه استفاده از لحنی واحد برای مدت زمان طولانی مربوط به برند Ben & Jerry's است. این برند در زمینه فروش بسـتنی فعالیت دارد، اما لحن تعاملش با مخاطب هدف بسـیار محترمانه اسـت. شاید در نگاه نخست به توییت‌های این برند شناسایی زمینه فعالیتش در صنعت خوراکی بسـیار دشـوار باشد. همین امر در طول زمان موجب شهرت بالای Ben & Jerry's شده است.

۳. ارائه خدمات و دریافت بازخورد از مشتریان

ارائه خدمات مختلف به مشـتریان همیشـه یکی از دغدغه‌های مهم کسب و کارها بوده است. گاهی اوقات این امر همراه با هزینه‌های بسیار زیادی برای کسب و کارهاست بنابراین حضور در شبکه‌های اجتماعی و تلاش برای ارائه خدمات به مشـتریان از این طریق ضروری خواهد بود. خوشبختانه عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی برای برندها هیچ هزینه‌ای در پی ندارد بنابراین توجه به شـبکه‌های اجتماعی در فرآیند بازاریابی، تبلیغات و پشتیبانی از مشتریان ضروری است.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی همیشه برای ارائه خدمات به مشتریان نیسـت. گاهی اوقات باید نظر مشـتریان در مورد فعالیت‌های مختلف برند را نیز جویا شـد. شاید این امر در نگاه نخست بسیار دشوار به نظر برسـد، اما در صورت تعامل مناسب با مشتریان در مراحل قبلی امکان تعامـل دریافت بازخورد گسـترده از آنها وجود خواهد داشـت. امروزه کاربران شبکه‌های اجتماعی علاقه بسیار زیادی برای تعامل با برندهای محبوب‌شـان دارند. نکته مهم در این میان توانایی کسب و کارها برای معرفی خود به عنوان برندهای محبوب کاربران است.

برندهایی نظیر نت‌فلیکس برای سـاماندهی بخش‌های مختلف کسب و کارشـان به طور گسـترده‌ای به بازخوردهای کاربران وابسته هستند. ایـن امـر موجب موفقیت گسـترده آنها در زمینه جلـب نظر مخاطب هدف می‌شـود بنابراین کسب و کارها برای ساماندهی بهینه بخش‌های مختلف کسـب و کارشـان باید به طـور مداوم اقدام بـه نظرخواهی از مشتریان‌شان در شبکه‌های اجتماعی نمایند.

۴. ایجاد انجمن برند

حضور در شبکه‌های اجتماعی و به طور ویژه توییتر امکان ایجاد انجمن برند را فراهم می‌کند. تعامل گسترده با مخاطب هدف همیشه برای برندها جذاب بوده است. این امر در صورت استفاده از تکنیک‌های مناسب موجب تبدیل کاربران به مشـتریان وفادار برند می‌شـود. اگر یک کسب و کار در تلاش برای مدیریت بهینه مشـتریانش است، باید دست به ایجاد انجمنی از مشتریان در توییتر بزند. این اقدام مکان تعامل بهینه با مخاطب هدف و تاثیرگذاری بر روی آنها را فراهم می‌کند. امروزه بسیاری از برندها در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستند. این امر درخصوص حفظ مشتریان برند نیز صحت دارد بنابراین حضور در توییتر و ایجاد انجمن مشتریان شانس برندها برای تعامل بهینه با کاربران را افزایش خواهد داد.

منبع: sproutsocial.com

آیا قیمت مناسبی را برای محصولات‌تان در نظر گرفته‌اید؟

بعد از اینکه محصـولات موردنظر خود را تولید کردید، قیمت‌گذاری برای آنها، به یکی از دشـوارترین چالش‌ها تبدیل خواهد شـد. انتخاب درست و سودآوری برای همه خوشایند است؛ این در حالی است که در روی دیگر سکه، انتخاب نادرست و ورشکستگی کسب و کار قرار گرفته است، اما به طور قطع، تعیین قیمت مناسب برای محصولات، با حدس و گمان انجام نمی‌شـود؛ برای محصولاتی که تولید کرده‌اید، یک قیمت مناسـب وجود دارد و شما می‌توانید با پاسـخ دادن به سه سوال پیش رو، آن را تعیین کنید.

۱. بودجه اجرایی شما به طور کل چقدر است؟

اگر دقیقا بدانید که هزینه‌های جاری کسـب و کار شما در ماه چقدر است، پس می‌دانید که باید چه میزان درآمدی را کسب کنید تا شرایط سـر به سـر را به وجود آورید. تنها کافی اسـت که این عدد را به روند تولید خود اضافه کنید. برای مثال، اگر برنامه‌ریزی کرده‌اید که در طول یک سـال، ۱۰۰۰۰ واحد تولید کنید، می‌دانید که چه میزانی را باید به فروش برسانید تا به نقطه سر به سر برسید.

با در نظر گرفتن بودجه می‌توانید سـناریوهای قیمت‌های متنوعی را مورد آزمایش قرار دهید، مثل قیمت بیشتر و فروش واحدهای کمتر یا کم کردن قیمت و افزایش حجم تولید. از هر سناریو و روندی که پیروی کنید، می‌دانید که چه میزان فروشـی باید داشته باشید تا بتوانید چراغ کسـب و کار خود را روشـن نگه دارید. میزان سـودی که از هر فروش نصیب‌تان می‌شود را در نظر بگیرید؛ به این دلیل که باید تصمیم بگیرید که چه روشـی برای شما کارسـاز است: برخی مدل‌ها با سود بسیار کم اجرا می‌شـوند (مثل آمازون) و برخی دیگر نیز با سـودهای هنگفت به کار خود ادامه می‌دهند (مثل اپل).

۲. کسب و کار شما چه هدفی را دنبال می‌کند؟

اگر می‌خواهید به سـرعت سـهمی از بازار را در اختیار داشته باشید، پس قیمت‌های پایین به شـما کمک خواهند کرد. اگر میزان سـود در ازای هر فروش برای شـما اهمیت دارد، تعداد فروش کمتر برای شـما مفید خواهد بود. با این حال، پیشـنهاد ما این اسـت که برای احتیاط بیشتر، کار خود را با قیمت‌های بسیار کم شروع کنید تا بتوانید بخشی از بازار را به دسـت آورید. اعمال این روش باعث می‌شـود که افزایش قیمت در آینده، دشوارتر شود؛ مگر اینکه بتوانید ارزش یا فایده بیشتر یا جدیدتری را به خدمات یا محصولات اضافه کنید. (همیشه تفاوت‌هایی وجود دارد که در ادامه می‌خوانید.)

۳. مشتریان شما به چه چیزی نیاز دارند؟

شـاید فکر کنید که می‌دانید، اما احتمالا عکس‌العمل آنها برای شما تعجب‌آور خواهد بود. جو ورث، نویسـنده ایـن متن، ماجرای جالبی را نقـل می‌کنـد: «یکی از مشـتریان من روی یک ابزار تشـخیص موارد پزشکی سرمایه‌گذاری کرده بود که مصارف بسیار اندکی داشت. زمانی کـه میزان فروش بعد از یکی دو سـال کاهش یافت، شـرکت تصمیم گرفـت کـه قیمت‌ها را بـرای مقابله با رقیبان، به شـدت کاهش دهد. متاسـفانه ایـن کار باعث شـد که این دسـتگاه به عنوان یک وسـیله بی‌ارزش شـناخته شود که برای پزشکان جذابیت نداشت. پیشنهاد من این بود که قیمت دستگاه را تا ۳۰۰۰ دلار افزایش دهند، این یعنی ۲۰ درصد افزایش قیمت. این شرکت در سال بعد موفق شد تا به ۵۰ درصد فروش بیشتر دست پیدا کند.»

قیمت‌گذاری می‌تواند یک روند تصمیم‌گیری پرفشـار باشـد، اما باید یـک موضوع مهم را به خاطر داشـته باشـید: این تصمیم نهایی شـما نخواهـد بود. همانطور که در ماجرای بـالا خواندید، می‌توانید در آینده نیز قیمت‌های خود را تغییر دهید. اما در هر صورت باید مطمئن شوید که محصولی که تولید کرده‌اید، برای مشـتریان فایده داشته باشد. اگر مردم آن را دوسـت داشته باشند، ممکن است که حتی قیمت بیشتری را برای آن پرداخت کنند.

منبع: entrepreneur/ucan

طراحی برنامه بازاریابی آنلاین برای کسب و کارهای کوچک در ۲۷ روز

به قلم: اریف چودهاری بازاریاب و موسس برند کلیوبرا
ترجمه: علی آل‌علی

کسب و کارهای کوچک بیش از سایر شرکت‌ها نیاز به بازاریابی دارند. شـاید بسـیاری از کارآفرینان نسـبت به این نکته تردید داشته باشند بنابراین باید موضوع را کمی بیشـتر مورد بررسی قرار داد. دلیل اصلی نیاز کسب و کارهای کوچک به بازاریابی مربوط به محدودیت در منابع اسـت. کسب و کارهای بزرگ امکان صرف بودجه‌های چند هزار دلاری بر روی پروژه‌های مختلف تبلیغاتی را دارند. در این میان وضعیت کسب و کارهای کوچک به دلیل محدودیت در منابع دشوار خواهد بود.

بسـیاری از بازاریاب‌هـا در تجربـه شخصی‌شـان در زمینه همکاری بـا برندهای مختلف نسـبت به بی‌توجهی کسـب و کارهای کوچک به بازاریابی آنلاین ابراز شـگفتی کرده‌اند. دلیـل اصلی این امر تلاش‌های اولیه ناموفق بسـیاری از کسـب و کارهای کوچک است. شاید در نگاه نخسـت مواجهه با یک شکست ابتدایی امر سـاده‌ای به نظر برسد، اما کسب و کارهای کوچک ارزیابی بسیار غیرطبیعی از چنین شکست‌هایی خواهند داشت. نتیجه این امر ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس تداوم در عرصه بازاریابی آنلاین خواهد بود.

بدون شـک با شیوع ویروس کرونا در مقیاس جهانی نیاز به بازاریابی آنلاین برای کسـب و کارها بیشتر شده است. کسب و کارهای کوچک نیز در این میان استثنا نیستند. در ادامه فرآیند طراحی برنامه بازاریابی آنلاین برای کسب و کارهای کوچک در کمتر از یک ماه (۲۷ روز) مورد بررسـی قرار خواهد گرفت. هدف اصلی در بخش‌های بعدی بیان ساده نکات به منظور استفاده تمام کسب وکارها از آنهاست.

روزهای اول تا هفتم: ایجاد وجه آنلاین برای برند

روزهای نخسـت حضور در عرصه بازاریابی آنلایـن باید صرف ایجاد وجهه حرفه‌ای برای کسـب و کار شـود. بسـیاری از کسب و کارهای کوچک در ابتدای امر چندان شـناخته شده و مشهور نیستند بنابراین تلاش برای ایجاد ثبات در عملکرد و معرفی کسب و کارشان به دیگران اهمیت بالایی خواهد داشت.

استفاده از پلتفرم‌های تبلیغاتی مشهور در روزهای نخست ایده جذابی به نظر می‌رسـد. نکته مهم در این بخش شـناخت درست پلتفرم‌های تبلیغاتی مانند گوگل و فیس‌بوک اسـت. متاسـفانه برخی از کسـب و کارهـای کوچک از همان روز نخسـت اقدام به سـرمایه‌گذاری بر روی بخـش تبلیغات می‌کنند. این امر اغلب اوقات نتیجه‌ای به جز شکسـت برای کسـب و کارها به همراه نـدارد بنابراین حضور در عرصه بازاریابی آنلاین و تبلیغات باید با دقت صورت گیرد.

ایجاد سایت رسمی برای کسـب و کار ایده مناسبی به منظور شروع فرآیند بازاریابی خواهد بود. بسـیاری از کسب و کارهای کوچک نسبت به راه‌اندازی سـایت رسـمی بی‌توجه هسـتند. این امر کاربران را برای دریافت اطلاعات بیشتر از برندها دچار سردرگمی خواهد کرد. همچنین آشنایی با برندها را نیز دشوار خواهد ساخت. امروزه مشتریان در صورت مشـاهده برندی بدون سایت رسـمی و اطلاعات مشخص به سادگی از کنارش عبور خواهند کرد.

اگر یک کسـب و کار از روز نخست شروع فعالیت در عرصه بازاریابی آنلاین تا روز هفتم موفق به طراحی سـایت رسـمی و همچنین ایجاد وجهه حرفه‌ای برندش شـود، هفته مناسبی را پشت سر گذاشته است. گام بعدی در این راسـتا تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و معرفی کسـب و کار خواهد بود. اگر برندها در این زمینه نیز فعالیت موفقی داشـته باشـند، بخش قابـل توجهی از مسـیر بازاریابی را طی کرده‌اند.

نکته مهم درخصوص شروع فرآیند بازاریابی آنلاین مربوط به اهمیت گام نخسـت اسـت. اگر برندها گام نخست را نامناسـب بردارند، امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست خواهند داد.

روزهای هشتم تا چهاردهم: طراحی کمپین بازاریابی و بهبود رتبه سئو

پس از آشـنایی مقدماتی با وضعیت بازاریابی آنلاین نوبت به طراحی محتوا می‌رسـد. کمپین‌های بازاریابی بسـیار زیادی در طول سـال با هدف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف طراحی می‌شـود، با این حال فقط تعداد اندکی از آنها به هدف‌شـان دسـت پیـدا می‌کنند. این امر اهمیت بسـیار زیادی برای کسـب و کارهـا دارد. بهترین توصیه برای کسـب و کارهای تازه تاسـیس یا کوچک الگوبرداری از برندهای بزرگ اسـت. شـاید این امر در ابتدا عجیب به نظر برسد، اما تمام کارآفرینان و بازاریاب‌هـا امکان بهره‌گیری از مزیت‌های بازاریابی برندهای بزرگ را دارند. این امر شـامل بررسـی نحوه طراحی کمپین و سـپس تعامل با مخاطب هدف است.

مدیریت سـئو در گام بعدی برنامه‌ریزی بازاریابی قرار دارد. بسـیاری از برندها نسـبت به بازاریابـی آنلاین اطلاعات اندکـی دارند. مدیریت سـئو بیانگر رتبه محتوای سایت برندها در موتورهای جست‌وجو است. امروزه گوگل به عنوان مهمترین موتور جسـت‌وجو شـناخته می‌شـود بنابرایـن تمام تلاش‌های برندها باید معطوف به مدیریت سـئو در این پلتفرم باشد. اسـتفاده از کلیدواژه‌ها گام اساسـی برای بهبود وضعیت برند در زمینه سـئو اسـت. اگر بازاریاب‌های برند شـما آگاهی دقیق از کلمـات کلیدی حوزه کسـب و کارتان ندارند، الگوبـرداری از رقبا ایده جذابی خواهد بود. این امر بدون نیاز به صرف هزینه و زمان زیاد امکان یادگیری کلیدواژه‌های اساسی را فراهم خواهد کرد.

امروزه به لطف توسعه فناوری دیجیتال طراحی کمپین‌های بازاریابی در فضای آنلاین همراه با تنوع بسـیار زیادی است. یکی از قدیمی‌ترین الگوهای بازاریابی مربوط به بازاریابی ایمیلی اسـت. این شـیوه از زمان ظهور فناوری اینترنت مورد توجه بازاریاب‌ها قرار داشـته است. امروزه نیز برندها امکان استفاده مناسب از این شیوه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطـب هدف را دارند. نکته مهم در ایـن میان توجه به ضرورت ارائه محتوای ارزشمند برای مخاطب هدف است.

روزهای پانزدهم تا بیست و هفتم: مدیریت سئو به صورت پیشرفته

پس از طراحی کمپین باید به سراغ مدیریت سئو رفت. این امر از نظر منطقی برای بسـیاری از برندها مناسـب به نظر می‌رسد. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به وضعیت سئو برند در فرآیند طراحی محتوای بازاریابی است. این امر نوع پیشرفته‌ای از مدیریت سئو محسوب می‌شود بنابراین در بخش پایانی مورد توجه قرار گرفته است.

شناسـایی سـلیقه و نیازهای مشـتریان در بازارهـای مختلف برای بازاریابی و مدیریت سـئو مناسـب دارای اهمیت بسـیار زیادی است. متاسـفانه برخی از برندها توانایی سـاماندهی این امر را ندارند بنابراین محتـوای بازاریابی‌شـان به طور مداوم مـورد بی‌توجهی مخاطب هدف قرار می‌گیرد. وقتی محتوای بازاریابی یک برند توجه چندانی از سـوی مخاطب هدف جلب نکند، امکان مدیریت سـئو به طور تاثیرگذاری نیز کاهش خواهد یافت.

مهمترین نکته برای کسـب و کارهای کوچک توجه به مدیریت سئو در بعد محلی است. این امر شامل استفاده از کلیدواژه‌های محبوب در مقیاس محلی است. اشتباه برخی از کسب و کارهای کوچک تلاش برای کاربست کلیدواژه‌های جهانی در بازارهای محدود اسـت. این امر همیشـه موجب ناتوانی برند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود.

منبع: smallbusinessbonfire.com

نتایج نظرسنجی‌ها از ماندگاری دورکاری پس از کرونا می‌گوید

نظرسـنجی‌های جدیدی نشـان می‌دهد که کرونا الگوهای کاری را برای همیشـه تغییر داده و دورکاری هـم برای مدیران و هم کارمندان تبدیل به ترند شده است؛ به گونه‌ای که حتی پس از پایان بحران کرونا، بیشتر کارمندان دیگر علاقه‌ای ندارند تا در دفاتر حضور داشته باشند.

به گزارش دیجیاتو، براسـاس نظرسنجی از «شورای ادارات انگلیس» (BCO) کـه از صدهـا نفر در ماه سـپتامبر (شـهریور) انجام شـده، کارمندان در تمام سـطوح، از مدیران گرفته تا کارآموزان، قصد دارند یا امیدوارند که در آینده زمان کاری خود را بین خانه و محل کار تقسـیم کنند. طبق نظرسـنجی «BCO»، که شـامل ۳۵۰۰ شرکت‌کننده از جمله مدیران ارشـد شرکت‌ها، معماران، مهندسان و شرکت‌های بزرگ املاکـی مانند Land Securities و British Landبود، ۶۲ درصد از مدیران ارشـد و ۵۸ درصد از کارمندان سطح پایه به تقسیم کار بین خانه و محل کار تمایل دارند.

قبل از تلاش دولت انگلسـتان برای بازگشتن کارمندان به محل کار، ۴۶ درصـد از آنهـا به «BCO» گفتند که قصد دارند شـش ماه آینده کاری خود را بین خانه و محل کار تقسیم کنند. فقط ۳۰درصد از افراد قصد بازگشـت به محل کار را داشـتند و ۱۵ درصد نیز علاقه داشـتند فقط در خانه کار کنند.

