روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی

چهارشنبه ۲۷ اسفند ۱۳۹۹

Wed. 17 Mar 2021

۳ شعبان ۱۴۴۲ - سال هفتم

شماره ۱۷۴۹- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

صعود ۳۶ هزار واحدی
در بیست و ششمین روز اسفندماه

رشد بورس رکورد زد

فرصت امروز: بورس تهران به روند صعودی خود در روزهای آخر اسفند ادامه داد و شاخص کل بورس در بیست و ششمین روز اسفندماه با رشد ۳۶ هزار و ۳۰۹ واحدی در ارتفاع یک میلیون و ۲۹۰ هزار واحد...

۵



روحانی در شصتمین مجمع سالیانه بانک مرکزی:

بانک‌های ایرانی باید بتوانند با بانک‌های دنیا تعامل کنند

۴

یادداشت

اقتصاد ایران در افق ۱۴۰۰

هادی حق شناس
کارشناس اقتصادی

شرایط اقتصادی در سال ۹۹ در مقایسه با سال‌های گذشته بسیار سخت بود و می‌توان این سال را سخت‌ترین سال اقتصادی ایران دانست. همه‌گیری کرونا در این سال نه تنها اقتصاد ایران بلکه اقتصاد جهان را متوقف کرد. شیوع کووید-۱۹ قوی‌ترین اقتصادهای جهان را هم به زانو درآورد و باعث شد نرخ تورم و بیکاری دورقمی را ثبت کنند. میلیون‌ها نفر در سطح جهان نیز به دلیل همه‌گیری این ویروس بیکار شدند. اثر همه‌گیری کرونا برای ایران شدیدتر بود، چراکه اقتصاد ایران با چالش‌های ناشی از تحریم هم دست وپنجه نرم می‌کرد. تحریم‌هایی که در سال ۹۹ به اوج خود رسید، هرچند نقطه آغاز آن سال ۹۷ بود. این نکته را هم باید در نظر گرفت که در ۴ دهه گذشته از جمله در سال‌های ۹۱ و ۹۲، بنیان اقتصاد ایران به دلیل تحریم، ضعیف شده است. اما با وجود همه شوک‌ها، اقتصاد...

۳

اقتصاد ایران آخرین سال قرن را چطور پشت سر گذاشت؟

در تنگنای تحریم و کرونا

فرصت امروز: اقتصاد ایران در آخرین سال قرن علاوه بر تحریم‌ها با شیوع کرونا نیز دست و پنجه نرم کرد و در حالی که بانک مرکزی مدعی رشد اقتصادی مثبت در سال ۱۳۹۹ است، اما مرکز آمار ایران این رشد را منفی می‌داند. چند روز قبل بود که رئیس‌کل بانک مرکزی در یادداشتی اینستاگرامی از رشد مثبت اقتصادی خبر داد و نوشت: «براساس گزارش اداره حساب‌های اقتصادی بانک مرکزی، رشد اقتصادی کشور که از فصل دوم سال جاری مثبت شده بود، در...

۳

۷۰ سال از ملی‌شدن صنعت نفت ایران گذشت

خواب آشفته نفت

۲

مدیریت و کسب‌وکار



- اتفاق نظر در کار تیمی؛ یک تله برای تصمیم‌گیری
- چین می‌خواهد امپراتوری علی‌بابا را از بین ببرد
- چگونه در زمینه فروش موفق عمل کنیم؟
- برترین ایده‌های بازاریابی برای فصل بهار
- بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی برای نسل جوان

عنوان ایلان ماسک در تسلا از «مدیرعامل» به «پادشاه فناوری» تغییر کرد

۸ تا ۱۶

کدام کشورها بیشترین سهم را در انتشار کربن و گرمایش زمین دارند؟

سبزترین سال ۲ قرن گذشته

فرصت امروز: هرچند بحران کرونا در سال ۲۰۲۰ مشکلات و چالش‌های زیادی را در اقتصاد جهان ایجاد کرد، اما به نظر می‌رسد که این سال دست‌کم برای محیط زیست سال خوبی بود؛ کما اینکه در این سال برای نزدیک به ۶۷ روز هیچ زغال سنگی در صنعت بریتانیا استفاده نشد. این بیشترین دوره عدم استفاده از زغال سنگ در بریتانیا از زمان انقلاب صنعتی تاکنون است و باعث شد تا سال ۲۰۲۰ به عنوان سبزترین سال دو قرن اخیر در بریتانیا و اغلب نقاط جهان معرفی شود.

از سال ۲۰۱۵ که سران دنیا در پاریس گردهم آمدند و توافق زیست‌محیطی پاریس را امضا کردند تا همین امروز، تحولات زیادی در جهان اتفاق افتاد که برخی باعث شدند انتشار کربن در دنیا بیشتر شود و برخی موجب اختلال در مسیر انتشار کربن شدند. یکی از این تحولات، همه‌گیری کرونا بود که انتشار کربن در سطح دنیا را کاهش داد. اگرچه کارشناسان معتقدند کاهش انتشار کربن تنها برای یک سال نمی‌تواند تأثیر چندانی در محیط‌زیست داشته باشد و باید تمهیدی بلندمدت برای مقابله با آن اندیشید.

طبق آمارهای رسمی، ۱۸۹ کشور دنیا عضو پیمان زیست‌محیطی پاریس هستند که ۸۱ درصد از انتشار گازهای گلخانه‌ای دنیا را برعهده دارند. هرچند دونالد ترامپ پس از پیروزی در انتخابات سال ۲۰۱۶ از این توافق جهانی خارج شد، ولی جو بایدن اعلام کرده به سرعت به توافق پاریس بازخواهد گشت. در صورتی که آمریکا به کشورهای عضو توافق پاریس اضافه شود، کشورهای عضو این توافق مسئول انتشار ۹۳ درصد از گازهای گلخانه‌ای دنیا خواهند بود و سیاست‌گذاری این کشورها در جهت کاهش انتشار کربن می‌تواند تأثیر چشمگیری بر محیط زیست داشته باشد.

البته ۱۹ کشور از کشورهای عضو توافق پاریس که همه در دسته اقتصادهای صنعتی و توسعه‌یافته هستند، برنامه‌های بلندمدتی برای کربن‌زدایی اقتصادهای‌شان انجام داده‌اند. این برنامه‌ها شامل استفاده از سوخت‌های پاک به جای سوخت‌های فسیلی و تغییر زیرساخت‌های صنعتی است که انتظار می‌رود زمینه را برای کاهش انتشار کربن فراهم کند. از جمله این کشورها می‌توان به ژاپن، آلمان، کانادا و مکزیک اشاره کرد و آمریکا هم اعلام کرده در این طرح مشارکت می‌کند.

۱۰ کشوری که بیشترین انتشار کربن را دارند

براساس آنچه مجمع جهانی اقتصاد گزارش داده است، کشورهای چین، آمریکا، اتحادیه اروپا، هند، روسیه پنج کشور بزرگ آلاینده در دنیا هستند. البته اتحادیه اروپا که در این فهرست جایگاه سوم را دارد شامل ۲۷ کشور است. در جایگاه ششم تا دهم این فهرست نیز کشورهای ژاپن، برزیل، اندونزی، ایران و کانادا قرار دارند. این ۱۰ کشور که دوسوم کل انتشار کربن دنیا را به خود اختصاص داده‌اند یا در رده اقتصادهای صنعتی هستند که کارخانه‌های صنعتی فعال با انرژی‌های فسیلی دارند و یا در رده کشورهای در حال توسعه هستند که از انرژی‌های فسیلی بهره می‌گیرند.

در سال ۲۰۱۸ میلادی چین ۲۷٫۲ درصد از کل گازهای آلاینده دنیا را تولید کرد، در حالی که سهم آمریکا در انتشار کربن دنیا ۱۴٫۶ درصد، سهم هند ۶٫۸ درصد، سهم روسیه ۴٫۷ درصد و سهم ژاپن ۳٫۳ درصد بود. کشور کره جنوبی که در میان ۱۰ کشور بزرگ آلاینده دنیا قرار ندارد ولی از نظر سرانه انتشار کربن در زمره ۱۰ کشور اول دنیاست، در سال ۲۰۱۸ میلادی مسئول انتشار ۱٫۷ درصد از گازهای آلاینده دنیا بود و سهم ایران در انتشار کربن دنیا به ۱٫۹ درصد رسید.

طبق گزارش مجمع جهانی اقتصاد، چین و آمریکا و اتحادیه اروپا ۱۶ برابر ۱۰۰ کشور کم‌آلاینده انتهای این فهرست، گاز دی اکسید کربن منتشر می‌کنند و در مجموع ۴۱٫۵ درصد از کل انتشار کربن دنیا را به عهده دارند. حال آنکه ۱۰۰ کشور کم‌آلاینده دنیا که اغلب در زمره اقتصادهای کوچک و فقیر دنیا هستند تنها ۳٫۶ درصد از کل انتشار کربن دنیا را به خود اختصاص داده‌اند. کارشناسان بر این باور هستند که دنیا نمی‌تواند با بحران تغییرات جوی مبارزه کند و از انتشار کربن بکاهد، مگر اینکه سیاست‌های ۱۰ کشور مذکور تغییر کند و آنها در مسیر استفاده از سوخت‌های پاک حرکت کنند.

در بخش دیگری از این گزارش همچنین درباره سرانه انتشار کربن این کشورها صحبت شده است. براساس آمارها، آمریکا بالاترین سرانه انتشار کربن در دنیا را دارد که در سال ۲۰۱۸ برابر با ۱۷٫۹۷ تن بود. البته سرانه انتشار کربن این کشور نسبت به سال ۲۰۱۶ کمتر شده بود ولی باز هم تا رسیدن به وضعیت نرمال فاصله زیادی داشت. سرانه انتشار کربن در روسیه تقریبا برابر با آمریکاست، در حالی که ارزش اقتصادی این کشور فاصله زیادی با آمریکا دارد. بخش انرژی در این کشور به خصوص بخش تولید نفت و گاز مسئول اصلی انتشار حجم زیادی کربن از کشور روسیه در هر سال است. طبق آخرین آمار موجود که برای سال ۲۰۱۸ است، سرانه انتشار کربن در روسیه ۱۷٫۲۸ تن بود که نسبت به سال ۲۰۱۶ رشد کرده است (در سال ۲۰۱۶ سرانه انتشار کربن روسیه ۱۷٫۱۲ تن بود). این در حالی است که چین که بالاترین حجم انتشار کربن در دنیا را دارد تنها ۸٫۷۲ تن کربن به ازای هر نفر منتشر می‌کند که نسبت به سال ۲۰۱۶ با افزایش ۱۰۰ کیلوگرمی به ازای هر نفر همراه بود.

ایران که در فهرست کشورهای آلاینده دنیا جایگاه نهم را دارد، از نظر سرانه انتشار کربن جایگاه چهارم را به خود اختصاص داده است. در سال ۲۰۱۸ سرانه انتشار کربن در ایران بعد از تجربه افزایش ۱۰۰ کیلوگرمی نسبت به سال ۲۰۱۶ به مرز ۱۰٫۱ تن رسید. نکته مهم دیگری که در این گزارش اشاره شده است، آن است که کره جنوبی در میان ۱۰ کشور آلاینده دنیا قرار نداشته، ولی از نظر سرانه انتشار کربن در دنیا جایگاه سوم را به خود اختصاص داده است. آمارها نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۸ سرانه انتشار کربن در کره جنوبی ۱۳٫۸۳ تن بود که نسبت به سال ۲۰۱۶ افزایش داشت.

کدام یک از بخش‌های اقتصاد آلاینده‌تر هستند؟

از سال ۱۹۹۰ تاکنون انتشار کربن از ۱۰ کشور بزرگ آلاینده در دنیا ۴۷ درصد رشد کرده است. در این بازه زمانی سرانه انتشار کربن در آمریکا، اتحادیه اروپا، روسیه و ژاپن روند نزولی داشته، در حالی که در برزیل تغییر محسوسی در سرانه انتشار کربن تجربه نشد. در سوی مقابل، سرانه انتشار کربن در کشورهای چین، هند، اندونزی، ایران و کره جنوبی افزایش پیدا کرد. کاهش نرخ رشد انتشار کربن از سال ۲۰۱۳ تاکنون خبر بسیار خوبی است و می‌تواند نویدبخش روزهای بهتری باشد. نکته مهم این است که در شماری از کشورها در شرایطی نرخ رشد انتشار کربن کاهشی بود که اقتصاد با سرعت رشد می‌کرد. بررسی‌ها نشان داده است ۲۱ کشور دنیا اثبات کردند که با کاهش انتشار کربن هم می‌توان رشد اقتصاد را شاهد بود و برای تجربه رشد لزوما افزایش انتشار کربن اتفاق نمی‌افتد. ولی این خبرهای مثبت در مقایسه با بزرگی بحران چندان زیاد نیست و به همین دلیل ضروری است که برنامه‌ای مدون و قابل اجرا برای مقابله با تغییرات جوی و انتشار کربن در دنیا وضع شود و همه کشورها خود را ملزم به رعایت این برنامه کنند.

سوال مهم این است که کدام‌یک از صنایع فعال در این کشورها آلایندگی بیشتری دارد و عامل اصلی قرار گرفتن آنها در این فهرست چیست؟ در پاسخ باید گفت، در کشور چین صنعت تولید برق و گرما آلاینده‌ترین صنعت است زیرا اغلب نیروگاه‌های فعال در این کشور نیروگاه‌های زغال سنگی هستند و تولید برق در این کشورها بسیار آلاینده است. بخش تولید و بخش‌های صنعت و حمل و نقل و کشاورزی از نظر میزان انتشار کربن در چین در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. در آمریکا نیز بخش تولید برق و گرما اولین صنعت آلاینده است زیرا صنعت برق این کشور هم با زغال سنگ و سوخت‌های فسیلی کار می‌کند. در جایگاه دوم صنعت حمل و نقل قرار دارد و سومین صنعت آلاینده در آمریکا هم صنعت ساختمان است. تولید و کشاورزی نیز در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

در بیست و هفت کشور عضو اتحادیه اروپا هم آلاینده‌ترین صنعت، صنعت برق است و حمل و نقل و ساختمان و کشاورزی در رتبه‌های بعدی جای گرفته‌اند. در هند، روسیه و ژاپن هم صنعت برق بیشترین سهم انتشار کربن را در کشور دارد ولی در هند کشاورزی و تولید در رده‌های دوم و سوم از نظر میزان آلایندگی قرار دارد. در برزیل نیز آلاینده‌ترین صنعت کشاورزی است و در سه کشور دیگر اطلاعات کاملی در مورد آلاینده‌ترین صنعت ارائه نشده است. حال با در نظر گرفتن همین آمارها مشخص می‌شود که صنعت برق و صنعت تولید گرما بیشترین سهم انتشار کربن را دارد و اگر دنیا به سمت تولید برق پاک حرکت کند و از پنل‌های خورشیدی و یا نیروگاه‌های بادی و آبی برای تولید برق استفاده کند، می‌تواند بخش زیادی از مشکل انتشار کربن در سطح دنیا را برطرف نماید.

آلاینده‌ترین بخش اقتصاد جهانی کدام است؟

اما فارغ از این مسئله که در هر کشوری چه بخشی از اقتصاد بیشترین حجم از کربن را منتشر می‌کند، یک سؤال اساسی و مهم دیگر این است که در کل دنیا آلاینده‌ترین بخش اقتصاد کدام است. بر طبق بررسی‌های انجام‌شده از سال ۱۹۹۰ تاکنون بخش انرژی شامل بخش تولید برق، حمل ونقل، تولید، ساختمان و تولید سوخت‌های فسیلی آلاینده‌ترین بخش اقتصاد است و بیشترین سهم را در انتشار کربن دنیا برعهده دارد. آمارها نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۸ میلادی این بخش ۷۳ درصد از انتشار کربن دنیا را برعهده داشت و در سال ۲۰۱۹ این سهم به ۷۵ درصد رسید. اگرچه با شیوع کرونا و تعطیلی‌های وسیع در کشورهای مختلف و توقف پروازهای بین‌المللی این شرایط تغییر کرد و سهم این بخش اندکی تنزل یافت، ولی این وضعیت موقتی است و اگر برنامه‌ای جامع برای اصلاح این روند تدوین و اجرا نشود، نمی‌توانیم منتظر اصلاح شرایط محیط زیست و کاهش انتشار کربن باشیم.

آمارها نشان می‌دهد از سال ۱۹۹۰ تاکنون میزان انتشار کربن از بخش انرژی در دنیا ۵۶ درصد رشد کرده است ولی بررسی نرخ رشد سالانه انتشار کربن نشان می‌دهد که از سال ۲۰۱۳ تاکنون ما شاهد کاهش نرخ رشد سالانه انتشار کربن هستیم، به این معنا که طی پنج سال پایانی مطالعه یعنی از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸ میلادی انتشار کربن سالانه ۳٫۵ درصد رشد کرده است در حالی که در دهه ۱۹۹۰ نرخ رشد سالانه انتشار کربن از بخش انرژی دنیا بالغ بر ۶ درصد بود. بخش دیگری که از سال ۱۹۹۰ تاکنون میزان انتشار کربن آن روند صعودی داشت، بخش کشاورزی است. در این بازه زمانی انتشار کربن از این بخش ۱۲ درصد رشد کرده است و دومین بخش آلاینده اقتصاد است. انتشار کربن از بخش کاربری زمین و جنگل‌داری که سومین بخش آلاینده اقتصاد است در این بازه زمانی ۱۹ درصد رشد کرده است. نکته قابل تأمل نرخ رشد انتشار کربن از بخش صنعتی است. از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۸، انتشار کربن از بخش صنعت در دنیا ۱۸۰ درصد رشد کرد که دلیل آن توسعه صنعتی در کشورهای مختلف دنیاست. این بخش چهارمین بخش آلاینده در جهان است و کنترل انتشار کربن از آن می‌تواند نقش زیادی در کنترل آلودگی محیط زیست داشته باشد. در سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری و تمرکز اصلی روی کاهش انتشار کربن از این بخش است.

پنجمین بخش بزرگ آلاینده اقتصاد دنیا، بخش پسماند و زباله‌ها و مدیریت آنها است که میزان انتشار کربن از این بخش ۱۶ درصد رشد کرده است. یک دلیل مهم برای آلایندگی این بخش را می‌توان به سوزاندن بخشی از زباله‌ها در تمامی کشورهای دنیا دانست که باعث می‌شود تا حجم انبوهی کربن وارد محیط زیست شود. به طور کلی، برای مقابله با تغییرات جوی و ممانعت از ایجاد بحرانی مرتبط با آن باید تا سال ۲۰۵۰ میلادی نه‌تنها روند انتشار کربن در دنیا کاهشی شود بلکه در بسیاری از بخش‌ها انتشار کربن را به صفر برسانیم.

تأثیر کرونا در انتشار کربن جهان چقدر بود؟

با اینکه همه‌گیری کرونا تاثیرات منفی و مخربی در اقتصاد دنیا داشت، اما تأثیر آن بر روی حجم کربن منتشرشده در محیط زیست مثبت بود. تعطیلی‌های گسترده فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی در دنیا، توقف پروازها و بسته شدن مرزها و کاهش سفرهای درون شهری به دلیل ضرورت حفظ فاصله اجتماعی سبب شد تا در مجموع مصرف سوخت‌های فسیلی کم شود و انتشار کربن کاهش پیدا کند.

انتشار گاز دی اکسید کربن از سوخت‌های فسیلی و بخش صنعت در سال ۲۰۲۰ میلادی ۷ درصد تنزل پیدا کرد که دلیل آن قرنطینه‌های گسترده این سال و تعطیلی بخش‌های تولیدی و صنعتی است و این بالاترین نرخ کاهش انتشار کربن سالانه از جنگ جهانی دوم تاکنون است. در صورت در نظر گرفتن کاهش سفرها و کاهش مصرف سوخت در وسایل حمل و نقل شهری، شاهد کاهش ۱۷ درصدی انتشار کربن در سال ۲۰۲۰ نسبت به سال قبل از آن خواهیم بود. از طرف دیگر، پاییز سال ۲۰۲۰ اولین پاییز دنیا از سال ۲۰۰۹ تاکنون بود که انتشار کربن در دنیا کاهش داشت. در این فصل انتشار کربن بالغ بر ۱٫۳ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل از آن کم شد و این افت در تمامی مناطق پرمصرف دنیا مشاهده شد.

در سال گذشته انتشار گاز دی اکسید کربن در آمریکا ۱۲ درصد، در اتحادیه اروپا ۱۱ درصد، در هند ۹ درصد و در چین ۱٫۷ درصد تنزل یافت. از طرف دیگر، کاهش سفرهای هوایی و بین شهری هم باعث شد تا مصرف سوخت‌های فسیلی در صنعت حمل و نقل کاهش یابد که این مسئله هم تأثیر مثبتی روی محیط زیست داشت. البته کاهش انتشار کربن در این یک سال به تنهایی نمی‌تواند تأثیر معناداری در مقابله با تغییرات جوی و کاهش فرآیند گرمایش زمین و تغییرات اقلیمی داشته باشد، هرچند طبق گفته پژوهشگران می‌تواند فرصتی استثنایی برای تغییر الگوی بازسازی اقتصادی دنیا ایجاد کند. فرصتی که به کشورها امکان می‌دهد تا برنامه‌ریزی‌هایی برای تجربه رشد در پساکرونا را با توجه به مسئله محیط زیست و مقابله با بحران‌های ناشی از گرمایش زمین انجام دهند. در پایان باید در نظر داشت که انتشار کربن در دنیا معضلی جدی است و می‌تواند بسترساز بحران‌های اقتصادی و سلامتی بعدی شود به همین دلیل باید از همین امروز برای مقابله با آن چاره‌اندیشی کرد؛ در غیر این صورت دامنه بحران به اندازه‌ای بزرگ می‌شود که دیگر راهی برای مقابله با آن وجود نخواهد داشت.

نگـــاه

نگاهی به نیم قرن فعالیت سیاسی محمد مصدق

مصدق منهای نفت

سایه سنگین طلای سیاه در هفتادمین سال ملی شدن صنعت نفت و شصت و هفتمین سال کودتای نفتی همچنان بر سر محمد مصدق سنگینی می‌کند. نام مصدق در حالی با کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ پیوند خورده است که دوره دوساله نخست وزیری او، سهم اندکی از نیم قرن فعالیت سیاسی وی را تشکیل می‌دهد. با این حال، حافظه تاریخی ایرانیان، تبعات ملی شدن صنعت نفت و سپس کودتای ۲۸ مرداد را جزو مهمترین و کلیدی‌ترین وقایع حیات سیاسی مصدق می‌داند. در گزارش حاضر، نگاهی کرده‌ایم به برخی از فعالیت‌های مصدق که ارتباطی به مسئله نفت و نهضت ملی شدن صنعت نفت ایران نداشتند، هرچند که ردپای بسیاری از چالش‌های دوران نخست وزیری مصدق را می‌توان در همین فعالیت‌ها نیز مشاهده کرد.

* اولین مواجهه با کودتا

در جریان کودتای سوم اسفندماه ۱۲۹۹، مصدق والی گری (استانداری) فارس را برعهده داشت. زمانی که خبر کودتای مشترک سیدضیاء طباطبایی و رضاخان میرپنج منتشر شد، مصدق از پذیرش کودتا سر باز زد و به مخالفت آشکار با آن پرداخت. جلسات سخنرانی تشکیل داد و مقالاتی نوشت که دولت کودتا را به خشم آورد. به دنبال این اعتراض‌ها و به ناگزیر برای مصون ماندن از گزند کودتاچیان، از والی گری فارس استعفا داد، تا بالاخره کابینه سیدضیاء سقوط کرد و با روی کار آمدن قوام، مصدق برای وزارت دارایی انتخاب شد.

* اولین تقابل با انگلیسی‌ها

پس از سقوط دولت قوام، مشیرالدوله تشکیل کابینه داد و مصدق را به سمت وزارت خارجه منصوب کرد؛ جایی که نخستین تقابل او با دولت انگلیس رقم خورد. در دوران وزارت خارجه مصدق، انگلیسی‌ها مدعی شدند به دلیل هزینه‌هایی که برای تشکیل پلیس جنوب انجام داده‌اند، ۲ میلیون لیره از دولت ایران طلب دارند. مصدق نه تنها چنین ادعایی را مردود دانست، بلکه انگلیسی‌ها را به اشغالگری جزایر ایرانی نظیر جزیره لاوان و ابوموسی متهم کرد. اهمیت این اعتراض زمانی مشخص می‌شود که بدانیم در جریان مجادلات ارضی با برخی کشورهای تازه تاسیس حاشیه خلیج فارس مانند امارات، دولت ایران برای اثبات مالکیت خود بر جزایر خلیج فارس همواره به مستندات قانونی و شکواییه‌های دولت قاجار خطاب به اشغالگری انگلیسی‌ها استناد کرده است. به این ترتیب، مصدق در نخستین تقابل رودرروی خود با انگلیس، دستمایه‌ای حقوقی برای تثبیت تمامیت ارضی ایران از خود برجای گذاشت.

* اولین هشدار برای انحراف مشروطه

آذرماه ۱۳۰۴، نقطه پایان سلسله قاجار بود. رضاخان با ارائه ماده واحده‌ای به مجلس پنجم شورای ملی، خواستار انقراض دودمان قاجار و خلع احمدشاه شد. سیطره رضاخان بر فضای سیاسی کشور به گونه‌ای بود که از میان ۸۵ نفر از نمایندگان حاضر در جلسه، تنها پنج نفر جرأت مخالفت به خود دادند: حسن تقی‌زاده، حسین علاء، یحیی دولت‌آبادی، سیدحسن مدرس و محمد مصدق. دکتر مصدق در جریان نطق خود ابتدا بر کاردان نبودن و ضعف پادشاهان قاجار تاکید کرد تا نشان دهد مخالفتش از حب قاجاریه نیست. سپس تلاش‌های رضاخان در بازگرداندن نظم و امنیت به کشور را ستود تا نشان دهد نسبت به این خدمات ملی و میهنی نیز بی‌تفاوت نیست و نهایتا دلایل مخالفت خود را مطرح ساخت که نشان از دغدغه آزادی‌خواهی و بینش عمیق او نسبت به مفهوم مشروطیت و خطر استبداد داشت. هرچند این هشدارهای مصدق سرانجام کارگر نیفتاد و مشروطه ایرانی به همان راهی رفت که همه می‌دانیم.

* اولین اعتراض خیابانی به انتخابات فرمایشی

سال ۱۳۲۸ و در جریان برگزاری انتخابات مجلس شانزدهم شورای ملی، نگرانی از مهندسی انتخابات از سوی شاه و دربار به اوج خود رسید. با همین دغدغه، مصدق به مردم فراخوان داد که در برابر ساختمان مجلس تحصن کنند. او فهرستی از اسامی را با خود حمل می‌کرد که نشان می‌داد از قبل می‌داند قرار است چه کسانی پیروز انتخابات مهندسی شده شوند. این تحصن سه روز به طول انجامید و در نهایت نطفه تشکیل «جبهه ملی ایران» بسته شد. به این ترتیب، مصدق نخستین نقش‌آفرینی خود در قامت یک مقام غیردولتی و غیرحکومتی را با اعتراض خیابانی به انتخابات فرمایشی به رخ کشید تا نشان دهد بسیج عمومی نیز بخشی از شیوه سیاست‌ورزی او را تشکیل می‌دهد.