«ریچارد کاونتز»، مدیرعامل شورای ادارات انگلیس گفت:

ما دیگر هیچ‌وقت به وضعیت گذشـته بـاز نمی‌گردیم. این تصور که افراد دوبـاره پنج روز در هفته در محل کار خود فعالیت می‌کنند دیگر اتفـاق نخواهد افتاد؛ به نظر من رویکردی ترکیبی مانند دو یا سـه روز در شـرکت و دو یا سـه روز در منزل، یا هر مدلی که معمول‌تر اسـت، بیشـتر محتمل خواهد بود. بیشـتر افراد در آینده کار را بر این اساس ارزش‌گذاری خواهند کرد.

موسسه «Institute of Directors» تایید می‌کند که شرکت‌های بیشـتری در حال اتخاذ رویکرد ترکیبی در مـورد محل کار کارمندان خود هستند. نظرسنجی جدید این موسسه از تقریبا ۱۰۰۰ مدیر نشان داد که سـه چهارم آنها پیش‌بینی می‌کنند که بعد از همه‌گیری کرونا، اکثر کارها به صورت دورکاری انجام خواهد شـد و بیش از نیمی از آنها برنامه‌ریزی کرده‌اند که زمان اسـتفاده طولانـی از محل کار را کاهش دهند.

«راجـر بارکر»، مدیر سیاسـت‌گذاری IoD گفته کـه دولت باید با گسـترش تخفیف‌های مالیاتی برای تحقیق و توسـعه، به شـرکت‌های کوچک کمک کنـد تا در فناوری‌های جدید دورکاری سـرمایه‌گذاری کنند. او ادامه داد:

دورکاری برای همه مناسـب نیسـت و روسـا باید نکات منفی را نیز در نظـر بگیرند؛ مدیریت افـراد به صورت دورکاری اصلا کار سـاده و سرراستی نیسـت و مدیران باید مطمئن شـوند که تمام تلاش‌شان را برای بهبود سلامت ذهنی کارکنان می‌کنند.

قبـل از تغییر سیاسـت‌های دولت انگلسـتان در قبـال همه‌گیری، ۶۴ درصد کارمندان از ابتدای ماه آگوسـت (اواسـط مـرداد) برخی از زمان کاری خود را در محـل کار می‌گذراندند. اعضای «BCO» مانند شرکت حسابداری PwC و بانک‌های بزرگی همچون HSBC، با تغییر دسـتورالعمل‌های دولت، بـه یکباره برنامه‌های خود بـرای بازگرداندن کارمنـدان را متوقـف کردنـد. ۷ نفر از هـر ۱۰ کارمند مورد بررسـی «BCO» اظهار داشـتند که دفتر برای یادگیری و توسـعه شبکه مهم اسـت. دو سـوم از کارمندان گفتند که روابط‌شـان در دفتر به کارشان کمک کرده است.

به گفته «کاونتز»، کارمندان جوان‌تر که اغلب در خانه‌های مشـترک کار می‌کننـد، معمولا آمـوزش و راهنمایی که از همـکاران باتجربه‌تر دریافت می‌کنند را در شرایط دورکاری از دست می‌دهند. او افزود:

داشتن یک دفتر؛ مکانی که بتوانند به راحتی در آن کار کنند، جایی کـه بتوانند با خیال راحت در آن معاشـرت کننـد، جایی که بتوانند با افراد، نه از پشت مانیتور، بلکه رودررو صحبت کنند و با آنها قهوه و ناهار بخورند، برای پیشرفت و سلامت روان آنها حیاتی است.

همچنین موسسـه IoD معتقد اسـت کـه دفاتـر کاری مکان‌های ارزشـمندی برای تعامل و همکاری، بـه خصوص برای همکاران جدید، باقی خواهند ماند. به گفته «بارکر»:

برای بسـیاری از شـرکت‌ها، دور هـم جمع‌کردن تیم‌هـا به صورت حضوری مثمر ثمرتر و لذت‌بخش‌تر است. فضای کاری مشترک معمولا فرصت توسـعه روابط غیررسـمی و شبکه‌سـازی را برای کارمندان، به ویژه اوایل شروع کار، فراهم می‌سازد که مسئله‌ای بسیار حیاتی است.

«کاونتز» از بیانیه «بوریس جانسـون» مبنی بر محدودیت‌های جدید کرونایی برای شـش ماه آینده که فقط دو هفته پس از اصرار کارمندان برای بازگشت به دفاتر کارشان اعلام شد، انتقاد کرد. به گفته او، مشاغل در هـر انـدازه‌ای چه کوچک و چه بزرگ، برای سـاخت و تجهیز دفاتر خـود هزینه کرده‌اند و توصیه‌هـای کار از خانه باید به طور مداوم مورد بررسی قرار گیرند.

ایستگاه بازاریابی

بهبود کیفیت کمپین‌های بازاریابی در ۶ گام

ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی در طول دهه‌های اخیر تحولات بسیار زیادی را تجربه کرده است. امروزه اغلب مشتریان نسبت به فعالیت بازاریابی و تبلیغات برندها به منظور فروش صرف واکنش بسیار منفی دارند. این امر نوعی گرایش طبیعی در میان مشـتریان براساس انتظارات بالای‌شان از برندهاست. افزایش اسـتفاده از ابزارهای مسدودسازی تبلیغات در فضای اینترنت و حتی شـبکه‌های اجتماعی به خوبی بیانگر جهت‌گیری فوق اسـت. بهبود فعالیت بازاریابی در عرصه‌های مختلف کسـب و کار از مدت‌ها قبل جزئی از برنامه برندها بوده است. در این مقاله هدف اصلی بررسی ۶ راهکار اساسی و تاثیرگذاری برای بهبود وضعیت بازاریابی برندهاست. در ادامه ۶ گام اساسی در این زمینه مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

تلاش برای تعامل شخصی با مشتریان

تعامل با مشـتریان نباید فقط در راسـتای فروش بیشتر صورت گیرد. اشـتباه برخی از برندها تمرکز صرف بر روی وضعیت فروش اسـت. نتیجه این امر ناتوانی برای کسـب موفقیت بازاریابی است. هرچه تعامل میان برندها و مشـتریان شـخصی‌تر و عمیق‌تر باشد، شانس بیشـتری برای موفقیت فرآیند بازاریابی وجود دارد. افزایش انتظارات مشتریان از برندها مسئولیت بسیار سنگینی را ایجاد کرده اسـت. امروزه فعالیت در عرصه کسـب و کار مبتنی بر نکاتی نظیر توجه به سلیقه مخاطب هدف نیز هست. در غیر این صورت وضعیت برندها از نظر بازاریابی به شدت دشوار خواهد شد.

شخصی‌سازی محتوای بازاریابی

شخصی‌سـازی محتـوای بازاریابی در طول سـال‌های اخیر نکته بسـیار مهمی محسـوب می‌شـود. امـروزه بسـیاری از برندها در تلاش بـرای تاثیرگذاری بر روی دامنه مختلف مشـتریان اقدام به شخصی‌سـازی کمپین‌های‌شـان می‌کنند. این امر به معنای ایجاد تغییـرات کوچـک اما معنـادار در کمپیـن بازاریابی بـرای جلب رضایت دامنه وسـیع مشتریان اسـت. بدون تردید حضور در عرصه شخصی‌سـازی محتوای بازاریابی دشواری بسیار زیادی دارد. اغلب برندها به شـیوه سـنتی تولید محتوای بازاریابـی واحد برای تمام مخاطب هدف عادت کرده‌اند. این امر در گام‌های نخسـت شـرایط دشواری برای برندها ایجاد می‌کند. نکته مهم در این میان توجه به ماهیت موقتی و زودگذر شرایط موردنظر است.

ارائه ارزش‌های فراتر از انتظار مشتریان

امروزه مشتریان از برندها انتظارات مشخصی دارند. اگر برندها عملکردی مطابق با انتظارات موردنظر داشته باشند، رابطه میان مشتریان و برندها در سطح معمولی قرار خواهد گرفت. نکته مهم در این میان تمایل برخی از برندها برای جلب نظر گسترده و تعامل عمیق با مشتریان است. این امر نیازمند عملکرد متفاوت از سوی برندهاست. امروزه بسیاری از برندها تحلیل مناسبی از وضعیت مشتریان و انتظارات‌شان دارند. تاثیرگذاری بهتر بر روی مشتریان نیازمند شناسایی سلیقه مشتریان و تلاش برای عملکرد فراتر از آنهاست. بسیاری از مشتریان در صورت مشاهده چنین امری غافلگیر خواهند شـد. جلب نظر چنین مشتریانی همیشه همراه با جذابیـت خاصی خواهد بود. نکته جالـب در این میان تمایل بالای مشـتریان برای تعامل با برندها در صورت فعالیت غافلگیرانه‌شان است بنابراین از موضوع مورد نظر باید نهایت استفاده را برد.

ایجاد برنامه بازاریابی منعطف

شرایط دنیای کسب و کار به طور مداوم در حال تغییر است. بسیاری از برندها با شناسایی به موقع تغییرات اقدام به انطباق با آنها می‌کنند. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای برندهاست. اگر یک برند در این زمینه عملکرد نامناسبی داشته باشد، تمام بخش‌های کسب و کارش آسیب خواهد دید. مهمترین نکته در این میان توجه به تغییرات سلیقه مشـتریان برای ایجاد هماهنگی میان وضعیت برند و مشتریان است. بدون تردید این امر در حیطه وظایف تیم بازاریابی قرار دارد، اما کمک گرفتن از سـایر اعضای برند هیچ مشکلی در این میان نخواهد داشت بنابراین کسب و کارها باید به شدت نسبت به ارائه کمک‌های کاربردی به بخش‌های مختلف‌شان توجه نشان دهند. در غیر این صورت وضعیت جلب نظر مشـتریان دشوار خواهد شـد. انعطاف‌پذیری کمپین‌های بازاریابی دارای اهمیت بسـیار زیادی اسـت. یکی از نکات مهم در این میان توجه به طراحی برنامه دوم و سـوم برای بازاریابی اسـت. اگر در برخی از مواقع یکی از کمپین‌های برند با مشـکل اساسی مواجه شد، باید به سرعت نسبت به جایگزینی‌اش با برنامه‌ای تازه اقدام کرد. سرعت عمل برندها در این شرایط تعیین‌کنندگی بسیار بالایی خواهد داشت.

کمک مداوم به مشتریان

کمپین‌های بازاریابی به جای تمرکز بر روی فروش بیشتر باید بر روی کمک به مشتریان باشد. این امر شاید در نگاه نخست ساده به نظر برسد، اما تاثیرگذاری اساسـی بر روی ذهنیت مشـتریان دارد. امروزه برندها امکانات بسیار زیادی برای شناسایی نیازهای مشتریان دارند. وقتی یک برند نیازهای مشـتریان را شناسایی کرد، در گام بعدی باید نسبت به استفاده از آنها در فرآیند بازاریابی اقدام نماید. در غیر این صورت شرایط موردنظر به شدت دشوار خواهد شد. استفاده از نکات بازاریابی مناسب و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارای اهمیت بسیار زیادی است. گاهی اوقات برندها در شناسایی سلیقه مخاطب هدف دچار مشکل می شوند. این امر شرایط به شدت دشواری برای برندها ایجاد خواهد کرد. استفاده از داده‌های معتبر در زمینه شناسایی سلیقه مشتریان و بهبود عملکرد برند همیشه اهمیت بالایی دارد. در غیر این صورت برندها باید به طور مداوم منتظر ریزش مخاطب هدف کمپین‌های بازاریابی‌شـان باشـند. اگر یک کسب و کار در زمینه فعالیت بازاریابی شهرت منفی به دست بیاورد، جبران آن به شدت دشوار خواهد بود بنابراین باید به سرعت نسبت به کمک به مشتریان در قالب بازاریابی اقدام کرد. در غیر این صورت زمان برای برندها به سرعت خواهد گذشت.

ایجاد محتوای بازاریابی تعاملی

عرصـه بازاریابی دیگر یک حوزه یک سـویه نیسـت. برندها باید نسبت به جلب نظر و تعامل مخاطب هدف در فرآیند بازاریابی توجه ویژه‌ای داشـته باشـند. این امر موفقیت بازاریـاب و بهبود عملکرد برندهـا را به همـراه دارد. امروزه کاربران در شـبکه‌های اجتماعی تمایل بسـیار بالایی برای همکاری با برندها دارند بنابراین یک برند بایـد از تمام توانش بـرای تاثیرگذاری بر روش مشـتریان و جلب همکاری‌شـان اسـتفاده نماید. در غیر این صورت به طور مداوم با بی‌توجهی مشتریان رو به رو خواهد شد.

منبع: adage.com

رهبری

۱۰ شغل پردرآمد با سرمایه کم در بازار کاری ایران

شغل یا کسب وکار امروزه از بزرگ‌ترین معضلات در کشور ما است. ما در این مطلب به بررسی ۱۰ شغلی که در بازار ایران به شما کمک می‌کند که به درآمد خوبی برسید و به شما برای شروع یک فضای کاری جذاب با درآمد خوب کمک خواهد کرد.

۱. فروش محصولات هنری

امروزه هر چقدر بتوانید ایده‌ای خلاقانه‌تر را با شیوه‌های ارزان‌قیمت عرضه کنید می‌توانید فروشی دست‌نیافتنی داشته باشید، فروش محصولات هنری اعم از نقاشی و ساخت وسایل با متریال‌های متفاوت می‌تواند یک بازار کار ایده آل برای افرادی باشد که دارای ذوق و سلیقه هنری هستند و می‌خواهند یک درآمد ثابت و ساده در خانه خود داشته باشند. ساخت زیورآلات، دست‌سازهای متفاوت با مواد بازیافتی و ... همه ایده‌هایی هستند که در بین عام مردم می‌تواند رواج پیدا کند، علاوه بر این ارزش افزوده این شغل به طور چشمگیری بالاست.

۲. طراحی دکوراتیو

بسیاری از افراد علاقه دارند محیط پیرامون و زندگی خود را شخصا طراحی و دیزاین کنند، این امر می‌تواند یکی از نشانه‌هایی باشد که بتوانید این کار را برای دیگران نیز انجام دهید و با دستمزدی کم شروع به فعالیت کنید، این امر که بتوانید مکانی را مناسب زندگی ایده‌آل شخصی کنید امروزه یکی از پرطرفدارترین شغل‌های دنیاست. اگر بتوانید با استعدادی که در خود دارید همراه با مجلات و کتب به تجربه خود نیز بیفزایید می‌توانید یک طراح خاص و کاربلد شوید.

۳. سرویس فروش هدیه

برای شما هم پیش آمده که برای خرید هدیه برای عزیزان‌تان دچار مشکل و تردید شده باشید و دست آخر هم مبلغی را به عنوان کادو در ساده‌ترین شکل ممکنه به طرف مقابل داده باشید، اما با کمی جست و جو در اینترنت شما می‌توانید کسی باشید که ایده‌های جدید را در قالب یک پیشنهاد و در برابر دریافت مبلغی ارائه می‌دهید و اینگونه یک کسب و کار بی‌دردسر و همیشگی داشته باشید، سرویس فروش هدیه می‌تواند یک استارت‌آپ هم قلمداد شود چرا که با تهیه و دسته‌بندی انواع هدیه‌ها و عرضه مستقیم آنها به صورت آنلاین در وقت بسیاری از افراد هم صرفه‌جویی می‌شود.

۴. شبکه‌های اجتماعی

با پیشرفت دنیای تکنولوژی و دنیای دیجیتال کسب و کارها هم رنگ و بویی جدید به خود گرفتند، شبکه‌های مجازی با داشتن تعداد زیادی مخاطب می‌توانند بستر مناسب برای خرید و فروش هر نوع کالایی را فراهم آورند، کانال‌های پرمخاطب تلگرام، صفحه‌های پربازدید اینستاگرام، سایت‌های پر طرفدار و ... همگی راه‌های جذب مشتری هستند که می‌توانند حتی با تبلیغ در آنها کسب درآمد نمود. همه اینها منوط به استفاده درست از این شبکه‌های اجتماعی است.

۵. تولید محتوا

همه محصولات و موضوعات احتیاج به یک راهنمای استفاده و خرید دارند، چطور در کنار کالاهای فیزیکی هنگام خرید یک بروشور وجود دارد و با توضیحات کلامی به مخاطب اطلاعاتی را ارائه می‌دهد در دنیای دیجیتال و اینترنت هم باید اینگونه متن‌ها نوشته و عرضه شوند، کسی که عهده‌دار تولید محتوا است باید با مهارت و نوشتاری خاص مخاطب را جذب و به طرف محصول و هدف خود بکشاند. این تولید محتوا به جز در دنیای مجازی می‌تواند در روزنامه ها و مجلات و دفترچه‌های راهنما نیز بسط پیدا کنند.

۶. نمایندگی فروش

یکی از مهارت‌های مهم در عرضه کالای موردنیاز بحث بر روی متقاعد کردن برای خرید و تخفیف گرفتن است که به طور عامیانه به چانه زدن معرفی می‌شود. همیشه در هر معامله‌ای دو طرف حضور دارند، خریدار و فروشنده، نمایندگی فروش با اتصال این دو طرف به یکدیگر سعی دارد هم محصول شرکتی که نمایندگی آن را به عهده دارند به فروش برسانند و هم بتوانند با متقاعد کردن طرف خریدار سودی خوب را نصیب خود کنند. در راه این شغل پیشرفت‌های زیادی قابل پیش‌بینی است به طوری که می‌تواند در صدر یکی از شغل‌های درآمدزا قرار گیرد.

۷. مشاور برگزاری مراسم

برگزاری یک مراسم علاوه بر استرس‌های خاص خودش و حضور در آن احتیاج به یک بلده کار دارد که بداند چه چیزی موردنیاز است و چه کارهایی باید انجام شود. اگر شما هم اهل برگزاری مهمانی‌های بزرگ هستید و تجربه‌ای در این زمینه دارید می‌توانید با عهده‌دار شدن این مسئولیت و بستن قرارداد با شخص موردنظر یک کار جدید را شروع کنید، برای انجام درست این امر احتیاج به یک روابط عمومی قوی و تجربه زیاد دارید، باید بدانید چه چیزی مناسب و ایده‌آل مراسم است و تهیه و زمان بندی آن به چه صورت انجام گیرد.

۸. وب‌هاستینگ فروش فضای اینترنتی

سایت‌هایی که همه روزه در حال خدمات‌رسانی به شما هستند همگی متشکل از چندین بخش هستند، تصاویر، اسناد و ... برای دسترسی به این تصاویر و فایل ها به مراجعه‌کنندگان نیاز است که رایانه‌ای بر روی شبکه اینترنت این فایل‌ها را در خود نگهداری کند، کسانی می‌توانند این شغل را انتخاب کنند که تا حدودی آشنایی به این فضا و نوع عملکرد آن داشته باشند و از همه مهمتر سرعت اینترنت مناسبی در اختیار داشته باشند، این کار به صورت دورکاری و با کمترین میزان رفت و آمد انجام می‌شود که خود باعث سود خوبی از این کار می‌شود.