* اولین مدافع جامعه مدنی

یکی از اقدامات بحث‌برانگیز مصدق در دوران نخست‌وزیری، لایحه اختیارات نخست‌وزیر بود؛ درخواستی که براساس آن مصدق از مجلس می‌خواست به دلیل شرایط خطیر کشور، مصوبات هیأت دولت او را به عنوان تصمیمات قانونی مجلس به رسمیت بشناسند. بسیاری چنین درخواستی از سوی دولت را نشانه خوی دیکتاتوری مصدق و گرایش او به انحصار قدرت دانسته‌اند، اما دست‌کم یک نمونه از شواهد تاریخی، حکایتی دیگر دارد. در هفتم اسفندماه ۱۳۳۱، دکتر عبدالعلی لطفی وزیر دادگستری وقت، لایحه استقلال کانون وکلای دادگستری را در ۲۳ ماده تنظیم کرد و با توجه به اختیارات دولت، به امضای شخص مصدق رساند. مصدق که خود تحصیلکرده حقوق بود، با تصویب این لایحه، امکان دخالت و نفوذ دولتمردان در کانون وکلا را چنان مسدود کرد که این استقلال آهنین بعد از نیم قرن همچنان پابرجا مانده است. کافی است بدانیم در تمام این سال‌ها چه تلاش‌هایی برای نقض یا دورزدن استقلال کانون وکلا شده است تا دریابیم تفاوت دولتمردی را که به دست خود به نهادهای مدنی قدرت استقلال می‌داد، با دولتمردان تمامیت‌خواه در چیست؟

«مخالفت مصدق با کودتا» بعدها در ماجرای توقیف کودتاچیان ۲۵ مرداد ۱۳۳۲ تکرار شد؛ «تقابل با انگلیسی‌ها» در جریان ملی شدن صنعت نفت و رد پیشنهادات زیاده‌خواهانه آنان، «مخالفت با استبداد» در تقابل با سیطره شاه بر نیروهای مسلح و مقاومتش در برابر «مهندسی انتخابات» با ابطال انتخابات مخدوش مجلس هفدهم. در نهایت، او سوار بر دوش جامعه مدنی به تاریخ پیوست تا برای ابد، رهبر ملیگرایان آزادی‌خواه ایران باقی بماند.

۷۰ سال از ملی‌شدن صنعت نفت ایران گذشت

خواب آشفته نفت



ایمان‌ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazofyahoo.com

اسفندماه امسال، ملی شدن صنعت نفت ایران ۷۰ ساله شد؛ ۷۰ سالی که عمدتا در خواب آشفته نفت گذشت و این شاید از بازی روزگار است که ما در هفتادمین سال ملی شدن صنعت نفت‌مان همچنان با تحریم نفتی روبه‌رو هستیم. ۱۱۲ سال قبل بود که با کشف اولین چاه نفت در مسجد سلیمان، سیاست و اقتصاد ایران، فراز تازه‌ای را تجربه کرد، اما نقطه عطف این فراز تاریخی در ۲۹ اسفندماه ۱۳۲۹ شکل گرفت؛ جایی که نفت با تصویب قانونی در مجلس سنای وقت، ملی شد و با ملی شدن صنعت نفت، مسیر سیاست و اقتصاد در کشورمان دگرگون شد. پس از آن بود که تحریم نفتی بریتانیا علیه ایران از راه رسید و نهضت ملی شدن صنعت نفت که با تلاش محمد مصدق و یارانش شروع شده بود، در تنگنای تحریم به بن‌بست کودتا رسید. هرچند مصدق در دوره کوتاه نخست‌وزیری‌اش توانست با اتکا به سیاست اقتصاد منهای نفت و اوراق قرضه ملی، چند صباحی اوضاع را کنترل کند، اما نهایتا در ۲۸ مردادماه ۱۳۳۲ کودتای انگلیسی و آمریکایی با اسم رمز عملیات آژاکس، بساط دموکراسی ایرانی را برچید. اینکه طلای سیاه را سیاسی‌ترین کالای اقتصادی جهان می‌خوانند، دست‌کم در تاریخ معاصر ایران به خوبی آزموده شده است.

نسبت نفت و دموکراسی در تاریخ ایرانی

تحلیل‌های مختلفی درباره این رخداد تاریخی وجود دارد و برخی به دیده تحسین و برخی به چشم غضب به محمد مصدق و نهضت ملی شدن صنعت نفت نگاه می‌کنند. ازجمله منتقدان ملی شدن صنعت نفت، موسی غنی‌نژاد اقتصاددان لیبرال است. او اعتقاد دارد که ملی شدن صنعت نفت به نتایج مخربی در ایران انجامید و مصدق با تحریک افکار عمومی، فضای عمومی جامعه را به سمتی برد که حرف کارشناسان ازجمله رزم آرا شنیده نشد و منتقدان سیاست ملی کردن نفت به چهره منفی و ضدقهرمان جامعه تبدیل شدند.

غنی‌نژاد می‌گوید: «دعوا بر سر این بود که منافع استفاده از منابع نفتی را چگونه تقسیم کنیم. راه حلش این نبود که نفت را ملی کنیم. راه حل آن می‌توانست این باشد که اگر شرکت ملی نفت ایران و انگلیس حاضر نیست که سهم بیشتری بدهد، یک شرکت دیگری هم بیاید و رقیب این شرکت شود یا به لحاظ قانونی، دکتر مصدق می‌توانست قانونی به مجلس ببرد که سهم ما را از بهره مالکانه نفت بالا ببرد و همه ناگزیر مجبور به اطاعت بودند.»

اما هر چقدر که غنی‌نژاد منتقد مصدق و ملی شدن صنعت نفت است، محمدعلی همایون کاتوزیان مدافع مصدق است و رویکرد مصدق را «دموکراتیک» و سیاست ملی شدن نفت را «درست» می‌داند. او ریشه‌های ملی شدن صنعت نفت ایران را نه اقتصادی که سیاسی معرفی می‌کند و می‌گوید: «هدف از ملی کردن نفت فقط بالا بردن درآمد نفتی ایران نبود بلکه حتی مهمتر از آن، کوتاه کردن دست شرکت مزبور از دخالت در امور سیاسی ایران و نیز حکومت ضمنی آن در استان خوزستان بود.» به اعتقاد همایون کاتوزیان، «اگر به نوشته‌ها و سخنرانی‌های سران و روشنفکران نهضت ملی مانند مصدق، بقایی، مکی و ملکی در زمان خودش رجوع فرمایید، ملاحظه خواهید کرد که این نهضت اساسا به قصد تامین کامل استقلال ایران آغاز شد تا استقرار یک دموکراسی پایدار ممکن شود. حرف آنها این بود که تا «شرکت نفت ایران و انگلیس» (که شرکتی انگلیسی بود و حتی تمام مالیاتش را به دولت انگلیس می‌پرداخت و طبعا عنوان «ملی» در آن نبود) در داخل ایران چنان منافع بزرگی دارد و برای حفظ آن پنهانی در امور سیاسی ایران دخالت می‌کند، ایران استقلال کامل ندارد.»

کاتوزیان برخلاف نگاه غنی‌نژاد، مصدق را «ناسیونالیست سوسیالیست» نمی‌داند و معتقد است کسانی که این عنوان را به مصدق می‌دهند نه از ماهیت سیاسی مصدق و نهضت ملی خبری دارند و نه از مفهوم «ناسیونال سوسیالیسم». کاتوزیان معتقد است که مصدق پیشنهاد بانک جهانی را برای میانجی‌گری در دعوای نفت، پیشنهاد خوبی می‌دانست، ولی برخی از نزدیکان سیاسی و مشاورانش به او گفتند که اگر این پیشنهاد را بپذیرد، ملت خواهد گفت که خیانت کرده است. از نظر وی، اگر مصدق با انعطاف بیشتری مسئله نفت را حل می‌کرد، کودتا نمی‌شد و امکان توسعه سیاسی وجود می‌داشت. از سوی دیگر نیز اگر مصدق این پیشنهاد را می‌پذیرفت، دست‌کم بخشی از محبوبیت خود را از دست می‌داد.

برآیند این دو دیدگاه را محمدعلی موحد در کتاب «خواب آشفته نفت» ارائه می‌دهد و در کتاب ارزشمند خود می‌نویسد: به نظر می‌رسد که موضع منفی مصدق در برابر پیشنهاد تجدیدنظر شده آمریکا و بریتانیا اشتباه بوده است. اشاره موحد به پیشنهادی است که مصدق در رایزنی با انگلستان و آمریکا، آن را نپذیرفت و رد کرد. پیشنهادی که فواد روحانی در کتاب «زندگی سیاسی مصدق در نهضت ملی ایران» نپذیرفتن آن از سوی مصدق را یک «تأسف» و «یک اشتباه بزرگ» خوانده است.

ملی شدن نفت ایران چگونه اتفاق افتاد؟

رقابت قدرت‌های استعماری برای گرفتن امتیاز نفت ایران، در نهایت مجلس را به تصویب قانونی رساند که هر نوع مذاکره برای اعطای امتیاز نفت در شرایط جنگ و اشغال ایران را ممنوع می‌کرد، اما به محض تصویب این قانون، حزب توده با به راه انداختن تظاهرات از اعطای نفت شمال به شوروی حمایت کرد. نهایتا کشمکش‌ها بر سر امتیاز نفت شمال ایران با خروج متفقین از ایران همراه شد. با این حال، روسیه قوای خود را در کردستان و آذربایجان نگه داشت و در این بخش‌ها به طور علنی از تجزیه‌طلبی سخن گفت. تا اینکه قوام السلطنه روی کار آمد و با روس‌ها درباره نفت شمال مذاکره کرد.

براساس این مذاکرات، ایران و شوروی قراردادی امضا کردند که طبق آن، روس‌ها برای ۵۰ سال به سهمی ۵۱ درصدی و برای ۵۰ سال دوم به سهمی ۴۹ درصدی از نفت شمال ایران می‌رسیدند. قرار شد این قرارداد مثل امتیاز نفت جنوب به مجلس برود اما شرط تشکیل مجلس، خروج نیروهای روس از ایران بود. بعد از مدتی کشمکش سیاسی، مجلسی تشکیل شد که تحت نفوذ قوام بود و قوام این لایحه را به مجلس برد، اما به این دلیل که باطنا قصد تصویب آن را نداشت، لایحه در مجلس رد و قرارداد مردود شد. سپس دولت مکلف شد تا برای استیفای حقوق ایران از نفت جنوب هم وارد مذاکره شود. به این ترتیب، دولت‌های متعددی وارد مذاکره با شرکت نفت جنوب شدند، اما شرکت که خبر داشت این قانون یک قانون تشریفاتی برای بستن دهان روس‌هاست، آن را جدی نمی‌گرفت. با این حال و به قول محمدعلی موحد، مسئله نفت، «بازی با آتش» است و شرکت نفت جنوب اینقدر با نفت بازی کرد که شعله گرفت و ماجرا از کنترل آنها خارج شد. در نهایت این کشمکش‌ها به شکلگیری قرارداد گس-گلشاییان انجامید. قراردادی که به قرارداد ۱۳۱۲ الحاق شد. دولت لایحه این قرارداد را به مجلس برد، اما مجلس وقت در پایان دوره خود بود و کار به مجلس بعدی رسید؛ مجلسی که در آن کمیسیونی برای نفت تشکیل شد و رئیس آن کمیسیون کسی جز دکتر مصدق نبود.

مصدق در مجلس برای مذاکره درباره سهم ایران از قراردادهای نفت تلاش می‌کرد و در دوره‌ای که دولت را به دست گرفت، در مسیر استفاده حداکثری از منافع ملی شدن نفت گام برداشت. با این حال، نقدهای زیادی به عملکرد مصدق مطرح شده است. محمدعلی موحد در پاسخ به این نقدها و درباره نقش مصدق می‌گوید: «سوال پرسیدید که چرا دکتر مصدق تمام خواست‌ها و آرمان‌های ملت ایران را در ملی‌سازی صنعت نفت خلاصه می‌دید؟ هر جامعه‌ای مشکلاتی دارد و مسائل به دلایلی جلب نظر می‌کند و برجسته می‌شود و توجه مردم را در خودش متمرکز می‌کند. مسئله نفت یک چنین مسئله‌ای بود. نفت برای ایران یکی از مشکلات بود. مسئله هیأت حاکمه نالایق مسلط، مسئله انتخابات، مسئله مجلس فاسد، پریشانی اقتصادی، بی‌نظمی اجتماعی و فقر هم بود، اما یکی از آنها نفت بود. خود دکتر مصدق در رو آوردن و برجسته کردن آن، نقش اصلی را داشت. اصلا دکتر مصدق برای مسئله نفت آمده بود. نخست وزیر که شد، برنامه دولت او دو ماده بیشتر نداشت: یکی اجرای قانون ملی شدن صنعت نفت در سراسر کشور براساس قانون مصوب نهم اردیبهشت ماه ۱۳۳۰ و تخصیص عواید حاصل از آن برای تقویت بنیه اقتصادی کشور و فراهم کردن موجبات رفاه و آسایش عمومی. مسائل و بدبختی‌های دیگر را مطرح نکرد، چون پول نبود و می‌خواست از نفت پول بگیرد و خرج تقویت بنیه اقتصادی کشور کند. ماده دوم برنامه دولت مصدق، اصلاح قانون انتخابات مجلس شورای ملی و شهرداری بود که این آدم‌هایی که می‌آیند در مجلس، نمایندگان واقعی مردم باشند. با اجرای این دو ماده خیلی از مشکلات دیگر هم دست‌کم در عالم خیال، قابل حل به نظر می‌رسید.»

نویسنده کتاب «خواب آشفته نفت» سپس به نکته مهمی در تحلیل عملکرد مصدق اشاره می‌کند و می‌گوید: «خیلی از مطالبی که بنده نوشته‌ام، مورد سوءاستفاده قرار گرفته است. بدین معنا که دشمنان مصدق اصلا طاقت آن را ندارند که از هنرهای او چیزی بشنوند و دوستانش هم مطلقا تحمل ندارند که به کم‌آمدهای او اشاره شود. هر دو گروه یا سیاه سیاه می‌خواهند یا سپید سپید. برای اینها مصدق باید یا قدیس باشد یا شیطان رجیم. در هرحال نمی‌تواند یک انسان باشد. اینها یک جو جوانمردی ندارند که خودشان را جای مصدق بگذارند. شما خودتان را جای مصدق بگذارید، آن وقت محدودیت‌ها یا گرفتاری‌های او را می‌یابید.» این‌گونه بود که مصدق در نهایت پای حرف خود درباره غرامت ایستاد. مصدق می‌خواست مردم بدانند که او به آرمان اصلی‌اش خیانت نمی‌کند.

نقدها و هجمه‌ها به مصدق برای رد پیشنهاد

در ۲۰ اوت ۱۹۵۲ (۲۹ مردادماه ۱۳۳۱) چرچیل در پیام محرمانه‌ای به ترومن پیشنهاد کرد که آمریکا و انگلیس پیام مشترکی برای حل موضوع نفت به نخست وزیر ایران ارسال کنند. این پیام در ملاقات سفیر آمریکا (هندرسن) و کاردار انگلیس (میدلتن) با دکتر مصدق به عنوان پیشنهاد مشترک آمریکا و انگلیس در ۵ شهریورماه ۱۳۳۱ ارائه شد که دکتر مصدق آن را نپذیرفت. در این پیام آمده بود، اگر ایران قبول کند که در اختلاف بر سر غرامت حاصل از ملی کردن نفت و ابطال قرارداد ۱۹۳۳ به داوری بین‌المللی مراجعه شود، دولت انگلستان نیز تحریم‌ها و محدودیت‌هایی را که برای صادرات ایران و استفاده از ذخایر لیره استرلینگ وضع شده، تخفیف می‌دهد و دولت آمریکا نیز فورا مبلغ ۱۰ میلیون دلار بلاعوض به ایران پرداخت خواهد کرد. این پیشنهاد در ملاقات دوباره سفیر آمریکا و کاردار انگلیس در ۸ شهریورماه با دکتر مصدق مجددا مطرح شد که این بار مصدق با پخش اعلامیه‌ای از رادیو، مخالفت خود را با این پیشنهاد به اطلاع مردم رساند.

محمدعلی موحد درباره پیشنهاد مشترک انگلیس و آمریکا می‌نویسد: «کاش مصدق آن پیشنهاد را به عنوان یک مبنا برای مذاکرات می‌پذیرفت تا تحریم نفت ایران برداشته می‌شد. تنها مشکل مصدق در قبول این پیشنهاد، غرامت بود. شرط آنها این بود که مسئله پرداخت غرامت به حکمیت برود. مصدق خیلی ناراحت بود. از این بابت که اینها در بحث غرامت عدم‌النفع هم خواهند خواست. این بود که دو پایش را در یک کفش کرد که اینها بیایند و سقف ادعای‌شان را معلوم کنند. آنها هم حاضر نشدند. من حالا امروز می‌گویم که اگر دکتر مصدق آن پیشنهاد را می‌پذیرفت، بهتر بود. البته او با خودش فکر می‌کرد اگر بپذیرد اول کسانی که تکفیرش می‌کنند و جنجال راه می‌اندازند، همین مخالفان چپ و راست بودند. از توده‌ها گرفته تا عوامل انگلیس در مجلس و دربار و دوستان سابق مصدق که مصدق در خاطرات خودش هم به آن اشاره کرده است. من فکر می‌کنم به هر جهت قبول این پیشنهاد از نظر مصالح ایران، خیلی بهتر بود. هم به لحاظ اینکه پیشنهادی که به مصدق دادند، بعدا همان پیشنهاد را از دولت کودتا که بعدها خودشان سر کار آوردند، دریغ کردند.»

در سومین جلد از کتاب «خواب آشفته نفت»، پیامدهای عدم پذیرش این پیشنهاد مطرح شده است؛ اینکه دنیا در آن زمان در شرایط دیگری بود و بازار جهانی نفت کاملا اشباع بود بنابراین انگلیس و آمریکا نیازی به نفت ایران نداشتند و بنا بر جنبه سیاسی ماجرا به ایران آمده بودند. به تعبیر موحد، «چه بسا با پذیرش آن پیشنهاد، خسارات به دموکراسی به لحاظ ۲۵ سال دیکتاتوری احمقانه بر ما تحمیل نمی‌شد و از آن مصون می‌ماندیم.»

اقتصاد ایران آخرین سال قرن را چطور پشت سر گذاشت؟

در تنگنای تحریم و کرونا



فرصت امروز: اقتصاد ایران در آخرین سال قرن علاوه بر تحریم‌ها با شیوع کرونا نیز دست و پنجه نرم کرد و در حالی که بانک مرکزی مدعی رشد اقتصادی مثبت در سال ۱۳۹۹ است، اما مرکز آمار ایران این رشد را منفی می‌داند. چند روز قبل بود که رئیس‌کل بانک مرکزی در یادداشتی اینستاگرامی از رشد مثبت اقتصادی خبر داد و نوشت: «براساس گزارش اداره حساب‌های اقتصادی بانک مرکزی، رشد اقتصادی کشور که از فصل دوم سال جاری مثبت شده بود، در سه ماهه سوم سال نیز مثبت بوده است. رشد مثبت ۳,۹ درصد با نفت و مثبت ۲,۹ درصد بدون نفت در سه ماهه سوم سال ثبت شده است بنابراین اقتصاد در دو فصل متوالی دوم و سوم سال ۱۳۹۹ رشد مثبت داشت. امروز با اطمینان می‌توان از گذر اقتصاد ایران از دوره سخت تحریم و رکود ناشی از آن و ورود به دوره رشد مجدد اقتصادی خبر داد.» عبدالناصر همتی در حالی مدعی خروج اقتصاد ایران از رکود شده که طبق گفته مرکز آمار، در ۹ ماهه امسال اقتصاد ایران هنوز در محدوده منفی به سر می‌برد. با این حال، برآوردها از کاهش دامنه رکود کرونا در اقتصاد خبر می‌دهد و همانطور که نتایج شاخص مدیران خرید در بهمن ماه امسال نشان داد، شامخ کل اقتصاد ایران در این ماه رکوردشکنی کرد و با عبور از مرز ۵۰ واحد به ۵۳,۷۳ واحد رسید که نشان‌دهنده خروج اقتصاد ایران از دامنه رکود است.

رشد اقتصادی سال آینده مثبت خواهد شد

در همین حال، یک اقتصاددان اعتقاد دارد: احتمالا سال آینده نیز نرخ رشد اقتصادی مثبت خواهد شد، اما باید به این نکته توجه داشت که این امر به معنای آن نیست که اقتصاد می‌تواند یک تحول مهمی داشته باشد. علی دینی ترکمانی، عضو هیأت عملی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی با بیان اینکه احتمال نرخ رشد اقتصادی مثبت در حد صفر یا حتی منفی برای امسال بالاست، می‌گوید: با توجه به شرایط موجود و همچنین مسائل کرونا، رشد اقتصادی مثبت یکی دو درصد منطقی به نظر نمی‌رسد اما با فرض درست بودن برآورد اخیر بانک مرکزی درباره رشد اقتصادی مثبت فصل دوم و سوم امسال باید گفت که رشد اقتصادی باید بلندمدت باثبات و باکیفیت باشد.

دینی ترکمانی با اشاره به اینکه سال ۹۷ و سال ۹۸ رشد اقتصادی منفی بود و امسال هم کرونا مزید بر علت شد و وضعیت را بدتر کرد، به اینِنا می‌گوید: اگر نرخ رشد اقتصادی سال آینده یکی دو درصد رشد کند و این وضعیت سه سال دیگر تداوم داشته باشد تازه به نرخ رشد اقتصادی سال ۹۶ می‌رسیم. با توجه به اینکه میانگین میزان رشد اقتصادی در دهه ۹۰ به عدد صفر رسیده است بنابراین اگر ۵ سال آینده هم نرخ رشد اقتصادی به طور متوسط ۴درصد باشد احتمالا سطح تولید به نرخ واقعی به سال ۱۳۹۰ خواهد رسید.

به گفته این اقتصاددان، این محاسبه برمبنای شاخص جی دی پی است و اگر شاخص جمعیت را هم در نظر بگیریم، بین ۷ تا ۸ سال یک نرخ رشد اقتصادی ۴ درصد لازم است برای اینکه سطح درآمد سرانه تازه به سال ۹۰ برگردد و این یعنی فرصتی که از دست رفته است و جبران آن در آینده سخت‌تر می‌شود؛ بنابراین بحران بیکاری و تورم به احتمال زیاد بدتر هم می‌شود. البته با توجه به تغییرات ریاست جمهوری آمریکا و امیدهایی که به احیای برجام می‌رود، احتمال دارد موتور انتظارات مقداری متوقف شود و تورم ناشی از انتظارات تا حدودی کنترل شود.

او با بیان اینکه تورم ۴۰ درصدی سال جاری ممکن است در سال آینده به ۳۰ الی ۳۵ درصد برسد، می‌افزاید: لازمه شاخص مهم بیکاری نیز این است که چرخ فرآیند انباشت سرمایه به حرکت دربیاید، اما حدود ۷۵ تا ۷۶ هزار پروژه سرمایه‌گذاری ناتمام وجود دارد و بودجه بسیار کلانی می‌خواهد که فقط این پروژه تکمیل شود؛ بودجه‌ای به میزان بودجه سال آینده. در این میان بودجه هم در حال از دست دادن کارکرد انباشتی خود است یعنی کل بودجه صرف هزینه‌های جاری می‌شود بنابراین چیزی برای انباشت سرمایه نمی‌ماند. این در حالی است که رشد اقتصادی باید دو وجه مهم و اصلی داشته باشد، نخست اینکه از محل انباشت سرمایه باشد و دوم اینکه ظرفیت‌سازی تولیدی جدید ایجاد شود.

به اعتقاد وی، در سال‌های گذشته نرخ رشد اقتصادی منفی بوده و حالا این امکان وجود دارد که با استفاده از بخشی از ظرفیت‌های خالی شده نرخ رشد اقتصادی مثبت شود که طبیعتا تاثیری بر کاهش میزان بیکاری و ایجاد شغل برای فارغ‌التحصیلان جوان دانشگاهی نمی‌تواند داشته باشد.

دینی ترکمانی با اشاره به اینکه نقدینگی در سال آینده هم رشد قابل توجهی خواهد داشت، می‌گوید: این امر به این دلیل است که اقتصاد ما توانایی تبدیل نقدینگی به ظرفیت تولیدی مولد را ندارد بنابراین انتظار می‌رود فشارهای تورمی از این محل در سال آینده تقویت شود. از سوی دیگر ممکن است این نرخ از محل انتظارات تورمی مقداری کنترل شود چراکه به نوعی بازارها هم در رکود افتادند و احتمال دارد میانگین تورم کمتر از امسال شود.

او با تاکید بر اینکه تورم از کسری بودجه می‌آید، می‌افزاید: وقتی کسری بودجه وجود داشته باشد طبیعی است که دولت به استقراض از بانک مرکزی رو می‌آورد و پایه پولی بالا می‌رود یا ممکن است شبکه بانکی درگیر استقراض از بانک مرکزی بشود و پایه پولی افزایش یابد. تجربه سال‌های گذشته نشان داده خود نقدینگی موجب بروز تورم نمی‌شود، یعنی قبل از انقلاب هم نرخ رشد نقدینگی معادل میزانی است که بعد از انقلاب رشد کرده است. آنچه عامل اصلی تلقی می‌شود، آن است که نقدینگی که سال‌های گذشته در قالب تسهیلات و اعتبارات در اختیار پروژه‌ها و بنگاه‌های تولیدی قرار می‌گرفت، تبدیل به ظرفیت‌های تولیدی نمی‌شد و در قالب ۷۶ هزار پروژه ملی و استانی ناتمام روی دست اقتصاد مانده است.

از رشد فزاینده نقدینگی تا تقویت فشارهای تورمی

این عضو موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی با اشاره به افزایش پایه پولی می‌گوید: در حال حاضر افزایش پایه پولی در نهایت تبدیل به هزینه‌های جاری می‌شود و اگر تبدیل به هزینه‌های سرمایه‌گذاری با کیفیت بالا می‌شد آن زمان رابطه نقدینگی با تورم می‌توانست تغییر یابد. به این دلایل ساختاری که در اقتصاد ایران وجود دارد انتظار می‌رود که رشد نقدینگی موجب تقویت فشارهای تورمی شود. محاسبات نرخ رشد اقتصادی برمبنای این است که ارزش افزوده شاخص تولید ناخالص ملی تغییراتش نسبت به سال قبل ارزیابی شود که البته باید با نرخ واقعی و ثابت باشد و بانک مرکزی نیز این ملاحظات را در نظر گرفته است.

دینی ترکمانی ادامه می‌دهد: ممکن است امسال هم میانگین نرخ رشد اقتصادی ۱,۵ یا ۲ درصد بشود که به هر حال وقتی سال‌های قبل ظرفیت‌ها خیلی افت کرده است از یک جایی به بعد اقتصاد می‌تواند خود را احیا کند اما تا بخواهد به وضعیت اولیه خود برسد زمان خواهد بود. درست است که در این مسیر قرار گرفتن، نشانه مثبتی است اما برای اینکه آسیبی که وارد شده جبران شود به زمان طولانی نیاز است. برای اینکه این مسیر به درستی طی شود باید شاهد رشد با ثبات و بلندمدت باشیم چراکه ممکن است اتفاقی رخ دهد و این شاخص به رشد منفی تبدیل شود بنابراین آنچه مهم تلقی می‌شود این است که آیا اقتصاد ایران قابلیت این را دارد که از این به بعد در دوره زمانی بلندمدت نرخ رشد اقتصادی مثبت داشته باشد؟

به گفته وی، تجربیات گذشته نشان می‌دهد در صورت وجود رویه‌هایی که تاکنون بوده است، رشد اقتصادی ما در بلندمدت باثبات نیست و نوسان زیادی دارد به نحوی که در دهه جنگ منفی، در دهه ۷۰ و ۸۰ مثبت و دهه ۹۰ نیز تاکنون صفر شده است. به نظر می‌رسد در سال‌های بعد از انقلاب میانگین نرخ رشد اقتصادی سالانه به ۱,۵ درصد رسیده که عملکرد بسیار ضعیفی است و به معنای این است که اقتصاد ایران فرصت‌های تاریخی را از دست داده که جبران آن در آینده به خصوص با رویههای کنونی بسیار سخت خواهد بود.

نگاهی به وضعیت بازار مسکن در سال ۹۹

سال عجیب مسکن به پایان رسید

سال ۹۹ را باید سال عجیب بازار مسکن دانست، سالی که از خردادماه تقریبا هر روز بر قیمت ملک افزوده شد.