۹. تولید صیفی‌جات

در دنیای ماشینی این روزها کمتر مواد ارگانیک و طبیعی در اختیار مردم قرار می‌گیرد، داشتن یک باغچه و انجام کارهای باغبانی نه‌تنها روحیه شادی به شما خواهد بخشید بلکه می‌تواند موجب تولیداتی تازه و بازارپسند باشد. صیفی‌جاتی نظیر سبزی‌های مختلف، گوجه و .. همه می‌توانند با کمترین هزینه کاشته شوند به سوددهی قابل توجهی برسند. این کار با کمترین متراژ قابل اجراست و با آبیاری قطره‌ای می‌تواند محصولی ارگانیک و طبیعی را به دست مشتری برساند.

۱۰. ملک‌یاب

کمتر کسی دیگر برای خرید و فروش خانه و آپارتمان خود املاک‌های مختلف را کند و کاو می‌کند، اکثرا با اولین املاکی به تفاهم می‌رسند تا در وقت خود صرفه‌جویی کرده باشند و از این کار کسالت‌بار رهایی یابند، با کمی تحقیق در دور و اطراف و املاک و خانه‌های موردنظر می‌توانید واسطه‌ای بین فروشنده و خریدار و املاک باشید، طوری که شما به عنوان یک دستیار و همه کار برای آنها کار انجام دهید و حقوق دریافت کنید تا هم در وقت آنها صرفه‌جویی کرده باشید و هم خود به عنوان یک شغل دارای درآمد باشید.

منبع: ucan

بررسی نکات اساسی در زمینه مدیریت بهتر

چگونه مدیر بهتری باشیم؟

نگارش: انجمن کارآفرینان جوان
ترجمه: علی آل‌علی

فعالیت به عنوان مدیر یک کسب و کار همیشه ساده و راحت نیست. بسیاری از کارآفرینان برای سال‌های متمادی آرزوی کسب جایگاه مدیریت کسب و کارها را دارند. اغلب کارآفرینان و مدیران موفق پس از بارها شکست و حتی تأمل پیرامون ترک کامل حوزه تخصصی‌شان به موفقیت رسیده‌اند بنابراین رویای موفقیت بی‌دردسر در دنیای کسب و کار واقعیت ندارد. یادگیری اصول تازه از دنیای کسب و کار به طور مداوم دارای اهمیت بالایی است. اگر کسب و کارها به این نکته مهم توجه نداشته باشند، به سرعت در رقابت با دیگر برندها دچار مشکل خواهند شد. امروزه برخی از برندها به طور مداوم اشتباهات تکراری انجام می‌دهند. این امر به دلیل عدم تمرکز بر روی یادگیری اشتباه‌های گذشته و جبران‌شان است.

حوزه مدیریت نیز مانند عرصه کلی کسب و کار نیازمند یادگیری نکات تازه به صورت مداوم است. در غیر این صورت کسب و کارها و مدیران‌شان به سرعت با مشکلات حل ناشدنی مواجه خواهند شد. برنامه‌ریزی و مدیریت کسب و کار به صورت واقع‌گرایانه یکی از نکات مهم برای هر کسب و کاری است. متاسفانه برخی از مدیران در این زمینه با مشکل مواجه هستند. روباپردازی برای کسب موفقیت بلندمدت همیشه برای برندها دشوار است. بسیاری از مدیران در این میان به طور مداوم درگیر کسب موفقیت‌های بزرگ در بازه‌های زمانی کوتاه هستند. نکته منفی در این ارتباط بی‌توجهی به وضعیت جاری برند و تحمیل هزینه‌های گزاف بر کسب و کار است.

مدیران برای تداوم موفقیت در عرصه کسب و کار نیازمند بررسی مداوم کیفیت عملکردشان هستند. اگر این نکته مورد بی‌توجهی قرار گیرد، راهکارها و شیوه‌های مدیریتی آنها به سرعت قدیمی خواهد شد. این امر نتیجه بسیار نامناسبی برای مدیران و جایگاه‌شان در سازمان‌های بزرگ خواهد داشت. در ادامه برخی از کارآفرینان موفق در انجمن کارآفرینان جوان به بررسی چگونگی حفظ عملکرد مدیریتی مطلوب و تقویتش در طول زمان خواهند پرداخت.

چه بخش‌هایی از مدیریت باید ارتقا یابد؟
ریکاردو کونته: موسسه ویرتوز فلو

مدیریت کسب و کار امر ساده‌ای نیست. بسیاری از مدیران هرگز نسبت به توانایی‌های‌شان برای مدیریت کسب و کار تردید نمی‌کنند. اگر یک برند در بازه زمانی مشخص توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نداشته باشد، به سرعت با مشکل مواجه خواهد شد. مدیران برای یافتن ایرادات کسب و کار باید ابتدا از خودشان شروع کنند. تیم مدیریتی مهمترین بخش در توسعه کسب و کارها محسوب می‌شود بنابراین در صورت بروز هرگونه اشتباه از سوی آنها نتایج امر بسیار فاجعه‌بار خواهد بود. اطمینان از کیفیت عملکرد مناسب و ارزیابی انتقادی تکنیک‌های مدیریتی همیشه کاربردی خواهد بود. این امر چشم‌انداز وسیعی در اختیار مدیران برای ارتقای وضعیت برند قرار می‌دهد.

مهمترین نکته پس از ارزیابی انتقادی وضعیت برند مربوط به تلاش برای شناسایی نقاط ضعف و بهبود آنها در سریع‌ترین زمان ممکن است. در غیر این صورت وضعیت کسب و کار به شدت پیچیده خواهد شد. پس از شناسایی نقاط ضعف باید از تمام ابزارهای در دسترس برای ارتقای کیفیت عملکرد در موارد موردنظر استفاده کرد. این امر با توجه به پیشرفت فناوری و امکانات گسترده ارتباطی کار دشواری نخواهد بود.

نقاط ضعف من کدام است؟
جان ترنر: موسسه سید پراد

هر کسب و کار در زمینه فعالیت در بازارهای مختلف ارزش‌های مشخصی به مشتریان ارائه می‌کند. همین امر موجب موفقیت یا شکست کسب و کار مورد نظر می‌شود. اگر یک کسب و کار در بازه زمانی مشخص اقدام به ارائه ارزش‌هایی برخلاف سلیقه مخاطب هدف نماید، نتیجه این امر کاهش میزان فروش‌اش خواهد بود. متاسفانه بسیاری از برندها کاهش میزان فروش در بازه‌های زمانی مختلف را امری طبیعی لحاظ می‌کنند. نکته مهم در این میان توجه به نقاط ضعف مدیریتی است. مدیران اغلب به دنبال مقصرهایی دیگر برای ناکامی برندشان هستند. نکته مهم در این میان پذیرش نقش تیم مدیریتی و تلاش برای بهبود شرایط است.

نظرخواهی از دیگران در مورد نقاط ضعف مدیریتی دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از مدیران به طور مداوم تقصیرات را به گردن دیگران می‌اندازند. این امر هیچ کمکی به برندها برای پیشرفت و توسعه کسب و کار نخواهد کرد. بنابراین در مرحله نخست باید نسبت به پذیرش اشتباهات مدیریتی شجاع بود.

ارزش‌های مدیریتی من کدامند؟
جارد آتکینسون: برند WPForms

هر مدیری در عرصه کسب و کار ارزش‌های تازه‌ای به سازمان اضافه می‌کند. استخدام مدیران تازه برای تحول ارزش‌های کسب و کار صورت می‌گیرد. درست به همین خاطر اغلب مدیران تازه راهکارهای مدیران قبلی را تغییر می‌دهند. اگر یک مدیر راهکارهای افراد قبلی را مناسب تشخیص دهد، تیم مدیریت ارشد به سرعت وی را تغییر خواهد داد. دلیل این امر انتظارات بالا برای ایجاد تغییرات سریع در وضعیت سازمانی است.

بدون تردید اخراج از مدیریت یک تیم کاری برای هر کارآفرینی سخت خواهد بود. اگر کارآفرینان مایل به حفظ سمت مدیریتی‌شان هستند، باید به طور مداوم نسبت به تحول ارزش‌های کاری‌شان اقدام نمایند. این امر نوعی به روز رسانی ارزش‌های کاری برای مدیران محسوب می‌شود. این امر انگیزه برندها برای همکاری بلندمدت با مدیران را به شدت افزایش می‌دهد. الگوبرداری از مدیران موفق و دارای سابقه طولانی همکاری با برندهای شاخص ایده مناسبی در این بخش محسوب می‌شود. این امر کمک قابل توجهی به شما برای بهبود عملکردتان خواهد کرد.

آیا من حاضر به کار برای خود هستم؟
اشلی مریل: برند لونیا

فعالیت به عنوان مدیر یک شرکت یا بخش نیازمند سازگاری مناسب با وضعیت کارمندان است. انتظارات بالا از تیم کارمندان امکان بروز مشکلات فراوان را به همراه دارد. گاهی اوقات مدیران نسبت به احساسات و وضعیت کلی کارمندان‌شان بی‌توجه می‌شوند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد می‌کند. یکی از پرسش‌های مناسب برای اطمینان از کیفیت مطلوب مدیریت بر تیم کارمندان مربوط به قرار دادن خود به جای یک کارمند است. شما به عنوان مدیر آیا حاضر به فعالیت به عنوان کارمند در تیم کاری تحت مدیریت‌تان هستید؟ این پرسش چالش بسیار زیادی برای پاسخگویی صادقانه در پی دارد. اگر پاسخ شما به این پرسش منفی است، باید تجدیدنظر اساسی در زمینه فعالیت برندتان صورت دهید. در غیر این صورت به زودی با مشکلات عمده‌ای نظیر ریزش کارمندان و استعفای دسته جمعی‌شان مواجه خواهید شد.

چه کاری دیگری از دست من برمی‌آید؟
آدام مندلر: گروه مشاوره‌ای The Veloz

همکاری با کارمندان برای پیشبرد پروژه‌های برند امر ساده‌ای نیست. گروه‌های کاری به طور معمول دارای سلیقه و ترجیحات بسیار متنوعی هستند. مدیریت این امر برای مدیران بسیار دشوار است. نکته مهم در این میان استفاده از تمام توانایی‌های مدیریتی برای بهبود عملکرد تیم کارمندان است. مدیران در این زمینه نباید از هرگونه کمکی دریغ کنند. بسیاری از مدیران امروزی در دانشگاه‌ها به طور تخصصی در زمینه مدیریت کسب و کار تحصیل کرده‌اند. با این حساب انتظارات از آنها بسیار زیاد خواهد بود. اگر یک مدیر توانایی مدیریت بهینه کسب و کارش برای کسب سود مناسب را نداشته باشد، تمام اعتبارش زیر سوال خواهد رفت بنابراین کمک به کارمندان یک تعامل دوجانبه و سودمند برای تمام اعضای شرکت خواهد بود.

ارزیابی انتقادی وضعیت برند همیشه در زمینه بهبود عملکرد اعضای شرکت راهگشا خواهد بود. مدیران در این زمینه امکان ارزیابی بهتر نسبت به کمک‌های‌شان برای تیم مدیریتی را خواهند داشت. این امر شرایط بسیار بهتری برای تیم‌های کاری ایجاد می‌کند. هرچه فضای تعاملی بهتری در میان مدیران شکل گیرد، امکان جلب نظر مخاطب هدف بیشتر خواهد شد. این امر اهمیت بسیار زیادی برای مدیران کسب و کار خواهد داشت. سابقه مدیریتی افراد و رضایت شرکت‌ها از فعالیت‌شان فرصت‌های تازه و مناسبی در اختیار آنها قرار می‌دهد. این نکته باید مدنظر اغلب مدیران برای بهبود وضعیت برند قرار گیرد. در غیر این صورت هم مدیران و هم کسب و کارها ضرر خواهند کرد.

آیا امروز به کسی کمک کرده‌ام؟
جان هال: موسسه کلندر

کمک به اعضای شرکت نقش مهمی در حفظ جایگاه مطلوب مدیریتی دارد. کارمندان به طور مداوم نیاز به کمک مدیران ارشد دارند بنابراین حضور مدیران در کنار کارمندان دارای اهمیت بالایی خواهد بود. برخی از مدیران به طور مداوم در اتاق‌شان حضور دارند. این امر ارتباط و تعامل میان مدیران و کارمندان را بسیار دشوار خواهد کرد. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری مناسب بر روی کارمندان از طریق حضور در کنارشان است. این امر شاید در نگاه نخست ساده به نظر برسد، اما نقش بسیار مثبتی بر روی وضعیت برندها دارد.

کمک به کارمندان علاوه بر بهبود وضعیت عملکرد شرکت موجب افزایش شهرت مدیران نیز می‌شود. امروزه برندهای مختلف برای همکار با مدیران توجه بسیار ویژه‌ای به نظرات شرکت‌های طرف قرارداد قبلی‌شان دارند. با این حساب یک نظر منفی نسبت به عملکرد مدیریتی برای مدیران بسیار گران تمام خواهد شد. امروزه کمک به کارمندان و به طور کلی تمام اعضای شرکت برای بهبود عملکردشان یک امتیاز ویژه مدیریتی محسوب می‌شود.

آیا در طول ماه‌های گذشته تغییر کرده‌ام؟
اندرو شراز: موسسه مشاوره مانی کرشرز

تغییر عملکرد برای بهبود وضعیت مدیریتی ضروری است. بسیاری از برندها برای مدیریت وضعیت‌شان به طور مداوم در تلاش برای تغییر تیم مدیریتی‌شان هستند. این امر در نگاه نخست مزیت‌های بسیار زیادی برای برندها دارد. نکته مهم در این میان شرایط دشوار مدیران است. اگر یک مدیر توانایی سازگاری با شرایط موردنظر را نداشته باشد، به سرعت با دیگران جایگزین خواهد شد. با این حساب ارزیابی عملکرد مدیریتی به طور مداوم دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از مدیران به طور مداوم از تکنیک‌های یکسان برای مدیریت کسب و کار استفاده می‌کنند. این امر در بلندمدت بیانگر فقدان ایده تازه از سوی مدیر مورد نظر خواهد بود بنابراین به سرعت برای وی مشکل‌ساز خواهد شد.

اکنون با شیوع ویروس کرونا آستانه تحمل برندها به شدت کاهش یافته است. اگر یک مدیر توانایی به‌روز رسانی سریع توانایی‌های خویش را نداشته باشد، در کوتاه مدت نیز یا مشکلات عمده‌ای مواجه خواهد شد. طراحی پرسش‌هایی نظیر «آیا در طول ماه‌های گذشته تغییر کرده‌ام؟» برای ارزیابی انتقادی وضعیت مدیریت و همچنین ترغیب انگیزه شخصی برای یادگیری اصول تازه مناسب خواهد بود. بسیاری از برندها در این فرآیند توجه ویژه‌ای به شرایط مدیران از نظر ارتقای شخصی توانایی‌ها دارند بنابراین با رعایت اصول موردنظر وضعیت فعالیت شما به شدت بهبود خواهد یافت.

چگونه مشتریان‌مان را حفظ کنیم؟
جاستین بلاچارد: موسسه سرور مانیا

حفظ مشتریان هدف اصلی بسیاری از کسب و کارها محسوب می‌شود. مدیران در این زمینه حجم بالایی از انتظارات را بر دوش دارند. اگر تیم مدیریتی یک برند نسبت به استفاده از تکنیک‌های متنوع و راهگشا برای حفظ مشتریان اقدام نکند، به سرعت با مشکلات اساسی مواجه خواهد شد. این امر برای برندها اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها در بازه‌های زمانی مختلف اقدام به ارزیابی عملکرد مدیران‌شان براساس میزان موفقیت در حفظ مشتریان می‌کنند بنابراین حفظ مشتریان برای برندها نوعی خط قرمز محسوب می‌شود.

ریزش شمار مشتریان برای هر برندی دردناک خواهد بود. مطالعه پیرامون سلیقه مشتریان و طرح پرسش‌های اساسی در مورد علاقه‌شان و نحوه تعامل‌شان با مخاطب هدف ایده مناسبی خواهد بود. امروزه برندها باید از توانایی تعامل نزدیک با مشتریان نهایت استفاده را ببرند. در غیر این صورت وضعیت دشواری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهند داشت.

آیا تصمیم‌های من با ارزش‌های شرکت سازگاری دارد؟
متیو کاپالا: برند آلفامتیک

مدیران تازه وارد همیشه با مشکلاتی در زمینه سازگاری با فرهنگ کسب و کارها مواجه هستند. این امر اختصاص به یک کسب و کار خاص ندارند. کارآفرینان باید به طور مداوم در تلاش برای استفاده از شیوه‌های مناسب در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشند. شاید این امر به تنهایی برای تضمین حضور مداوم در عرصه کسب و کار کافی باشد، اما هماهنگی اقدامات مدیران با ارزش‌های شرکت نیز تعیین‌کننده خواهد بود. متاسفانه بسیاری از مدیران، به ویژه مدیران تازه‌کار، نسبت به این نکته توجه کافی ندارند بنابراین مواجهه با شرایط دشوار برای مدیریت کسب و کار و حتی ناسازگاری میان مدیران تازه کار و شرکت‌ها امری طبیعی خواهد بود.

پیش از ورود به حوزه همکاری با شرکت‌ها باید شناسایی دقیقی از ارزش‌های برندها داشته باشیم. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده‌انگارانه باشد، اما در عمل تاثیر بسیار مطلوبی بر روی وضعیت برندها دارد بنابراین پیش از همکاری رسمی با برندها باید نسبت به ارزیابی وضعیت مدیریتی‌شان و همچنین ارزش‌های حاکم بر آنها آگاهی پیدا کرد. در غیر این صورت همکاری موردنظر بسیار دشوار خواهد شد.

چرا شکست‌ها اتفاق می‌افتند؟
توماس گریفین: موسسه اوپتین مانستر

مواجهه با شکست هرگز ساده نیست. بسیاری از مدیران به دلیل مواجهه با شکست به سرعت از سوی شرکت‌ها اخراج می‌شوند. یکی از نکات اساسی در مورد مواجهه با شکست مربوط به شناسایی دلایل وقوع‌شان است. بسیاری از مدیران در طول دوران فعالیت‌شان با شمار بالایی از شکست‌ها مواجه می‌شوند، اما هرگز در مورد دلیل این امر پرسشی طرح نمی‌کنند. پرسش‌های کاربردی و دقیق در این زمینه کمک شایانی به برندها برای بهبود عملکردشان خواهد کرد. به این ترتیب دیگر نیازی برای نگرانی مداوم نسبت به مواجهه با شکست در عرصه کسب و کار نخواهد بود.