به گزارش خبرآنلاین، جهش قیمت مسکن در سال ۹۹ آنچنان زیاد بود که کسانی که شاید ماه‌ها برای خرید خانه برنامه‌ریزی کرده بودند، توان اقتصادی خود را در برابر جهش قیمت‌ها از دست دادند. از خردادماه تا تقریبا آبان ماه امسال هر روز بر قیمت ملک افزوده می‌شد و مالکان خود نسبت به تعیین قیمت‌ها اقدام می‌کردند و مشاوران املاک نیز ناچار به تبعیت از نظر مالکان بودند، به طوری که در تابستان امسال میزان تقاضا در بازار آنچنان افزایش یافت که مصرف‌کنندگان واقعی را دچار مشکلات فراوان ساخت زیرا هیچ قیمت مشخصی در بازار وجود نداشت و خریداران دائم در حال کنترل نرخ‌ها بودند.

سرانجام از نیمه پاییز، بازار مسکن با آرامش نسبی همراه شد و سیر صعودی نرخ‌ها کندتر از هر زمان دیگری شد. از آن زمان تاکنون بازار در رکود نسبی فرو رفته و مصرف‌کنندگان و خریداران همچنان در فاز انتظار برای کاهش بیشتر نرخ‌ها به سر می‌برند.

در این باره، مصطفی قلی خسروی رئیس اتحادیه مشاوران املاک، سال ۹۹ را سال پرتلاطم بازار مسکن نامید و گفت: بازار مسکن در سال ۹۹ بازار بسیار پرتلاطمی بود. در خردادماه بانک مرکزی اعلام کرد که ۴۸درصد بر قیمت مسکن افزوده شده در حالی که در واقعیت و کف بازار میزان افزایش قیمت ملک بین ۸ تا ۱۳ درصد بود. با توجه به آمارهای متناقض اعلام شده از سوی بانک مرکزی و مرکز آمار ایران متاسفانه گفته شد عامل گرانی مسکن، مشاوران املاک هستند؛ در حالی که ما و همکاران‌مان در تلاش برای پایین آوردن قیمت مسکن بودیم و در این راه رسانه‌ها به ما کمک کردند و این تلاش منجر به کاهش ۱۰ تا ۱۵ درصدی نرخ مسکن در بازار شد. او ادامه داد: پس از آن مرکز آمار اعلام کرد که بر قیمت مسکن ۹درصد افزوده شده و بدین ترتیب بار دیگر بازار دچار تلاطم شد.

رئیس اتحادیه مشاوران املاک با اشاره به اینکه بازار مسکن در سال ۹۹ به طور مستمر و دائمی در تلاطم قیمتی بود، گفت: همچنین در طول سال ۹۹ شاهد اظهارنظر کارشناسان ناشناخته و فراوانی در بخش مسکن، حقوق مسکن، حق و حقوق مشاوران املاک و ... بودیم که بر مسئله تلاطم نرخ‌ها در بازار دامن زدند و همه این موارد سبب ناآرامی و تلاطم بازار مسکن در طول سال شد. متاسفانه شاهد نبود هماهنگی میان وزارت راه و شهرسازی، بانک مرکزی، مرکز آمار ایران و اتحادیه مشاوران املاک هستیم و این مسئله سبب اظهارنظرهای مختلف شده که تاثیرات آن در بازار مسکن قابل مشاهده است.

وی سپس درباره حجم معاملات خرید و فروش ملک در سال ۹۹ توضیح داد: در بعضی از ماه‌های امسال با کاهش ۴۰ تا ۴۵ درصدی حجم معاملات و در برخی ماه‌ها نیز شاهد افت ۳۵ درصدی تعداد معاملات مسکن در بودیم. البته به طور میانگین در طول سال ۹۹ نسبت به سال ۹۸ شاهد افت ۳۸درصدی حجم معاملات در بازار مسکن بودیم.

قلی خسروی درباره وضعیت بازار رهن و اجاره مسکن در سال ۹۹ نیز گفت: به خاطر شیوع کرونا، بعضی از مالکان به درخواست ستاد ملی مقابله با کرونا احترام گذاشتند، قراردادهای قبلی را تمدید کردند و مستاجران جابه‌جا نشدند. در این بین، عده‌ای که با توجه به افزایش حداکثر ۲۵درصدی نرخ اجاره بها، اقدام به عقد قرارداد با حداکثر ۱۸درصد افزایش نرخ نسبت به قرارداد قبلی کردند. تعداد فایل‌های اجاره و همچنین میزان جابه‌جایی مستاجران در طول سال ۹۹ نسبت به سال ۹۸ حدود ۶۰ درصد کاهش داشت.

یادداشت

اقتصاد ایران در افق ۱۴۰۰

هادی حق‌شناس
کارشناس اقتصادی

شرایط اقتصادی در سال ۹۹ در مقایسه با سال‌های گذشته بسیار سخت بود و می‌توان این سال را سخت‌ترین سال اقتصادی ایران دانست. همه‌گیری کرونا در این سال نه تنها اقتصاد ایران بلکه اقتصاد جهان را متوقف کرد. شیوع کووید-۱۹ قوی‌ترین اقتصادهای جهان را هم به زانو درآورد و باعث شد نرخ تورم و بیکاری دورقمی را ثبت کنند. میلیون‌ها نفر در سطح جهان نیز به دلیل همه‌گیری این ویروس بیکار شدند. اثر همه‌گیری کرونا برای ایران شدیدتر بود، چراکه اقتصاد ایران با چالش‌های ناشی از تحریم هم دست وپنجه نرم می‌کرد. تحریم‌هایی که در سال ۹۹ به اوج خود رسید، هرچند نقطه آغاز آن سال ۹۷ بود. این نکته را هم باید در نظر گرفت که در ۴ دهه گذشته از جمله در سال‌های ۹۱ و ۹۲، بنیان اقتصاد ایران به دلیل تحریم، ضعیف شده است.

اما با وجود همه شوک‌ها، اقتصاد ایران در رویایی با مشکلات، تاب‌آور بود. تورم و نرخ بیکاری دو رقمی که تجربه کردیم از عوارض شوک‌ها و اخلال‌های ناشی از تحریم و کرونا در اقتصاد بود، اما اوضاع در سال ۱۴۰۰ چگونه پیش می‌رود؟ پیش‌بینی‌ها از کاهش عوارض کرونا و توزیع همگانی واکسن خبر می‌دهد. در چشم‌اندازی که از وضعیت اقتصادها در ماه‌های آینده ترسیم شده، جهان از مانع کرونا عبور می‌کند. بهبود وضعیت اقتصاد ایران در سال آینده، علاوه بر تحقق شرط عبور از کرونا و توزیع واکسن، به بهبود تعاملات تجاری و روابط بانکی هم بستگی دارد بنابراین اگر عوارض تحریم در کنار عوارض کرونا در ایران به کمترین سطح برسد، می‌توان سال ۱۴۰۰را نسبت به سال ۹۹، سال بهتری دانست. دور از ذهن نیست که در سال ۱۴۰۰، مثل سال‌های ۹۵ و ۹۶، ایران رشد اقتصادی دو رقمی را تجربه کند. این ظرفیت در اقتصاد ایران وجود دارد مگر بعضی حوادث غیرمترقبه، معادلات را تغییر دهد.

امروز همه می‌گویند در بخش تولید مشکلی نیست و در بخش توزیع مشکل داریم. رئیس‌جمهور هم به این نکته اشاره کرده است که تولید در کشور متولی دارد، توزیع متولی ندارد اما کمبودهایی که امروز در بازار انواع و اقسام کالاها می‌بینیم، نه صرفا ناشی از مشکلات درونی و ساختاری، بلکه ناشی از تحریم‌هاست. در تحلیل اوضاع کنونی نمی‌توان مسئله تحریم را در نظر نگرفت. در سال‌های گذشته، انواع و اقسام محصولات خارجی در بازار کشور عرضه می‌شد، اما این روزها با وجود صدور مجوز برای بازارچه‌های مرزی، در نقل و انتقال پول و تجارت دچار مشکل شده‌ایم و این یک واقعیت است. تحریم‌ها روند تجارت کشور را مختل کرده و نقش اصلی را در چالش‌های امروز ایفا می‌کند. هرچند نقاط ضعفی که در مدیریت داریم، غیرقابل کتمان است، اما اینکه منابع ارزی ما در کشورهای دیگر بلوکه شده و صرف تامین نیازهای مردم نمی‌شود، ناشی از همین تحریم‌ها است.

نرخ بیمه حداقل ۴۵ درصد افزایش می‌یابد

گمانه‌زنی‌ها درباره نرخ بیمه شخص ثالث

قوه قضائیه در حالی نرخ دیه را ۴۸۰ میلیون تومان برای سال ۱۴۰۰ اعلام کرد که شورای عالی بیمه قرار است امروز چهارشنبه برای نرخ بیمه شخص ثالث تصمیم بگیرد و البته رشد ۴۵ درصدی حق بیمه نیز متصور است.

به گزارش مهر، قوه قضائیه روز گذشته (سه‌شنبه) نرخ دیه را برای سال ۱۴۰۰ معادل ۴۸۰ میلیون تومان اعلام کرد؛ نرخی که اغلب فعالان صنعت بیمه نسبت به افزایش بی‌حد و حصر آن هشدار داده‌اند؛ چراکه به تبع نرخ دیه قطعا باید نرخ بیمه‌نامه‌های شخص ثالث نیز رشد کند و این امر، ضربه سنگینی را نه تنها به مردم، بلکه به شرکت‌های بیمه وارد خواهد آورد. برمبنای آنچه که قوه قضائیه به عنوان نرخ دیه اعلام کرده، نرخ دیه در ماه‌های حرام به بالغ بر ۶۴۰ میلیون تومان خواهد رسید که به تبع آن، مردم هم باید حق بیمه بیشتری را برای بیمه‌نامه‌های شخص ثالث خود پرداخت کنند.

شورای عالی بیمه نیز قرار است در جلسه کاری صبح چهارشنبه در مورد نرخ بیمه شخص ثالث برمبنای نرخ دیه اعلامی از سوی قوه قضائیه تصمیم‌گیری کند، اما پیش‌بینی‌ها حکایت از آن دارد که نرخ بیمه شخص ثالث برای سال ۱۴۰۰ با افزایش ۴۰ تا ۴۵ درصدی مواجه خواهد شد. در این میان نگرانی برخی فعالان صنعت بیمه از حذف بیمه‌نامه‌های شخص ثالث از سبد خرید خانوارها است؛ چراکه به نظر می‌رسد حداقل حق بیمه برای برخی از خودروهای پرمصرف به بالغ بر ۵ میلیون تومان خواهد رسید که این امر با توجه به کاهش قدرت خرید مردم منجر به کاهش خرید بیمه‌نامه‌ها خواهد شد. موضوع دیگر به تبعات اجتماعی ناشی از عدم خرید بیمه‌نامه‌های ثالث برمی‌گردد، چراکه با عدم توانایی پرداخت دیه در قتل و جرح غیرعمد، آمار زندانیان به شدت افزایش یافته و این امر مشکلات و معضلات اجتماعی خاص خود را به همراه خواهد داشت.

در این زمینه، سعید وصال، دبیر انجمن صنفی شرکت‌های خدماتی بیمه پیشتر با بیان اینکه هر سال قوه قضائیه نرخ دیه را تا ۳۰ درصد بالا می‌برد، گفته بود: اکنون نرخ بیمه شخص ثالث برای رنج معمولی از خودروها، حدود ۲ میلیون تومان است که اگر قوه قضائیه قرار باشد نرخ را همانند سال‌های گذشته تا ۳۰ درصد افزایش دهد، نرخ بیمه به ۳ تا ۴ میلیون تومان می‌رسد. البته باید توجه داشت که نرخ بیمه شخص ثالث برای کامیون‌ها و ماشین‌های سنگین به ۱۰ میلیون تومان می‌رسد که همین امر سبب شده تا خرید بیمه‌نامه از سبد هزینه‌های خانوارها خارج شده و معمولا افراد خرید آن را به تعویق می‌اندازند و مشمول جریمه می‌شوند بنابراین با توجه به اینکه امسال در کشور با تورم بالایی مواجه بوده و نرخ همه اقلام از جمله شتر که مبنای تعیین نرخ دیه است، به شدت بالا رفته است، مبلغ دیه هم ممکن است اگر برمبنای تورم باشد، افزایش ۳۰ تا ۴۰ درصدی را تجربه کند.

خبرنامه

سودده‌ترین بازار سال آینده ایران کدام بازار است؟

بازدهی بازار سرمایه در سال ۱۴۰۰

به اعتقاد یک کارشناس بازار سرمایه، هرچند نباید از این بازار انتظار رشدی مثل نیمه نخست سال ۹۹ داشت، اما با این حال، بازار سرمایه در ماه‌های آینده نیز باز هم سودده خواهد بود.

بهنام صمدی در پاسخ به این پرسش که چه اتفاقی افتاده است که روند شاخص کل بورس صعودی شده است به خبرآنلاین، گفت: در روزهای پایانی سال هستیم و تسویه اعتبارات به پایان رسیده است و از طرف دیگر فروش اوراق دولتی نیز به پایان رسیده است چراکه از نظر بودجه به سقف نزدیک شده‌اند و عملا این دو موضوع که باعث خروج نقدینگی از بازار سرمایه می‌شده است پرونده‌اش بسته شده است.

او ادامه داد: از طرف دیگر مصوبه بورس درخصوص صندوق‌های درآمد ثابت (که براساس آن هر چقدر صندوق‌های درآمد ثابت بزرگتر می‌شوند باید ۱۵ درصد از دارایی‌شان را در بازار بورس سرمایه‌گذاری کنند و ۳ درصد آن باید تا پایان اسفندماه در بازار بورس سرمایه‌گذاری شود) یک شوک مثبت خوب به بازار سرمایه وارد کرد و دوباره توانست روند بورس را مثبت کند. البته این طور نیست که روند نزولی و صعودی بورس ابدی باشد بلکه این روند دوره‌ای است و صعود و نزول در چند موج انجام می‌شود و در حال حاضر سیکل نزول بازار به پایان رسیده است و از نظر تکنیکالی باعث می‌شود تا سرمایه‌گذاران دست به خرید بزنند و نقدینگی خود را وارد این بازار کنند.

به گفته این کارشناس بازار سرمایه، در بازار جهانی هم واقعا برخی از شرکت‌های صادرات محور خیلی سود کردند چراکه در مدت ریزش بورس در چند ماه اخیر قیمت نفت به طرز چشمگیری افزایش یافت و یا مثلا مس از ۳ الی ۴ هزار دلار به ۹ هزار دلار رسید و اکثر کالاها در بازارهای جهانی صعودی شدند و همین امر چشم‌انداز شرکت‌های صادرات محور را روشن‌تر کرده است. بحث سیاست خارجی نیز در این مدت بازار را درگیر کرد و از سوی دیگر القای موضوع رسیدن قیمت دلار به ۱۵ هزار تومان، کمی گنگی برای تصمیم‌گیران پدید آورد.

صمدی با اشاره به از بین رفتن خوش‌بینی‌ها پس از استقرار بایدن گفت: هرچه جلوتر می‌رویم می‌بینیم سیاست خارجی بایدن نه تنها بهتر از ترامپ نیست بلکه با وضعیت بدتری روبه‌رو هستیم چراکه بایدن می‌تواند اروپا را با خود همراه کند.

او درخصوص پیش‌بینی قیمت دلار نیز گفت: در حال حاضر بازار شاهد رسیدن قیمت دلار به کف است و خیال سرمایه‌گذاران را تا حدی راحت کرده است. البته بازار سرمایه مشکلی با پایین آمدن نرخ ارز ندارد و موضوع این است که یک عدم اطمینانی در بازار وجود داشته است که سرمایه‌گذاران به واسطه آن نمی‌توانستند درست تحلیل کنند و آن فضای ابهام باعث می‌شد تا سرمایه‌گذاران ریسک خرید سهام را به جان نخرند.

وی در ادامه افزود: از طرف دیگر آمارهای بانک مرکزی درخصوص میزان نقدینگی منتشر شده است که نشان می‌دهد همچنان چاپخانه بانک مرکزی در حال چاپ پول است و سال آینده نیز قطعا تورم خواهیم داشت چه با توافق چه بی‌توافق. براساس آمارهای ارائه شده میزان نقدینگی سالانه ۳۰ تا ۴۰ درصد بالا می‌رود و این خودش ۳۰ تا ۴۰ درصد در سال آینده تورم ایجاد خواهد کرد. در مجموع قیمت سهام‌ها نیز طی چند هفته اخیر به پایین‌ترین حد ممکن رسید و شرایط خرید نیز مهیا شد از این رو در حال حاضر نقدینگی در حال حرکت به سمت این بازار است و این روند صعودی حداقل تا انتخابات ادامه خواهد داشت و ممکن است بعد از انتخابات نیز ادامه پیدا کند. در بودجه سال آینده نیز پیش‌بینی شده است که حدود ۹۵ هزار میلیارد تومان از فروش سهام درآمدزایی خواهیم داشت و وقتی شرایط بازار مساعد نباشد مسئولان نمی‌توانند چنین رقمی را از بازار سهام انتظار داشته باشند.

این کارشناس بازار سرمایه در انتها در پاسخ به این پرسش که بازار سرمایه در ماه‌های آینده چند درصد سوددهی خواهد داشت، گفت: این موضوع که از بازار رشدی مثل شش ماهه یا حتی سه ماهه اول سال ۹۹ انتظار داشته باشیم کمی بعید است، ولی بازار قطعا سودده خواهد بود و این احتمال وجود دارد که بورس سودده‌ترین بازار در سال آینده باشد. اگر شرایط مساعد باشد هر چقدر اقتصاد جهانی تحت تاثیر تزریق واکسن کرونا بهبود پیدا کند و قیمت کالاها در بازارهای جهانی رشد پیدا کند احتمال اینکه سهم‌ها به سقف قبلی برسند بالاتر می‌رود و خیلی از کسانی که رو سقف سهام خریدند می‌توانند خود را از زیان دربیاورند و در حال حاضر نیز برای پیش‌بینی دقیق کمی زود است و باید شرایط بازار سرمایه را در بعد از تعطیلات نوروز نیز دید.

روحانی در شصتمین مجمع سالیانه بانک مرکزی:

بانک‌های ایرانی باید بتوانند با بانک‌های دنیا تعامل کنند



شصتمین اجلاس مجمع سالیانه بانک مرکزی روز گذشته با حضور رئیس‌جمهور برگزار شد و حسن روحانی با بیان اینکه بانک مرکزی و بانک‌های ما باید با دست باز با دنیا تعامل کنند، گفت اگر برای همکاری با کشورها اهمیت قائلیم باید کاری کنیم که بانک‌ها بتوانند بدون نگرانی با بانک‌های ایران تعامل داشته باشند.

رئیس‌جمهور به تقسیم شرایط کشور به دو دوره قبل و بعد از سال ۹۷ اشاره کرد و افزود: از سال ۹۴ تا ۹۶ با اقدامات انجام شده از سوی این دولت و عبور از تحریم‌ها، آمار و ارقام کشور در رشد اقتصادی، نرخ تورم و اشتغال افتخارآمیز است. در این دوره در هر فصل بالغ بر ۷۰۰ هزار نفر اشتغال خالص در کشور ایجاد شد، تورم را تک رقمی کردیم و در سال ۹۵ رشد اقتصادی ایران بالاترین رشد اقتصادی در جهان بوده است که این یک افتخار بزرگ است.

او با بیان اینکه تحریف واقعیت‌های کشور و دستاوردهای درخشان دولت تا پیش از جنگ تمام عیار اقتصادی، ظلمی بزرگ است، گفت: در سال ۹۷ از سوی فردی که به هیچ پیمان و اصل و قاعده‌ای پایبند نبود، به یک جنگ اقتصادی تمام عیار فرا خوانده شدیم و پیش‌بینی کارشناسان اقتصادی این بود که بر اثر فشارهای بی‌سابقه و تحریم‌های همه جانبه تا پیش از سال ۹۷ تورم کشور سه رقمی خواهد شد.

روحانی با اشاره به اینکه اگر اقدامی برای مدیریت این شرایط نمی‌کردیم شاهد تورم ۳رقمی هم می‌بودیم، ادامه داد: با تلاش‌های دولت و مسئولان اقتصادی در پایان سال ۹۷ و با ورود به سال ۹۸ توانستیم به تدریج وضعیت را کنترل کنیم به شکلی که نرخ افزایشی تورم معکوس شده و رو به کاهش گذاشت و در حالی که در طول سال ۹۸ روند نرخ تورم رو به کاهش بود متأسفانه در پایان این سال با بحران جدیدی به نام همه‌گیری کرونا مواجه شدیم.

رئیس‌جمهوری با بیان اینکه کسانی که تحریم‌های بی‌سابقه و جنگ تمام عیار اقتصادی علیه ایران را طراحی کردند، هدفشان فروپاشی اقتصاد ایران بود، گفت: اگرچه فشارهایی به مردم تحمیل شد، اما امروز و با گذشت سه سال از آغاز جنگ اقتصادی، اقتصاد کشور همچنان سرپا و رو به جلو است و طرح‌های عمرانی و زیربنایی که هر پنجشنبه در طول سال ۹۹ افتتاح شده‌اند، پرچمی برای اعلام شکست تلاش‌های دشمنان به حساب می‌آید.

وی به برخی طرح‌های افتتاح شده در پویش ملی تدبیر و امید برای جهش تولید اشاره کرد و افزود: شاید افتتاح طرح‌های عظیمی مثل احداث خطوط انتقال آب از خلیج فارس و دریای عمان به مناطق شرقی و مرکزی کشور در شرایط عادی چندان مهم نباشد، اما وقتی در شرایط تحریم همه‌جانبه هر هفته شاهد افتتاح یا آغاز عملیات اجرایی چنین طرح‌هایی هستیم نشان می‌دهد که اقتصاد کشور همچنان فعال و پویا به پیش می‌رود.

به گفته رئیس جمهور، مدیریت در شرایط جنگی بسیار پیچیده و سخت است و بنده که سابقه مدیریت در دوران جنگ تحمیلی را دارم و در این جنگ اقتصادی نیز به فرمان مقام معظم رهبری فرمانده جنگ اقتصادی بودم، صمیمانه از زحمات همه سرداران خط مقدم این جبهه که مسئولان اقتصادی کشور هستند، تشکر می‌کنم. البته این تشکر به معنای آن نیست که عملکرد ما نقص و اشتباهی نداشته، اما در برابر کار بزرگی که انجام شده، باید انصاف و اعتدال را در روایت رخدادها و تاریخ رعایت کنیم.

روحانی با اشاره به اقدامات دولت در راستای اصلاح نظام بانکی، ساماندهی بانک‌ها و تعطیل کردن مؤسسات غیرمجاز، ادغام بانک‌های نظامی و راه‌اندازی سامانه‌های متعدد برخط از سوی بانک مرکزی، گفت: در کدام دوره سراغ دارید که حتی در شرایط عادی چنین اقدامات بزرگی انجام شده باشد. راه‌اندازی هر سامانه برخط اقدامی مؤثر در راستای شفاف‌سازی و مبارزه با فساد است که در این دولت با قوت و قدرت دنبال شد. در این دولت حتی در زمینه مبارزه با پولشویی و تأمین مالی تروریسم اقدامات بسیار ارزنده‌ای انجام دادیم، اما متأسفانه نتوانستیم در عرصه اطلاع‌رسانی درباره آنها موفق عمل کنیم که این جای تأسف دارد.

او ادامه داد: دولت ۴ لایحه برای مبارزه با پولشویی و تأمین مالی تروریسم به مجلس ارائه کرد که هم در مجلس تصویب شد و هم ایرادات شورای نگهبان به آنها رفع شد، اما متأسفانه در جای دیگری گیر افتاده‌اند و جمهوری اسلامی ایران که در منطقه سردمدار مبارزه واقعی با فساد، پولشویی و تأمین مالی تروریسم است نتوانسته در عرصه افکار عمومی این تلاش‌های خود را به خوبی اطلاع‌رسانی کند.

روحانی تصریح کرد: بانک مرکزی و دیگر بانک‌های ما باید با دست باز با دنیا تعامل کنند و ما حداقل اگر برای همکاری با کشورهای دوست اهمیت قائل باشیم، باید کاری کنیم که بانک‌های مرکزی و دیگر بانک‌های این کشورها بتوانند بدون نگرانی از ایجاد حاشیه و مشکل با بانک‌های ایران تعامل داشته باشند.

رئیس جمهور سپس از تلاش‌های مسئولان بانک مرکزی در دوران تحریم و همه‌گیری کرونا برای تأمین منابع مالی لازم جهت خرید واکسن و همچنین ارائه تسهیلات به آسیب‌دیدگان کرونا تشکر کرد و گفت: بانک مرکزی فشارهای ناشی از تحریم و محدودیت‌های ایجاد شده ناشی از همه‌گیری کرونا را توأمان به دوش کشید که صمیمانه از زحمات همه مسئولان آن تشکر می‌کنم. می‌توانم این اطمینان را به مردم بدهم که سال آینده هم در زمینه رفع تحریم‌ها و هم در زمینه واکسیناسیون و مقابله با همه‌گیری کرونا سال موفق و بهتری پیش رو داریم.

رئیس کل بانک مرکزی نیز در شصتمین مجمع سالیانه بانک مرکزی از تلاش حداکثری این بانک برای کنترل نقدینگی علی رغم شوک ارزی و شیوع کرونا خبر داد و به تشریح تحولات اقتصاد کشور و اقدامات بانک مرکزی درخصوص مدیریت بازار ارز، تامین ارز کالاهای اساسی و مدیریت نقدینگی پرداخت.

عبدالناصر همتی با اشاره به فشار بی‌سابقه تحریم‌ها بر اقتصاد کشور گفت: علی رغم کاهش شدید درآمدهای نفتی دولت در سال جاری، بانک مرکزی موفق به تامین ارز ۱۰ میلیارد دلار با نرخ ارز ترجیحی برای واردات کالاهای اساسی، دارو و نهاده‌های دامی و مواد اولیه واحدهای تولیدی شد.

رئیس شورای پول و اعتبار با بیان اینکه مشکلات ناشی از شیوع کرونا فشار مضاعفی را بر اقتصاد کشور وارد و شرایط سخت و بی‌سابقه‌ای برای سیاست‌گذاری پولی و ارزی ایجاد کرد، افزود: از این لحاظ برای حمایت از اقتصاد ۴۲ هزار میلیارد تومان وام کرونایی تخصیص داده شد که از این میزان ۲۸,۵ هزار میلیارد تومان مختص خانوارها بود. با این حال بانک مرکزی حداکثر تلاش خود را برای مدیریت نقدینگی انجام داد و با وجود کاهش قابل ملاحظه درآمد ارزی و شوک ناشی از کرونا، متوسط رشد نقدینگی در سه سال گذشته ۳۰,۳ درصد بوده که این میزان از متوسط ۲۰ سال گذشته تنها ۲,۸ درصد بیشتر بوده است.

به گفته همتی، با کمک وزارت اقتصاد طی ۴۱ حراج توانستیم ۱۱۵ هزار میلیارد تومان اوراق دولتی را به فروش برسانیم و اگر این کار انجام نمی‌پذیرفت پایه پولی ۳۲ واحد درصد و نقدینگی ۲۶ واحد درصد افزایش می‌یافت که بانک مرکزی جلوی تحقق آن را گرفت.

همتی سپس به رشد اقتصادی ۲,۲ درصدی کشور در ۹ ماهه امسال اشاره کرد و گفت: افزایش رشد اقتصادی طی فصول دوم و سوم سال ۱۳۹۹ نویدبخش عبور از شرایط سخت بخش واقعی اقتصاد ایران و حاکی از خروج از رکود و آغاز دوره رشد مجدد اقتصادی است.

رئیس کل بانک مرکزی، اجرای موفق ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح را پروژه‌ای مهم در راستای اصلاح ساختاری نظام بانکی دانست و گفت: درخصوص اصلاح ناترازی بانک‌ها که سابقه‌ای طولانی در اقتصاد کشور دارد اقدامات موثری توسط بانک مرکزی انجام شده که نتایج آن به مرور نمایان خواهد شد. همچنین اجرای عملیات بازار باز به عنوان یک سیاست پولی نوین مبتنی بر کنترل نرخ سود که سال‌ها در نظام بانکی مغفول مانده بود از اقدامات مهم بانک مرکزی در سال جاری بود که منجر به بازتعریف رابطه بانک مرکزی و بانک‌ها شده و مسیر اصلاح ناترازی‌های بانکی را هموارتر می‌کند.

شماره مجوز ۱۳۹۹.۷۶۳۸
شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان قزوین
«آگهی ابلاغ رای»
آقای فرهود صراف زاده جوادی- بشماره کارمندی ۵۶۳۴۰۲- فرزند محمود
پرونده نامبرده بالا به اتهام غیبت متوالی در این هیات مطرح و به مجازات اخراج از دستگاه متبوع محکوم گردیده است. لذا به علت عدم دسترسی به مشارالیه و به تجویز تبصره ماده ۳۰۲ قانون آئین دادرسی مدنی مراتب در یک نوبت منتشر می شود تا نامبرده ظرف مدت یکماه از تاریخ نشر آگهی چنانچه اعتراضی دارند در یکی از روزهای اداری به محل امور اداری ذیربط یا این هیات واقع در تهران، خیابان ملاصدرا، خیابان شیخ بهائی شمالی، ضلع جنوب غربی میدان شیخ بهائی، پلاک ۱۴۴، طبقه چهارم شرقی، هیات پنجم بدوی مراجعه نمایند.
۲۴۴
هیات پنجم بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان وزارت نفت

جناب آقای دکتر سبحانی
مدیر کل محترم اداره پست استان گیلان
با نهایت تاسف و تاثر مصیبت وارده را تسلیت عرض نموده ، از درگاه خداوند متعال برای آن مرحوم رحمت و غفران و برای شما و سایر بازماندگان صبر جمیل خواهانم.
سرپرست روابط عمومی در استان گیلان

وزارت نیرو
شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور
(سهامی خاص)
شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان
کم آبی دیگر شعار نیست.
نوبت اول
تجدید فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای
شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به عنوان دستگاه مناقصه گزار در نظر دارد مناقصه مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند .
موضوع مناقصه : عملیات اجرایی احداث مخزن ۳۰۰ متر مکعبی میلکی واقع در شهرستان پارسیان بشرح اسناد مناقصه
مبلغ برآورد اولیه: ۳,۵۶۲,۳۴۱,۸۰۶ ریال (سه میلیارد و پانصد و شصت و دو میلیون و سیصد و چهل و یک هزار و هشتصد و شش ریال)
(اعتبار پروژه فوق توامانا" از طریق اسناد اعتباری اوراق مشارکت و اسناد خزانه اسلامی تامین میگردد)
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار : ۱۷۹,۰۰۰,۰۰۰ ریال (یکصد و هفتاد و نه میلیونریال).
رتبه و رشته مورد نظر : دارای حداقل رتبه ۵ رشته آب
مبلغ خرید اسناد : ۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال به شماره حساب سپهر ۰۱۰۲۹۳۴۹۹۰۰۰۳ بانک صادرات شعبه گلشهر جهت فروش اسناد مناقصه
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : ساعت ۱۴ تاریخ ۹۹/۱۲/۲۸ ساعت ۱۴ تاریخ ۱۴۰۰/۰۱/۱۸
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۴ مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۰۱
زمان بازگشایی پاکت ها : ساعت ۱۰ مورخ۱۴۰۰/۰۲/۰۵
محل بازگشایی : سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان و حضور یک نفر نماینده از طرف هر یک از پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی پیشنهادها آزاد است .
امتیاز کیفی لازم : پیشنهادات واصله پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران و احراز حداقل امتیاز لازم (۶۵٪)بازگشایی خواهد گردید.
پیشنهاد دهندگان موظف می باشند اسناد مناقصه را از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم شامل پاکات الف ، ب و ج تهیه و به صورت فایلهای pdf در سامانه فوق درج نمایند.
سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است .
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف و ارزیابی کیفی
آدرس : بندرعباس - بلوار ناصر - جنب بیمارستان شریعتی – شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان (امور قراردادها) تلفن ۸۷-۸۶-۳۳۳۵۰۵۸۲ سایت اینترنتی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به نشانی: WWW.Abfa Hormozgan.com اطلاعات
سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس تهران :۲۷۳۱۳۱۳۱
دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶ .
شناسه آگهی : ۱۱۱۴۱۰۷
روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان
۲۴۳

نوبت دوم
آگهی مناقصه عمومی دو مرحله ای
شرکت ملی گاز ایران
شرکت پالایش گاز ایلام
شرکت پالایش گاز ایلام در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل از طریق مناقصه عمومی تامین نماید.
شماره مناقصه: ۹۹/۰۲۶-۱
موضوع مناقصه: تجدید مناقصه خرید ماده Release Agent مورد استفاده در واحد دانه بندی
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار(مناقصه): به میزان ۱/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار(مناقصه): ضمانتنامه بانکی
آخرین مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد توسط مناقصه گران: ۱۴۰۰/۰۱/۲۶
آخرین مهلت درج اسناد در سامانه ستاد توسط مناقصه گران: ۱۴۰۰/۰۲/۰۶
تاریخ گشایش پاکات: ۱۴۰۰/۰۲/۰۷
تاریخ اعلام نتیجه ارزیابی کیفی: ۱۴۰۰/۰۲/۱۳
تاریخ اعلام نتیجه ارزیابی فنی: ۱۴۰۰/۰۲/۲۰
تاریخ گشایش پاکات مالی "ج": ۱۴۰۰/۰۲/۲۷
آدرس دریافت اسناد الکترونیک: www.setadiran.ir
آدرس پستی مناقصه گزار: ایلام/بخش چوار/ صندوق پستی ۱۴۴-۶۹۳۶۱/ کدپستی ۶۹۳۷۱۷۰۱۱۰/ دبیرخانه کمیسیون مناقصات
* مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۰۷۷ و ۳۲۹۱۲۸۵۰- ۰۸۴ (دبیرخانه کمیسیون مناقصات) تماس حاصل فرمایند.
روابط عمومی شرکت پالایش گاز ایلام
۲۴۲

صعود ۳۶ هزار واحدی در بیست و ششمین روز اسفندماه

رشد بورس رکورد زد



فرصت امروز: بورس تهران به روند صعودی خود در روزهای آخر اسفند ادامه داد و شاخص کل بورس در بیست و ششمین روز اسفندماه با رشد ۳۶ هزار و ۳۰۹ واحدی در ارتفاع یک میلیون و ۲۹۰ هزار واحد ایستاد. همچنین شاخص کل (هم‌وزن) با ۳ هزار و ۸۴ واحد افزایش به ۴۳۷ هزار و ۹۲۶ واحد و شاخص قیمت (هم‌وزن) با ۲ هزار و ۱۲ واحد رشد به ۲۸۵ هزار و ۵۲۸ واحد رسید. شاخص بازار اول ۳۰ هزار و ۴۳۴ واحد و شاخص بازار دوم ۶۰ هزار و ۹۳ واحد افزایش داشت. در معاملات روز سه‌شنبه بیش از ۸میلیارد و ۸۳۱ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۸۰ هزار و ۶۳۳ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۴ هزار و ۱۹ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۳ هزار و ۹۷۲ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۳ هزار و ۲۵۰ واحد، گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید (وامید) با یک هزار و ۶۹۷ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با یک هزار و ۴۲۶ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با یک هزار و ۳۴۹ واحد و پتروشیمی پارس (پارس) با یک هزار و ۲۳۰ واحد به ترتیب بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل، نمادهای فولاد خراسان (فخاس) با ۱۳۰ واحد، گروه دارویی برکت (برکت) با ۴۹ واحد، تولیدی فولاد سپید فراب کویر (کویر) با ۳۷ واحد، معادن بافق (کبافق) با ۳۲ واحد، کارت اعتباری کیش (رکیش) با ۲۷ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری توسعه ملی (وتوسم) با ۲۰ واحد، ایران تایر (پتایر) با ۱۹ واحد، بیمه آسیا (آسیا) با ۱۸ واحد، داروسازی فارابی (دفارا) با ۱۴ واحد، سیمان تهران (ستران) با ۱۴ واحد، تولید نیروی آبادان (آبادا) با ۱۴ واحد و لابراتور داروسازی دکتر عبیدی (دعبید) با ۱۳ واحد تاثیر منفی بر شاخص گذاشتند.

همچنین نمادهای گروه دارویی برکت (برکت)، فرآوری معدنی اپال کانی پارس (اپال)، بهساز کاشانه تهران (ثبهساز)، صنعتی زر ماکارون (غزر)، ایران خودرو (خودرو)، سایپا (خساپا) و پالایش نفت اصفهان (شپنا) ازجمله نمادهای پرتراکنش بورس بودند. گروه خودرو هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۲میلیارد و ۲۴۸ میلیون برگه سهم به ارزش ۶ هزار و ۵۷۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس بیش از ۳۵۷ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۷ هزار و ۸۲۷ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۸۴ میلیون برگه سهم به ارزش ۱۵۴ هزار و ۸۳۱ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای بیمه پاسارگاد (بپاس)، پتروشیمی مارون (مارون)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، پلیمر آریا ساسول (آریا)، شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، سرمایه‌گذاری مالی سپهر صادرات (وسپهر) و فولاد هرمزگان جنوب (هرمز) تاثیر مثبت بر شاخص این بازار داشتند. همچنین نمادهای بیمه تجارت نو (بنو)، بیمه کوثر (کوثر)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، بیمه دی (ودی)، صنعتی مینو (غصینو)، کلر پارس (کلر) و تولید برق عسلویه مپنا (بمپنا) با تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه بودند.

براساس این گزارش، از روز دوشنبه بود که عرضه اوراق اختیار فروش تبعی با هدف حمایت از سهامداران خرد آغاز شد. در این زمینه، یک تحلیلگر بازارهای مالی، عرضه اوراق اختیار فروش تبعی را در بهبود بازار سرمایه موثر دانست و گفت: تجدیدنظر در رفتار بازارگردان‌ها، تعیین مقررات انضباطی برای برخورد با تخلفات اشخاص حقوقی و حقیقی، تعیین تکلیف درخصوص ایجاد دامنه نوسان نامتقارن و الزام صندوق‌ها به افزایش نصاب سرمایه‌گذاری در سهام از دیگر تصمیماتی است که در راستای بهبود شرایط بازار اخذ شده و لازم است با همراهی صاحبنظران و فعالان بازار گام‌هایی آینده‌نگر برداشته شود.

موسی احمدی ادامه داد: حرکت‌های آغاز شده در مسیر اندیشه‌ورزی و استفاده از نظرات صاحبنظران و فعالان بازار می‌تواند روندهای موجود در بازار را بهبود دهد. همچنین با نگاهی به بازارهای موازی نیز متوجه می‌شویم مقررات مالیاتی در بحث نقل و انتقال معاملات مسکن و خودرو در جهت کاهش انگیزه سفته‌بازی در این بازارها در حال اعمال است که می‌تواند تأثیراتی را بر گرایش نقدینگی به این بازار داشته باشد.

به گفته وی، نگاهی به بازار سرمایه نشان می‌دهد که این بازار در سال گذشته شاهد نوسانات زیادی بود که به نوبه خود بسیاری از سرمایه‌گذاری‌ها را متأثر کرد. به همین جهت بیش‌واکنشی سرمایه‌گذاران به این نوسانات نیز مزید بر علت شد تا شاهد تشدید این روند در میانه تابستان باشیم؛ روندی که تا پایان سال نیز آثار خود را به همراه گذاشت.

او با بیان اینکه بازار سرمایه سال ۱۳۹۹ را با فراز و نشیب‌های فراوانی که به نوبه خود مثال‌زدنی بود پشت سر گذاشت، گفت: سکان رهبری این بازار در سال گذشته با نرخ تغییرات بالایی روبه‌رو بود و به نظر می‌رسید که سیاستگذاران بر این باور بوده‌اند که نیاز به تغییرات مدیریتی در این سازمان ضروری است. شاید زیرساخت‌ها و بدنه سازمان بورس، آماده این حجم تغییراتی که در دو سال گذشته با آن مواجه بود نبوده و ابزارها و نهادهای مالی موجود، انتظاراتی را که در حال حاضر از آنها وجود دارد پاسخگو نبودند. لذا در صورتی که تعاریف جدیدی از پذیرش منابع نقدینگی در بازار ایجاد شود، به تناسب حضور انبوه مردم و سرمایه‌گذاران در این بازار لازم است ابزارها، سازوکارها، زیرساخت‌ها و فرهنگ‌سازی لازم برای پاسخگویی به این نیازها دیده شود.

احمدی خاطرنشان کرد: ایجاد و فعالیت نهادها و ابزارهای مالی در بازار سرمایه و نقش‌آفرینی کامل و اثربخش آنها مقوله‌ای است که فقط و فقط با آشنایی ناشران و شرکت‌ها، تنظیم و اجرای مؤثر و کامل قوانین و مقررات اجرایی و نظارتی و همچنین ایجاد سازوکارهای یک بازار کارا می‌تواند مفید باشد.

این تحلیلگر بازار سرمایه ادامه داد: ضعف سرمایه‌گذاری مبتنی بر تحلیل و فرهنگ‌سازی قوی و عدم سازوکارهای تحلیلی مناسب برای اقشار مختلف جامعه که بتواند نیاز سرمایه‌گذاران را تأمین کند، بیش از پیش نمایان شد. اغلب سرمایه‌گذاران مشتاق آن دسته از شیوه‌های سرمایه‌گذاری بودند که مانند دو سال گذشته بورس، بازده‌های آنچنانی را برای آنها در کوتاه مدت تصویر کند و تجارب شکل گرفته در این میان، همین انتظارات را در بقیه آحاد سرمایه‌گذاران جدیدالورود نیز ایجاد کرده بود که با ورود به بازار، روند کاهشی آن را دیدند و لذا به دنبال راه فراری در جلوگیری از ذوب سرمایه‌شان می‌گشتند.

وی به دلایل و محرک‌های تشدید وضعیت مذکور اشاره کرد و افزود: اخبار مختلفی که در بازار در زمینه عرضه صندوق پالایش، عرضه خرد سهام عدالت، ارائه شیوه‌نامه جدید عرضه زنجیره فولاد توسط وزارت صمت و ایجاد ریسک مداخله در قیمت‌گذاری به همراه اخبار انتخابات آمریکا و تغییر در انتظارات ارزی و تورمی با انتخاب بایدن و بحث بازگشت به برجام، بررسی بودجه ۱۴۰۰ و حواشی مربوط به آن مطرح بود، در صدر اخباری بودند که به عنوان دلایل و محرک‌های تشدید وضعیت بیان شدند. اینکه هر یک از این اخبار تا چه میزان و به چه نحوی بر بازارها تأثیرگذار بوده و از چه منابع اطلاعاتی نشأت گرفته، از جمله مواردی است که نیازمند تحلیل و پردازش توسط مراکز تحلیل و ارائه برآوردهای ناشی از آن به جامعه سرمایه‌گذاران است.

این تحلیلگر بازارهای مالی در پایان با اشاره به تغییرات اخیر مدیریتی در سازمان بورس و اوراق بهادار گفت: نگاهی به تغییرات رخ داده در صدر مدیریت سازمان بورس و اوراق بهادار و توجه به برنامه‌های رئیس جدید سازمان بورس و تغییرات صورت گرفته در بدنه مدیران آن، بیانگر جهت‌گیری‌های تازه و شکل‌گیری روند بهبود و رو به رشد برای بازار سرمایه است. با توجه به برهه زمانی حاضر که با نوعی ابهامات درخصوص اخبار داخلی و بازارهای جهانی از جمله ارزیابی امکان آزادسازی دلارهای بلوکه شده کشور و انتخابات ریاست جمهوری پیش رو و میزان بهبود وضعیت اقتصاد جهانی در نتیجه ریشه‌کن شدن بیماری کرونا مواجهیم، می‌بایست ریسک‌های مختلف در مسیر را نیز در نظر گرفت.

نماگر بازار سهام

شورای عالی بورس:

دامنه نوسان معاملات بورس افزایش می‌یابد

سخنگوی شورای عالی بورس از تصویب سه سیاست کلی درخصوص افزایش دامنه نوسان در جلسه سه‌شنبه این شورا خبر داد. محمدعلی دهقان دهنوی با بیان اینکه شورای عالی بورس در راستای تغییر دامنه نوسان، سه سیاست کلی را تبیین و تصویب کرد، افزود: بر این اساس، نخست افزایش دامنه نوسان مورد تاکید شورا قرار گرفت؛ دوم این افزایش به شکل تدریجی همراه با اطلاع‌رسانی کامل و آمادگی بازار انجام می‌شود و همچنین مقرر شد که همراه با سیاست افزایش دامنه نوسان فرهنگ‌سازی و ترویج روش‌های سهامداری غیرمستقیم نیز انجام شود.

او ادامه داد: با این سه سیاست کلی، تعیین عدد دامنه نوسان به سازمان بورس واگذار شد؛ همچنین جمع‌بندی‌ها در روزهای بعدی انجام و نظرات صاحبنظران و کارشناسان نهادهای مالی اخذ می‌شود تا در نهایت به تصمیمی برسیم که موردنظر و اجماع طیف وسیع سهامداران باشد.

دهقان دهنوی سپس به دیگر دستورات جلسه این شورا در روز سه‌شنبه اشاره کرد و افزود: بودجه ۱۴۰۰ سازمان بورس نیز به تصویب رسید. همچنین دستور سوم به اوراق مالی جدید اختصاص داشت که طراحی آن در سازمان بورس و بورس انرژی انجام شده و به تایید شورای فقهی هم رسیده بود.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار اضافه کرد: شورای عالی بورس هم این موضوع را تصویب کرد و به این ترتیب اوراق صرفه‌جویی انرژی برای کارخانه ها و شرکت‌های مختلفی که بتوانند در مصرف انرژی صرفه‌جویی کنند، طراحی و اجرا خواهد شد. این صرفه‌جویی در قالب اوراقی خواهد بود که در بازار مورد داد و ستد قرار می‌گیرد و قابلیت نقدشوندگی خواهد داشت.

نحوه پرداخت سود سال ۹۸ سهام عدالت مشخص شد

مصوبه شورای عالی بورس درخصوص نحوه پرداخت سود سهام عدالت اعلام شد که براساس آن، سود قابل تقسیم ۳۶ شرکت بورسی و فرابورسی به همه مشمولان اعم از روش سرمایه‌گذاری مستقیم و غیرمستقیم پرداخت می‌شود.

مدیریت نظارت بر ناشران سازمان بورس درخصوص نحوه پرداخت سود سهام مشمولان سهام عدالت، اعلام کرد: طبق مصوبه ۱۲ اسفند شورای عالی بورس، مقرر شد سود قابل تقسیم شرکت‌های سرمایه‌گذار پذیر سهام عدالت شامل ۳۶ شرکت بورسی و فرابورسی متعلق به تمامی مشمولان سهام عدالت اعم از مستقیم و غیرمستقیم از محل عملکرد سال مالی منتهی به شهریور ۹۹ که مجامع سالانه آنها در سال ۹۹ برگزار شده توسط سپرده‌گذاری مرکزی تجمیع شده و به نحو زیر بین مشمولان سهام عدالت توزیع می‌شود.

به شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی از این محل هیچ‌گونه وجهی پرداخت نخواهد شد و آن شرکت‌ها نمی‌توانند از محل سود سهام شرکت‌های سرمایه‌پذیر درآمد شناسایی و ثبت کنند و در صورت دریافت وجه از شرکت‌های سرمایه‌پذیر مکلفند نسبت به عودت و پرداخت آن به حساب اعلامی سپرده گذاری مرکزی اقدام کنند.

الف) سود سهام دارندگان سهام شرکت‌های سرمایه‌پذیر که روش مستقیم سهامداری را انتخاب کرده و در تاریخ برگزاری مجمع هر شرکت، مالکیت سهام را حفظ کرده باشند توسط سپرده‌گذاری مرکزی تجمیع شده و به تناسب سهام هر یک از آنها در روز برگزاری مجمع، حداقل در دو مرحله که تاریخ آن از سوی سازمان بورس تعیین و اعلام می‌شود به سهامداران شرکت‌های فوق پرداخت خواهد شد.

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله‌ای شماره ۹۹۲۱

وزارت صنعت، معدن و تجارت
سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران
شرکت شهرکهای صنعتی گیلان (سهامی خاص)

مناقصه گزار: شرکت شهرکهای صنعتی گیلان (سهامی خاص) کد ۱۲۹۳ شماره ثبت ۲۷۱۴، تاریخ ثبت ۱۳۷۰/۱۰/۳
کد اقتصادی ۶۴۶۳- ۸۴۴۸- ۴۱۱۱ و شناسه ملی ۱۰۷۲۰۱۶۱۷۵۴ کدپستی ۴۱۹۵۸۶۳۷۷۳
این شرکت در نظر دارد راهبری و نگهداری و بهره برداری تصفیه خانه فاضلاب شهرک صنعتی آستانه به حجم ۱۶۰ متر مکعب در روز را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به پیمانکاران یا مشاوران دارای گواهینامه صلاحیت به شرح ذیل واگذار نماید:
۱- کلیه شرکتهای دارای گواهی صلاحیت معتبر بهره برداری و نگهداری تصفیه خانه های فاضلاب از وزارت نیرو (تمامی رتبه‌ها)
۲- شرکتهای پیمانکاری دارای گواهی صلاحیت معتبر در رشته تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه (مدیریت و برنامه ریزی سابق)(تمامی رتبه ها).
** پیمانکار منتخب ملزم است قبل از عقد قرارداد نسبت به معرفی یک نفر نیروی تمام وقت با مدرک تحصیلی بهداشت محیط یا عمران محیط زیست یا مهندسی آب و فاضلاب به عنوان پشتیبان فرایند در دفتر فنی اقدام نماید.
تمامی مراحل برگزاری مناقصه،از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
۱۴. مبلغ برآورد اولیه: ۵/۰۸۲/۷۴۴/۴۰۰ (برآورد اولیه بر مبنای حداقل مزد کارگران در سال ۹۹ با احتساب ۲۰ درصد افزایش محاسبه گردیده است.
بدیهی است پس از ابلاغ مصوبه شورای عالی کار در مورد حداقل مزد کارگران در سال ۱۴۰۰ ، مبنای پرداخت براساس آخرین ابلاغیه سال ۱۴۰۰ خواهد بود.)
محل تامین اعتبار: از محل منابع داخلی شرکت
* شرایط اختصاصی شرکت در مناقصه: ارائه یک نمونه قرارداد با موضوع راهبری و نگهداری و بهره برداری تصفیه خانه فاضلاب در ۵ سال گذشته بهمراه صورتجلسه تحویل موقت و رضایتنامه همان قرارداد از کارفرمای مربوطه (قرارداد میبایست بطور مستقیم با کارفرمای اصلی منعقد گردیده و قراردادهای دست دوم فاقد ارزش میباشند.)
مبلغ خرید اسناد: ۳۰۰/۰۰۰ ریال
مبلغ تضمین و نوع آن: ضمانت نامه بانکی یا فیش واریز نقدی به مبلغ ۲۵۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال که مدت اعتبار آن ۳ ماه از تاریخ ارائه پیشنهاد و به دستور کارفرما تا ۳ ماه دیگر قابل تمدید باشد. تضمین شرکت در مناقصه میبایست علاوه بر بارگذاری در سامانه ستاد تا ساعت ۱۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱/۲۳ در پاکت سربسته بعنوان پاکت «الف» و بهمراه نامه به دبیرخانه این شرکت تحویل داده شود.
- مهلت دریافت اسناد مناقصه از سامانه: تا ساعت ۱۹ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱/۱۱.
- مهلت ارائه پیشنهاد: تا ساعت ۱۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱/۲۳.
- ساعت و تاریخ بازگشایی: ساعت ۱۱ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱/۲۳.
مدت اعتبار پیشنهادات: ۹۰ روز از تاریخ تحویل پیشنهادات.
نشانی و شماره تماس کارفرما جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت «الف» : رشت کمربندی شهید بهشتی- روبروی کمیته امداد- شرکت شهرکهای صنعتی گیلان ۰۱۳۳۳۴۴۳۰۱۱
اطلاعات تکمیلی مناقصه از طریق وب سایت «شرکت شهرک های صنعتی گیلان» به نشانی www.gilaniec.ir و همچنین «پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات کشور» به نشانی http://iets.mporg.ir قابل دسترسی می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۱۲/۲۶ | تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۱۲/۲۷ | شناسه آگهی : ۱۱۱۳۸۳۲ | شرکت شهرکهای صنعتی استان گیلان

بازرگانان از رویه فعلی صادرات ضربه خورده‌اند



رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی بندرعباس گفت در حال حاضر رویه صادرات با مشکلات عدیده‌ای روبه‌روست و بازرگانان از رویه فعلی ضربه‌های فراوانی خورده‌اند.

محمدرضا صفا در گفت و گو با ایسنا، با بیان اینکه استان هرمزگان از ظرفیت‌های متعددی در ابعاد مختلف نظیر کشاورزی، صنعت و معدن برخوردار است، تصریح کرد: استان ما در حال حاضر در بخش صادرات آبزیان در کشور حرف اول را می‌زند و رتبه یک کشور را به خود اختصاص داده است.

وی ادامه داد: قوانین غیرکارشناسی و مختل‌کننده امور ضربات زیادی به بدنه تجاری کشور وارد ساخته است و در این بین صادرکنندگان محصولات کشاورزی و به دنبال آن کشاورزان ضررهای فراوانی را متحمل شده‌اند.

این مقام مسئول خاطرنشان کرد: هرمزگان در کشت گلخانه‌ای رتبه نخست را دارد و بهترین نوع نارنگی مربوط به این استان است، بهترین نوع خرما و محصولات خرمایی متعلق به استان هرمزگان است و در کشورهای حاشیه خلیج فارس و حتی کشورهای اروپایی طرفداران فراوانی دارد.

صفا بیان کرد: استانی با چنین ظرفیت چرا باید برای صادرات محصولاتش به کشورهای هدف با مشکل مواجه باشد و چرا برای تولیدات خارج از فصل استان هرمزگان که بازار بسیار خوبی در کشورهای دیگر دارد اولویت‌بندی نشده است.

وی اضافه کرد: ممنوع کردن صادرات سیب و پرتقال و عدم تعادل در صادرات برخی محصولات بازار را با کمبود و عدم تعادل قیمت مواجه ساخته و این در حالی است که می‌توان با یک برنامه مدون محصولات خارج از فصل استان هرمزگان را جایگزین صادرات محصولی نظیر سیب کرد.

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی بندرعباس تصریح کرد: باید در کنار صادرات محصولی همانند سیب محصولات خارج از فصلی همچون گوجه فرنگی، خیار، بادمجان و فلفل قرار بگیرد که اتاق بازرگانی در این باب نامه‌نگاری‌های لازم را انجام داده است.

صفا ضمن قدردانی از تلاش‌ها و پیگیری‌های شعبان رئیس نمایندگی وزارت امور خارجه در باب رایزنی برای ارتباط اتاق بازرگانی بندرعباس با کشورهای هدف و تلاش بی‌وقفه معاونت امور بین‌الملل اتاق ایران در این خصوص بیان کرد: برگزاری نشست با کشورهای سنگال، چین، افغانستان، پرتغال و قزاقستان با هدف معرفی ظرفیت‌های استان هرمزگان و در آینده‌ای نزدیک برگزاری نشست با کشورهای عضو اکو نشان‌دهنده عزم راسخ اتاق برای گسترش روابط بین‌المللی است که امید است در سال جدید دستاوردهای بسیار خوبی از این نشست‌ها را برای استان به ارمغان آوریم.