منبع: influencive.com

اخبار

به مناسبت گرامیداشت هفته دفاع مقدس
حکایت مقاومت نفت شهر در جنگ تحمیلی

کرمانشـــاه – منیر دشتی: به مناسبت گرامیداشت چهلمین سالگرد هفتـــه دفاع مقدس مدیران و کارکنان شـــرکت بهره برداری نفت و گاز غرب از موزه صنعت نفت غرب کشوردر پالایشگاه کرمانشاه بازدید کردند.
به نقل روابط عمومی این شرکت؛ در این بازدید که مدیرعامل، اعضا هیات مدیره، روســـا و جمعی از کارکنان شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب با رعایت پروتکل های بهداشتی حضور داشتند، خاطرات هشت سال مقاومت در منطقه عملیاتی نفت شهر روایت شد. مدیرعامل نفت و گاز غرب در سخنانی ضمن گرامیداشت یاد و خاطره شهدای والامقام دوران دفاع مقدس، از رشادت های رزمندگان و کارکنان خدوم صنعت نفت بویژه در مناطق عملیاتی و صفر مرزی در حفظ و حراست از خاک کشور و تاسیسات نفتی قدردانی کرد. مهندس ناصری پور افزود: با همکاری،همدلی و از خودگذشتگی رزمندگان و دلاورمردان نفتی در طول هشت سال دفاع مقدس تاسیسات نفتی این شهر از چنگ دشمن متجاوز رهایی یافت. وی گفت: نفت شهر از مناطق مهم نفتخیز کشور به شمار می آید که در جریان جنگ تحمیلی، دشمن با هدف تصرف تاسیسات نفتی سعی در زمین گیرکردن اقتصاد کشور داشت که با جانفشانی ها و فداکاری های رزمندگان این نقشه شوم دشمن نقش بر آب شد. واحد بهره برداری نفت شهریکی ازمناطق عملیاتی شرکت بهره برداری نفت وگازغرب در گستره شرکت نفت مناطق مرکزی ایران می باشد.

نصب بیش از ۲۷۰۰ انشعاب گاز طبیعی در استان اردبیل طی سالجاری

اردبیل – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شـــرکت گاز استان اردبیل، سردار اسماعیلی مدیر عامل این شرکت گفت: از ابتدای سال جاری تا کنون ۲۷۷۵ فقره انشعاب گاز طبیعی در سطح استان نصب شـــده که از این تعداد ، ۹۴۳ انشعاب در شهرهای استان و تعداد ۱۸۳۲ انشعاب روستایی در روستاهای استان به متقاضیان نصب و به بهره برداری رسیده است. اسماعیلی ، با بیان اینکه با نصب ۱۸۳۲ انشعاب جدید در سطح استان ، تعداد ۳۴ روستای دیگر استان از نعمت گاز طبیعی بهره مند شده اند ،تصریح کرد: افزایش تعداد مشترکان در استان و حوادث احتمالی گاز طبیعی ، نیاز به فرهنگسازی مستمر در خصوص استفاده صحیح و ایمن از گاز طبیعی را بیش از پیش آشکار می سازد که این مهّم با برنامه ریزی و آموزش همگانی مشترکین جدید توسط دستگاههای مسئول صورت می پذیرد و شرکت گاز استان اردبیل در راستای مسئولیت های اجتماعی که در این خصوص دارد اقدامات گسترده ای در روستاها و مناطق تازه برخوردار انجام داده است.
وی همچنین در رابطه با تعداد مصرف کنندگان گاز طبیعی در استان اظهار داشت: در شش ماهه نخست سالجاری در بخش خانگی ۷۱۹۷ و در بخش عمومی ۵۱۰ مصرف کننده جدید از نعمت گاز طبیعی بهره مند شده اند که بدین ترتیب شرکت گاز استان از ابتدا تاکنون به بیش از ۴۵۵ هزار مصرف کننده خانگی و ۳۹ هزار ۷۹۸ مصرف کننده عمومی خدمات می دهد. او در پایان با اشاره به اقدامات موثّر شرکت گاز استان اردبیل در حفظ پایداری و توزیع مستمر گاز طبیعی از همه مشترکان گاز درخواست کرد تا با رعایت مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی، علاوه بر کاهش حوادث احتمالی، هزینه کمتری را به اقتصاد خانوار تحمیل کنند.

مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان همدان :

تغییرات اقلیم، کمبود آب شیرین و بیابان زایی، ازعمده مشکلاتی هستند که نیاز به راه حل فوری دارند

همدان – فاطمه صنیعی: به گزارش روابط عمومی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان همدان اسفندیار خزائی مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان همدان گفت: سه چالش مهم زیست محیطی: تغییرات اقلیم، کمبود آب شیرین و بیابان زایی، ازعمده مشکلاتی هستند که نیاز به راه حل فوری دارند و کشورما از نظر جغرافیایی و بارندگی های سیل آسا که در ایام مختلف سال شاهد آن هستیم و همچنین وقوع خشکسالی و کم آبی و برداشت بی رویه از آب های زیر زمینی، از تهدیدهائی هستند که با آنها رو به رو هستیم و می تواند در آینده مشکلات برای ما ایجاد کند. خزائی افزود: یکی از اقدامات تاثیر گذار برای مدیریت آب های سطحی و کمک به تغذیه آب های زیر زمینی وجلوگیری از بیابانی شدن مدیریت جامع حوزه های آبخیز واجرای پروژه های آبخیزداری و آبخوان داری است . خزائی با بیان این که با اجرای طرح های آبخیزداری سیلاب های فصلی و روان آب های سطحی کنترل ومدیریت می شود تاکید کرد: با اجرای پروژه های ابخیزداری وطرحهای منابع طبیعی خسارت های ناشی از سیلاب ها نیز کاهش چشمگیری یافته و کنترل می شود. وی گفت :متاسفانه با وجود بارندگی کم ، شاهد برداشت بی رویه آب های زیر زمینی هستیم و برای خروج از این وضعیت وظیفه سنگینی برعهده داریم. مدیر کل منابع طبیعی وآبخیزداری استان با اشاره به اهمیت طرحهای آبخیزداری در راستای مدیریت بهینه منابع پایه اب وخاک گفت: نسبت به انجام مطالعات توجیهی و تفصیلی اجرایی در بخش های مختلفی از استان اقدام شده است افزود: مناطق بحرانی و سیلابی و همچنین مناطق با فرسایش خاک بالا شناسایی می شوند و طرح های تفصیلی و اجرایی آن ها تهیه شده و در نهایت اجرای طرح های آبخیزداری و آبخوان داری در این مناطق متمرکز وتوسعه می یابد. مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان خاطر نشان کرد: کاهش خسارات سیل، کاهش فرسایش خاک، کنترل روان آب های ناشی از بارندگی، کاهش خسارت های اقتصادی و اجتماعی، تقویت میزان آبدهی چشمه ها، قنوات و چاه های آب به ویژه دربخش کشاورزی برای تولید هرچه بیشتر محصولات غذائی از جمله مزایای طرح های آبخیزداری و آبخوان داری است. خزائی تصریح کرد: با توجه به تاکیدات مقام معظم رهبری در مورد مقوله تولید و حمایت از تولید و همچنین جهش تولید اقدامات منابع طبیعی واجرای طرحهای آبخیزداری توانسته تاثیر به سزایی در میزان تولید محصولات کشاورزی ورونق کسب وکار داشته باشد. وی با بیان این که آبخیزداری هنر وعلم مدیریت منابع پایه آب وخاک است و با روش مدیریت پایدارمنابع آب و خاک راهی برای حفظ منابع طبیعی وتوسعه اقتصادی اجتماعی کشور برداشته می شود، ادامه داد: مسیر اجرایی طرح های آبخیزداری و آبخوان داری استان قدمت دیرینه دارد واز سال ۸۵ شروع شده واز سال ۹۷ با تخصیص اعتبار ازمحل صندوق توسعه ملی شتاب بیشتری یافت و خوشبختانه این روند همچنان تداوم دارد.

افتتاح دو دفتر خدمات برق روستایی در شهرستان گنبد کاووس

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: همزمـــان با هفته دفاع مقدس و در راستای برنامه استراتژیک شـــرکت توزیع نیروی برق استان گلستان و به منظور افزایش سرعت واحدهای اتفاقات و عملیات، دو دفتر خدمات برق روستایی در دهستان های آق آباد و سلطانعلی افتتاح شد. مهندس نصیری مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان گفت: بر این اساس تعداد روستاهای تحت پوشش قطب های موجود؛ گدم آباد و بی بی شیروان از ۸۶ و ۵۸ روستا به قطب آق آباد ۵۴ روستا، سلطانعلی ۴۸ روستا و بی بی شیروان ۴۲ روستا با ملاحظات دسترسی سریعتر اتفاقات، تقسیم شد و تعداد اشتراک تحت پوشش نیز از ۲۷۰۰۰ و ۱۱۰۰۰ مشترک به ۱۷۰۰۰، ۱۲۰۰۰ و ۹۰۰۰ مشترک تعدیل شدوی تعداد مشترکین برق درحوزه گنبد کاووس را ۱۳۶ هزار مشـــترک اعلام کرد و افزود: حدود ۷۵۰ هزار مشـــترک برق در استان گلستان دارد که از نعمت برق برخوردارند.گفتنی است در این مراسم مهندس کریمی معاون و فرماندار ویژه شهرستان گنبد کاووس و بخشداران و جمعی از مسئولان این شهرستان نیز حضور داشتند.

تاکید مدیرعامل گاز گیلان بر رعایت نکات ایمنی در مصرف گاز طبیعی

رشت–زینب قلیپور: حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز گیلان با آغاز فصل پاییز و شروع سرما از همه مشترکین گاز درخواست نمود تا با رعایت نکات ایمنی و استفاده از وسایل گرمایشی استاندارد، پاییز و زمستانی آرام و امن را در کنار خانواده های محترمشان سپری نمایند.مهندس اکبر تاکید نمود: مشترکین محترم قبل از روشن نمودن وسایل گرمایشی خود حتما باید از صحت و سلامت شیر و شیلنگ گاز، سلامت دستگاه و باز بودن مجرای دودکش اطمینان حاصل نمایند.وی در ادامه گفت: استفاده از لوله های بخاری مناسب، بست فلزی، دودکش مجهز به کلاهک H و مسدود کردن شیرهای گاز بدون استفاده با درپوش از دیگر مواردی هستند که رعایت آنها می تواند تا حد بسیاری از بروز حادثه جلوگیری نماید.مدیرعامل شرکت گاز گیلان افزود: یکی از دلایل وقوع گازگرفتگی بویژه در استان های شمالی کشور، مسدود شدن مجرای دودکش بعلت لانه گذاری پرندگان می باشد فلذا از همه مشترکین محترم تقاضا می گردد تا حتما نسبت به بررسی وضعیت دودکش منازل خود اقدام نمایند.مهندس اکبر افزود: بر اساس گزارشات به دست آمده از اتفاقات رخ داده در سالهای گذشته، بسیاری از موارد گازگرفتگی متعلق به خانه ها و اماکن ویلایی بوده که تنها چند بار در سال مورد استفاده قرار می گیرند و ساکنین آن بدون بررسی های ایمنی اقدام به روشن کردن بخاری نموده که بعلت نقص در فرآیند اشتعال و گرمارسانی، موجب جمع شدن گاز مونوکسید کربن در ساختمان و بروز حادثه شده است.وی همچنین از همه مشترکین عزیز خواست تا ضمن رعایت تمامی نکات ایمنی بالاخص موارد ذکر شده، به اطلاعیه های شرکت گاز که از طریق رسانه ها و کانال های ارتباطی شرکت اطلاع رسانی می گردد، توجه فرمایند.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اشاره به اهمیت اطلاع رسانی و فرهنگ سازی در این زمینه اظهار داشت: سازمان های تبلیغی و آموزشی نظیر صدا و سیما، آموزش و پرورش، رسانه های مکتوب و مجازی و ... باید با ورود به این عرصه، شرکت گاز را درجهت نهادینه نمودن فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی یاری رسانند.

مشاور اجتماعی وزیر نفت؛

توسعه و گسترش طرح توسن کار پسندیده ای از سوی شرکت گاز مازندران بوده است

ساری – دهقان: مشاور اجتماعی وزیر نفت عنوان کرد: با اقدامات خوبی که در سطح شرکت گاز مازندران در حوزه مسئولیت اجتماعی صورت پذیرفته و توسعه و گسترش طرح توسن کار پسندیده ای از سوی شرکت گاز مازندران بوده است. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، "سید امیر طالبیان" مشـــاور وزیر نفت در مسئولیت های اجتماعی در جلسه مشترک با مدیر عامل شرکت گاز مازندران که بصورت ویدیو کنفرانس برگزار شد، بیان کرد: شاهد نمونه‌های زیبایی از تعامل با ذینفعان، مشتریان و پیمانکاران در حوزه مسئولیت اجتماعی هستیم و گاز استان مازندران با هلال احمر و ســـازمان بهداری و بهداشت یک تیم واحد تشکیل دادند برای حضور در بحران ها و این معنای کامل مشـــارکت است. مدیرعامل شرکت گاز مازندران در این جلسه از اجرای ۳۲ طرح در زمینه مسئولیت اجتماعی خبر داد و گفت: مسئولیت اجتماعی در قبال کارکنان به این معنا است که شرکت بتواند خلاقیت و توانمندی کارکنان را به فعالیت برساند و آنها را در طرح‌ها و پروژه‌های پژوهشی مشارکت دهد. "جعفر احمدپور" افزود: ایجاد محیط کاری مناسب، مشاوره طب سنتی، برگزاری جشـــنواره غذا، فراهم کردن امکانات زیارتی و سیاحتی، توجه به امور ورزشی و ساخت سالن ورزشی، حل مسائل خانوادگی از طریق روابط کار، آگاه‌سازی مسئولیت اجتماعی از جمله اقدامات شرکت گاز مازندران در حوزه مسئولیت اجتماعی

اســـت. مدیر عامل شرکت گاز مازندران بیان کرد: عقد تفاهم نامه با دستگاه های اجرایی و اســـفاده از ظرفیت آنان در زمان بحرانها، از جمله اقدامات این شـــرکت در قبال مسئولیت اجتماعی مشترکین است. وی گفت: تشکیل تیم توسن(تیم واکنش سریع نهادها) الگویی ممتاز در هم افزایی و مشارکت اجتماعی در فرایند مدیریت بحران و امداد و نجات است که برای نخستین بار در کشور در استان مازندران اجرایی شد. مدیرعامل شرکت گاز استان مازندران افزود: برنامه اجرایی راه اندازی تیم توسن در دیگر سازمان های مرتبط در حوزه صنعت نفت شمال کشور در دســـتورکار قرار دارد و بزودی شاهد تجهیز و فعالیت این تیم‌های تخصصی نیز خواهیم بود. وی تصریح داشـــت: شرکت گاز اســـتان در جهت کاهش آسیب های اجتماعی اقدامات حمایتـــی در حوزه خانـــواده های زندانیان، با هـــدف حمایت های اجتماعی فعالیت هایی در خصوص ورزشکاران و همچنین برای ایفای مسئولیت های اجتماعی اقدامات خلاقانه ای در حوزه جامعه هدف بهزیستی و کمیته امداد در دستور کار داد. وی بیان کرد: خدمت به محرومین جزو مسئولیت اجتماعی است و این روحیه به خوبی در این سازمان مشهود است . احمدپور با بیان مفاد تفاهم نامه با بهزیستی افزود: از مهم ترین اهداف ما ، بهبود معیشت و افزایش رفاه این زنان، استفاده از ظرفیت مشاغل خانگی و اســـتفاده از توانمندی آنان در دوخت لباس فرم و لباس کار برای کارکنان و پیمانکاران شرکت اشاره کرد. وی رویکرد دیگر این تفاهم نامه را بهره‌گیری بیشتر از ظرفیت ناشنوایان در واگذاری و برون‌سپاری بخشی از امور آشپزخانه و طبخ غذا این سازمان از طریق این مددجویان دانست و ادامه داد: شرکت گاز می‌تواند الگوی مناسبی در حوزه توسعه بعد اجتماع محور کردن فرآیند فقرزدایی و رسیدگی اثربخش به نیازمندان قرار گیرد. مدیر عامل شرکت گاز مازندران با بیان اینکه توانمندسازی افراد زیرپوشش بهزیســـتی جزء اولویت اصلی مســـئولیت اجتماعی شـــرکت گاز مازندران است گفت: برگزاری نمایشگاه دستاوردها و توانمندی‌های مددجویان بهزیستی بصورت دوره ای نیز هدف اصلی ما جهت ارتقاء بحث ســـلامت اجتماعی و نگاهی که به جامعه مددجویی در بحث توانمندسازی خانواده‌ها داریم باشد.

محوریت تولید آثار استاندارد و با کیفیت مرتبط با شهدا

جریان‌سازی نیاز به همت جمعی در تولید آثار دارد

قم – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم گفت: برای جریان‌سازی آثار فرهنگی نیاز به همت جمعی در تولید آثار مرتبط با شـــهدا داریم. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، سیدموسی حسینی کاشانی با اشـــاره به تشکیل هشت کارگروه تخصصی ذیل کمیته فرهنگی و هنری ســـتاد کنگره شهدای استان قم اظهار کرد: این کارگروه‌ها شامل موضوعات «هنرهای تجســـمی»، «عکس، فیلم، پویانمایی، مســـتند و کلیپ»، «کـــودک و نوجـــوان» و «محصولات فرهنگی تبلیغـــی» امور مختص به خود را در حوزه شـــهدا در قالب کمیته فرهنگی پیگیری می کنند تا بتوانیم آثاری در خور تولید کنیم. وی با اذعان به اینکه قم همواره الگویی در حوزه فرهنگ دفاع مقدس بوده و به نوعی بنیان‌گذار برگزاری کنگره‌های شهدا در کشور است گفت: به همین خاطر با توجه به عنایت رهبر معظم انقلاب به حوزه فرهنگ و هنر و ضرورت کار ویژه در این حوزه و مرتبط با شهدا، تلاش را بر

پایه تولید کار اســـتاندارد و باکیفیت بالا در حوزه شهدا گذاشتیم تا آثاری فاخر و ماندگار در ستاد کنگره شهدا تولید شود. رئیس کمیته فرهنگی و هنری ستاد کنگره شهدای استان قم با تاکید بر ضرورت برنامه‌ریزی جدی برای کیفی کردن آثار و جریان‌ســـازی آنها بیان کرد: برای جریان‌سازی آثار فرهنگی نیاز به همت جمعی در تولید آثار مرتبط با شهدا داریم. ایشان خاطرنشان کرد: در کارهای فرهنگی و هنری نمی‌توان توقع داشت که یک کار تولید شود و حتما آن کار جریان‌ساز شود بلکه باید تولیدات مختلف برای اقشار مختلف داشته باشیم تا شاهد اثربخشی بالای آن باشیم. حسینی کاشانی با تاکید بر اینکه تولیدات فرهنگی و هنری باید با نگاه استاندارد انجام شود اظهار کـــرد: اثرگذاری تولیدات روی مردم نیازمند تحقق اهداف مختلفی است، در حال حاضر آثار متعدد فرهنگی و هنری، از موسیقی گرفته تا رمان تولید می‌شود اما تعداد انگشت‌شماری مورد توجه مردم قرار می‌گیرد و در واقع هنر اساســـا ذوق است و بر همین اساس باید با توجه به این موضوع آثار نفیس و درخور شـــهداء تولید شود. ایشان خاطرنشان کرد: اعتقاد ما در کمیته فرهنگی هنری بر این است که باید تعداد تولیدات استاندارد بالا برود تا بتوانیم توقع پذیرش عمومی و جریان‌سازی مطلوب آنها را در جامعه داشته باشیم.