گردشگری خرید و سهم آن در توسعه اقتصادی مقصد

خرید عاملی دیگر در گردشگری است و در مدت طولانی به تجربه سفر گردشگران از مقصد کمک می‌کند. در چند سال گذشته، خرید به یکی از مهمترین عوامل تاثیرگذار در انتخاب مقصد گردشگران و حتی محرک اصلی تصمیم‌های سفر شده و به‌تدریج در مفهوم گردشگری خرید که سال‌های اخیر بیشتر مورد توجه قرار گرفته، وارد شده است.

در سال‌های اخیر، گردشگری خرید به‌عنوان مفهوم جدیدی مطرح است. بااین‌حال، سهم این نوع گردشگری در اقتصاد اجتماعی (بررسی چگونگی شکل‌گیری فعالیت‌های اقتصادی، تحت تاثیر فرآیندهای اجتماعی) پتانسیل‌های قوی آن برای رشد در آینده را نشان می‌دهد.

براساس اظهارات سازمان جهانی تجارت (WTO) گردشگری خرید، شکل مدرن گردشگری تعریف می‌شود و خرید در مقصد، عامل تعیین‌کننده تصمیم گردشگران برای سفر است. مهمترین سهم گردشگری خرید در نظر محققان در ذیل ذکر شده است.

افزایش جذابیت و رقابت مقصد

ظهور گردشگری خرید، فرصت‌های جدیدی برای گسترش و تنوع تجربیات مسافران در مقصد فراهم می‌کند. تجارب خرید محصولات محلی و کالاهای لوکس علاوه بر تجربیات مربوط به چشم‌انداز یا فرهنگ خاص مقصد، می‌تواند به جاذبه‌ای برای جذب گردشگر در انتخاب مقصد تبدیل شود. برخی از مقاصد جهان مانند اسپانیا، کره و دبی تجربه‌های خرید ایجاد کرده‌اند تا در جایگاه تجاری گردشگری خود رشد کنند. در دومین کنفرانس گردشگری خرید که سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) در سال ۲۰۱۶ برگزار کرد، گردشگری خرید «یکی از ابزارهای پرکاربرد در ارتقای مقصد» در نظر گرفته شد.

رشد درآمد گردشگری مقصد

هزینه گردشگران یکی از مهمترین عواملی است که درآمد گردشگری مقصد را تامین می‌کند. هزینه مسافران اهمیت زیادی برای گردشگری خرید دارد، زیرا در هنگام سفرکردن عامل اصلی است بنابراین ایجاد تنوع در تجارب خرید برای ترغیب مسافران به صرف هزینه، مزایای زیادی برای رشد درآمد مقصد به همراه دارد.

حمایت از رشد اقتصادی-اجتماعی محلی

گردشگری خرید ارتباط نزدیک با بسیاری از بخش‌های اقتصادی دیگر در مقصد، به‌ویژه خرده‌فروشی دارد. توسعه گردشگری خرید در مقصد به‌طور مستقیم باعث رشد خرده‌فروشی محلی، ازجمله خرده‌فروشی سفر می‌شود. سالانه در بسیاری از کشورها، جشنواره‌های خرید تعداد زیادی از خرده‌فروشان داخلی و خارجی و همچنین گردشگران را برای فروش و خرید جذب می‌کند.

علاوه بر این، افزایش تقاضا برای خرید مسافران شرایط مطلوبی برای توسعه تولید محلی، تجارت و بسیاری از صنایع خدماتی مرتبط ایجاد می‌کند. مشاغل تولیدی منبع اضافی از مشتریانی دارند که مایل به خرید محصولات باکیفیت و مرتبط با مقصد هستند. توسعه تولید همچنین باعث می‌شود فعالیت‌های تجاری و صادراتی واردات پرجنب‌وجوش باشد و این واقعیت که مسافران زمان زیادی را صرف خرید می‌کنند نیز شرایط مطلوبی برای توسعه خدمات اقامتی و غذاخوری مقصد است. همچنین، توسعه گردشگری خرید از جنبه اجتماعی باعث ایجاد اشتغال می‌شود و برای جوامع محلی افزایش درآمد ایجاد می‌کند.

پتانسیل گردشگری خرید چیست؟

در سراسر جهان بسیاری از مقاصد با تاثیرات مثبت گردشگری خرید بر اقتصاد محلی، شروع به استفاده از این نوع گردشگری در راهبرد توسعه گردشگری پایدار خود کرده‌اند. میگل میرونز، رئیس هیأت رئیسه سازمان جهانی گردشگری در جلد هشتم گزارش جهانی گردشگری خرید که توسط UNWTO منتشر شده است، عنوان کرد: «در کوتاه‌مدت و میان‌مدت، گردشگری خرید با توجه به نفوذ آن در اقتصاد محلی و کمک به ادغام مقاصد و ایجاد مشاغل به عنوان یک بخش اصلی در صنعت گردشگری ادغام خواهد شد.»

انتقاد نوروزی به تشکیل صف‌های طولانی مرغ در استان تولیدکننده مرغ

یک عضو مجمع نمایندگان استان گلستان در مجلس نسبت به تشکیل صف‌های طولانی مرغ در این استان که خود تولیدکننده مرغ است، انتقاد کرد.

به گزارش ایسنا، رحمت الله نوروزی در جلسه علنی روز سه‌شنبه مجلس شورای اسلامی در تذکر شفاهی با اشاره به میزان تولید بالای مرغ در استان گلستان گفت: مردم این استان روزی ۵۰۰ تن مرغ تولیدی استان را به میدان بهمن تهران می‌آورند. با این حال شاهد صف‌های طولانی برای خرید مرغ در استان گلستان در این شرایط کرونایی هستیم. مردم از دولت و مجلس انتظار دارند که دست‌کم استان‌های تولیدکننده درگیر صف‌های طولانی نباشند.

نماینده مردم علی‌آباد کتول در مجلس خطاب به وزرای صنعت، معدن و تجارت و وزیر جهاد کشاورزی ادامه داد: با توجه به مشاهده صف‌های طولانی نان در این روزها، انتظار است که برای رفع این مشکل تدابیر جدی اتخاذ کنید. سید امیرحسین قاضی‌زاده هاشمی، نایب رئیس اول مجلس که ریاست جلسه علنی را برعهده داشت، در پاسخ به تذکر این نماینده اظهار کرد: از آقای امیری، معاون پارلمانی رئیس جمهور می‌خواهیم که این موضوع را پیگیری کنند. استان‌های تولیدکننده مرغ، نباید صف مرغ در آنها مشاهده شود.

اخبار

نمونه‌برداری از موادغذایی مشکوک و پرخطر در نوروز

برخورد با عرضه قلیان در اماکن عمومی

براساس اعلام ستاد مقابله با کرونا در تعطیلات نوروز ۱۴۰۰ سفر به شهرهای زرد و آبی با رعایت پروتکل‌های بهداشتی مجاز است. با وجود درخواست مکرر وزارت بهداشت از مردم برای سفر نرفتن، اما ممکن است برخی به دلایل ضروری مجبور به سفر کردن باشند از این رو دستورالعمل مدیریت بهداشت محیط در این زمینه با اولویت سلامت نوروزی به اهم اقدامات بهداشتی در نظر گرفته شده برای نوروز می‌پردازد. به گزارش ایسنا، با توجه به نقش مدیریت مهندسی بهداشت محیط و کنترل عوامل محیطی در پیشگیری از همه‌گیری و اپیدمی بیماری‌های واگیردار به ویژه کنترل پروتکل‌های بهداشتی در راستای کنترل بیماری کووید۱۹- و سایر بیمارهای منتقله از عوامل محیطی به ویژه آب و غذا و کاهش بار بیماری‌های غیرواگیر با کنترل نمک و روغن به عنوان هدف بلندمدت ارتقای سطح سلامت جامعه، اجرای برنامه مدیریت مهندسی بهداشت محیط در زمان‌های درگیری با بیماری‌های مرتبط و همچنین در ایام خاص می‌تواند باعث کاهش بار بیماری‌های مرتبط باشد و در قطع زنجیره انتقال موثر باشد. با توجه به اینکه بیش از یک سال است که تمامی کشورهای جهان درگیر پاندمی کووید۱۹- و مدیریت کرونا هستند و همچنین با توجه به نزدیک شدن تعطیلات نوروزی و براساس آخرین مصوبه ستاد مقابله با کرونا در خصوص مدیریت محدودیت‌های هوشمند تردد در مناطق زرد و آبی با رعایت پروتکل منع تردد احتمال افزایش مسافرت و تردد نسبت به سال قبل در حد اندک هم وجود دارد بنابراین به منظور اعمال مدیریت مهندسی بهداشت محیط در نظارت عوامل محیطی در راستای کنترل بیماری‌های مرتبط به ویژه بیماری کووید۱۹- با اولویت مراکز و اماکن پرتردد دستورالعمل اجرایی با اولویت نظارت بر مراکز و اماکن پرتردد، نظارت کنترل رفتارهای پرخطر در راستای مدیریت بیماری کووید۱۹- و نظارت بر سامانه‌های آبرسانی، از ۲۵ اسفندماه امسال لغایت ۱۵ فروردین ماه سال آتی با حضور فعال بازرسان بهداشت محیط مجهز به تجهیزات پرتابل سنجش و نمونه‌برداری از آب، مواد غذایی و سطوح از ۸ صبح تا ۸ شب در ساعت‌های اداری و غیراداری و روزهای تعطیل اجرا می‌شود. هماهنگی و مشارکت‌های بین بخشی و برون‌بخشی، آموزش و اطلاع‌رسانی عمومی، پایش، نظارت و بازرسی و گزارش‌دهی از مهمترین اهداف این برنامه نوروزی است.

نظارت و تشدید بازرسی بهداشت محیطی از کلیه اماکن عمومی تحت پوشش با در نظر گرفتن اولویت اماکن حساس از قبیل سرویس‌های بهداشتی عمومی داخل شهری و بین راهی، اماکن بین راهی، مهمانسراها، هتل، متل، مسافرخانه، زائرسرا و اقامتگاه‌ها، پارک‌ها، تفرجگاه‌ها، جایگاه‌های سوخت، پاساژها و مراکز خرید، آرایشگاه‌ها، وسایط حمل و نقل عمومی درون‌شهری و برون شهری و پایانه‌ها، فرودگاه‌ها، ایستگاه‌های راه آهن و کلیه مراکز تجمعی با تأکید بر اجرای پروتکل‌های بهداشتی، به ویژه کنترل نقاط حساس محیطی مثل آسانسورها از نظر تهویه داخل آسانسور و ترجیحا استفاده از صفحه کلید سنسوردار چشمی جهت عدم ارتباط مستقیم دست با دکمه‌های آسانسور در مراکز و اماکنی که از آسانسور استفاده می‌کنند به ویژه در مراکز اقامتی، مجتمع‌های رفاهی و مراکز درمانی و کلینیک‌ها به منظور جلوگیری از انتقال بیماری‌های عوامل محیطی از جمله کووید۱۹-رعایت فاصله‌گذاری‌های اجتماعی، استفاده از ماسک ، موارد بهداشت فردی، ابزار و تجهیزات و بهداشت ساختمان، تهویه مطلوب، آب مصرفی و دفع صحیح پسماند و فاضلاب، نظافت عمومی و عدم استعمال دخانیات در دستور کار بازرسان بهداشت محیط است.

کاهش وزنی واردات نهاده‌های دامی به ۱۱درصد رسید

واردات نهاده‌های دامی در ۱۱ ماهه سال ۱۳۹۹ نسبت به دوره مشابه سال گذشته به لحاظ وزنی کاهش ۱۱ درصدی و به لحاظ ارزشی کاهش ۹ درصدی را تجربه کرده است. به گزارش ایسنا، براساس اعلام اتحادیه واردکنندگان نهاده‌های دام و طیور ایران، در ۱۱ ماهه سال جاری ۱۴ میلیون و ۳۱۵ هزار و ۹۹۴ هزار تن نهاده‌های دامی وارد کشور شده است که این رقم در مقایسه با واردات ۱۶ میلیون و ۳۱ هزار و ۸۳۰ تنی نهاده‌های دامی در دوره مشابه سال گذشته کاهش وزنی ۱۱ درصدی را تجربه کرده است. براساس این گزارش، ارزش دلاری واردات نهاده‌های دامی در ۱۱ ماهه سال گذشته ۴ میلیارد و ۷۳۴ میلیون و ۷۴۰ هزار دلار بوده است که این رقم در سال جاری با کاهش ۹ درصدی به ۴ میلیارد و ۲۹۶ میلیون و ۹۶۰ هزار و ۱۶۰ دلار رسیده است.

براساس این گزارش، میزان واردات ذرت در ۱۱ ماهه سال جاری ۹ میلیون و ۱۹۵هزار و ۹۹۸ تن به ارزش بیش از ۲ میلیارد و ۳۱۲ میلیون دلار بوده است که در مقایسه با واردات ذرت در ۱۱ ماهه سال گذشته به وزن ۸ میلیون و ۱۳۳ هزار و ۷۸۰ تن به ارزش بیش از یک میلیارد و ۹۸۹ میلیون دلار به لحاظ وزنی رشد ۱۳ درصدی و به لحاظ ارزشی رشد ۱۶ درصدی را نشان می‌دهد.

گفتنی است در ۱۱ ماهه سال گذشته ۳ میلیون و ۷۶۷ هزار و ۱۵۰ تن جو به ارزش ۹۵۳ میلیون و ۷۳۰ هزار دلار وارد کشور شده است که مقایسه این میزان با واردات یک میلیون و ۷۰۳ هزار و ۷۸۲ تنی جو به ارزش بیش از ۴۲۲ میلیون و ۵۰۷ هزار دلاری در دوره مشابه سال جاری کاهش ۵۵ درصدی وزنی و کاهش ۵۶ درصدی ارزشی واردات این کالا را نشان می‌دهد.

در ۱۱ ماهه سال جاری واردات کنجاله سویا یک میلیون و ۶۱۵ هزار و ۲۶۷ تن به ارزش بیش از ۶۹۳ میلیون و ۷۸۶ هزار دلار بوده که در مقایسه با واردات ۲ میلیون و ۱۴۵ هزار و ۶۵۰ تنی این کالا به ارزش ۹۳۱ میلیون و ۷۹۰ هزار دلار در دوره مشابه سال گذشته کاهش وزنی ۲۵ درصدی و کاهش ارزشی ۲۶ درصدی را نشان می‌دهد. در ۱۱ ماهه سال گذشته یک میلیون و ۹۸۵ هزار و ۲۵۰ تن دانه سویا به ارزش ۸۶۰ میلیون و ۵۰ هزار دلار وارد کشور شده که این رقم در مقایسه با واردات یک میلیون و ۸۰۰ هزار و ۹۴۸ تنی دانه سویا به ارزش بیش از ۸۶۸ میلیون و ۴۵۰ هزار دلاری در ۱۱ ماهه سال جاری کاهش ۹ درصدی وزنی و افزایش یک درصدی ارزش واردات این کالا را نشان می‌دهد.

توجه ویژه به استفاده از اپلیکیشن ماسک توسط مراکز اقامتی و پایانه‌های مسافربری زمینی، هوایی و دریایی برای مسافران و مشتریان ضروری است. همچنین نظارت و تشدید بازرسی بهداشت محیطی بر ترمینال‌های مسافربری، ایستگاه‌های راه‌آهن، فرودگاه‌ها، اتوبوس‌ها و قطارهای مسافربری و... با تأکید بر اجرای پروتکل‌های بهداشتی مدیریت بیماری کووید۱۹-، رعایت ظرفیت ۵۰ درصد در اتوبوس‌ها، قطارها و کشتی‌های مسافربر و ظرفیت ۶۰ درصد در هواپیماها، داشتن تهویه مطلوب، رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی و استفاده از ماسک، عرضه مواد غذایی سالم، دقت در حفظ ایمنی موادغذایی، بهداشت فردی شاغلین مرتبط با تهیه و توزیع موادغذایی، استفاده از آب شرب و یخ مورد تایید با اولویت استفاده از آب بسته‌بندی شده یکنفره در وسایط نقلیه عمومی مسافربری، نظافت عمومی، نظافت سرویس‌های بهداشتی، بهداشت ابزار و تجهیزات (پتو، ملحفه و استکان و لیوان مورد استفاده در قطارها) و کنترل و کاهش استعمال دخانیات از جمله قلیان در اماکن و مراکز فوق از نکات حائز اهمیت است. همچنین نظارت و بازرسی بهداشت محیطی و کنترل پروتکل‌های بهداشتی از استخرهای شنا و مراکز تفریحی آبی در مناطقی که مجاز به فعالیت هستند ضروری است.

عواملی که نیاز ارزی قطعه‌سازان را به یک میلیارد دلار کاهش داد

زمان تخصیص ارز سازندگان به کمتر از یک ماه کاهش یافت



در حالی به روزهای پایانی سال نزدیک می‌شویم که گفته می‌شود با افزایش درآمدهای ارزی و پرداخت بخش زیادی از تسهیلات ۵ هزار میلیاردی به سازندگان معضل نقدینگی و مدت زمان تخصیص ارز به قطعه‌سازان تا حدودی کاهش یافته است با این حال کارشناسان و فعالان در این صنعت معتقدند برای عبور از چالش‌های احتمالی مالی در ابتدای سال آینده این روند نیازمند مدیریت نقدینگی از سوی سازندگان است.

به گزارش خبرنگار پرشین خودرو، با آغاز تحریم‌ها و خروج شرکای خارجی، صنعت خودرو و زنجیره تامین شرکت‌ها با مشکلات و موانع زیادی مواجه شد از جمله موانعی که با تشدید مشکلات اقتصادی و اعمال سیاست‌های اشتباه، صنعت خودرو را با چالش جدی روبه‌رو کرد مشکل نقدینگی و کاهش منابع ارزی و روند تخصیص ارز جهت واردات و تامین قطعات موردنیاز این صنعت بود؛ مشکلاتی که به نظر می‌رسد با پرداخت تسهیلات شورای پول و اعتبار و اهتمام خودروسازان و سازندگان در پویش داخلی‌سازی و از سویی بهبود تدریجی درآمدهای ارزی می‌رود در آستانه ورود به سال ۱۴۰۰ درصدی از مشکلات مالی و نیاز ارزی قطعه‌سازان را کم نماید.

این شرایط که حاصل تلاش صنعت خودرو و قطعه‌سازی ایران و گام برداشتن در مسیر خودکفایی و داخلی‌سازی و البته حذف خودروهای سی. کی. دی است در حال حاضر موجب شده صنعت قطعه‌سازی کشور با غلبه بر مشکلات به شرایط مطلوب‌تری در تولید دست یابد و سهم خوبی را در زنجیره تامین و محصولات جدید خودروسازان کسب کند.

در همین ارتباط محمد شهپری، عضو هیأت مدیره انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو ایران در گفت و گو با خبرنگار پرشین خودرو ضمن تایید بهبود شرایط ارزی و ریالی خودروسازان و قطعه‌سازان در ماه‌های پایانی سال ۹۹ گفت: خوشبختانه روند تامین ارز موردنیاز قطعه‌سازان با نزدیک شدن به پایان سال ۹۹ روند بهتری پیدا کرده است تا پیش از این دریافت کد ارزی در جریان ثبت سفارش قطعه‌سازان حدود دو ماه زمان می‌برد اما امروز این عدد به ۲۵ روز تا یک ماه کاهش یافته است.

وی معتقد است بهبود جریان تخصیص ارز سازندگان متأثر از روند بهتر درآمدهای ارزی است که با بازگشت ارز حاصل از صادرات و آزادشدن بخشی از پول‌های بلوکه شده حاصل شده است و با کوتاه شدن زمان تخصیص ارز، دسترسی قطعه‌سازان به ارز نیمایی جریان بهتری پیدا کرده است.

اهتمام خودروسازان برای کاهش مطالبات قطعه‌سازان به زیر ۱۲۰ روز

وی در ادامه به پرداخت تسهیلات ۵ هزار میلیاردی و کاهش بخشی از مطالبات و بهبود جریان نقدینگی قطعه‌سازان اشاره و تصریح کرد: با پرداخت بخش زیادی از تسهیلات شورای پول و اعتبار به قطعه‌سازان هم‌اکنون هر دو خودروساز بزرگ کشور در حال کاهش مطالبات سازندگان به زیر ۱۲۰ روز هستند.

عضو هیأت مدیره انجمن قطعه‌سازان همچنین به تعهد و اهتمام خودروسازان در پرداخت مطالبات قطعه‌سازان اشاره و بیان کرد: در جلسه اخیری که با مدیرعامل سایپا نیز برگزار شد مقرر گردید که تا پایان امسال این شرکت ۳ هزار میلیارد تومان بابت مطالبات به سازندگان پرداخت کنند که ۲۵۰۰ میلیارد از محل تسهیلات ۵ هزار میلیاردی و ۵۰۰ میلیارد نیز از طریق کمک ال سی برای سازندگان تامین خواهد شد.

شهپری با توجه به دغدغه تامین نقدینگی قطعه‌سازان در ابتدای سال ۱۴۰۰، به لزوم مدیریت نقدینگی از سوی سازندگان برای کاهش مشکل مالی با آغاز سال آینده پرداخت و تاکید کرد: به طور قطع با پرداخت تسهیلات ۵۰۰۰ میلیاردی مشکل نقدینگی قطعه‌سازان حل نمی‌شود و کمبودها در این بخش وجود خواهد داشت، اما این روند نیازمند مدیریت قطعه‌سازان است تا از چالش‌های احتمالی آغاز سال آینده به بهترین شکل عبور کنند.

وی همچنین بخشی از بهبود نیاز ارزی در این صنعت را ناشی از برگزاری میزهای ساخت داخل دانست و گفت: بدون شک نهضت ساخت داخل و خودکفایی در تولید از جمله عوامل موفقیت در عبور از بحران و بهبود جریان تولید خودروسازان است و خوشبختانه این حرکت در سال جاری نقش بسیار مهمی را در کاهش ارزبری در صنعت خودرو داشته است.

آیا سال آینده کیفیت خودروهای تولیدی افزایش می‌یابد؟

موضوع کیفیت یکی از دغدغه‌های اصلی مصرف‌کنندگان خودروهای داخلی بوده، این در حالی است که خودروسازان همواره به بهانه‌های مختلف از جمله فراگیری تحریم‌ها از بهبود کیفیت محصولات تولیدی خود شانه خالی می‌کنند. هرچند نمی‌توان نقش تحریم‌ها در وضعیت کمی و کیفی محصولات تولیدی خودروسازان را نادیده گرفت با این حال مصرف‌کنندگان خودرو پیش از اعمال تحریم‌ها نیز چندان رضایتی از کیفیت خودروهای داخلی نداشتند.

به گزارش پدال نیوز، طبق گزارش‌های رسمی شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران به ازای هر خودرو ۳/۱۵ ایراد از سوی مصرف‌کننده خودروهای داخلی مطرح می‌شود، این در شرایطی است که در شاخص بین‌المللی به ازای هر خودرو ۱ تا ۱/۵ ایراد عنوان می‌شود بنابراین کیفیت خودروها نه امسال و نه طی سال‌های گذشته نتوانسته رضایت مشتریان را جلب کند، اما امسال چند متغیر بر کیفیت خودروها اثرگذار بود حال آنکه راهکارهای شرکت‌های خودروساز برای بهبود کیفیت محصولات تولیدی، آنطور که باید و شاید نتوانست راه به جایی ببرد. با این شرایط نکته قابل توجه این است که ناکارایی راهکارهای خودروسازان چندان در آمارهای کیفی ارائه شده توسط وزارت صمت دیده نشده و آمارهای کیفی خودروها بر مداری ثابت در سال ۹۹ در حرکت بود با این شرایط به نظر می‌رسد در سال آینده نیز نباید منتظر بهبود در وضعیت کیفی محصولات تولیدی خودروسازان باشیم زیرا در شرایطی که سیاست‌گذار کلان خودرو برای بخش تولید برنامه‌هایی مانند جهش تولید را به مدیران شرکت‌های خودروساز دیکته کرده است با این حال خبری از ارائه برنامه برای بهبود کیفی محصولات حاضر در خطوط تولید خودروسازان دیده نمی‌شود بنابراین به نظر می‌رسد سال ۱۴۰۰ نیز مصرف‌کنندگان نباید توقع بهبود در کیفیت محصولات تولیدی شرکت‌های خودروساز را داشته باشند.

در همین حین اما آمارهای رسمی شرکت بازرسی کیفیت نمایانگر آن است که شاخص ارزیابی کیفی خطوط تولید خودروسازان در سال‌جاری رشد ۱۱ درصدی به نسبت سال گذشته را نشان می‌دهد و این به این معناست که خودروسازان نمره منفی کمتری گرفته‌اند. حال این سوال مطرح است که چرا باوجود بهبود شاخص ارزیابی کیفی خودروها مصرف‌کنندگان همچنان از کیفیت اظهار نارضایتی می‌کنند؟ در پاسخ به این سوال قائم‌مقام مدیرعامل شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران دلیل فاصله میان شاخص ارزیابی کیفی خطوط تولید خودروسازان و مصرف‌کنندگان را دوام کیفیت قطعات عنوان می‌کند. در هر حال کیفیت محصولات تولیدی در سال ۹۹ فراز و فرود چندانی نداشت، اما بهبود کیفیت خودرو با توجه به شرایط حاکم بر شرکت‌های خودروساز تبدیل به سوالی برای مصرف‌کنندگان شده است. صنعت خودرو همچنان با تحریم‌ها دست به گریبان است و همین مسئله بی‌تردید تاثیر خود را روی وضعیت کیفی محصولات تولیدی می‌گذارد.

تحریم‌های صنعت خودرو اولین دست‌انداز پیش پای شرکت‌های خودروساز برای حرکت در جاده کیفیت است. از آنجا که بخش قابل توجهی از محصولات تولیدی شرکت‌های خودروساز از مسیر همکاری با برندهای خودروساز بین‌المللی تولید می‌گذشت بنابراین آن بخش از قطعات که امکان تولید داخلی نداشت (مانند قطعات های‌تک) به کمک تماس با منابع تامین شرکای بین‌المللی خودروسازان تامین می‌شد و همین مسئله روی کیفیت خودروهای تولیدی تاثیر مثبتی داشت، اما بازگشت تحریم‌ها سبب شد این تماس‌ها به دلیل عدم همکاری شرکای بین‌المللی قطع شود. از دسترس خارج شدن منابع تامین شرکای بین‌المللی خودروسازان و نیاز آنها به تامین قطعات سبب شد تا آنها به‌دنبال سایر شرکت‌های تولیدکننده قطعات موردنیاز خود در سطح بین‌المللی بگردند.

با توجه به تحریم‌ها آن بخش از شرکت‌هایی که حاضر به همکاری با خودروسازان داخلی بودند را شرکت‌هایی تشکیل می‌دادند که به لحاظ سطح کیفیت قطعات تولیدی در درجه دوم و سوم طبقه‌بندی می‌شدند. استفاده از قطعات تولیدی این منابع تامین‌کننده درجه دو و سه که بیشترشان را شرکت‌های قطعه‌ساز چینی تشکیل می‌دهند به نسبت قطعاتی که از منابع اصلی و درجه یک تامین می‌شد بی‌تردید روی کیفیت محصولات شرکت‌های خودروساز تاثیر خاص خود را می‌گذارد. هرچند این اتفاق در گزارش‌های ارائه شده کیفی چندان مورد توجه قرار نگرفته و خودروهای بررسی شده در گزارش‌های کیفی در مقایسه با پیش از تحریم‌ها تغییری نداشته است.

در کنار تامین قطعات از منابع درجه دو و سه از آنجا که بخشی از قطعات موردنیاز خودروسازان داخلی توسط معدودی از تولیدکنندگان بزرگ در سطح بین‌المللی تولید می‌شد و این شرکت‌ها نیز به دلیل تحریم‌ها امکان تامین قطعات موردنیاز خودروسازان داخلی را نداشتند بنابراین خودروسازان داخلی به‌دنبال این بودند که با همکاری همان قطعه‌سازان درجه دو و سه اقدام به تولید این قطعات از مسیر مهندسی معکوس کنند. بی‌تردید مهندسی معکوس این بخش از قطعات نمی‌تواند در سطحی باشد که کیفیت آنها با کیفیت نمونه اصلی منطبق باشد، همین اتفاق نیز باید خود را در کیفیت محصولات تولیدی در سال‌جاری نشان دهد که البته در گزارش‌های ارائه‌شده این مسئله نیز مغفول مانده است. در کنار همکاری با قطعه‌سازان چینی برای مهندسی معکوس برخی قطعات موردنیاز شرکت‌های خودروساز، وزارت صمت نیز به‌عنوان سیاست‌گذار خودرویی در سال‌جاری همچنان بحث نهضت داخلی‌سازی را هرچند به‌صورت کج دار و مریز دنبال کرد.

مراکز معاینه فنی از دوم فروردین ماه فعال خواهند بود

مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای شهر تهران از نحوه خدمات‌رسانی مراکز معاینه فنی در ایام نوروز سخن گفت.

حسین مقدم در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، بیان کرد: بیش از ۵۰ درصد مراکز معاینه فنی در روزهای پایانی سال، ایام تعطیل و حتی تعطیلات نوروز(به جز اول فروردین) فعال هستند و شهروندان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر از ساعات کاری و عملکرد مراکز به سایت رسمی ستاد معاینه فنی خودروهای تهران مراجعه کنند.

وی عنوان کرد: از ابتدای اسفندماه مرکز معاینه فنی نیایش در روزهای جمعه فعال بوده و پذیرش در این مرکز در روزهای جمعه به صورت اینترنتی انجام می‌شود و در جمعه آتی نیز به همین ترتیب پذیرش خواهد داشت. همچنین بیش از ۵۰ درصد از مراکز از دوم فروردین ماه فعال خواهند بود.

مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای شهر تهران یادآور شد: از سال آینده خودروهای تولید داخل سال ۹۵ و وارداتی ۲۰۱۶ مشمول معاینه فنی خواهند شد.

مقدم درباره وضعیت مراجعات در روزهای پایانی سال گفت: روزانه بیش از ۵ هزار مراجعه‌کننده پذیرش می‌شوند و خوشبختانه با وجود سامانه مدت انتظار و نوبت دهی اینترنتی در هیچ یک از مراکز صف طولانی و یا مدت انتظار بیش از ۳۰ دقیقه نداریم. ضمن اینکه در ۱۰ سال گذشته مراکز معاینه فنی شاهد چنین آرامشی در اسفندماه نبوده‌اند که این امر ناشی از وجود سامانه مدت انتظار و نوبت‌دهی اینترنتی است که شهروندان می‌توانند از این طریق از ظرفیت خالی سایر مراکز مطلع شوند.

وی در ادامه به مقایسه میزان مراجعات سال جاری و سال گذشته پرداخت و تشریح کرد: یک میلیون و ۶۲۶ هزار و ۷۴۶ دستگاه خودرو سبک سواری تا ۲۰ اسفندماه به مراکز معاینه فنی مراجعه کرده‌اند که به رغم وجود شیوع کرونا و فرصتی که پلیس در مقطعی برای انجام معاینه فنی به مردم داد میزان مراجعات یک الی دو درصد نسبت به سال گذشته افزایش یافته است البته این میزان تغییر قابل توجه نیست. مدیرعامل ستاد معاینه فنی خودروهای شهر تهران در پاسخ به این سوال که برای معاینه فنی در سال آینده و پایش بیشتر خودروهای در حال تردد در شهر چه انتظاری از مسئولان دارید، گفت: مجلس مدت زمان چهار سال را برای خودروهای مشمول معاینه فنی در نظر گرفته است اما مدت گارانتی هر خودرو دو سال است و این اختلاف بین ۲ تا ۴ سال انتخاب نامناسبی است به این دلیل که کاربر خودرو بین مدت گارانتی و زمانی که باید به معاینه فنی مراجعه کند از لحاظ ایمنی و آلایندگی از وضعیت خودروی خود مطلع نیست و قاعدتا پس از پایان گارانتی مراجعه به بخش خدمات پس از فروش انجام نمی‌شود و تقریبا این خودروها دو سال از نظر ایمنی و آلایندگی رها خواهند بود بنابراین از مجلس و دولت که باید این لایحه را به مجلس تقدیم کند تقاضا داریم که زمان معافیت خودروها از معاینه فنی را مورد بازنگری قرار دهند و یا دوره گارانتی افزایش پیدا کند و به زمان مشمولیت معاینه فنی نزدیک شود.

مقدم در پایان خاطرنشان کرد: سامانه پاسخگویی ۹۶۰۰۶۰۰۰ در ساعات اداری پاسخگوی سوالات شهروندان عزیز است.

اخبار

تکذیب شایعه جریمه نشدن خودروها در آخر سال

جانشین رئیس پلیس راهور ناجا مسافرت در سه روز قبل از سال جدید به بهانه جریمه نشدن را شایعه خواند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، جانشین رئیس پلیس راهور ناجا مسافرت در سه روز قبل از سال جدید به بهانه جریمه نشدن را شایعه خواند.

سردار تیمور حسینی، جانشین رئیس پلیس راهور ناجا، در یک گفت‌وگوی تلفنی با برنامه «رواق تماشا» در مورد بلاتکلیفی گردشگری در نوروز، مسافرت در سه روز قبل از سال جدید به بهانه جریمه نشدن را شایعه خواند و گفت: محدودیت‌های هوشمند براساس رنگ‌بندی شهرها، تا پایان تعطیلات نوروز ادامه خواهد داشت و طرح جدیدی برای این تعطیلات تدوین نشده است.

وی افزود: سفر به شهرهای قرمز و نارنجی استان‌های شمالی و خوزستان که از طرف وزارت بهداشت اعلام شده ممنوع است، در هفت شهر مشهد، اصفهان، شیراز، بوشهر، بندرعباس و جزایر کیش و قشم به عنوان مقاصد گردشگری، پلیس راهور برابر مصوبه ستاد ملی کرونا از تردد و رفت و آمد به این شهرها ممانعت به عمل می‌آورند. سردار حسینی محدودیت ترددهای درون‌شهری را فارغ از رنگ آن شهر، همان ساعت ۹ شب تا ۳ بامداد اعلام کرد و گفت: اقامت در شهرهای قرمز مشمول همان جریمه‌های شهرهای ممنوع می‌شود و هر روزی که پلیس خودروی غیربومی را متوقف کند مستوجب جریمه است.

وی با اشاره به کار مضاعفی که مأموران پلیس راه در این ایام دارند، توصیه کرد: با همه سختی‌ها باید امسال نیز تحمل و از سفر پرهیز کنیم تا در تعطیلات آینده و تابستان حاضر همه بتوانند به راحتی به مسافرت بروند.

جانشین رئیس پلیس راهور ناجا با تأکید بر ممنوعیت سفر به شهرهای قرمز و نارنجی، خاطرنشان کرد: شهرهای آبی و زرد که تبدیل به قرمز و نارنجی شوند، محدودیت برای آنها نیز اعمال خواهد شد. سردار حسینی مأموریت اصلی پلیس راهور را کنترل کردن سفر با توجه به محدودیت‌های ابلاغی و برقراری امنیت در طول سفر عنوان کرد و گفت: شماره تلفن ۱۲۰ مرکز اطلاعات و مدیریت راه‌های کشور به صورت شبانه‌روزی پاسخگوی مردم در همه‌زمینه‌هاست.

کاهش قیمت خودرو در سال آینده هم ادامه دارد؟

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودروی اهواز با اشاره به کاهش قیمت خودرو در روزهای پایانی سال گفت با این شرایط به نظر می‌رسد که کاهش قیمت خودرو در سال آینده نیز ادامه‌دار باشد. عبدالرضا عساکره در گفت‌وگو با ایسنا، درخصوص وضعیت بازار خودرو در اهواز با توجه به وضعیت قرمز کرونایی و منع سفر در خوزستان در روزهای پایانی سال، اظهار کرد: مجتمع خودرویی اهواز به دلیل محدودیت‌های اعمال‌شده برای اصناف، همچنان تعطیل است و رفت و آمد به مجتمع تنها در نوبت صبح و صرفا برای نمایشگاه‌دارانی که کارهای اداری و بانکی دارند، مجاز است. وی با اشاره به کسادی بازار خودرو گفت: امسال برخلاف سال‌های گذشته، بازار خودرو در آستانه عید نوروز بی‌رونق و سوت و کور است. به دلیل نزدیک شدن به سال جدید، خودروهای مدل ۹۹ با کاهش قیمت روبه‌رو شده‌اند و هر کس که معامله خودرو انجام دهد، به قیمت کمتر می‌خرد. رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودروی اهواز افزود: به دلیل وارد شدن خودروهای مدل ۱۴۰۰ در بازار، خودروهای مدل ۹۹ کاهش قیمت داشته‌اند و خریداران با قیمت‌های کمتری خرید می‌کنند.

عساکره با اشاره به خرید و فروش اندک خودرو در بازار اهواز گفت: خودرو به ندرت معامله می‌شود و بیشتر خریداران، دلالان هستند ه چند در این بین، مصرف‌کنندگان واقعی نیز وجود دارند. وی درخصوص پیش‌بینی قیمت خودرو در سال آینده افزود: با این شرایط به نظر می‌رسد که کاهش قیمت خودرو در سال آینده نیز ادامه‌دار باشد. بازار خودرو در آستانه عید نوروز در سال جاری با تمامی سال‌های گذشته متفاوت بود؛ در سال‌های گذشته حتی در روزهای تعطیل نیز خودرو معامله می‌شد اما امسال وضعیت متفاوت بود. رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودروی اهواز با اشاره به قیمت خودروهای شرکت ایران خودرو گفت: در حال حاضر پژو ۲۰۶ تیپ دو ۱۸۸ میلیون تومان، پژو ۲۰۶ تیپ ۵ حدود ۲۴۵ میلیون تومان، پژو پارس ال ایکس ۲۴۵ میلیون تومان، پژو پارس ۲۰۶ میلیون تومان، پژو پارس دوگانه‌سوز ۲۱۸ میلیون تومان، پژو ۴۰۵ اس ال ایکس ۱۹۶ میلیون تومان، سمند ال ایکس ۱۸۰ میلیون تومان، سمند yEF حدود ۲۱۸ میلیون تومان، پـژو ۲۰۷ دنده‌ای ۲۶۶ میلیون تومان و پژو ۲۰۷ پانوراما ۳۸۰ میلیون تومان در بازار قیمت دارند. عساکره با اشاره به قیمت‌های خودروهای سایپا نیز افزود: پراید ۱۱۱ حدود ۱۲۷ میلیون تومان، پراید ۱۳۱ حدود ۱۱۰ میلیون تومان، تیبا هاچبک ۱۲۷ میلیون تومان، تیبا صندوقدار ۱۱۸ میلیون تومان، ساینا ۱۳۴ میلیون تومان و کوییک دنده‌ای ۱۳۸ میلیون تومان در بازار قیمت دارند. وی تصریح کرد: قیمت این خودروها، صرفا برای مدل ۹۹ است و خودروهای مدل ۱۴۰۰ قیمت بالاتری دارند.

آژیر به صدا درآمد

در حالی که به اعتقاد برخی کارشناسان صنعت سی ان جی با دو دهه تلاش و سرمایه‌گذاری عظیم امروز به جایگاهی رسیده که می‌تواند سهم موثری در تامین سوخت مصرفی بخش حمل و نقل کشور داشته و جایگزین بخش قابل توجهی از مصرف بنزین و حتی گازوییل کشور شود، اما در جریان تصویب قانون بودجه سال ۱۴۰۰، شاهد تصویب طرحی در مجلس شورای اسلامی بودیم که دولت را ملزم به بازگشت سوخت ال پی جی به سبد سوخت خودروها می‌کند.

به گزارش ایسنا، اصرار بر بازگشت سوخت ال پی جی به سبد سوخت خودروها در شرایطی صورت گرفته که برخلاف زیرساخت‌های توسعه‌یافته عرضه سی ان جی در کشور، در زمینه عرضه ال پی جی برای خودروها، هیچ زیرساخت استانداردی در کشور نداریم و تنها در بخش توزیع این سوخت در کشور، علاوه بر نیاز به احداث جایگاه‌های جدید که قابلیت عرضه ال پی جی را داشته باشند، لازم است تا به طور مستمر تانکرهای جاده پیما در سراسر کشور برای حمل ال پی جی تردد کنند که این مسئله، خود به تنهایی مشکلات بسیاری را به دنبال خواهد داشت.

در قانون بودجه امسال طرحی در آستانه تصویب است که طی آن قرار شده سوخت ۲ میلیون خودروی عمومی از بنزین به گاز مایع (lpg) تبدیل شود. طبق اعلام بسیاری از کارشناسان و مدیران سازمان‌ها این طرح دارای معایب بسیاری است و از منظر پلیس راهور، اجرای این طرح، حوادث منجر به آتش‌سوزی و آسیب به شهروندان را ایجاد خواهد کرد. در همین خصوص، سردار سید تیمور حسینی - جانشین فرمانده پلیس راهور - ناجا دیروز در جمع خبرنگاران اعلام کرد: ورود گاز مایع (LPG) به سبد سوخت خودروها منجر به تکرار حوادث تلخ گذشته در ابعاد وسیع‌تر خواهد شد.



تجهیزات آزمایشگاهی بیش از یکصد شهر به اشتراک گذاشته شد

در حال حاضر ۱۱۱ شـهر از ۳۱ اسـتان کشور تجهیزات آزمایشـگاهی خود را به اشتراک گذاشته‌اند تا زنجیره تامین خدمات آزمایشگاهی تکمیل شود. تا پایان امسال، ۱۸ هزار و ۶۹۰ تجهیز و دستگاه در شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به اشتراک گذاشته شد. تجهیزاتی که نقشی موثر در ارتقای کیفیت پژوهش در کشور دارند و دسترسی محققان، پژوهشگران و کاربران این حوزه به دستگاه‌ها را تسهیل می‌کند. همچنین تا پایان سال ۹۹، اطلاعات تعداد ۲۷۴ مجموعه آزمایشگاهی جدید در پایگاه اینترنتی شبکه ثبت و منتشر شد که در مجموع، اطلاعات ۸۶۰ مجموعه آزمایشـگاهی و بیش از ۱۸ هزار تجهیز آزمایشگاهی مستقر در ۱۱۱ شـهر از ۳۱ استان کشور در پایگاه اینترنتی شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی منتشر شده است.

دریچـــه

گنج‌های حیاتی

محمدجعفر آقایی

رئیس کارگروه زیسـت بانک و ذخایر ژنتیکی سـتاد توسـعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

بانک‌های ژن هر کشـوری حکم ذخایر ارزشـمند هر کشوری را دارد. یعنـی این دارایی‌هـای طبیعی را باید همچون مرزهای کشور پاس داشت. این ذخیره‌های گرانمایه کشور ارزش زیادی دارند و حفاظت از ذخایر ژنتیکی و زیستی کشور ضروری است.

همـه دنیا نیز یکی از اولویت‌های خود را حفظ بانک ژن خود می‌داننـد و در تلاش هسـتند تا با حفاظت از این داشـته‌های طبیعی و توارثی خود، نقشی اثرگذار در آینده کشورشان داشته باشـند. هر تحقیقی که قرار اسـت راجع به انسان، استعدادش بـرای بیماری‌ها و وجـود بیماری‌های ژنتیکـی و غیرژنتیکی، نقـاط قوت و ضعف و تولیـد داروها و محصولاتـی برای بهبود یا تحت‌الشـعاع قرار دادن او انجام شود، با دسترسی به DNA آن نژادهای جمعیتی میسـر می‌شود. همین موضوع برای اثبات ایجاد بانک ژن کافی است.

ذخایـر ژنتیکی مثـل اعضای بدن اسـت که همه مـا از آن برخوردار هسـتیم، اما زمانی از وجودشان آگاه می‌شویم که آنها را از دسـت بدهیم یا دچار مشکل شـویم. ما در جامعه به طور دائم در حال استفاده از ذخایر ژنتیکی هستیم. اگر یکی از اینها دچار انقراض شـود و یا تغییـر فرم بدهد آنگاه متوجه اهمیتش می‌شـویم. ذخایر و منابع ژنتیکی را می‌توان «گنج‌های حیات» نامید.

اما این ذخایر ژنتیکی چه هسـتند؟ تمام ارگانیسـم‌ها یعنی تمـام موجودات زنده که قابل کشـت و تکثیر باشـند را منابع بیولوژی می‌گوییم، اعم از میکروارگانیسـم‌ها، گیاهان، انسان‌ها و جانوران و بخش‌هایی از آنها که قابل وراثت و تکثیر است.

ایجـاد یک شـبکه هماهنگ میـان بانک‌های ژن و زیسـت بانک‌ها در ایران یک ضرورت اسـت. باید تلاش کنیم در تعامل با یکدیگر، برنامه‌ریزی‌هایی برای تشـکیل شبکه بانک‌های ژن کشـور داشته باشـیم. این کار هم تنها با کمک هم‌افزایی همه نهادهای موثر و کارا در این حوزه میسر است.

حفاظت و صیانت از ذخایر ژنتیکی یکی از اولویت‌های ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. این کار را هم در همـکاری با همه نهادهای ذی‌ربط انجام می‌دهیم. ما اعتقـاد داریم که ارزش مادی و معنوی این ذخایر ملی بسـیار زیاد است و باید تلاش‌ها برای حفظ این دارایی‌های طبیعی و زیستی به یکی از اولویت‌های اصلی در سطح مدیران دولتی تبدیل شود.

جنین‌های آزمایشگاهی با هزینه کمتر تولید می‌شود

شـرکتی دانش‌بنیـان با تولید کیتی که تمامـی ملزومات انجام تکنیک لقاح آزمایشـگاهی را دارد توانست به محققان برای تولید جنین در آزمایشگاه کمک کند.

شرکت پیشـگام پایا زیست، از سال ۹۳ فعالیت خود را با هدف تولیـد، خرید و فروش همه مـواد، تجهیزات و قطعات پزشـکی، بیمارسـتانی، آزمایشگاهی و تجهیز آزمایشگاهی آغاز کرد و امروز به یکی از مجموعه‌های برتر در زمینه تولید کیت‌های آزمایشگاهی تبدیل شده است.

لقاح آزمایشگاهی و تولید جنین در انسان، حیوانات آزمایشگاهی و دام، در مراکـز درمان ناباروری، دانشـگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، کاربـرد فراوانـی دارد. خرید ایـن محصولات کاربـردی از دیگر کشـورها به دلیل گران بـودن آنها، حجم بالای بسـته‌بندی‌های محیط کشـت و محدودیت تاریخ مصرف، مشکل‌سـاز اسـت. اما متخصصان و توانمندان کشـورمان با تولید این کیت‌ها، نیاز کشور را مرتفع کردند.

کیـت ایرانی تولیدشـده تمامـی ملزومات انجـام تکنیک لقاح آزمایشـگاهی را دارد. از هر ماده و وسیله به اندازه نیاز محقق و یا درمانگر در کیت موجود اسـت و محققان نیاز به سفارش تک تک مـواد و وسـایل در حجم بالا و با زمـان واردات طولانی ندارند. به گفتـه مهدی هادی مدیرعامل این شـرکت دانش‌بنیان، این کیت شـامل ۳۶ قلم مواد و وسایل است و یکی از کامل‌ترین کیت‌های موجود در بازار به حساب می‌آید.

وی افزود: آمریکا، نخسـتین کشـور تولیدکننده این کیت است و ایـران نیز با تولید آن به عنوان دومیـن تولیدکننده آن معرفی شـد. از این کیت می‌توان برای تولید جنین‌های دامی در شرایط آزمایشگاهی و تولید گاوهای شیری و گوشتی نژاد اصیل استفاده کـرد. پیش از ایـن نیز ما توانسـتیم با تولید یک محیط کشـت آزمایشگاهی و جایگزینی آن با ۵ محیط کشت وارداتی آمریکایی، تمامی مراحل تولید جنین آزمایشـگاهی را به صورت پیوسته و با یک محیط کشت به جای ۵ محیط کشت انجام دهیم.

به گفته این فعال فناور، بازار واردات این نوع کیت‌ها در کشور از رونق افتاده است و محققان و پژوهشگران تمایل زیادی به استفاده از این کیت ایران‌ساخت دارند.

مدیرعامـل ایـن شـرکت همچنیـن بیـان کـرد: محصـول دانش‌بنیان دیگر این شـرکت که در حال توسعه است، تولید یک میکروفلوییدیک چیپ آزمایشگاهی است که برای تعیین جنسیت اسـپرم انسان و دام استفاده می‌شود و می‌تواند در تعیین جنسیت انسـان قبل از لقاح جایگزین روش‌هـای تهاجمی و روتین تعیین جنسـیت انسان باشـد. وی افزود: تعیین جنسیت اسپرم دام‌های نژاد اصیل ارزش اسپرم موردنظر را از لحاظ اقتصادی چندین برابر می‌کنـد و به صورت انتخابی برای تولید دام‌های پرشـیر اصیل و موارد متنوع دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد.

این فعال دانش‌بنیان همچنین گفت: رسالت ما تولید محصولات جدید و پرارزشـی اسـت که در مرز دانش تحقیقاتـی و تولیدی جهـان قرار دارد و در صورت حمایت از این شـرکت دانش‌بنیان، محصولات جدیدتر و حتی نوآورانه‌تری را تولید خواهیم کرد.



عنوان ایلان ماسک در تسلا از «مدیر

شرکت خودروسازی تسلا با ثبت یک درخواست رسمی در کمیسیون بورس و اوراق بهـادار آمریکا (SEC) ایلان ماسـک مدیرعامل و «زکری کرکهورن» مدیر مالی ارشـد خود را بـا القاب جدیدی تحت عناویـن Technoking یا «پادشاه فناوری» و Master of Coin یا «ارباب سکه‌ها» معرفی کرده است.

به گزارش دیجیاتو، این شـرکت اطلاعات بیشـتری را درباره این دو عنوان یـا دلیل انتخاب این اسـامی اعلام نکرده، اما اظهار داشـته که آنها همچنان سـمت مدیرعاملـی و مدیر مالی قبلی خـود را حفظ می‌کننـد. به‌علاوه قرار اسـت «جروم گیلن» مدیر بخش خودروی تسـلا از تاریخ ۱۱ مارس در سمت مدیریت بخش وانت‌های سـنگین تسـلا بـه فعالیت‌هایش ادامه دهد. تسـلا چنـد هفته پیش اعلام کرد که ۱.۵ میلیـ امکان خرید خودرو با این ارز دیجیتالی کرکهورن هم می‌تواند به همین کوین‌ها قیمت سـهام تسـلا در سـال ۲۰۲۰ افزا تقریبا ۶۰۰ درصدی را تجربه کرد. به هم عنوان ثروتمندترین فرد جهان را به دس عنوان را به جف بزوس واگذار کرد. قیمـ افتی تقریبا ۱۴ درصدی داشـت. ماسـک فناوری است که تصویر سنتی مدیران ع

هند در یک قدمی ممنوع کردن فعالیت در حوزه رمزارزها

در شرایطی که دنیا روی خوشی به رمزارزها نشان می‌دهد و نه تنها اشخاص حقیقی بلکه شـرکت‌های بزرگ جهان با پذیرش بیشتری نسبت به قبل در حوزه ارزهای دیجیتال سـرمایه‌گذاری می‌کنند، هند نخستین کشوری است که به صورت جدی در حال بررسی ممنوع کردن هرگونه فعالیتی در حوزه ارزهای دیجیتالی است.

به گزارش دیجیاتو به نقل از رویترز، دولت هند لایحه پیشـنهادی برای تصویب قانون جدیدی علیه فعـالان حوزه ارزهای دیجیتـال ارائه داده اسـت که یکی از سختگیرانه‌ترین سیاست‌هایی است که علیه رمزارزها در جهان در پیش گرفته شـده اسـت و کلیه فعالیت‌های مرتبط با حوزه ارزهای دیجیتال از اسـتخراج، انتقال دارایی در قالب رمزارزها یا ترید کردن را فعالیتی مجرمانه و غیرقانونی در نظر گرفته و برای خاطیان جریمه در نظر گرفته خواهد شد.

سـرمایه‌گذاران و فعالان این حوزه در هند به شدت نگران تصمیم دولت هند در مورد ارزهای دیجیتال هستند و امیدوارند مقامات دولتی در بازار پررونق فعلی مانع کسب و کار آنها نشوند. البته در لایحه موجود به این موضوع اشاره شده که در لایحه پیشنهادی حداکثر شش ماه به فعالان این حوزه زمان داده می‌شود تا دارایی‌های خود را از قالب رمزارز خارج و فعالیت‌های خود را متوقف کنند.

بعد از گذشت این بازه زمانی، طبق دستور دولت، همه فعالیت‌ها غیرقانونی و مجرمانه تلقی خواهد شد. اگر لایحه به تصویب برسد، هند نخستین کشـوری خواهد بود که چنیـن تصمیمی در حوزه ارزهـای دیجیتال گرفته است و فعالیت در این حوزه را غیرقانونی می‌داند.



این خبر در حالی در مورد سیاست‌های هند در مقابل ارزهای دیجیتال مطرح می‌شـود که اواسط اسـفندماه وزیر اقتصاد هند اعلام کرد کـه هیچ‌گونه محدودیتی متوجـه فعالیت در حوزه رمزارزها نخواهد بود و به صورت شـفاف در مصاحبـه مطبوعاتی خـود چنین حرف و حدیث‌هایی را در مورد تصمیم دولت هند برای ممنوع کردن فعالیت در حوزه ارزهای دیجیتال اغراق‌آمیز شمرد. ممنوعیت فعالیت در این حوزه باعث انتقادهای شدیدی از سوی فعالان بازار ارزهای دیجیتال شده و حرکت نکردن دولت هند با موج‌های جهانی را محکوم کرده‌اند.

دانش‌بنیان‌ها محصولی برای مدیریت بهینه آپارتمان‌ها طراحی کردند

شـرکتی دانش‌بنیان موفق شده است با طراحی یک سامانه جامع مدیریت سـاختمان موارد اختلاف‌برانگیزی همچون هزینه شـارژ و قبوض را مدیریت کند.

ایمان رادمنش، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان الکترونیک پویا روژین اکسیر، گفت: این شرکت در حـوزه برق و کامپیوتـر فعالیت دارد و بخش عمده‌ای از فعالیت‌های شرکت در حوزه تحقیق و پژوهش‌های دانش‌بنیان است. یکی از محصولات ما مجموعه سـامانه مدیریت سـاختمان به نام «سامون» است.



مدیرعامل شـرکت دانش‌بنیـان الکترونیک پویا روژین اکسـیر، در ادامه افزود: «سـامون» یک مجموعه یکپارچه اسـت که از سـه بخش، مالی، خدمات و حوزه هوشمندسـازی برخوردار اسـت. در بخش مالی، این سامانه برای مالکین سـاختمان، افراد سـاکن در یک سـاختمان و مدیریت ساختمان، مزیت‌های قابل توجهی ایجاد می‌کند.

این فعال دانش‌بنیان با اشاره به جزئیات این سامانه گفت: تمام فرآیندهای مالی ساختمان و پرداخت قبوض در این سامانه ثبت می‌شود و مبلغ شارژ نیز مستقیماً به سـامانه تزریق می‌شود. در این بین هم مدیر ساختمان مطمئن اسـت که امور مالی به صورت صحیح انجام می‌شود و هم ساکنان ساختمان، آسـوده خاطر هستند، زیرا می‌دانند که پرداخت‌های آنها به صورت مکتوب و آنلاین ثبت شده است.

وی افزود: در بخش خدمات می‌توان سفارش یک خدمت را برای کل سـاختمان ثبت کرد، همچنین سـاکنان از طریق این سـامانه برای یک خدمت خاص مرتبط با واحد خودشـان، می‌توانند درخواست ثبت کنند. یکی دیگر از مزایای این سـامانه هوشمندسازی است. برای مثال مصرف آب هر واحد توسـط سـامانه به صورت دقیق محاسبه می‌شود.