"بتاء" عنوان پایانه دار نمونه بندری در سال ۹۹ را از آن خود کرد

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: همزمان با هفته جهانی دریانوردی، شرکت توسعه خدمات دریایی و بندری بتاء به عنوان پایانه دار نمونه بندری برگزیده شد. به گزارش واحد روابط عمومی، مدیرعامل این شـــرکت درباره این موفقیت گفت: شرکت توسعه خدمات دریایی و بندری بتاء بـــا انجام حدود ۵۰ درصد عملیات کالاهـــای کانتینری در بندر شـــهید رجایی، یکـــی از بزرگترین اپراتورهای صنعت دریایی و بندری کشور است که توانسته به این موفقیت دست یابد. مهندس مهدی قائم مقامی بیان کرد: در دوران سخت تحریم ها این شرکت توانست با ارتقاء روز افزون توانمندی نیروی انســـانی مجرب و اصول مدیریتی کارآمد، ترمینالهای این شرکت در بندر شهید رجایی را پویا نگه دارد و جایگاه خوبی برای این مجموعه در بین ترمینال های دیگر از آن خود کند. وی گفت:

این شرکت توانسته اســـت در مدت یک سال گذشته با ارتقا نرم های عملیات و افزایش ســـطح خدمات دهی به مشتریان با توجه به ســـایز کشتی ها و نوع جرثقیل ها این ترمینال رکوردهای قابل قبولی از خود بر جای گـــذارد. مهندس مهدی قائم مقامی اضافه کرد: شرکت بتاء کوشیده با سرمایه گذاری سخت افزاری، آموزش نیروی انسانی و تهیه و تعمیر قطعات یدکی تجهیزات استراتژیک گامهای موفقی در راستای جلب رضایت کارفرما، خطوط کشتیرانی و انعطـــاف در ارائه خدمات به ذینفعان بردارد. در بخشـــی از متن لوح ســـپاس که به امضای آقای راستاد مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی رسیده، خطاب به آقای مهدی قائم مقامی آمده است: " در روز جهانی دریانوردی و به پاس خدمات و تلاش های ارزنده تان در رشد وتوسعه دریایی جمهوری اسلامی ایران با اهدای این لوح، از جنابعالی به عنوان شـــرکت پایانه دار نمونه تقدیر و تشکر می گردد."

با نصب پرنده پران بر روی خطوط برق در تالاب شادگان انجام شد:

اقدام محیط زیستی برق منطقه ای خوزستان برای حفاظت از جان پرندگان

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرعامل شـــرکت برق منطقه ای خوزســـتان گفت: در یک اقدام محیط زیستی با هدف جلوگیری از برخورد پرندگان مهاجر به ســـیم های شبکه انتقال برق و تلف شـــدن آنها، طرح پرنده پران جدید در محدوده تالاب شـــادگان برای نخستین بار در کشور بر روی خطوط انتقال فوق توزیع برق این شـــرکت اجرایی شد. محمود دشت بزرگ با بیان اینکه تالاب شـــادگان منطقه زیستگاهی ویژه ای برای پرندگان است، تصریح کرد: یکی از تهدیـــدات و مخاطرات در موضوع حفاظت پایدار از پرندگان مهاجر زمستان گذر و پرندگانی مانند فلامینگوها که در این تالاب جوجه آوری دارند واقع شـــدن خطوط برق در مســـیر پرواز بوده که در برخی مواقع برخورد با این خطوط سبب آسیب جدی و اتلاف این گونه‌های ارزشمند می‌شود و علاوه بر آن ممکن

بود که آسیب هایی به شبکه انتقال برق نیز وارد کنند. وی افزود: در همین راســـتا با برگزاری جلساتی با اداره محیط زیست آبادان تصمیم به ایمن ســـازی خطوط انتقال برق برای حفاظت از جان پرندگان گرفته شـــد و طرح جدید پرنده پران برای نخستین بار در کشـــور بر روی خطوط در محدوده تالاب شادگان اجرایی شد. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان ادامه داد: طرح پرنده پرن جدید مزایایی از جمله وزن کم و بسیار سبک، قابلیت انعطاف پذیری بالا و ارتجاعی بون آن جهت پراندن پرنده ها، عدم آسیب فیزیکی بر روی ســـیم برق و عدم ایجاد خوردگی بر روی هادی، عدم ایجاد تشکیل لانه پرنده بر روی تجهیز، امکان ساخت داخلی و قیمت مناســـب را دارد. دشـــت بزرگ تصریح کرد: ایمن سازی خطوط با نصب علامت های هشـــدار دهنده پرنده پران در تالاب بین المللی شادگان کمک می کند تا علاوه بر حفظ جان پرندگان و حفاظت از طبیعت و محیط زیســـت، پایداری شـــبکه برق نیز افزایش پیدا کند.

ارجمندزاده خبر داد:

اهدای یک دستگاه پلاسمای خون به بیمارستان شهدای خلیج فارس بوشهر

بوشـــهر- خبرنـــگار فرصـــت امـــروز: مدیـــرکل بنـــادر و دریانـــوردی اســـتان بوشـــهر گفـــت: ایـــن اداره کل در راســـتای مســـئولیت‌های اجتماعـــی خـــود یـــک دســـتگاه پلاســـمای خـــون (آفرزیـــس) بـــه ارزش چهـــار میلیـــارد ریـــال بـــه بیمارســـتان شـــهدا خلیـــج فـــارس اهـــدا کـــرد.
به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر، سیاوش ارجمندزاده با تسلیت درگذشت زهرا رگبار (هفتمین شهید مدافع سلامت اســـتان بوشهر و از کادر درمانی بیمارستان شهدای خلیج فارس) اظهار داشـــت: کادر درمان بوشهر از بدو شیوع کرونا در اســـتان با تلاشی ستودنی و جهادگونه پای برای دفاع از سلامت هم‌استانی‌ها پای کارآمدند.
وی بیان کرد: در این راســـتا می‌طلبـــد هر نهاد و مجموعه‌ای به ســـهم خود قدردان از جان گذشتگی‌ها و فداکاری‌های کادر درمان استان باشد.

ارجمندزاده ادامه داد: اداره کل بنادر و دریانوردی اســـتان بوشهر نیز در کنار رســـالت‌های اصلی خود برای کمک به اقتصاد کشور با تمام توان برای رعایت حداکثری پرتکل‌های بهداشتی تلاش می کند تا به سهم خود در کاهش شمار مبتلایان ایفای نقش داشته باشد.
وی گفت: این اداره کل اکنون نیز با اهدا یک دستگاه آفرزیس به کمک کادر درمان برای درمان بیماران شتافته است.
گفتنی است آفرزیس یک روش درمانی بود که طی آن کل خون یک اهداکننده یا بیمار گرفته می‌شود و برای جداسازی یک جزء آن به اجزای جداگانه تقسیم و سپس اجزای خون باقی‌مانده دوباره به جریان خون بیمار یا اهداکننده وارد می‌شود.
آفرزیس برای جمع‌آوری اجزای خون اهداکننده (مانند پلاکت‌ها یا پلاسما) و همچنین برای درمان برخی بیماری‌ها استفاده می‌شود. که در آن بخشـــی از خون که حاوی عناصر تحریک‌کننده بیماری است حذف می‌شود.
شایان ذکر است از هر فرد بهبود یافته کرونا ۵۰۰ سی‌سی پلاسما به روش آفرزیس گرفته می‌شود و بقیه خون که شامل گلبول قرمز و پلاکت است به خون اهدا کننده باز می‌گردد

فین‌تک چیست؟

فین‌تک در سال‌های اخیر حوزه‌های متعدد خدمات مالی را متحول کرده است و به‌عنوان یکی از مهم‌ترین حوزه‌های فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری شناخته می‌شود.

فناوری و تمام دستاوردهای آن امروز به‌عنوان عضوی جدانشدنی از زندگی ما شناخته می‌شوند. حوزه‌های متعدد خدماتی و تولیدی در سال‌های اخیر توسط این پدیده متحول شده‌اند. تقریبا همه زمینه‌های زندگی انسان از تعامل‌های اجتماعی تا خرید تحت تأثیر فناوری قرار دارد.

از میان حوزه‌هایی که توسط فناوری متحول شده‌اند، خدمات مالی هم جایگاه ویژه‌ای دارند. در سال‌های گذشته استارت‌آپ‌های متعددی در حوزه نوظهوری به‌نام فین‌تک (Fintech) ظهور کرده‌اند که از فناوری برای تسهیل فعالیت‌های مالی و اقتصادی کاربران استفاده می‌کنند. فین‌تک ترکیبی از دو کلمه خدمات مالی (Financial) و فناوری (Technology) محسوب می‌شود که در نام خود، حوزه عملکرد و هدف را شرح می‌دهد. فین‌تک به کاربران امکان می‌دهد تا فرآیندهایی همچون سرمایه‌گذاری، پرداخت و حتی دریافت وام را آسان‌تر انجام دهند.

نسل جوان امروزی از هر خدماتی مبتنی بر فناوری و خصوصا اینترنت استقبال می‌کنند. آنها با گوشی‌های هوشمند رشد کرده‌اند و انجام خدمات مالی با استفاده از فناوری‌هایی همچون اینترنت، وب و اپلیکیشن‌ها، می‌پسندند. آنها دوست دارند خدمات مالی را مانند دیگر خدمات همچون اشتراک‌گذاری عکس با دوستان، رزرو خدمات و درخواست شغل به‌صورت مدرن و با استفاده از جدیدترین فناوری‌ها انجام دهند. استارت‌آپ‌ها و دیگر فعالان حوزه کسب‌وکار به این نیاز و درخواست کاربران پی برده‌اند و سرمایه‌گذاری عظیمی روی آن انجام داده‌اند.

شهرت فین‌تک تنها به‌خاطر رویکرد جدید آن به خدمات مالی نیست. این فناوری‌ها امکان جمع‌آوری کلان‌داده را نیز فراهم می‌کنند که کاربردهای فراوانی خواهد داشت. تحلیل کلان‌داده‌های استخراج‌شده از خدمات فین‌تک می‌تواند منجر به طراحی و تولید محصول و خدمات دیگر شود که چرخه اقتصادی فناوری را تکمیل می‌کند. در این مطلب معرفی کلی از فناوری فین‌تک خواهیم داشت که آشنایی اولیه را با فناوری انقلابی مالی فراهم می‌کند.

فین‌تک چیست؟

فین‌تک در تعریف ساده به فناوری جدیدی گفته می‌شود که با هدف بهبود و خودکارسازی ارائه و استفاده از خدمات مالی توسعه می‌یابد. این فناوری در لایه‌های هسته‌ای تلاش می‌کند تا به شرکت‌ها، مالکان کسب‌وکار و مشتریان نهایی، خدماتی همچون مدیریت بهتر عملیات، فرآیندها و به‌طور کلی زندگی مالی بهینه‌تر را ارائه کند. فناوری که با استفاده از نرم‌افزارها و الگوریتم‌های ویژه در کامپیوترهای شخصی و بیش از آن، گوشی‌های هوشمند ارائه می‌شود.

عبارت فین‌تک در ابتدای قرن ۲۱ ظهور کرد و بیشتر به فناوری‌های پشت‌صحنه مدیریت سازمان‌های مالی می‌پرداخت. از آن زمان تغییر جهت قابل‌توجهی در فناوری رخ داد که آن را بیش‌ازپیش مبتنی بر مصرف‌کننده نهایی کرد. درنتیجه تعاریف فین‌تک نیز به‌مرور مبتنی بر مشتریان شدند. این فناوری امروز بخش‌های متعددی دارد و صنایع گوناگون را تحت تأثیر قرار داده است. به‌عنوان مثال می‌توان به آموزش، بانکداری مخصوص مشتری، جذب سرمایه، فعالیت‌های غیرانتقاعی و مدیریت سرمایه‌گذاری اشاره کرد.

برخی از دسته‌بندی‌های مالی، بیت‌کوین و دیگر رمزارزها را هم در زیرمجموعه فین‌تک قرار می‌دهند. شاید درحال حاضر بتوان رمزارزها را خبرسازترین دسته فین‌تک دانست، اما هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های اصلی در صنعت بانکداری جهانی سنتی دیده می‌شود که ارزش بازار چندین تریلیون دلاری دارد.

درک مفهوم فین‌تک

از دیدگاه کلی عبارت فین‌تک را می‌توان به هرگونه نوآوری اعطا کرد که نحوه انجام تراکنش‌های مالی کاربران را متحول می‌کند. نوآوری‌های موردنظر می‌توانند شامل موارد سنتی‌تر همچون حسابداری دوطرفه تا پول دیجیتال باشند. البته می‌توان ادعا کرد که از زمان انقلاب اینترنت و گوشی‌های هوشمند، فناوری‌های مالی رشد انفجاری داشته‌اند. فین‌تک که زمانی‌که تنها به آسان‌سازی فرآیندهای مدیریتی سازمان‌های مالی می‌پرداخت، امروز به‌عنوان خدماتی مخصوص مشتری شناخته می‌شود که تأثیرات گسترده‌تر هم دارد.

خدمات مالی مبتنی بر فناوری امروزه در نقاط گوناگون جهان در سطوح گسترده‌ای ارائه می‌شوند. به‌عنوان ساده‌ترین مثال می‌توان به تبادل پول با گوشی هوشمند اشاره کرد. نمونه‌های پیشرفته‌تر حتی نقد کردن چک، دریافت اعتبار به‌صورت غیرحضوری، جذب سرمایه و مدیریت سرمایه‌گذاری را بدون دخالت نیروی انسانی انجام می‌دهند. آمارها نشان می‌دهد که یک‌سوم از کاربران امروز دنیای فناوری حداقل از دو سرویس فین‌تک یا بیشتر استفاده می‌کنند. به‌علاوه آن کاربران، فین‌تک را به‌عنوان بخش مهمی از زندگی روزمره خود می‌شناسند.

کاربرد فین‌تک

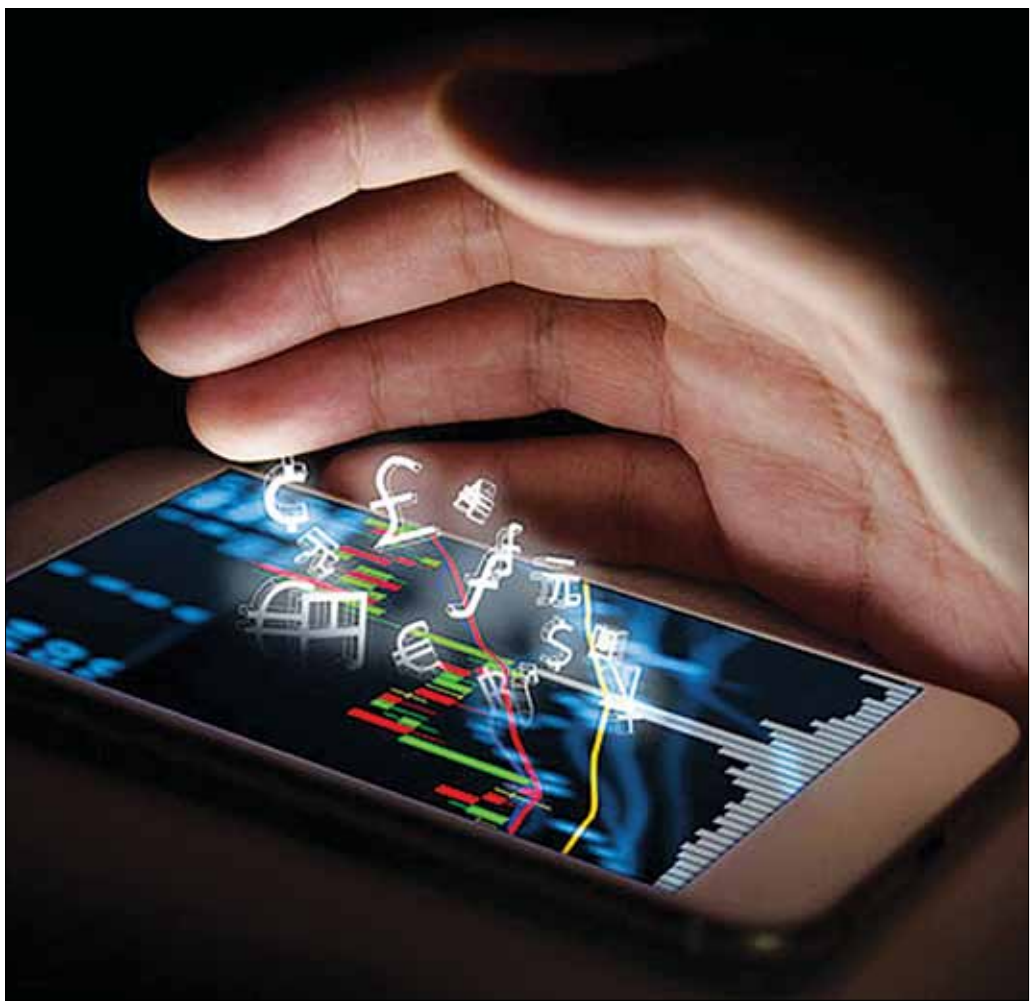
امروزه استارت‌آپ‌های فین‌تک که بیشترین جذب سرمایه را انجام می‌دهند، خصوصیات مشترکی دارند: آنها به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند تا ارائه‌دهندگان سنتی سرویس‌های مالی را به چالش بکشند و به‌نوعی تهدیدی برای آنها محسوب شوند. استارت‌آپ‌ها چابکی بیشتری دارند و به دسته بزرگ‌تری از کاربران خدمت‌رسانی می‌کنند. به‌علاوه کاربران همیشگی خدمات مالی هم با استفاده از فناوری‌ها، عملکرد سریع‌تری خواهند داشت.

از میان استارت‌آپ‌های نوآور و ساختارشکن صنعت فین‌تک در سطح جهانی می‌توان به Affirm اشاره کرد که با هدف حذف کارت‌های اعتباری از فرآیند خرید آنلاین کاربران فعالیت می‌کند. آنها وام‌های کوتاه‌مدت را با روشی جدید به کاربران ارائه می‌کنند تا بدون نیاز به کارت‌های اعتباری، پرداخت‌های آنلاین را انجام دهند. شاید خدمات و بازپرداخت‌های Affirm در ابتدا گران باشند، اما ارائه کارت و اعتبار به مشتریان بدون تاریخچه اعتباری خدمت قابل‌توجهی محسوب می‌شود که شاید ارزش هزینه بیشتر ابتدایی را داشته باشند.