رادمنـش ضمن توضیـح مزایای اسـتفاده از سـامانه نسـبت به روش‌های سنتی، گفت: محاسبه آنلاین مصرف آب هر واحد، این امکان را به مدیر سـاختمان می‌دهد که هزینه قبض آب سـاختمان را به صورت عادلانه براسـاس مصرف هر واحد محاسبه کند. همچنین هر کدام از ساکنان می‌تواند از طریق تلفن همراه خود درب پارکینگ را باز و بسته کند.



عامل» به «پادشاه فناوری» تغییر کرد

ارد دلار بیت‌کوین خریده و به‌زودی را فراهم می‌کند. عنوان شغلی جدید و بازار رمزارزها اشاره داشته باشد. یش خیره‌کننده‌ای داشت و یک رشد ین واسطه ایلان ماسک هم توانست ت آورد، هرچند مدتی بعد دوباره این ت سهام تسلا در دو ماه نخست ۲۰۲۱ ب یکی از معدود مدیران بزرگ دنیای امل شرکت‌ها را تغییر داده و جلوه‌ای

متفاوت را از خود به نمایش گذاشته است. او حضور فعالی در شبکه اجتماعی توییتر دارد و با کمک همین پلتفرم بارها قیمت بیت‌کوین و دوج‌کوین را بالا و پایین کرده است.

«تکنوکینگ» تنها واژه ابداعی تسلا نیست. این شرکت قبلا وانت عجیب و غریب خود را با نام سایبرتراک معرفی کرد و آن را از سال جاری میلادی به تولید خواهد رساند. هرچند پادشاه فناوری تسلا و همکارانش، از جمله ارباب سکه‌ها که نامش بی‌شباهت به اسامی موجود در داستان بازی تاج و تخت نیست، گفته‌اند که اگر تولید سایبرتراک به تعویق نیفتد این شرکت شانس آورده است.

روند توسعه علمی کشور شتاب گرفت



۳۰۰ نفر از محققان پسادکترا از ۲۰۰ دانشگاه برتر دنیا از فرصت پژوهشی و تحقیقاتی ارائه شده توسط معاونت علمی و فناوری استفاده کردند. یک سال دیگر هم از اجرای برنامه همکاری با متخصصان و کارآفرینان ایرانی خارج از کشـور گذشت. این یک سال با وجود شـیوع بیماری کرونا و چالش‌های مختلف برای برقراری تبادلات بین‌المللی، ۳۰۰ نفر از محققان پسادکترای ایرانی که در دیگر کشورها زندگی می‌کنند برای انجام پژوهش‌های خود از حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بهره‌مند شدند. این طرح در قالب حمایت از انجام پروژه‌های تحقیقاتی و فناورانه همچون پسادکترا، فرصت مطالعاتی، استاد مدعو و معین، راه‌اندازی کسب و کارهای فناورانه، اشتغال در شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، نظام وظیفه تخصصی و برگزاری سخنرانی و کارگاه‌های تخصصی به ارتباط موثر متخصص و مراکز علمی و فناوری برگزیده کشـور اجرایی شده است. در حوزه حمایت از محققان پسادکترا در سال ۹۹، همکاری ۳۰۰ نفر به ثبت رسیده است.

یادداشـت

ستاری: خانه‌های خلاق و نوآوری در کنار زندان‌ها ایجاد می‌شود و نیروی انسانی دارای مهارت به جامعه بازمی‌گردد

معاون علمـی و فناوری رئیس‌جمهوری و رئیس سـازمان زندان‌ها اقدامات تأمینی و تربیتی کشـور در راسـتای توسـعه کسب‌وکارهای خلاق و نـوآور تفاهم کردند. قرارداد همـکاری بهره‌مندی از ظرفیت شـرکت‌های دانش‌بنیـان و خـلاق میـان معاونت علمـی و فناوری رئیس‌جمهوری و سـازمان زندان‌ها و اقدامات تأمینی و تربیتی کشور به امضا رسید تا ظرفیت‌های نهفته نوآورانه در این حوزه شکوفا شود.

براسـاس این قـرارداد همکاری، از ایجاد خانه‌هـای خلاق و صنایع فرهنگـی با هدف اسـتفاده از ظرفیت‌های نوآورانه توسـط سـازمان زندان‌ها حمایت خواهد شد.

بـرای تحقق مفـاد ایـن تفاهم‌نامه کارگـروه تخصصی بـا حضور کارشناسـانی از سـازمان زندان‌ها و معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، زمینه‌های همکاری مشترک را پیگیری می‌کنند.

شـکوفایی ظرفیت نهفته نیروی انسانی زندان‌ها با توسعه زیست‌بوم نوآوری

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در این مراسم با تاکید بر بهره‌مندی از ظرفیت نیروی انسانی برای تحول کشور گفت: بخشـی از جامعه و دارای ظرفیت‌های تاثیرگذار برای کشور، زندانیان هسـتند و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در تلاش است با وارد کردن فناوری و نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، زمینه را برای یاری‌رسـانی به اقدامات فرهنگی تربیتی، شکوفایی خلاقیت‌ها و ایجاد کسب و کارهای خلاق و نوآور فراهم کند.

ستاری رویکرد نوآورانه و نگاه جدید و تحول یافته در حوزه زندان‌ها و اقدامات تربیتی را بسـیار ارزشمند دانست و گفت: نیروی انسانی به مثابه سـتون مسـتحکم اقتصاد دانش‌بنیان و خلاق است و باید کاری کنیم تا این ظرفیت دوباره به جامعه بازگردد.

وی، فناوری‌هـا و نوآوری‌هـای بهره گرفته شـده در حوزه خدمات قضایی و زندان را در ارتقای جامعه اثربخش دانست و افزود: فناوری‌ها و روش‌های نوآورانه بسیار زیادی وجود دارد که می‌تواند ضمن کاهش حجـم تراکم زندانـان به اسـتفاده و بهره‌منـدی از توانمندی فعالان زیست‌بوم صنایع خلاق کمک کند.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشـاره به آمادگی معاونت علمـی و فناوری ریاسـت جمهوری بـرای کمک به تامیـن نیازهای دسـتگاه‌ها و سازمان‌ها با کمک شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق گفت: همکاری‌های مشـابهی با سـتاد مبـارزه با مواد مخدر در اسـتفاده از فناوری دانش‌بنیان‌ها صورت گرفت؛ تجربیات ارزنده در شـرکت‌های دانش‌بنیـان و خلاق می‌تواند به تحول در حوزه‌های گوناگون بینجامد و بـه ویـژه در حوزه زندان، افرادی داشـته باشـیم که پـس از پایان محکومیـت خود، حرفه جدید آموخته باشـند و در مسـیر کسـب و کارهای نوآورانه گام بردارند.

در ادامـه همچنیـن محمدمهدی حـاج محمدی رئیس سـازمان زندان‌ها و اقدامات تأمینی و تربیتی کشـور پویایی و آمادگی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری برای گسـترش نـوآوری در حوزه زندان‌ها اثربخش دانسـت و گفت: این سـازمان در سـند تحول خود بر فرهنگ‌سـازی، اشتغال هدفمند و توسـعه فناوری‌ها تاکید دارد و با حمایت و همکاری معاونت علمی شـرط لازم یعنی توسـعه فناوری اطلاعات و ارتباطات محقق می‌شـود؛ با انعقاد این تفاهم‌نامه، سازمان زندان‌ها وارد فاز جدید و دانش محور فعالیت‌ها پا می‌گذارد.

به گفته حاج محمدی، به واسـطه این تفاهم‌نامه طرح پایلوت زندان هوشـمند و همچنین کسب‌وکارهای خلاق با ایجاد خانه‌های خلاق و نوآوری سازمان زندان‌ها محقق می‌شود و توسعه نوآوری این حوزه به مدد شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و شتابدهنده‌ها، سرعت می‌گیرد.

همچنین سیدمحمد صاحبکار خراسانی معاون راهبردی قوه قضائیه با اشاره به تعامل و همکاری این قوا با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهـوری برای اسـتفاده از فناوری‌های نو و توانمندی شـرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه قضا گفت: سند تحول قضایی برمبنای تحول‌های فناوری تنظیم و ابلاغ شـد تا زمینه تعامل متقابل میان شـرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و قوه قضائیه صورت بگیرد.

وی از نقش‌آفرینـی شـرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق در تحول ارائه خدمـات قضایـی گفت و ادامـه داد: این ظرفیت همچنیـن می‌تواند سـازمان بزرگ زندان‌هـا را در ارائه خدمـات فناوری‌محور روش‌های نوآورانه یاری کند و به اعتلای جامعه منجر شود.

معاون راهبردی قوه قضائیه با اشاره به حرکت این دستگاه به سوی هوشـمندی بیان کرد: با برگـزاری رویدادهای فناورانه از جمله عرضه و تقاضای نیازهای حوزه پزشـکی قانونی، همچنین تعامل با سـازمان ثبت اسـناد و املاک و دیگر رویدادها سـعی داریم این تعامل و پیوند برقرار شود.

همچنیـن اسـماعیل قادری‌فر، رئیـس مرکز توسـعه فناوری‌های راهبـردی معاونت علمـی و فناوری با اشـاره به ایجاد زیسـت‌بومی بـرای نقش‌آفرینی شـرکت‌های دانش‌بنیان و خـلاق در تحول حوزه زندان‌ها و اقدامات تربیتی کشـور عنوان کرد: با امضای این تفاهم‌نامه کـه همزمان به انعقاد قرارداد نیز منجر شـده اسـت، فصل تازه‌ای از همکاری‌های مشترک برای ورود شـرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق به یکی از حوزه‌های ظرفیت‌دار کشور یعنی سازمان زندان‌ها فراهم شود.

رئیس مرکز توسـعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهـوری ادامـه داد: ایجـاد خانه‌هـای خلاق و نـوآوری، شـتابدهنده‌ها یـا خانه‌های خلاقـی که بتواننـد زمینه اسـتفاده از نوآوری‌هـا و فنـاوری را در حـوزه زندان‌ها رقم بزننـد و ظرفیت‌های نوآورانه موجود در زیست‌بوم فناوری و نوآوری را در این مسیر کارآمد کنند، از محورهای اساسی این تفاهم‌نامه همکاری است.

قادری‌فر، تحول در حوزه فناوری اطلاعات و ارائه خدمات الکترونیک را یکـی از محورهای این قرارداد با همکاری شـرکت‌های دانش‌بنیان و خـلاق عنوان کـرد و افزود: با همکاری شـرکت دانش‌بنیان رایانش ابری پیشـرو که خدمات زیرسـاخت ابری فعال است با همکاری یک اسـتارت‌آپ در حوزه کیف پول الکترونیکـی، خدمات فناورانه را ارائه می‌کند. وی با اشـاره به ایجاد فرصت‌هـا و زمینه‌های لازم برای ورود نوآوری‌هـای دانش‌بنیان و خلاق به بخش‌های گوناگون کشـور بیان کرد: شـیوه حمایتـی معاونت علمـی و فناوری این اسـت که ضمن حمایـت مالی و معنـوی از اقدامات فناورانه‌ای که برای نخسـتین بار در کشـور انجام می‌شـود، حمایت‌های فرادسـتگاهی، تسهیلگری و توسعه‌ای را از فعالیت‌های خلاق و نوآور صورت می‌دهد.

معـاون علمی و فنـاوری رئیس‌جمهـوری همچنین بـا حضور در کارگاه‌های تولیدی و بازدید از دسـتاوردها، با فعالان این کارگاه‌ها به گفت‌وگو نشست و آمادگی معاونت علمی و فناوری را برای حمایت و توسعه کسب‌وکارهای خلاق اعلام کرد.

ستاری: دانش‌بنیان‌ها نوآوری را به صنایع می‌آورند و خودروسازی صاحب توانمندی در طراحی می‌شود

توسعه پلتفرم خودروی اقتصادی ایران‌ساخت با فناوری بومی در ایران خودرو با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری عملی می‌شود.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ضمن بازدید از بخش‌های مختلـف گـروه صنعتـی ایران‌خـودرو، در جریان پیشـرفت طرح‌ها و پروژه‌های روزآمد این مجموعه صنعتی قرار گرفت. ستاری همچنین ضمن بازدید از مرکز تحقیقات این گروه صنعتی، درباره پروژه‌های فناورانـه مشـترک میان معاونت علمـی و فناوری ریاسـت جمهوری و روند پیشـرفت این طرح‌ها به گفت‌وگو نشست تا زمینه‌های لازم برای پیشبرد این پروژه‌ها فراهم شود. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با گروه صنعتی ایران خودرو همکاری دارد و برای حمایت از تولید خودروی مدرن اقتصادی و ایران‌ساخت، تولید گیربکس بومی، موتور سه استوانه کم‌مصرف ایران‌ساخت، بومی‌سازی تجهیزات برقی و الکتریکـی خـودرو بـا بهره‌گیـری از توانمندی شـرکت‌های دانش‌بنیان بسترهایی را فراهم کرده است. یکی از محورهای فناورانه مطرح شده در این نشست طراحی خودروی ایران ساخت با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در گروه صنعتی ایران خودرو است که قرار است طراحی مفهومی، تعریف مشخصات و استانداردسازی، طی فرآیندی مدون پیش برود. چهار ماه برای انجام فاز طراحی مفهومی این خودرو پیش‌بینی شـده است تا با حمایت معاونت علمی و فناوری روند تولید این خودرو به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان پیش برود و فرآیند آن، توسط کمیته همکاری مشترک دنبال شود. سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در بازدید از بخش تحقیقاتی ایران خودرو کسب توانمندی طراحی را لازمه پیشرفت صنایع دانسـت و گفـت: به کمک شـرکت‌های دانش‌بنیان اتفاق مهمی در حوزه خودروسازی رخ داده است. صنعت خودروسازی با کسب توانمندی طراحـی، ماشین‌سـازی و ارتقـا می‌تواند جایگاه واقعـی خود را پیدا کند. معـاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، با اشـاره به ظرفیت‌های فناورانه نهفته در صنعت خودروسازی گفت: به طور مثال، بومی‌سـازی تجهیزات برقی و الکترونیکی خودرو ضمن ایجاد اشـتغال، می‌تواند کاهـش ارزبری و خودکفایی این صنعت را به دنبال داشـته باشـد. خودروسـازی حوزه‌ای است که شـرکت‌های دانش‌بنیـان و خلاق در صورتی که از توانمنـدی طراحی برخوردار باشند، توسعه محصولات بر بستر یک پلتفرم مشترک محقق می‌شود.



ماسه‌های بادی به کمک می‌آید

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری حامی طرح آزمایشی تولید مصالح سبک از ماسه‌های بادی اسـت؛ مصالحی که مقاومت ساختمان‌ها را افزایش می‌دهد. کارگروه آب، خشکسـالی، فرسـایش و محیط زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری حمایت از طرح‌های فناورانه و نوآورانه دوست‌دار محیط زیست را در اولویت قرار داده اسـت. تولید مصالح سـبک از ماسـه بادی یکی از این طرح‌های حمایت شده است. این نوع ماسه یکی از مواد اصلی در تولید مصالح سبک از قبیل بتن، نیوجرسی، تیر چراغ برق، تراورس راه آهن، کاشی و سرامیک و ده‌ها محصول دیگر است.



ماسـه بادی ماسـه‌ای اسـت که در نزدیکی سـواحل یا دره‌های رودخانه‌ای شکل می‌گیرد. اندازه دانه‌های ریزتری دارد و از آن در سـاخت ملات‌ها استفاده می‌کنند. ماسه بادی در بسیاری از مناطق خشک و نیمه خشک جهان به عنوان عامل تخریب مزارع کشاورزی و مسدودکردن راه‌های ارتباطی مطرح هستند، اما چند سالی است که این ماسه‌ها و تهدید طبیعت به یک فرصت تبدیل شده و از آنها در تولید مصالح ساختمانی استفاده می‌کنند.

این کار ضمن حفظ زیست‌بوم خاک که به طور بی‌رویه به عنوان مواد اولیه سـاختمانی برداشت می‌شود، زمینه ایجاد کسب و کارهای نوین را نیز فراهم می‌کند. این کار به عنوان یک طرح آزمایشـی مورد حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و توسط چند شرکت دانش‌بنیان و خلاق در حال انجام است.

از مهمتریـن مزیت‌هـای ایـن محصـول می‌تـوان به عایق بودن در برابر صدا و حرارت، سبک‌سازی سازه‌های ساختمانی، مقاومت در برابر حریق، رطوبت و نفوذ آب و برشکاری ساده اشاره کرد.

«جلوگیری از تخریب خاک‌های کشاورزی، «مدیریت ماسـه بـادی و شـن‌های روان به عنـوان یکی از منابع اصلی تولید گرد و غبار»، «سبک‌سازی سـازه سـاختمانی و در نتیجه افزایش مقاومـت به زلزله در سـاختمان‌ها»، «کاهش مصرف انرژی موردنیاز تامین سرمایش و گرمایش سـاختمان‌ها» و «ایجاد آرامـش اجتماعی با توجه به پایین بودن ضریب انتقال صوت در بتن‌های سبک» از جمله مزایای استفاده از این ماسه‌ها در سازه‌های ساختمانی است.

بازاریابی مناسبتی در فصل بهار

برترین ایده‌های بازاریابی برای فصل بهار



به قلم: کریستین مک کورمیک کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی در فصل بهار دارای جذابیت‌های بسیار زیادی است. پس از پایان زمستان بسیاری از برندها به دنبال بازاریابی با تصاویر دارای رنگ‌های گرم و همچنین ایده‌های هیجان‌انگیز هستند. مهمترین مسئله در این میان آمادگی برای مواجهه با انتظارات مشتریان است. بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی نسبت به تغییر بازه‌های زمانی توجه نمی‌کنند. درست به همین خاطر اغلب اوقات کاربران نسبت به عملکرد آنها اعتراض دارند. این امر در صورت عدم توجه برندها به وضعیت‌شان مشکلات بسیار زیادی پیش روی کسب و کارها قرار خواهد داد.

بدون تردید بررسی وضعیت بازاریابی برندهای بزرگ برای کسب و کارهای کوچک و تازه کار مزیت‌های بسیار زیادی به همراه دارد. بسیاری از برندهای تازه تاسیس با ارزیابی وضعیت بازاریابی دیگر برندها نسبت به بهبود کلی عملکرد کسب و کارشان اقدام می‌کنند. بسیاری از برندهای بزرگ نیز همین راه را طی کرده‌اند. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی ایده‌های بازاریابی کاربردی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. تمرکز اصلی در این میان بر روی ایده‌های موفق برندهای بزرگ خواهد بود. دلیل این امر امکان تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف با استفاده از این شیوه است.

ماه اطلاع‌رسانی درباره اوتیسم

بیماری اوتیسم یکی از مشکلات اساسی برای دامنه قابل ملاحظه مردم محسوب می‌شود. براساس گزارش سازمان بهداشت جهانی، از هر ۵۹ نفر یک نفر در دنیا به اوتیسم ابتلا دارد. شاید این امر برای بسیاری از مردم عجیب باشد، اما نرخ ابتلا به این نوع بیماری ژنتیکی در یک دهه اخیر افزایش قابل ملاحظه ای داشته است. این امر در کنار سایر مشکلات مربوط به زندگی در جامعه و رفتار با افراد دارای اوتیسم موجب نام‌گذاری نخستین ماه از فصل بهار برای اطلاع‌رسانی درباره در این بیماری شده است. برخی از برندها در این میان از این فرصت برای بازاریابی استفاده می‌کنند. اگر کسب و کار شما در ارتباط با حوزه‌های بهداشت یا درمان انواع بیماری فعالیت دارد، توجه به وضعیت این افراد در ماه‌های پیش رو ضروری خواهد بود.

فرهنگ‌سازی در زمینه نحوه رفتار با افراد دارای اوتیسم به طور معمول مورد توجه برندها نیست. نکته مهم در این میان استفاده برخی از برندها از افراد دارای اوتیسم به عنوان پرسنل تیم شرکت‌شان است. برخی از برندها در زمینه تولید لوازم زینتی با استفاده از این افراد دست به اقدامی بازاریابی می‌زنند. این امر مزیت‌های متقابلی برای چنین افرادی و همچنین برندها در پی دارد، با این حساب توجه به چنین ایده‌ای برای بازاریابی و تعامل با مشتریان امر قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

روز جهانی حمایت از حقوق کودکان

کودکان به تنهایی کمتر موضوع بازاریابی هستند. این امر برای بسیاری از برندها به دلیل تمرکز بیشتر بر روی والدین کودکان به منظور بازاریابی بهتر صورت می‌گیرد. برخی از کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی والدین کودکان اقدام به طراحی تبلیغاتی با محوریت کیفیت محصولات‌شان می‌کنند. یکی از نکات مهم در این میان توجه به روز جهانی حقوق کودکان است. این روز یکی از فرصت‌های بسیار مطلوب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود.

اطلاع‌رسانی درباره مسائل مربوط به حقوق کودکان در طول یک دهه گذشته مدنظر برخی از برندها قرار داشته است. اگر کسب و کار شما در زمینه تولید محصولات مربوط به کودکان فعالیت دارد، توجه به این روز برای بازاریابی و آگاهی‌بخشی به مخاطب هدف ضروری خواهد بود. این امر علاوه بر بازاریابی برای برند امکان جلب نظر دامنه قابل ملاحظه‌ای از مخاطب هدف نسبت به اعتبار کسب و کار را نیز دارد.

ماه سواد آموزش مالی

مسائل مالی در زندگی روزمره دارای اهمیت بسیار زیادی است. درست به همین خاطر اغلب مردم به دنبال افزایش سواد مالی‌شان هستند. بسیاری از موسسه‌ها و آموزشگاه‌ها در این رابطه مشغول ارائه خدمات قابل ملاحظه‌ای هستند. اگر کسب و کار شما در زمینه خدمات مالی فعالیت دارد، ارائه برخی از نکات ساده و اساسی در رابطه با مدیریت مالی ایده بسیار جذابی خواهد بود. برخی از برندها در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از ایده‌های بازاریابی تعاملی نیز استفاده می‌کنند. این امر امکان تعامل با مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن را فراهم می‌کند. یکی از نمونه‌های جذاب در این میان کمپین بازاریابی وال استریت ژورنال است. این برند در سال گذشته با بارگذاری یک پست بازاریابی در اینستاگرام درباره کارهای مورد علاقه کاربران با مبلغ هزار دلار پرسشی را طرح کرد.

بدون تردید پرسش موردنظر تیم بازاریابی وال استریت ژورنال بسیار ساده و تاثیرگذار است. درست به همین خاطر بسیاری از کاربران نسبت به بیان دیدگاه‌های‌شان اقدام کردند. نکته جالب در این میان بیان برخی از نکات مالی درباره درآمد اضافه مردم و همچنین میزان اخذ مالیات از هدیه‌های دریافتی گران‌قیمت بود. این امر موجب آموزش برخی از نکات اساسی درباره مدیریت مالی به کاربران شد. بخش قابل ملاحظه‌ای از کاربران نسبت به وضعیت مالی‌شان توجه لازم را ندارند. این امر شامل آموزش‌های مالی نیز هست بنابراین برندها با بیان برخی از نکات اساسی در این میان امکان جلب نظر مخاطب هدف را خواهند داشت.

روز دروغ آپریل

دروغ آپریل یکی از رویدادهای جذاب برای مردم است. این روز به طور معمول با بیان دروغ‌هایی از سوی مردم و تاکید بر روی غیرواقعی بودن‌شان همراه است. البته در این میان برخی از برندها ماهیت غیرواقعی ادعای‌شان را بسیار دیر اعلام می‌کنند. این امر موجب تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود.

استفاده از ایده‌های جذاب و دروغ‌های باورپذیر برای روز دروغ آپریل ضروری محسوب می‌شود. بسیاری از برندها نسبت به این نکته توجه لازم را نشان نمی‌دهند بنابراین دروغ‌های‌شان برای مخاطب هدف بسیار ساده به نظر می‌رسد. این امر شاید برای برخی از برندها جذابیت لازم را به همراه داشته باشد، اما در بلندمدت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت کاهش می‌دهد.

استفاده از دروغ‌های جالب در این میان مربوط به برند پی پال است. این شرکت خدمات مالی و درگاه اینترنتی پرداخت، در شوخی آپریلش اقدام به بیان امکان تازه پرینت پول از طریق اپ رسمی برندش کرد. این شوخی در مدت زمانی کوتاه بسیاری از نگاه‌ها را به خود جلب کرد. نکته جالب اینکه بخش قابل ملاحظه‌ای از کاربران در عمل به دنبال اجرای این ایده رفتند بنابراین در مدت زمانی کوتاه میزان دانلود اپ رسمی پی پال به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافت.

مسابقه ماراتن بوستون

اجرای مسابقات مارتن در شهر بوستون یکی از سنت‌های قدیمی در ایالات متحده محسوب می‌شود. بدون تردید در طول سال‌های اخیر اجرای این طرح با محدودیت‌های بسیار زیادی همراه شده است. نکته مهم در این میان تداوم تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از این ایده جذاب است. برخی از کاربران برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به یادآوری خاطرات مطلوب گذشته می‌کنند. این امر در مورد مسابقات پیش از شرایط کرونایی در بوستون کاربرد بسیار زیادی دارد. این امر موجب جلب نظر مخاطب هدف و تاثیرگذاری قابل ملاحظه بر روی مخاطب هدف می‌شود.

روز جهانی خواهران و برادران

یکی از بازه‌های زمانی جذاب برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف مربوط به روز جهانی خواهران و برادران است. این روز برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در این بازه زمانی برنامه بسیار مشخصی دارند. این امر شامل دعوت از کاربران برای انتشار محتوایی شامل نمایش ارتباط‌شان با خواهر یا برادرشان است. در نهایت نیز به ایده‌های خلاقانه در زمینه تولید چنین محتواهایی هدیه‌های جذابی داده می‌شود.

برخی از برندهای بزرگ برای اعطای جایزه به مشتریان‌شان به طور مداوم دنبال ایده‌های جذابی هستند. این امر روز جهانی خواهران و برادران را نیز هدف قرار می‌دهد. اگر کسب و کار شما در تیم اعضای کارمندان یا مدیران ارشد دارای خواهران و برادران همکاری است، باید نسبت به نمایش نحوه همکاری آنها اقدام نمایید. این امر جذابیت بسیار زیادی برای مشتریان در شبکه‌های اجتماعی خواهد داشت. اگر محتوای بازاریابی برند شما در مدت زمانی اندک وایرال شود، میزان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌یابد. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس ایده‌های بازاریابی جذاب است.

روز جهانی پنیر پیتزا

پنیر پیتزا در بسیاری از مواد غذایی کاربرد دارد. بسیاری از غذاهای خوشمزه با استفاده از این پنیر طبخ می‌شود بنابراین نام‌گذاری یک روز خاص برای آن ایده جالبی است. اگر کسب و کار شما در زمینه تولید مواد غذایی فعالیت دارد، استفاده از این روز به اندازه کافی جذاب خواهد بود. برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به نمایش پشت صحنه کسب و کارشان در این روز مهم می‌کنند. به عنوان مثال، برند برگرکینگ در روز جهانی پنیر پیتزا اقدام به نمایش نحوه شخصی‌سازی بخش قابل ملاحظه‌ای از منوی برندش با انواع این پنیرها کرد. این امر تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف به همراه دارد.

امروزه مردم به دنبال ایده‌های جذاب برای بازاریابی و تعامل با برندها هستند. بنابراین کسب و کارها باید ایده‌های جذابی برای تعامل با مشتریان داشته باشند. این ایده‌ها امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد بنابراین استفاده از بازه‌های زمانی مختلف در فصل بهار، مانند روز جهانی پنیر پیتزا بهانه مناسبی برای تعامل بیشتر با مخاطب هدف خواهد بود.