فرآیندهای رهن و اجاره در کشورهای گوناگون با ساختارهای متفاوتی انجام می‌شوند. دراین‌میان استارت‌آپ‌های هر منطقه تلاش می‌کنند تا نقشی در آسان‌سازی فعالیت‌های اعتباری و مالی رهن و اجاره داشته باشند.Better Morgage یکی از مشهورترین استارت‌آپ‌های این حوزه محسوب می‌شود که انجام فرآیندها به‌صورت کاملا دیجیتال را به‌عنوان فناوری ساختارشکن ارائه می‌کند. فرآیندهای دریافت و پرداخت وام هم در این مسیر هدف ساختارشکنی‌های متعدد هستند. از میان استارت‌آپ‌های آن حوزه می‌توان به GreenSky اشاره کرد.

ارائه خدمات مالی به شهروندان کشورهای محروم از اهداف مهم استارت‌آپ‌های فین‌تک محسوب می‌شود. به‌عنوان مثال Tala به افراد بدون سابقه و حساب اعتباری در کشورهای درحال توسعه، وام‌های جزئی پرداخت می‌کند. فرآیندهای اعتبارسنجی با داده‌کاوی از تراکنش‌های مالی گوشی هوشمند کاربر انجام می‌شود. Tala تلاش دارد تا خدمات وام را بهتر و سریع‌تر از بانک‌های محلی، وام‌دهنده‌های غیرقانونی و دیگر مؤسسه‌های مالی و اعتباری ارائه کند.

با توجه به رویکرد استارت‌آپ‌های فین‌تک می‌توان ادعا کرد که هرگونه خدمات مالی نه‌چندان مناسب و آسان، ظرفیت ساختارشکنی و بهبود توسط آنها را دارند. درواقع اگر تا امروز برخی از خدمات مالی و اعتباری خود را با دشواری‌های غیرالزامی انجام داده‌اید، احتمالا استارت‌آپی برای رفع آنها وجود خواهد داشت یا به‌زودی متولد خواهد شد. در کشورهایی که خدمات اعتباری را به‌صورت گسترده به شهروندان خود ارائه می‌کنند، فین‌تک حضور و تأثیر بیشتری دارد. مفاهیم اعتباری پیچیدگی‌های سنتی بالایی دارد و استارت‌آپ‌ها می‌توانند آنها را به مفاهیم ساده‌تری تبدیل کنند.



افق‌های توسعه فین‌تک

مؤسسه‌های خدمات مالی تاکنون خدمات متنوعی را زیر یک چتر و عنوان ارائه می‌کردند. حوزه فعالیت آنها گستره وسیعی از خدمات مالی از بانکداری سنتی تا وام و رهن و انواع فرآیندهای تجاری را پوشش می‌داد. فین‌تک در پایه‌ای‌ترین سطوح خود این سرویس‌ها را از هم مجزا می‌کند. سپس ترکیب خدمات ساده‌شده با فناوری، به استارت‌آپ‌های فین‌تک امکان می‌دهد تا با بازدهی بالاتری فعالیت کنند و هزینه‌های مرتبط با هر فرآیند را کاهش دهند.

برای توصیف تأثیر فین‌تکر بر بانکداری، تجارت، سرمایه‌گذاری و انواع مفاهیم مالی و اعتباری، هیچ کلمه‌ای بهتر از ساختارشکن وجود ندارد. درحال حاضر خدماتی که زمانی تحت سلطه بانک‌ها، نماینده‌های مالی آنها و مؤسسه‌های عریض و طویل مالی و اعتباری بود، به‌راحتی در گوشی‌های هوشمند در دسترس کاربران قرار دارند. به‌بیان‌دیگر شاهد دموکراتی‌تر شدن خدمات مالی هستیم.

به‌عنوان نمونه‌ای از استارت‌آپ‌های ساختارشکن می‌توان اپلیکیشن تجارت سهام Robinhood را مثال زد. در دسته‌بندی خدمات وام و رهن و اجاره هم نمونه‌های متعددی وجود دارند که از میان مهم‌ترین آنها می‌توان Lending Club، Prosper Marketplace و OnDeck را نام برد که فرآیندهای وام‌دهی شخص به شخص را تسهیل می‌کنند. در بخش خدمات وام به کسب‌وکارها نیز Kabbage، Accion، Lendio و Funding Circle از مشهورترین‌ها هستند که به استارت‌آپ‌ها و دیگر انواع کسب‌وکار، پلتفرم‌های آسان و سریعی را برای مدیریت سرمایه‌های کاری ارائه می‌کنند.

استارت‌آپ‌های فین‌تک علاوه بر خدمات مالی، خدمات بیمه‌ای را هم ارائه می‌کنند که البته جزئی از مجموعه مالی و اقتصادی محسوب می‌شود. از میان استارت‌آپ‌های بیمه‌ای می‌توان به OScar اشاره کرد که در ماه مارس سال ۲۰۱۸ موفق به جذب سرمایه ۱۶۵میلیون دلاری شد. چنین سرمایه‌گذاری نشان‌دهنده ظرفیت بالای رشد برای استارت‌آپ‌های بیمه‌ای خواهد بود.

بانک‌های سنتی با مشاهده پیشرفت استارت‌آپ‌های فین‌تک همه تلاش خود را به کار گرفتند تا بیش‌ازپیش به آنها شبیه شوند. درواقع آنها هم به‌مرور خدمات فین‌تک مخصوص مصرف‌کننده را به خدمات خود اضافه کردند تا هرچه سریع‌تر با ساختارکنی استارت‌آپ‌ها مقابله کنند. از پیشگامان چنین حرکتی می‌توان به بانک سرمایه‌گذاری گلدمن ساکس اشاره کرد که در سال ۲۰۱۶ پلتفرم وام‌دهی به مشتری را راه‌اندازی کرده بود.

بسیاری از کارشناسان صنعت اعتقاد دارند بانک‌های سنتی برای تطبیق هرچه بهتر با شرایط درحال تغییر دنیای اقتصاد، باید فعالیت‌هایی بیش از سرمایه‌گذاری عظیم انجام دهند. آنها برای رقابت با استارت‌آپ‌های چابک باید تغییرات مهمی در فرآیندهای تفکر، تصمیم‌گیری و حتی ساختار کلی سازمان‌های خود ایجاد کنند.

فناوری‌های جدید در فین‌تک

فناوری پدیده‌ای پویا و درحال رشد است که پدیده‌های جدید آن با سرعت بسیار بالایی متولد می‌شوند و رشد می‌کنند. فناوری‌های جدید همچون یادگیری ماشین، هوش مصنوعی، تحلیل رفتاری مبتنی بر پیش‌بینی و بازاریابی مبتنی بر داده توانایی ایجاد تغییرات عظیم در تصمیم‌گیری‌های مالی را دارند.

اپلیکیشن‌های امروزی مبتنی بر یادگیری، نه‌تنها رفتار و عادت‌های پنهان کاربر را می‌آموزند، بلکه فعالیت‌هایی را هم متمرکز بر یادگیری آنها انجام می‌دهند. کاربران با یادگیری مفاهیم از طریق این اپلیکیشن‌ها، فرآیندهای هزینه و پس‌انداز خودکار و ناخودآگاه را بهتر انجام می‌دهند.

فناوری خدمات خودکار به مشتری، یکی از مهم‌ترین مفاهیمی است که در فین‌تک استفاده می‌شود. استفاده از هوش مصنوعی و چت‌بات برای برقراری ارتباط با مشتری و رفع اشکال‌ها، امروز اهمیت بالایی در شرکت‌های فین‌تک دارد. به‌علاوه ثبت تاریخچه فعالیت‌ها و تراکنش‌ها هم در اقدام‌های ضد کلاهبرداری و موارد مشابه، کاربرد بالایی خواهد داشت.

چشم‌انداز فین‌تک

استارت‌آپ‌های جهانی فین‌تک در سال ۲۰۱۶ به‌صورت مجموع ۴/۱۷ میلیارد دلار سرمایه جذب کردند و تا پایان سال ۲۰۱۷ به سمت شکستن آن رکورد پیش رفتند. CB Insights در گزارش خود پیرامون این استارت‌آپ‌ها، تعداد انواع یونیکورن را ۲۶ عدد بیان کرد که در مجموع ۸/۸۳ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شدند. در سال ۲۰۱۸ همین شرکت تعداد استارت‌آپ‌های یونیکورن را در سال گذشته ۳۹ عدد بیان کرد که ۳۷/۱۴۷میلیارد دلار ارزش دارند.

آمریکای شمالی بیشترین تعداد استارت‌آپ‌های فین‌تک را دارد و آسیا با فاصله‌ای نزدیک رتبه دوم را به خود اختصاص می‌دهد. رکورد سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های فین‌تک در فصل اول سال ۲۰۱۸ شکسته شد که سهم عمده‌ای از آن به‌خاطر افزایش سرمایه‌گذاری در آمریکای شمالی بود. آسیایی‌ها نیز رشد مناسبی را در آن دوره طی کردند و شاید آمریکا را پشت سر بگذارند. دراین‌میان اروپا پس از ثبت رکورد نه‌چندان مناسب در فصل اول ۲۰۱۸، در فصل دوم رویکرد خود را جبران کرد و رشد سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های آن اعلام شد.

در چشم‌انداز آتی فین‌تک، برخی حوزه‌ها مهم‌تر از سایر به نظر می‌رسند. از میان آنها می‌توان به موضوعاتی اشاره کرد که حول موارد زیر جریان دارند:

- رمزارزها و پول دیجیتال
- فناوری بلاک‌چین که خدمات دفتر کل توزیع‌شده را با سطح بالایی از امنیت به کاربران ارائه می‌کند.
- قراردادهای هوشمند که با استفاده از یک برنامه کامپیوتری (عموما تحت بلاک‌چین) اجرای خودکار قراردادها را بین فروشنده و خریدار ممکن می‌کنند.
- بانکداری باز، مفهومی است که با استفاده از بلاک‌چین تلاش می‌کند تا خدمات و داده‌های بانکی را در اختیار شرکت‌های متفرقه قرار دهد. آنها با استفاده از این داده‌ها توانایی توسعه اپلیکیشن و شبکه‌های گسترده خواهند داشت که بانک‌ها را هرچه بیشتر به شرکت‌های متفرقه و مشتریان نهایی نزدیک می‌کند. از میان استارت‌آپ‌های این حوزه می‌توان به خدمات یکپارچه مدیریت پول Mint اشاره کرد.
- فناوری موسوم به Insurtech که تلاش می‌کند با استفاده از مفاهیم فناورانه، صنعت بیمه را ساده و سریع کند.
- فناوری موسوم به Regtech که هماهنگی شرکت‌های خدمات مالی را با قوانین مرسوم و استانداردها تسهیل می‌کند. از مهم‌ترین قوانین و تنظیم‌گری‌ها هم می‌توان به فعالیت‌های ضد پولشویی و قوانین شناخت مشتری (KYC) اشاره کرد.
- روبات‌های تحلیلگر که پیشنهادهای هوشمندانه سرمایه‌گذاری و خرید و فروش ارائه می‌کنند. از میان آنها می‌توان Betterment را نام برد که پیشنهادهای سرمایه‌گذاری را خودکار می‌کند تا با کاهش هزینه‌ها، آنها را در دسترس افراد بیشتری قرار دهد.
- خدمات بانکی به افراد با توانایی‌های مالی و اعتباری پایین که توسط بانک‌های سنتی قادر به دریافت خدمات نبوده‌اند. درواقع سازمان‌های بدنه مالی و اقتصادی کشورها به برخی از شهروندان خود خدمات ارائه نمی‌کنند که فین‌تک می‌تواند در این زمینه ساختارشکنی کند.
- امنیت سایبری امروز به بخشی کاملا الزامی به فین‌تک تبدیل شده است. سودآوری بالای جرایم سایبری مالی و ذخیره‌سازی غیرمتمرکز داده‌ها، فین‌تک و امنیتی سایبری را به مفاهیمی درهم تنیده تبدیل می‌کند.

کاربران فین‌تک

چهار دسته‌بندی بزرگ برای کاربران فین‌تک تعریف می‌شود: بانک‌ها (به‌صورت B۲B)، مشتریان شرکتی آنها، کسب‌وکارهای کوچک (B۲C) و مصرف‌کننده‌های نهایی. روندهای کنونی به سمت بانکداری موبایلی، افزایش اطلاعات در گردش، کلان‌داده، تحلیل‌های عمیق‌تر و از همه مهم‌تر دسترسی غیرمتمرکز به اطلاعات، فرصت‌هایی را برای هر چهار گروه بالا فراهم می‌کند تا با روش‌هایی جدید و ساختارشکن، به فعالیت‌های مالی و اعتباری بپردازند.

در دسته‌بندی مصرف‌کننده‌های نهایی، کاربران جوان‌تر درک بهتری از فناوری فین‌تک دارند و کاربرد بیشتری را هم از آن استخراج می‌کنند. به‌هرحال نسل نوجوان و جوان امروزی تمایل بیشتری هم به هزینه کردن دارد و همین فرآیند هزینه کردن را ترجیحا در فضای آنلاین و مبتنی بر فناوری‌های جدید انجام می‌دهد. البته برخی از ناظران صنعت اعتقاد دارند تمرکز بیش از حد روی نسل هزاره و نسل جوان لزوما به‌خاطر درک بیشتر و تمایل بیشتر آنها به فناوری نیست، بلکه ابعاد چنین بازاری بیشتر از نسل‌های قبلی است. به‌هرحال فین‌تک امروز در ارائه خدمات به نسل‌های گذشته موفقیت چندانی ندارد، چون مشکلات آنها را به‌خوبی درک نمی‌کند.

دسته‌بندی کسب‌وکارها و خصوصا انواع نوپا، کاربردهای متعددی از فین‌تک استخراج می‌کنند. آنها قبلا برای دریافت سرمایه باید درگیری زیادی با بانک‌ها متحمل می‌شدند. به‌علاوه آنها برای اضافه کردن خدمات مالی به سرویس‌ها و محصولات خود موانع متعددی داشتند، اما امروز به لطف فناوری‌های متعدد، تراکنش‌های مالی از طریق شرکت‌های فین‌تک واسط و زیرساخت‌های دیگر ممکن شده است.

تنظیم‌گری قوانین فین‌تک

خدمات مالی از قانون‌مندترین حوزه‌های کسب‌وکار در سطح جهانی محسوب می‌شوند. به‌همین دلیل با ظهور و توسعه شرکت‌های فین‌تک، دولت‌ها بیش از هر چیز نگران تنظیم‌گری قانونی فعالیت آنها بوده‌اند. با ورود و ادغام فناوری به فرآیندهای خدمات مالی، مشکلات تنظیم‌گری قانونی آنها نیز چندبرابر شده است. در برخی موارد مشکلات به‌خاطر ماهیت فناوری و از توابع آن محسوب می‌شوند، اما در بسیاری از نمونه‌های دیگر، عجله ذاتی بازیگران صنعت فناوری بر ساختارشکنی‌های مالی، موجب بروز مشکلات قانونی می‌شود.

خودکارسازی فرآیندها و دیجیتالی کردن داده‌ها، سیستم‌های فین‌تک را در برابر حمله مجرمان سایبری آسیب‌پذیر می‌کند. اخبار متعدد از نفوذ مجرمان سایبری به شبکه‌های بانکی و سرقت اطلاعات و دارایی‌های کاربران، نشان‌دهنده ظرفیت بالای این صنعت برای درآمد مجرمان است. مصرف‌کننده‌های نهایی خدمات، در چالش‌های امنیتی بیش از همه به مسئولیت‌پذیری شرکت‌های فین‌تک و همچنین عدم استفاده از اطلاعات شخصی و داده‌های مالی در مقاصد دیگر اهمیت می‌دهند.

در برخی از نمونه‌های ظهور و رشد استارت‌آپ‌های فین‌تک، شاهد برخورد فرهنگ استارت‌آپی مبتنی بر حرکت سریع و ساختارشکنی با فرهنگی سنتی و محافظه‌کار هستیم. چنین برخوردهایی عموما نتایج نامناسب به‌همراه دارند. به‌عنوان مثال استارت‌آپ بیمه‌ای Zenefirts مستقر در سان‌فرانسیسکو که در بازارهای خصوصی بیش از یک میلیارد دلار ارزش‌گذاری شد، در ارائه خدمات بیمه‌ای مدرن به مشتریان، مرتکب قانون‌شکنی شد که برخورد جدی مقام‌های قانونی را به‌همراه داشت. سازمان SEC جریمه‌ای ۹۸۰ هزار دلاری برای آنها در نظر گرفت و سازمان بیمه کالیفرنیا نیز ۷میلیون دلار خسارت از این استارت‌آپ دریافت کرد.

تنظیم‌گری قانونی در دنیای رمزارزها هم چالش‌های فراوانی ایجاد می‌کند. عرضه اولیه سکه یا ICO یکی از مدرن‌ترین فرآیندهای جذب سرمایه برای استارت‌آپ‌ها محسوب می‌شود که امکان جذب سرمایه به‌صورت مستقیم را از اشخاص فراهم می‌کند. در بسیاری از کشورهای جهان این فرآیند بدون تنظیم‌گری قانونی انجام می‌شود و زمینه‌ای برای کلاهبرداری شده است.

تنوع بالا در خدمات فین‌تک و تعدد صنایعی که تحت تأثیر آن قرار می‌گیرند، ایجاد راهکاری واحد برای همه مشکلات موجود را دشوار می‌کند. دولت‌ها در اکثر موارد از قوانین موجود و سنتی خود برای تنظیم‌گری فین‌تک استفاده می‌کنند. البته در برخی موارد هم شاهد تصویب قوانین جدید یا بهینه‌سازی قوانین قدیمی برای هماهنگی با دنیای جدید فین‌تک هستیم.

کشورهای گوناگون در سرتاسر جهان، مراکزی را برای آزمایش و بررسی تأثیر فین‌تک بر صنایع گوناگون تأسیس کرده‌اند. از فعالیت‌های قانونی مفید هم می‌توان به تصویب و اجرای قانون GDPR در اروپا اشاره کرد که چارچوبی برای دسترسی سازمان‌ها به داده‌های شخصی افراد ایجاد می‌کند. کشورهایی همچون ژاپن و کره جنوبی که ICO در آنها متداول‌تر است، قوانین کاربردی و انعطاف‌پذیری برای استفاده از این سبک از سرمایه‌گذاری تصویب و اجرا کرده‌اند.

فین‌تک در میان خیل عظیم فناوری‌هایی قرار دارد که برای ایجاد تحول در جامعه بشری به‌وجود آمده است. روند آهسته و پیوسته این فناوری در سال‌های گذشته باعث شد تا تمامی ذی‌نفعان از کاربران تا کسب‌وکارها و دولت‌ها، به‌مرور با ظرفیت و کاربرد آن آشنا شوند. با وجود تمام چالش‌های کنونی، روند رو به رشد فین‌تک در کشورهای گوناگون خصوصا مناطق درحال توسعه، امید به ساختارشکنی عمیق‌تر از سوی فناوری را زنده نگه می‌دارد.

منبع: GOODCALL-INVESTOPEDIA/zoomit

آگهی فقدان سند مالکیت

به پلاک ثبتی ۱۱۷۰ فرعی از ۱۶۸۷ در بخش ده تهران آقای کیامرز رحیمی با تسلیم استشهادیه گواهی امضا به شماره ۷۳۲۷ به رمز تصدیق ۱۱۲۷۸۷ شناسه تصدیق ۱۳۹۹۰۲۱۵۲۴۸۳۰۰۰۱۰۵ دفتر ۷۳۹ تهران طی درخواست به وارده ذیل ۱۰۴۵۰۱۸۴۵۷ تقاضای صدور سند مالکیت بعلت سهل انگاری نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه ثبت به شرح ذیل آگهی می گردد

۱- خلاصه وضعیت

اسناد مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان به مساحت ۹۱. ۹۱ پلاک ۱۱۷۰ فرعی از ۱۶۸۷ اصلی واقع در بخش ده تهران قطعه ۲ تفکیکی واقع در طبقه ۱ ذیل ثبت ۵۳۸۲۳۹ صفحه ۶ دفتر ۲۸۳۳ به شماره چاپی ۱۱۵۶۷۵ به نام کیامرز رحیمی بانضمام انباری قطعه اول واقع در خرپشته به مساحت ۰۲. ۳ متر مربع ثبت و صادر و تسلیم گردیده است. لذا با توجه به اعلام فقدان سند مالکیت فوق الذکر و درخواست المثنی ان مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده است و در این آگهی ذکر نشده است و یا مدعی سند مالکیت نزد خود میباشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه سند مالکیت اعلام نماید و در صورت عدم وصول اعتراض مطابق مقررات اقدام خواهد گردید.

۱۴۶۹۴ م الف — رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک رودکی تهران

شناسه آگهی ۱۰۱۱۰۷۲

پیش نویس آگهی فقدان سند مالکیت

آقای رضا حرمانی اصالتا و وکالتا برابر وکالتنامه شماره ۵۴۳۲۶ مورخ ۱۳۹۸/۳/۹ دفترخانه ۴۷۱ تهران با تسلیم استشهادیه گواهی شده شماره ۶۵۹۱۷۰ مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۲۷ دفتر اسناد رسمی شماره ۱۲۲۲ تهران طی درخواست وارده ۲۹۲۷- ۹۸ مورخ ۱۳۹۸/۲/۷ با اعلام اینکه سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین به پلاک ۲۸۶۵۷ فرعی از ۴۴۷۶ اصلی به مساحت ۱۰۸ متر مربع واقع ذیل دفتر املاک۷۹۴ صفحه ۱۸۹ ثبت ۱۱۱۲۵۴ به چاپی شماره ۳۱۶۳۸۹ صادر و تسلیم گردید برابر گواهی های حصر وراثت به شماره های ۹۵۰۶۶۶ مورخ ۱۳۹۵/۶/۱۳ و ۱۶۴۲ و ۱۶۴۳ مورخ ۱۳۹۴/۸/۱۸ و ۹۷۰۷۹۵/۶۵۵ مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۱۸ و ۹۷۰۹۹۷۱۰۶۵۶۰۰۴۰۸ مورخ ۱۳۹۷/۴/۲۴شعب ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۸ شورای حل اختلاف تهران مالک فوت که وراث متعدد دارد در قید رهن نمی باشد به علت سهل انگاری مفقود گردیده تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده است در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۰۸) مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۴۶۸۵ م الف — سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک پیروزی- رامین محمدی والا

شناسه آگهی ۱۰۱۱۰۵۲

آگهی فقدان سند مالکیت

به پلاک ثبتی ۹۷ فرعی از ۹۳۰ در بخش ده تهران آقای ابوالفضل رحمانی با تسلیم استشهادیه گواهی امضا به شماره ۲۹۴۸۴ و ۲۹۴۸۳ به رمز تصدیق ۶۳۴۶۵۰ و ۲۰۴۸۳۳ شناسه تصدیق ۱۳۹۹۰۲۱۵۶۵۷۱۰۰۰۵۰۱ و ۱۳۹۹۰۲۱۵۶۵۷۱۰۰۰۵۰۰ دفتر ۷۵۸ تهران و گواهی سرقت- کلانتری- طی درخواست به وارده ذیل ۴۵۰۲۱۵۵۷ مورخ – تقاضای صدور سند مالکیت بعلت سهل انگاری نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه ثبت به شرح ذیل آگهی می گردد ۱- خلاصه وضعیت اسناد مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان به مساحت ۹۱. ۱۳۵ پلاک ۹۷ فرعی از ۹۳۰ اصلی واقع در بخش ده تهران قطعه ۱ تفکیکی واقع در طبقه همکف سمت – ذیل ثبت ۲۵۴۲۵۸ و ۲۵۴۲۵۹ صفحه ۴۱۵ و ۴۱۶ دفتر ۱۶۴۴ به شماره چاپی ۳۴۱۳۶۷ و ۳۴۱۳۶۸ به نام محمد منشی زاده جوادی و صمد منشی زاده جوادی بالسویه بانضمام انباری قطعه- واقع در- به مساحت – متر مربع ثبت و صادر و تسلیم گردیده است سپس ششدانگ برابر سند انتقال ۷۰۸۸۸ مورخ ۱۳۷۲/۰۹/۰۶ دفتر ۱۲۱ تهران به ابوالفضل رحمانی منتقل گردیده است. لذا با توجه به اعلام فقدان سند مالکیت فوق الذکر و درخواست المثنی آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده است و در این آگهی ذکر نشده است و یا مدعی سند مالکیت نزد خود میباشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه سند مالکیت اعلام نماید و در صورت عدم وصول اعتراض مطابق مقررات اقدام خواهد گردید.

۱۴۶۹۱ م الف — رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک رودکی تهران

شناسه آگهی ۱۰۱۱۰۶۷

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه ابراهیم نصیرخانی (مالک) با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق طی شماره شناسه ۱۳۹۹۰۲۱۵۳۰۴۰۰۰۱۰۰- و رمز تصدیق شماره ۷۵۱۳۶۲ مورخ ۱۳۹۹/۰۴/۲۱ دفترخانه ۱۲۳ اسلامشهر تهران و برگ تقاضا بشماره وارده ۱۱۱۸۶ مورخ ۱۳۹۹/۰۴/۲۲ مدعی فقدان سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به ۱۳۷ یکصد و سی و هفت متر مربع به شماره ۳۴۵۶ فرعی از ۳ اصلی مفروز مجزی شده از ۱۷۵۳ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ بنام ابوالقاسم بلند ثبت و سند مالکیت به شماره چاپی ۵۱۷۷۶۴ صادر و تسلیم گردید سپس برابر سند قطعی شماره ۱۱۶۱۴ دفترخانه ۳۱۲ تهران شش دانگ به ابراهیم نصیرخانی منتقل شده است. بعلت جابه جایی مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی پلاک موصوف را نموده است لذا مراتب در اجرای 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 یا وجود اصل سند مالکیت نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این منطقه ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است اصل سند مالکیت پس از رویت و ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد لیکن به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نمی شود در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۴۶۹۲ م الف — کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران

شناسه آگهی ۱۰۱۱۰۶۸

آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله به شرکت فالق صنعت به شماره ثبت ۷۸۹۳۷ در اداره ثبت شرکت ها به نشانی تهران ضلع شمالی بلوار میرداماد پلاک ۱۸۵/۱ ابلاغ می شود بانک اقتصاد نوین شعبه آفریقا به استناد قرارداد شماره ۱-۱۱۸۹۳۵- ۱۱۵- ۱۰۲ مورخ ۱۳۹۲/۰۳/۲۱ جهت وصول مبلغ ۱۱۵/۵۷۵/۴۷۹/۷۴۱ ریال مشتمل بر اصل طلب و سود و خسارت تاخیر تادیه تا تاریخ ۹۴/۳/۳۰ و از آن تاریخ تا تاریخ تسویه کامل مطالبات طبق مقررات علیه ان شرکت و سایر متعهدین مبادرت به صدور اجرائیه نموده که پرونده اجرائی به کلاسه بایگانی ۹۴۰۰۳۰۲ در این اداره تشکیل شده و در جریان اقدام است. چون طبق گزارش مامور ابلاغ شرکت پست، ابلاغ اجرائیه به آن شرکت به دلیل عدم شناسائی نشانی میسر نشده؛ لذا به استناد تقاضای بستانکار و وفق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی لازم الاجراء، مفاد اجرائیه فوق الذکر یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی میشود. چنانچه ظرف مدت ۱۰ (ده) روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز رسمی ابلاغ اجرائیه محسوب می گردد اقدام به پرداخت بدهی خود ننمائید؛ عملیات اجرائی برابر مقررات علیه آن شرکت و متعهدین دیگر تعقیب خواهد شد. ضمنا اجرائیه در تاریخ های ۹۴/۵/۲۹ به شرکت لوله سازی ماهشهر و شرکت گروه صنعتی سدید ابلاغ شده است.

۱۴۶۸۹ م الف — رئیس اداره دوم اجرای اسناد رسمی تهران

شناسه آگهی ۱۰۱۱۰۶۴

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای امین اله شفائی به شماره ملی ۱۶۳۹۰۶۳۱۰۲ طی درخواست وارده شماره ۶۹۹/۶۲۵۳-۹۹/۷/۹ ارائه ۲ برگ استشهادیه وسایرمدارک لازم اعلام نموده مفاد ۲سهم از ۱۵سهم ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به پلاک ثبتی ۱۲۴۹۴۸اصلی واقع درهروابادبخش۷حوزه ثبتی خلخال دردفتراملاک جلد ۷۶صفحه ۱۰۳ذیل ثبت ۱۲۳۱۴ به نام نامبرده ثبت سند مالکیت به شماره چاپی۲۷۰۵۰۴الف۸۵صادر وتسلیم شده است و سند مالکیت مربوطه به علت جابجایی اثاثیه منزل مفقود شده است لذا مراتب عراجای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت دریک نوبت آگهی می شود تاهرکس نسبت به پلاک مزبور معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تاده روز بعد از انتشار آگهی به این اداره مراجعه واعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید واگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد ویا درصورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود بعد از طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی به نام مالک صادر وتسلیم خواهد شد

تاریخ انتشارروز چهار شنبه ۱۳۹۹/۷/۱۶

رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان خلخال - عیسی بدیعی

آگهی ابلاغ

ابلاغیه آگهی مزایده مربوط به پلاک ثبتی ۸۰۹/۲۱۲ به آقای علیرضا عسکری فرزند اصف راهن پرونده اجرایی کلاسه ۹۲۰۰۲۴۱

با سلام

احتراماً آقای علیرضا عسکری فرزند اصف با شماره شناسنامه ۲۴۲ راهن پرونده کلاسه ۹۲۰۰۲۴۱ بدینوسیله به شما ابلاغ می گردد آگهی مزایده پلاک ثبتی ۸۰۹/۲۱۲ متعلق به شما و مورد وثیقه پرونده اجرایی کلاسه ۹۲۰۰۲۴۱ له بانک صادرات شعبه پاسوج علیه شرکت نعلوئی ۲۰۲۲ تولید پلی کاربد الومینیوم در تاریخ ۱۳۹۹/۰۷/۰۵ در روزنامه کثیرالا انتشار فرصت امروز منتشر و مزایده در تاریخ ۱۳۹۹/۰۷/۲۰ در این اداره برابر مقررات انجام خواهد شد . لذا مراتب صرفا جهت اطلاع به شما ابلاغ می گردد.

تاریخ انتشار : ۱۳۹۹/۰۷/۱۶

سرپرست اداره اجرای اسناد رسمی پاسوج
مهرداد هست زاده

آگهی حصر وراثت

خانم سکینه کشاورز فرزند خدارحم دارای شناسنامه شماره ۳۵۷۹۶۷۰۸۱۶ به شرح دادخواست به کلاسه ۳۵۱ / ۹۹ ازاین شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان رضا دارائی فرزند حبیب به شماره شناسنامه ۱۸۳۸ درتاریخ ۱۱ / ۵ / ۹۹ درإقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته که ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصراست به :

۱- فاطمه دارائی فرزند رضا به شماره شناسنامه ۳۵۷۰۱۶۷۰۲۱ متولد ۱۳۸۴ صادره ازکنگان (دختر متوفی)

۲- فولاد دارایی فرزند رضا به شماره شناسنامه ۳۵۷۰۲۱۳۷۸۱ متولد ۱۳۸۹ صادره ازکنگان(پسرمتوفی)

۳- سکینه کشاورز فرزند خدارحم به شماره شناسنامه ۳۵۷۹۶۷۰۸۱۶ متولد ۱۳۵۱ صادره ازدیر(همسر متوفی)،لاغیر

اینک بانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را دریک نوبت یک مرتبه آگهی می نماید تاهرکسی اعتراضی دارد ویا وصیت نامه از متوفی نزد او باشداز تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به این شورا تقدیم دارد ولا گواهی صادر خواهد شد.

مسعودی - رئیس شعبه اول شورای حل اختلاف شهر دیر

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

براورای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۹۰۰۹۰۰۰۰۴۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک اتموت شرقی (معلم کلایه) تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سید جلال موسوی فرزند سیدجمال به شماره شناسنامه ۱۳۲ و شماره ملی ۵۸۰۹۵۱۲۹۳۲ صادره از اتموت شرقی نسبت به سه ممیز یک چهارم دانگ منتاع از عرصه و ششدانگ اعیانی یک باب خانه و محوطه متصل به مساحت ۳۵۳.۳۸ مترمربع قسمتی از پلاک ۲- فرعی از ۴۸- اصلی بخش ۱۸- قزوین واقع در روستای باغکلایه خریداری برابر سند عادی از وراث مرحوم سید جمال موسوی که مالک رسمی می باشد 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 نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول: ۱۳۹۹/۰۶/۳۰ تاریخ انتشاردوم ۱۳۹۹/۰۷/۱۶

ولی خواجوی کلائی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک اتموت شرقی (معلم کلایه)
قزوین –۱۳۸۶ /م الف

مفقودی

مجوز سلاح شکاری نوع ساچمه زنی دو لول روی هم مدل کوسه کالیبر ۱۲ با شماره ی ۹۱۸۷۱۵۶۸ ساخت کشور ترکیه مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

تاریخ انتشارنوبت اول: ۹۹/۷/۲
تاریخ انتشاردوم: ۹۹/۷/۱۶

قزوین

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای حسن حسن پور با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق که تحت شماره ۱۶۷۲۷ مورخ ۹۹/۵/۱۲ دفتر اسناد رسمی ۱۲۳ تهران و برگ تقاضای وارده ۱۳۳۸۹ مورخ ۹۹/۵/۱۳ مدعی فقدان سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان به مساحت ۳۶. ۸۲ متر مربع به شماره ۱۷۹۶۵ فرعی از ۶۷۳۵- اصلی مفروز از ۹۰۳ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران که در دفتر الکترونیکی ۱۳۹۸۲۰۳۰۱۰۲۵۰۳۹۷۹۲ و چاپی ۳۵۳۱۷۰ بنام حسن حسن پور ثبت و سند صادر و تسلیم گردیده است این ملک برابر سند ۴۲۹۵۱- ۹۸/۱۰/۴ دفترخانه ۱۲۳ تهران در رهن است. سپس وی به علت سهل انگاری سند مالکیت خود را گم و درخواست صدور سند مالکیت المثنی نموده است. لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم غیر از اسناد فوق و یا وجود سند مالکیت مذکور نزد خود باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم و رسید دریافت نمائید تا مورد رسیدگی قرار گیرد به اعتراض بدون ارایه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد. پس از انقضای مهلت مزبور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

۱۴۶۸۴ م الف — شهمیرزادی - رییس ثبت اسناد و املاک نارمک

شناسه آگهی ۱۰۱۱۰۵۰

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم محبوبه آقائی فرزند مرسل بشماره ملی ۰۰۶۴۰۷۷۴۴۶ وراثتا و وکالتا برابر وکالتنامه شماره ۱۷۹۱ مورخ ۸۹/۱۰/۲۸ دفترخانه ۳۴۵ تهران با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شماره تصدیق ۴۸۲۶۲۷ توسط دفتر اسناد رسمی شماره ۱۱۹۶ تهران و برگ تقاضای وارده شماره ۶۴۴۵ مورخ ۱۳۹۹/۰۲/۱۷ مدعی فقدان سند مالکیت ششدانگ یکدستگاه آپارتمان واقع در طبقه همکف بمساحت ۷۶/۴۲ متر مربع با حق استفاده از تراس واقع در ضلع جنوبی آپارتمان بمساحت ۸/۱۷ متر مربع قطعه اول تفکیکی شماره ۴۲ فرعی از ۸۳ اصلی مفروز و باقیمانده از فرعی و اصلی مذکور واقع در بخش یازده تهران ذیل ثبت ۹۲۴۹۴ صفحه ۳۵۱ دفتر ۲۸۰ بنام آقای نصراله غلامی ثبت و سند مالکیت تحت شماره چاپی۵۳۸۸۵۱ صادر شده است سپس مع الواسطه طبق سند شماره ۹۰۲۴۳ مورخ ۱۳۷۴/۰۸/۲۷ دفتر ۲۶۱ تهران به آقای مرسل آقائی قایش قورشاق منتقل شده که نامبرده برابر گواهی حصر وراثت مصدق شده تقدیمی بشماره دادنامه ۹۸۰۹۹۷۱۰۲۵۵۰۲۰۰۷ مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۰۶ شعبه ۱۵۵ مجتمع شماره چهار شورای حل اختلاف شهر تهران و گواهی نامه حصر وراثت بشماره دادنامه ۱۸۵۹ مورخ ۱۳۹۹/۰۱/۳۱ اداره کل امور مالیاتی تهران فوت شده است و ورثه حین الفوت وی عبارتند از: محبوبه آقائی، مهدی آقائی قایش قورشاق، معصومه آقائی قایش قورشاق، منا آقائی قایش قورشاق (فرزندان متوفی) و فاطمه جدی (همسر متوفی) است بعلت جابجائی مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی آنرا نموده است. لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار آگهی میگردد تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود سند مالکیت را نزد خود داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را بانضمام اصل سند مالکیت به این اداره تسلیم تا مورد رسیدگی قرار گیرد اصل سند مالکیت پس از ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد و به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت قانونی، المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۴۶۹۰ م الف — رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تهرانپارس

شناسه آگهی ۱۰۱۱۰۶۵

پیش نویس آگهی فقدان سند مالکیت

آقای مهدی قاسمی بنمایندگی از ستاد اقامه نماز و با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۴۹۳۲۸ مورخ ۹۹/۷/۵ دفترخانه ۲۳۶ تهران طی درخواست وارده بشماره ۴۹۰۱۴۲۹۸ مورخ ۹۹/۷/۵ و با اعلام اینکه: سند مالکیت کاداستری ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی بمساحت ۱۵۶. ۲۳ دسیمتر مربع بشماره ۳۷ فرعی از ۳۷۰۷ اصلی مفروز و مجزی شده از اصلی مذکور واقع در بخش ۳ تهران ذیل دفتر الکترونیکی بشماره ۱۳۹۷۲۰۳۰۱۰۴۹۰۲۵۱۹۸ بنام ستاد اقامه نماز ثبت و بشماره چاپی ۳۷۷۹۲۹ سری د سال ۹۷ صادر و تسلیم گردیده است و مالک ادعای مفقودی سند مالکیت مزبور را بعلت جابجائی نموده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت خود از پلاک مذکور را نموده است علیهذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت و در یکی از جراید آگهی میشود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد طبق مقررات و تشریفات اداری المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم مالک خواهد شد.

۱۴۶۸۶ م الف — مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ولیعصر تهران

شناسه آگهی ۱۰۱۱۰۵۶

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

بدینوسیله به آقای مسعود قدرت نام پدر: محسن تاریخ تولد: ۱۳۶۲/۰۶/۳۱ شماره ملی: ۲۲۹۷۸۱۳۲۴۴ شماره شناسنامه: ۱۹۵۵ به نشانی: م هروی خ مکران ب ۶۷ ابلاغ میشود که پاسارگاد تاریخ ایجاد: ۱۳۸۴/۰۶/۱۳ شناسه ملی: ۱۰۱۰۲۹۴۶۹۵۶ به استناد چک بشماره ۶۷۲۹۹۲ تاریخ ۱۳۹۴/۰۷/۲۷ عهده بانک پاسارگاد شعبه گاندی به مبلغ ۲۷/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال جهت وصول قسمتی از وجه چک مزبور به مبلغ ۳/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال علیه شما اجراییه صادر و پرونده اجرایی به کلاسه ۹۸۰۴۰۳۴ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۹۸/۱۰/۲۴ مامور اداره پست محل اقامت شما بشرح متن سند شناخته نشده و بستانکار هم اعلام نموده نمیتواند شما را جهت ابلاغ واقعی معرفی نماید لذا به تقاضای وارده شماره ۹۹/۴/۱۴- ۱۴۰۱۱۱۵۷ 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 موظف خواهید بود نسبت به تعریف و ثبت نامه کاربری در سامانه الکترونیکی اقدام نمایند.

۱۴۶۸۷ م الف — اداره چهارم اجرای اسناد رسمی تهران

شناسه آگهی ۱۰۱۱۰۵۸

عادت‌هایی که می‌تواند موجب اخراج کارمندان شود

عادت‌های خطرناک کارآفرینان

به قلم: ایوان ویدجایا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل‌علی

علاقه به فعالیت در حوزه کسب و کار مربوط به طیف خاصی از افراد نیست. امروزه بسیاری از کارآفرینان و کارمندان در شرکت‌های مختلف نسبت به کار شما علاقه بالایی نشان می‌دهند. این امر ناشی از حضور در عرصه‌های مناسب فعالیت و علاقه شخصی است. بدون شک وقتی یک کارآفرین یا کارمند به حوزه فعالیتش علاقه دارد، نسبت به مدیریت وضعیت کاری و کاهش ریسک‌های موجود در زمینه وضعیت کاری‌اش اقدام خواهد کرد. متاسفانه برخی از کارمندان در شرکت‌های بزرگ با اشتباهات کوچک و ساده سابقه‌شان را زیر سوال می‌برند. برخی از عادت‌های کارآفرینان نیز همین مسئله را ایجاد می‌کند. بسیاری از کارآفرینان در مقیاسی وسیع نسبت به مدیریت وضعیت کاری‌شان و کاهش رفتارهای نامناسب اقدام نمی‌کنند. عادت‌های نامناسب در زمینه کسب و کار و همکاری با شرکت‌های بزرگ همیشه موجب دردسر می‌شود. در ادامه مقاله کنونی به بررسی برخی از عادت‌های نامناسب کارآفرینان و کارمندان خواهیم پرداخت. اگر شما نیز دارای یکی از عادت‌های ذیل هستید، باید هرچه سریع‌تر نسبت به ترک آن اقدام نمایید. در غیر این صورت هر لحظه امکان مواجهه با پیام اخراج از سوی شرکت وجود خواهد داشت.

۱. سیگار کشیدن

استفاده از سیگار یکی از عادت‌های نامناسب و آزاردهنده برای اطرافیان است. برخی از کارآفرینان حتی در محل کار نیز اقدام به استفاده از سیگار می‌کنند. یکی از نمونه‌های مناسب در زمینه تاثیر منفی سیگار بر روی وضعیت کاری مربوط به حضور در جلسه‌های مهم است. اگر یک کارآفرین در جلسه کاری همراه با بوی سیگار حضور پیدا کند، برداشت مناسبی از وی در میان همکارانش صورت نخواهد گرفت. این یک امر طبیعی محسوب می‌شود. به هر حال هیچ کارآفرین یا شرکتی تمایل به همکاری با یک فرد درگیر مشکلات در زمینه ترک سیگار ندارد. بسیاری از مشکلات تنفسی ناشی از استفاده از سیگار است بنابراین ترک استفاده از آن برای حفظ سلامت فرد و افراد اطرافش ضروری خواهد بود. امروزه بسیاری از شرکت‌های بزرگ قوانین مختلفی در زمینه ضرورت ترک سیگار یا حتی منع استفاده از آن تعیین کرده‌اند. این قوانین در صورت عدم رعایت از سوی کارآفرینان یا اعضای شرکت نتایج ناگواری مانند اخراج در پی خواهد داشت.

۲. پرهیز از پذیرش مسئولیت

افراد در زمینه حضور در سازمان‌های تجاری باید نسبت به مسئولیت اقدامات‌شان توجه داشته باشند. متاسفانه برخی از کارمندان در صورت بروز مشکل از پذیرش هرگونه مسئولیتی پرهیز می‌کنند. این امر مشکلات سازمان را به شدت پیچیده خواهد کرد. بدون تردید در پایان ماجرا مسئول اصلی ایجاد بحران در قالب تیم کاری یا یک فرد مشخص خواهد شد. نکته مهم در این میان پذیرش مسئولیت از همان روز نخست است. اگر کارمندان و مدیران ارشد مسئولیتشان را به خوبی پذیرا باشند، احتمال بروز ریسک‌های بزرگ در عرصه کسب و کار کاهش پیدا خواهد کرد. امروزه بسیاری از کارمندان به دلیل عدم آشنایی با فرآیندهای کاری و مسئولیت‌شان اقدام به پذیرش ریسک‌های بزرگ می‌کنند. این امر نتیجه به شدت منفی بر روی وضعیت کسب و کارها بر جای می‌گذارد.

۳. تاخیر در زمینه حضور در دفتر کار

حضور به موقع در محل کار اهمیت بسیار زیادی دارد. شرکت‌ها اغلب اقدام به تعیین ساعت‌های مشخص برای حضور و خروج کارمندان می‌کنند. این امر امکان فعالیت منظم و ایجاد هماهنگی در میان بخش‌های مختلف شرکت را فراهم می‌کند. بدون تردید برخی از شرکت‌ها دارای ساعت‌های کاری منعطف‌تری هستند، اما در نهایت کارمندان باید تابع تصمیم‌گیری‌های مدیران در زمینه ساعت‌های کاری باشند. اگر یک یا چند کارمند برای مدت زمانی طولانی اقدام به حضور با تاخیر در محل کار نمایند، تیم مدیریتی برای آنها تشکیل جلسه فوری خواهد داد. متاسفانه اغلب شرکت‌ها شانس دوباره با کارمندان دارای تاخیر در زمینه حضور در محل کار نمی‌دهند. این امر حتی برای مدیران ارشد شرکت‌ها نیز یکسان است. با این حساب حضور به موقع در محل کار باید به عنوان یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر لحاظ شود.

حضور به موقع در محل کار تاثیر بسیار مثبتی بر روی ذهنیت دیگران از ما دارد. بسیاری از کارمندان حتی اندکی زودتر از ساعت شروع به کار در دفتر حضور پیدا می‌کنند. این امر با هدف سازماندهی هرچه بهتر شرایط برای شروع کار در ساعت مقرر است بنابراین حضور به موقع در محیط کار باید اولویت اصلی کارآفرینان و کارمندان باشد.

۴. عدم توجه به خواب مناسب

استراحت مناسب در طول شبانه روز اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر ساعت کاری شما در عرصه کسب و کار شامل صبح بسیار زود است، باید ساعت خواب‌تان را با این شرایط هماهنگ سازید. بسیاری از کارمندان و کارآفرینان شب‌ها تا دیروقت بیدار هستند. این امر حتی اگر با هدف مدیریت امور کسب و کار هم باشد، مضر خواهد بود بنابراین باید نسبت به این شرایط تجدیدنظر اساسی روا داشت. کسب و کارهای مختلف در زمینه ارزیابی وضعیت کارمندان به میزان خستگی‌شان در هنگام فعالیت توجه دارند. اگر یک کارمند دچار خستگی بیش از اندازه باشد، به احتمال زیاد نسبت به ساعت‌های مناسب خواب و استراحت بی‌توجه بوده است. این امر شرایط بسیار دشواری برای برندها به منظور مدیریت کارمندان ایجاد خواهد کرد. واکنش بسیاری از برندها نسبت به این شرایط اخراج کارمندان موردنظر است بنابراین در صورت عدم رعایت نکات مربوط به استراحت مناسب و به موقع امکان از دست دادن شغل افراد وجود خواهد داشت.

۵. منفی‌باقی مداوم

نگاه منفی به امور مختلف در حوزه کسب و کار امر رایجی محسوب می‌شود. بسیاری از تیم‌های کاری در تلاش برای افزودن افرادی با نگاه منفی به دامنه همکاران‌شان هستند. این امر با هدف ایجاد تردید نسبت به تصمیم‌های نهایی و بهبود کیفیت‌شان تا جای ممکن است. نکته مهم در این میان تعیین مرزی میان نگاه منفی به وضعیت کاری و منفی‌باقی مداوم است. اگر یک کارمند به طور مداوم نگاه منفی به تمام فعالیت‌های برند داشته باشد، امکان تاثیرگذاری و جلب نظر همکارانش را از دست خواهد داد.

بسیاری از برندها به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه مدیریت کارمندان منفی‌باف مواجه هستند. اگر شرکت‌ها در زمینه مدیریت وضعیت آنها راهکار مطلوبی پیدا نکنند، سرنوشت نهایی آنها اخراج خواهد بود. بدون تردید از دست دادن موقعیت شغلی به دلیل منفی‌بافی بار مالی سنگینی بر روی برندها ایجاد می‌کند بنابراین اگر شما به عنوان کارمند یا کارآفرین حاضر در یک شرکت اظهارنظرهای منفی زیادی دارید، باید نسبت به کاهش تعدادشان اقدام نمایید. در غیر این صورت شاید به زودی مجبور به جست‌وجو برای شغلی تازه شوید.

۶. عدم مشارکت با تیم کارمندان

امروزه اغلب کارها در شرکت‌ها به صورت تیمی مدیریت می‌شود. اگر یک کارمند در شرایط کنونی توانایی یا تمایل حضور در تیم‌های کاری را نداشته باشد، وضعیت برای پیشبرد طرح‌های مختلف دشوار خواهد شد. تاکید اصلی مدیران ارشد برای استخدام کارمندان ارزیابی توانایی همکاری تیمی‌شان است بنابراین اگر یک کارمند این توانایی را از دست بدهد، به زودی با مشکلات زیادی مواجه خواهد شد.

خوشبختانه امروزه کلاس‌های آموزشی بسیار زیادی در زمینه روابط عمومی و تعامل با دیگران وجود دارد. بدون شک چنین دوره‌هایی امکان بهره‌گیری از سوی کارمندان را نیز دارد بنابراین در صورت تردید نسبت به توانایی‌های‌تان باید نسبت به حضور در کلاس‌های موردنظر اقدام نمایید. در غیر این صورت وضعیت بسیار دشواری برای تداوم حضور در برند موردنظر خواهید داشت.

منبع: noobpreneur.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| چهارشنبه | ۱۶ مهر ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۴۰ | 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

در محل کار خود واقعی‌تان را به نمایش نگذارید

امروزه جمله‌ای که بیشتر از همیشه برای رسیدن به موفقیت در زندگی کاری‌تان از دیگران می‌شنویم جمله «خودت باش» است. این عبارت کوتاه را مدیران ارشد شرکت‌های بزرگ و یا سخنرانان جشن‌های فارغ‌التحصیلی در دانشگاه‌ها، همه از آن استفاده می‌کنند، در دید اول کاملا منطقی و کاربردی به نظر می‌رسد، اما آیا در بازار کار هم واقعاً مفید خواهد بود؟

یکی از افرادی که توانسته است با موفقیت از این جمله استفاده کند معاون ارشد کمپانی نرم‌افزاری «ScribbleLive» کانادا، «مایکل فردریش» است. عبارت خودت باش برای فردریش این معنا را داشته که سر کار شلوارک بپوشد و با مشتریان بالقوه خودمانی باشد و تاکنون با همین سبک کار کردن توانسته به زندگی موفقی دست پیدا کند. مطابق گفته‌های آقای فردریش، او توانسته به لطف تسلط داشتن روی زبان‌های خارجی و مهارت‌های رفتاری که در طول سفرهای خود به دست آورده، به جای رفتن به دانشگاه کسب کرده، شغل‌هایی با درآمد بالا به دست بیاورد. او توانسته برخلاف رفتارهای غیرعادی خود در شرکت، ارتقای درجه هم به دست آورد.

مایکل ۴۴ ساله می‌گوید: «نگران خراب شدن وجهه خودم به معنای سنتی کلمه نیستم. من خودم را همین گونه که هستم قبول کرده‌ام و به این موضوع افتخار می‌کنم.» اما آیا عبارت «خودت باش» در مورد تمام افراد صادق است؟ چه میزان از خودِ واقعی را باید به همکاران‌مان نشان دهیم؟ و آیا این نوع رفتار برای بعضی افراد نسبت به دیگران مناسب‌تر است یا خیر؟

مرزهای ناپیدا

مطابق گفته‌های پروفسور «هرمینیا ایبارا»، مدرس رفتار و رهبری سازمانی در دانشکده‌های بازرگانی دانشگاه‌های لندن و اینسید فرانسه، نشان دادن خودِ واقعی همیشه گزینه مناسبی نیست و گاهی هم نتیجه‌ای برعکس دارد.

مطابق تحقیقات او، افرادی که ارتقای درجه پیدا می‌کنند، اگر تصویر ثابتی از خودِ واقعی داشته باشند، معمولاً بیش از دیگران با ریسک عدم دستیابی به موفقیت در نقش جدید مواجه می‌شوند. آنها به جای تطبیق دادن خودشان با شرایط جدید، همچنان مثل گذشته عمل می‌کنند.

طبق حرف‌های خانم ایبارا، برای مثال افرادی که بسیار خودمانی و صمیمی هستند، افکار و احساسات خودشان را با دیگران به اشتراک می‌گذارند و در نتیجه باعث می‌شود تا اعتبار و تاثیرگذاری‌اش را از دست بدهد. او همچنین اعتقاد دارد که: «ساده‌ترین تعریف از خودِ واقعی، صادق بودن با خویشتن است، اما در واقع خویشتن می‌تواند خودِ امروز من باشد، خودی که همیشه بوده‌ام یا خودی که فردا خواهم بود.»

خودارزیابی

مردم معمولا «واقعی بودن» را یک بهانه برای ماندن در محیط امن اطراف خود قرار می‌دهند. مطابق حرف‌های ایبارا افراد بیشتر اوقات می‌گویند: «من این‌گونه نیستم.» و با این طرز تفکر، از تغییرات و تحولات فرار می‌کنند.

با استناد به حرف‌های «مارک اسنایدر»، روانشناس اجتماعی که در دانشگاه مینه سوتا، راحتی افراد برای مطابقت دادن رفتارشان با شرایط جدید، بستگی به میزان «آفتاب پرست» یا «رُک» بودن‌شان دارد. او برای تعیین میزان این موضوع یک تست روانشناسی با عنوان «ترازوی خودارزیابی» طراحی کرده است.

اسنایدر اعتقاد دارد آفتاب پرست‌ها، زندگی را یک فرصت برای بازی در نقش‌های مختلف می‌دانند، در نهایت کلمات و حرکات خود را برای تاثیرگذاری مناسب، با دقت انتخاب می‌کنند. در مقابل انسان‌های رک، روابط اجتماعی را نوعی وسیله برای به نمایش گذاشتن خودِ واقعی‌شان قرار می‌دهند.

مشکل اصلی با عبارت «خودت باش» در بازار کار، مزیت شاخص آفتاب پرست‌ها نسبت به انسان‌هایی است که صادق هستند چرا که بیشتر مشاغل خصوصا در سطوح بالای سازمانی، نیاز دارند تا از نقش بازی کردن و مهارت‌های اثرگذاری استفاده کنند و بیشتر مناسب افرادی است که رفتار خودشان را متناسب با شرایط عوض می‌کنند.

ثابت کردن لیاقت

مجموعه تحقیقاتی که در این زمینه صورت گرفته حاکی از آن است که اتفاقا وقتی که شما به سطوح بالای سازمانی می‌رسید، قدرت و فرصت مناسبی برای «واقعی» بودن خودتان پیدا می‌کنید؛ در حقیقت برای اینکه به چیزی که روانشناسان اجتماعی آن را «اعتبار فردی» می‌نامند، برسید، باید زمان زیادی صرف کنید.

پروفسور ایبارا بیان می‌کند: «افراد مسن امتحان کرده‌اند، آزمایش انجام داده‌اند، از طریق آزمون و خطا نسخه‌های مختلفی از خودشان را تجربه کرده‌اند، هر آنچه که به دردشان می‌خورد را پیدا کرده‌اند و در نهایت سبک خودشان را ایجاد کرده اند. آنها با حسن نیت به دانشجویانی که جوان هستند می‌گویند خودت باش، در حالی که از یاد می‌برند که همین فرآیند، برای خودشان چیزی نزدیک به ۳۰ سال طول کشیده است.»

«جرمیا استون» مسئول استخدام در شرکت «Hudson PRO» در نیویورک می‌گوید: «قسمتی از خطر جمله خودت باش در این موضوع پنهان شده است که مردم تصور می‌کنند تا همین حد هم کافی است. منظور از این جمله این نیست که وقتی شما به یک مصاحبه یا یک محیط کاری می‌روید باید با دیگران هم مثل رفیقان خود رفتار کنید، بلکه به این معنا است که وارد ارتباط واقعی با افراد دیگری هم بشوید که شخصیت شما را درک کنند و مسائل مهم و چیزهایی که برای شما ارزشمند هستند را خواهند شناخت. در مجموع جمله «خودت باش» نصیحت بدی نیست، اما صرفا کاربردی هم نخواهد بود.

دیدگاه مایکل فردریش هم در باب این موضوع جالب است، او عبارت «خودت باش» را جمله‌ای عاقلانه نمی‌داند و می‌گوید: «چطور می‌توانی خودت باشی وقتی هنوز خودت را نشناختی؟ خودت را بشناس و ببین چه چیزی باعث خوشحالی تو می‌شود.»

منبع: Business Insider/ucan