روز نمایش محل کار به فرزندان

بدون تردید هیچ روز جهانی برای نمایش محل کار از سوی والدین به فرزندان وجود ندارد، با این حال برخی از کسب و کارها برای ایجاد جذابیت‌های بازاریابی نسبت به نمایش محل کار کارمندان به فرزندان آنها اقدام می‌کنند. این امر شامل حضور کودکان در محل کار والدین و خلق موقعیت‌های بسیار جذابی است. بسیاری از برندها از این موقعیت برای تولید محتوای بازاریابی گسترده‌ای استفاده می‌کنند. بدون تردید مشاهده کودکان در کارهای افراد بزرگسال جذابیت‌های بسیار زیادی در شبکه‌های اجتماعی دارد.

یکی از برندهای موفق در زمینه استفاده از روز نمایش محل کار به فرزندان شرکت کروگر است این خرده‌فروشی بزرگ به طور معمول در ماه آپریل از کارمندانش برای آوردن فرزندان‌شان به محیط کار دعوت می‌کند. این امر موجب خلق موقعیت‌های بسیار جذابی از سوی کارمندان می‌شود. شاید در نگاه نخست این امر به اندازه کافی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کافی نباشد، اما در یک مقیاس گسترده امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. امروزه بسیار از کاربران در شبکه‌های اجتماعی به دنبال محتوای سرگرم‌کننده هستند بنابراین تولید محتوای جذاب از حضور همزمان کارمندان و فرزندانشان، در هر رده سنی، جذاب خواهد بود.

روز جهانی سیاره زمین

روز جهانی سیاره زمین یکی از روزهای مناسب برای فعالیت‌های مربوط به حفاظت از محیط زیست و گونه‌های جانوری است. بسیاری از موسسه‌های فعال در این حوزه در این روز اقدام به اطلاع‌رسانی گسترده به مخاطب هدف‌شان می‌کنند. بدون تردید روز جهانی سیاره زمین برای بازاریابی تمام برندها مناسب است.

کوکاکولا یکی از برندهای موفق در زمینه بازاریابی با استفاده از روز جهانی سیاره زمین است. این برند در سال ۲۰۱۷ نسبت به کاهش استفاده از پلاستیک برای بسته‌بندی محصولاتش در همین روز اقدام کرد. این امر واکنش بسیار گسترده‌ای از سوی مشتریان این برند به همراه داشت. درست به همین خاطر بسیاری از مشتریان این برند در آن سال افزایش پیدا کردند. استفاده از بازه‌های زمانی مناسب برای اعلام اخبار مربوط به کسب و کار اهمیت بسیار زیادی دارد. شاید برخی از اخبار مربوط به برند برای مشتریان جذابیت‌های بسیار زیادی داشته باشد، اما اعلام آنها در زمان نادرست مشکلات زیادی را دامن خواهد زد بنابراین باید در زمان مناسب نسبت به اعلام نکات و رویدادهای مربوط به کسب و کارمان اقدام نماییم. در غیر این صورت فرصت مناسب از دست خواهد رفت.

روز جهانی دوستی

پیدا کردن دوست یکی از نخستین رویدادها در دنیای اجتماعی محسوب می‌شود. بسیاری از کودکان با پیدا کردن دوست وارد نخستین رابطه‌های اجتماعی‌شان می‌شوند. درست به همین خاطر روز جهانی دوست برای بسیاری از مردم اهمیت دارد. بسیاری از برندها دارای برنامه‌های بازاریابی مهمی در این روز هستند بنابراین برندها باید به این برنامه‌های مهم واکنش مناسبی نشان دهند.

اغلب اوقات فروشگاه‌های مواد غذایی و به ویژه شیرینی‌فروشی‌ها نسبت به روز جهانی دوستی واکنش نشان می‌دهند. این امر شامل تولید محصولات منحصر به فرد برای مشتریان و همچنین تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه‌های گوناگون است. گاهی اوقات برندهایی نظیر اورئو، فعال در زمینه تولید انواع کیک و کلوچه، در روز جهانی دوستی از طرح‌های جذابی برای محصولات و بسته‌بندی‌شان رونمایی می‌کنند. این ایده‌ها در عین سادگی دارای تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف است بنابراین برندها باید توجه ویژه‌ای به آنها نشان دهند.

روز جهانی مالیات

اخذ مالیات یکی از مهمترین راهکارهای درآمدزایی دولت‌ها محسوب می‌شود. این هزینه‌های دریافتی برای فعالیت‌های عمومی صرف می‌شود. بسیاری از شرکت‌ها و موسسه‌های مالی در روز جهانی مالیات نسبت به بیان جزییات حقوقی مربوط به مالیات در هر فعالیتی اقدام می‌کنند. این امر تاثیر بسیار مناسبی بر روی آگاهی مردم از وضعیت مالی‌شان دارد. برخی از برندها نیز در این میان برای حسابرسی به وضعیت کارمندان‌شان استفاده می‌کنند. این امر تاثیرگذاری بسیار زیادی برای مخاطب هدف به همراه دارد. برخی از برندها نیز از این روز برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به منظور استفاده از خدمات مالیاتی‌شان استفاده می‌کنند.

اغلب شرکت‌های مالی و خدمات مالیاتی در روز جهانی مالیات نسبت به ارائه تخفیف‌های گسترده اقدام می‌کنند. این امر با هدف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف صورت می‌گیرد. افزایش دامنه مشتریان برند با استفاده از این روز مهم یکی از ایده‌های همیشگی برای موسسه‌های مالیاتی و مالی محسوب می‌شود.

خانه‌تکانی بهاری

اغلب مردم در بهار اقدام به تمیز کردن خانه و محل کارشان می‌کنند. این امر یک فرصت استثنایی برای کسب و کارهای فعال در حوزه خدمات نظافتی به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. بسیاری از برندها تمام سال را برای این بازه زمانی صبر می‌کنند بنابراین تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در این روز مهم امری ضروری خواهد بود.

برخی از برندها برای بازاریابی در خانه‌تکانی بهاری احساس نیاز به ایده‌های بسیار متنوعی دارند. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در عین سادگی است. هرچه ایده‌های بازاریابی برندمان ساده‌تر باشد، شانس بالاتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهیم داشت. ارائه تخفیف‌های مناسب و تلاش برای نمایش کیفیت کاری کسب و کارمان امر بسیار مهمی است. اگر این امر مدنظر کسب و کارها قرار داشته باشد، امکان افزایش فروش به صورت قابل ملاحظه در این بازه زمانی فراهم خواهد شد.

روز تعامل با مشتریان

شناخت و تعامل با مشتریان برای بسیاری از برندها مهم است. این روز در فصل بهار از سوی اغلب کسب و کارها برای شناخت هرچه بهتر مشتریان مورد استفاده قرار می‌گیرد. اغلب اوقات برندها اقدام به طرح پرسش‌هایی برای شناخت بهتر مشتریان‌شان می‌کنند. البته اگر شما نیز در این میان از چنین ایده‌هایی استفاده نمایید، شانس مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت. این امر یکی از نکات مهم برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود.

یک ایده جذاب برای بازاریابی در روز تعامل با مشتریان تلاش برای استفاده از محتوای تولیدی آنهاست. این امر موجب تقویت انگیزه مشتریان برای تعامل با برند شما خواهد شد. برخی از کسب و کارها به طور مداوم نسبت به تعامل با مشتریان‌شان بی‌توجه هستند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد می‌کند بنابراین باید نسبت به رفع‌شان در کوتاه‌ترین زمان ممکن اقدام کرد. در غیر این صورت ریزش مشتریان امری طبیعی خواهد بود.

امروزه بازاریابی برای مخاطب هدف دردسرهای زیادی دارد. یکی از چالش‌های اصلی در این میان سلیقه بسیار متفاوت و انتظارات گسترده مشتریان از برندهاست. این امر مسیر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت تحت تاثیر قرار داده است. استفاده از مناسبت‌های مورد بحث در این مقاله برای پیگیری وضعیت بازاریابی برندها به بهترین شکل ممکن برای کسب و کارها مناسب خواهد بود. بدون تردید مناسبت‌های بسیار بیشتری در بازارهای محلی برای بازاریابی و تولید محتوا وجود دارد. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای شناسایی مناسبت‌های موردنظر است.

منبع: wordstream.com

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی برای نسل جوان



به قلم: پاملا بامپ کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات
ترجمه: علی آل‌علی

نسل جوان به سرعت در حال رشد و ورود به عرصه کسب و کار است. امروزه یکی از گروه‌های اصلی مشتریان برندها شامل نسل جوان می‌شود. این امر اهمیت بسیار زیادی برای بازاریاب‌ها دارد. شاید در نگاه نخست بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب نسل جوان درست مانند دیگر گروه‌های مختلف هدف باشد. این امر نخستین اشتباه بازاریاب‌ها در تعامل با نسل جوان است. مشتریان این نسل دارای سلیقه متفاوتی نسبت به دیگر گروه‌ها هستند بنابراین برندها نیاز به استفاده از شیوه‌های خاص برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدفش خواهد داشت.

اغلب مشتریان نسل‌های قبلی با محصولات دارای کیفیت عالی، نگرانی نسبت به از دست دادن پیشنهادهای ویژه برندها و تبلیغات شلوغ و پرهزینه نسبت به برندها روی خوش نشان می‌دهند. این امر در مورد مشتریان نسل جوان به طور کامل متفاوت است. وفاداری به برند برای مشتریان نسل جوان مسئله محوری نیست. ترجیح این نسل امتحان محصولات برندهای مختلف است بنابراین ترغیب مشتریان این نسل برای وفاداری به یک برند امر بسیار دشواری خواهد بود.

بسیاری از بازاریاب‌ها در طول دهه گذشته نسل جوان (Z) را به طور مداوم یک گروه وابسته به والدین‌شان لحاظ کرده‌اند. این امر به معنای فقدان اهمیت نظرات آنها در زمینه خرید محصولات از سوی خانواده‌های‌شان است. شاید این امر یک دهه پیش صحت داشت، اما اکنون شرایط به طور کامل متفاوت شده است. نسل جوان اکنون در سن اشتغال قرار دارد. این امر به معنای مراجعه به برندهای مختلف برای خرید محصولات به طور مستقل است. دیگر خبری از اتکای نسل جوان به خانواده‌های‌شان نخواهد بود. این امر اهمیت بازاریابی و جلب نظر این نسل برای بازاریاب‌ها را دوچندان می‌کند بنابراین برندها باید به دنبال تاثیرگذاری بر روی اعضای این گروه سنی به طور منحصر به فرد باشند.

تولید محتوای بازاریابی جذاب برای نسل جوان باید با محوریت شبکه‌های اجتماعی صورت گیرد. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارهاست. نسل جوان بیش از هر گروه دیگری در شبکه‌های اجتماعی حضور دارد. این امر موجب اهمیت محوری شبکه‌های اجتماعی در زمینه بازاریابی برای این گروه سنی می‌شود بنابراین برندها باید به بهترین شیوه ممکن بر روی بازاریابی بر روی شبکه‌های اجتماعی سرمایه‌گذاری نمایند.

بسیاری از برندها برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی نیاز به توصیه‌های حرفه‌ای دارند. این امر در مورد بازاریابی برای نسل جوان بیش از هر زمان دیگری مصداق پیدا می‌کند بنابراین برندها باید به طور ویژه‌ای به دنبال توصیه‌های حرفه‌ای برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی باشند. ما در این مقاله از توصیه‌های مدیران ارشد موسسه فن بایتز به منظور ارائه بهترین توصیه‌های بازاریابی استفاده خواهیم کرد. این موسسه در زمینه استعدادیابی اینفلوئنسرهای تیک تاک و دیگر شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارد بنابراین توصیه‌های بسیار مهمی برای برندها به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نسل جوان خواهد داشت.

درک تفاوت میان نسل جوان و میانسال

بازاریابی برای نسل جوان به معنای درک تفاوت‌هاست. بسیاری از بازاریاب‌ها برای مدت زمان طولانی نسبت به بازاریابی برای نسل میانسال اقدام کرده‌اند. شاید این امر همراه با موفقیت هم باشد، اما در طول زمان بازاریاب‌ها را نسبت به نوآوری و توجه به دیگر گروه‌ها مانند نسل جوان غافل خواهد ساخت. آگاهی از تفاوت‌های رفتاری این دو نسل در شبکه‌های اجتماعی کمک شایانی به بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری بر روی آنها خواهد کرد. امروزه اغلب کاربران نسل جوان به دنبال محتوای جذاب و در عین حال هیجان‌انگیز هستند. علاقه برای تجربه نکات گوناگون و تاثیرپذیری از هم‌نسل‌های‌شان اهمیت محوری دارد. بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری بر روی این دسته از افراد نیاز فوری برای شناخت سلیقه‌شان خواهند داشت.

نسل جوان از همان ابتدا در دهه ۹۰ میلادی با دسترسی به فناوری های نوآورانه بزرگ شده‌اند. این امر نحوه رفتارشان در موقعیت‌های مختلف را به طور قابل ملاحظه ای تحت تاثیر قرار می‌دهد. آنها دیگر حوصله نسل‌های قبل را ندارند. بنابراین سرعت در زمینه بازاریابی و تعامل با آنها حیاتی خواهد بود. شاید برخی از مشتریان قدیمی فرصت دوباره‌ای به یک برند در صورت ارائه محصولات ضعیف به بازار دهد، اما در مورد نسل جوان این امر هرگز روی نخواهد داد.

یکی دیگر از نکات مهم درخصوص نسل جوان مربوط به تجربه رکودهای اقتصادی بزرگ است. این نسل تجربه رکود اقتصادی در ۲ دهه اخیر را دارد. همین امر سلیقه خریدشان را به شدت تحت تاثیر قرار داده است. نسل میانسال از سوی دیگر دارای تجربه بسیار متفاوتی است. این امر وضعیت فعالیت آنها را به طور قابل ملاحظه‌ای متفاوت ساخته است. تمایل برای صرف هزینه بیشتر در بازار یکی از تمایلات اصلی گروه میانسال محسوب می‌شود. این امر با توجه به وضعیت بحران‌های ملی در میان گروه جوانان بسیار کم روی می‌دهد. با این حساب نسل جوان صرفه‌جویی بسیار بیشتری پیرامون هزینه‌های مالی‌اش صورت می‌دهد.

ضرورت انتخاب پلتفرم مناسب

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی براساس مخاطب هدف دارای تفاوت‌هایی است. بسیاری از بازاریاب‌ها نسبت به تولید محتوا و ایجاد تغییرات مشخص برای جلب نظر مخاطب نسل جوان اقدام نمی‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست فاقد هرگونه ایرادی باشد، اما در بلندمدت دامنه مشتریان هدف برند محدود به افراد میانسال خواهد کرد. این امر مشکلات بسیار زیادی برای مخاطب هدف به همراه دارد.

بازاریابی برای نسل جوان باید با شناسایی پلتفرم‌های مورد علاقه‌شان صورت گیرد. بدون تردید رویکرد نسل‌های مختلف نسبت به شبکه‌های اجتماعی یکسان نیست. این امر تفاوت‌های معناداری در فعالیت بازاریابی برندها ایجاد خواهد کرد. برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نسل جوان اقدام به حضور در تمام شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. نکته مهم در این میان شناسایی ۲ یا ۳ پلتفرم اصلی برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی این نسل است. این امر امکان بهره‌گیری از کمپین‌های بازاریابی و همچنین صرفه جویی در هزینه‌ها را به همراه خواهد داشت.

امروزه تیک تاک یکی از پلتفرم‌های محبوب برای نسل جوان محسوب می‌شود. این پلتفرم اغلب مورد پسند گروه میانسال نیست. دلیل این امر ماهیت ویدئویی و موسیقی محور است. کاربران در این اپ نسبت به تولید ویدئوهای کوتاه، اغلب خنده دار و همراه با موسیقی متن اقدام می‌کنند. این امر به معنای امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف عضو نسل جوان به طور انحصاری خواهد بود. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف این گروه سنی نیاز ضروری به حضور در این اپ دارند.

متاسفانه هنوز بسیاری از برندها نسبت به ماهیت تیک تاک آگاهی دقیقی ندارند. همین امر ترسی در میان برندها برای حضور در این پلتفرم ایجاد کرده است. اگر میزان حضور برندها در تیک تاک با دیگر شبکه‌های اجتماعی مشهور مقایسه شود، این ادعا به طور کامل تایید خواهد شد بنابراین نخستین گام در زمینه بازاریابی برای نسل جوان تلاش برای شناخت درست تیک تاک است.

شبکه‌های اجتماعی دیگر نیز مدنظر نسل جوان قرار دارد. اینستاگرام به عنوان یکی از پلتفرم‌های جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه جذابیت بازاریابی دارد. نسل جوان نیز در این پلتفرم حضور قابل ملاحظه‌ای دارد. مهمترین مسئله در این میان استفاده متفاوت کاربران نسل جوان از اینستاگرام در مقایسه با دیگر گروه‌های سنی است.

نسل جوان بیشتر از سرویس‌هایی نظیر استوری و ریلز در اینستاگرام استفاده می‌کنند بنابراین برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید نسبت به این نکته توجه لازم را نشان دهند. بسیاری از برندها در این میان بر روی بازاریابی در پست ها سرمایه‌گذاری می‌کنند. این امر هیچ نتیجه مثبتی برای یک برند به همراه نخواهد داشت بنابراین برندها باید تجدیدنظر اساسی در زمینه شیوه بازاریابی‌شان صورت دهند. در غیر این صورت شانسی برای تاثیرگذاری، دست کم بر روی مخاطب هدف جوان، نخواهند داشت.

یکی از نکات اساسی برای یادگیری شیوه بازاریابی در پلتفرم‌ها و سرویس‌های مورد علاقه کاربران نسل جوان مربوط به الگوبرداری از برندهای بزرگ است. کسب و کارهای بزرگ به طور معمول عملکرد بسیار بهتری در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف جوان دارند بنابراین برندهای تازه کار در صورت الگوبرداری از این برندها شانس بالاتری برای موفقیت خواهند داشت. همچنین دیگر نیازی برای مطالعه دقیق پلتفرم‌های مورد علاقه مخاطب هدف نیز نخواهد بود.

توجه به سرویس‌های تازه شبکه‌های اجتماعی ایده دیگری برای شناسایی سلیقه مخاطب هدف است. این امر به معنای تلاش برای استفاده از سرویس‌های تازه مانند ریلز است. نسل جوان در مقایسه با دیگر نسل‌ها تمایل بسیار بالاتری برای امتحان سرویس‌های تازه دارند. این امر در مورد مخاطب میانسال به طور کامل متفاوت است بنابراین برندها باید به این نکته مهم توجه لازم را نشان دهند. مراجعه مداوم به چند سایت معتبر در زمینه کسب و کار استفاده از مقالات‌شان درباره نوآوری‌های تازه در شبکه‌های اجتماعی به اندازه کافی راهگشا خواهد بود.

استفاده از محتوای ویدئویی و صوتی

محتوای ویدئویی برای تمام کاربران در شبکه‌های اجتماعی جذاب است، اما مخاطب نسل جوان واکنش بسیار بهتری به این نوع محتوا نشان می‌دهد. دلیل این امر تجربه زندگی همراه با دامنه گسترده‌ای از محتوای ویدئویی است. نسل جوان بیش از هر نسل دیگری به انواع فیلم و سریال دسترسی داشته است. بنابراین مشاهده تمایل این دسته از مشتریان برای مشاهده محتوای بازاریابی ویدئویی طبیعی خواهد بود.

یکی از مهمترین نکات در مورد مشتریان نسل جوان مربوط به علاقه‌شان نسبت به محتوای لایو است. ویدئوهای لایو جذابیت بسیار زیادی برای این دسته از مشتریان دارد. دلیل این امر امکان تعامل در لحظه با برندهاست. شاید این امر برای برندها بسیار جذاب باشد، اما در عین حال چالش‌هایی را نیز به همراه خواهد داشت. وقتی نسل جوان دارای انگیزه مضاعف برای تعامل با برندها در محتوای لایو باشد، پرسش‌های اساسی را نیز مطرح خواهد کرد. ایراد اصلی کار برندها در این میان فقدان آمادگی برای پرسش‌های اساسی مخاطب نسل جوان است. این امر اعتبار آنها در نگاه این مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار می‌دهد بنابراین برندها باید به بهترین شکل ممکن نسبت به تاثیرگذاری بر روی نسل جوان با آماده‌سازی پاسخ‌های مناسب به پرسش‌های‌شان اقدام نمایند. در غیر این صورت شانسی برای تاثیرگذاری بر روی این دسته از کاربران نخواهند داشت.

محتوای ویدئویی تنها گونه مورد علاقه مشتریان نسل جوان نیست فرمت صوتی نیز طرفدارهای بسیار زیادی در میان این نسل دارد. بدون تردید این امر برای بسیاری از بازاریاب‌ها عجیب به نظر می‌رسد. نسل جوان به طور معمول گروه سنتی دارای تمایل برای شنیدن برنامه‌های رادیویی نیست. نکته مهم نیز درست در همین بخش قرار دارد. ظهور پادکست‌های مختلف به عنوان جایگزین‌های هیجان انگیز برنامه‌های رادیویی در میان بسیاری از مردم شور تازه‌ای به پا کرده است. نسل جوان یکی از علاقه‌مندان به پادکست‌های مختلف در سراسر دنیا هستند بنابراین استفاده از فرمت صوتی در قالب پادکست برای تاثیرگذاری بر روی این نسل نکته ضروری خواهد بود.

اگر کسب و کارها در زمینه ارزیابی سلیقه مشتریان نسل جوان به اندازه کافی دقت نظر به خرج دهند، امکان تاثیرگذاری بر روی این دسته از مشتریان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. بسیاری از تیم‌های بازاریابی زمان کافی برای شناسایی رفتار و سلیقه کاربران در شبکه‌های اجتماعی را ندارند. این امر استفاده از ابزارهای بازاریابی را بیش از هر زمان دیگری مهم می‌سازد. ابزارهای بازاریابی با استفاده از هوش مصنوعی امکان شناسایی سلیقه مخاطب هدف و دسترسی به اطلاعات ارزشمند را فراهم می‌سازد. امروزه بسیاری از برندهای بزرگ از ابزارهای بازاریابی حرفه‌ای استفاده می‌کنند. ابزار بازاریابی هاب اسپات در این میان یکی از گزینه‌های مناسب برای ساده‌سازی فرآیند بازاریابی خواهد بود.

ضربه سریع به مخاطب هدف

محتوای بازاریابی برای نسل جوان نباید بیش از اندازه طولانی باشد. همچنین نسل جوان حوصله مقدمه‌چینی‌های رایج در کمپین‌های بازاریابی را نیز ندارد. بنابراین ارائه محتوای بازاریابی برای این نسل باید سریع و در عین حال روشن باشد. اگر پیام بازاریابی برندمان دارای ابهام باشد، مشتریان این نسل توجه بسیار اندکی به آن نشان خواهند داد. نکته جالب در این میان رفتار متفاوت مشتریان میانسال است. آنها اغلب اوقات به محتوای دارای ابهام و اندکی جذابیت جنجالی روی خوش نشان می‌دهند.

اهداف بازاریابی برای هر برندی متفاوت است. بیان صریح اهداف بازاریابی از سوی مشتریان نسل جوان با بازخورد بسیار مطلوبی مواجه می‌شود. شاید این امر عجیب به نظر برسد، اما مشتریان این نسل حتی تمایل به همکاری با برندها در صورت بیان دقیق اهداف‌شان خواهند داشت. ادعاهای توخالی مانند تلاش برای همدلی با مشتریان برای نسل جوان دارای بار معنایی خاصی نیست. با این حساب صداقت برای این نسل اهمیت زیادی دارد. برندها باید صادقانه نسبت به بیان اهداف‌شان اقدام نمایند. در غیر این صورت شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت.

بسیاری از برندهای بزرگ در عمل توانایی رعایت صداقت به طور دقیق را ندارند. همیشه محتوای بازاریابی همراه با اندکی اغراق یا بیان مطالب به طور متفاوت است. این امر برای مشتریان نسل جوان به معنای دروغگویی در عرصه بازاریابی است بنابراین باید تا جای ممکن از الگوهای قدیمی بازاریابی برندمان دست بکشیم.

سرمایه‌گذاری بر روی تبلیغات

استفاده از محتوای تبلیغاتی دارای اهمیت بسیار زیادی برای برندهاست. امروزه مشتریان نسل جوان نسبت به تماشای محتوای تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی تمایل نشان می‌دهند. درآمد اصلی شبکه‌های اجتماعی از طریق نمایش تبلیغات برای مخاطب هدف تامین می‌شود. اگر کسب و کارها توانایی تولید محتوای بازاریابی براساس داستان یا ارزش‌های برندشان را داشته باشند، نظر نسل جوان به طور قابل ملاحظه‌ای جلب خواهد شد. برخی از برندها در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نسبت به استفاده از شیوه‌های متفاوتی اقدام می‌کنند. یکی از گزینه‌های مناسب استفاده از گزینه تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. برندها با پرداخت مقدار مشخصی هزینه شانس‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را امتحان خواهند کرد.

مخاطب هدف نسل جوان به طور معمول دارای انگیزه بالایی برای مشاهده محتوای تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی است. این نسل ارزیابی‌اش از اهمیت یک محتوای بازاریابی براساس تمایل یک برند برای صرف هزینه به منظور نمایش اش صورت می‌گیرد. همچنین صرف هزینه تبلیغاتی به معنای توجه برندها نسبت به مشاهده محتوا از سوی کاربران خواهد بود. با این حساب برندها باید به طور قابل ملاحظه‌ای برای نمایش محتوای‌شان در قالب تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی اقدام نمایند.

شاید در برخورد نخست میان برند و مخاطب هدف امکان تاثیرگذاری مناسب فراهم نشود. این امر برای بسیاری از برندها روی می‌دهد. راهکار مناسب در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس تبلیغات است. چنین راهکاری امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد.

استفاده از محتوای تولیدی نسل جوان

اگر تعامل میان برند و مخاطب هدف به طور مناسبی مدیریت شود، امکان استفاده از محتوای تولیدی این نسل نیز فراهم می‌شود. بدون تردید این امر با توجه توصیف‌های مربوط به سختگیری و همچنین عدم علاقه نسل جوان برای وفاداری به یک برند هماهنگی ندارد. نکته مهم در این میان امکان تغییر وضعیت نسل جوان با سرمایه‌گذاری بر روی بازاریابی به شیوه‌های متفاوت است.

اگر نسل جوان نسبت به برند شما علاقه پیدا کند، به احتمال زیادی محتوایی پیرامون‌تان تولید خواهد کرد. استفاده از چنین محتوایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اهمیت بسیار محوری خواهد داشت. در غیر این صورت مخاطب هدف برداشت مناسبی از میزان توجه کسب و کار شما به مشتریان نخواهد داشت بنابراین باید همیشه نسبت به واکنش مخاطب هدف توجه ویژه‌ای داشته باشیم.

منبع: هاب اسپات

رهبری

بررسی فاکتورهای اساسی موفقیت فروش

چگونه در زمینه فروش موفق عمل کنیم؟

ترجمه: علی آل‌علی

کارآفرینان به خوبی از جریان کسب و کار آگاهی دارند. پس از تولید محصول باید دست به بازاریابی و تبلیغات مناسب زد. سپس امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و فروش مناسب فراهم می‌شود. این امر اهمیت بسیار زیادی در دنیای کسب و کار دارد. اگر توصیه‌های کارآفرینان بزرگ دنیا را نیز مشاهده کنیم، این نکات را میانشان مشترک خواهیم یافت.

موفقیت در حوزه فروش برای هر برندی هدف نهایی است. بدون فروش مناسب تمام فعالیت‌های دیگر برند ناتمام باقی خواهد ماند. درست به همین خاطر برندها اغلب اوقات هزینه‌های بسیار زیادی در زمینه فروش مناسب محصولاتشان انجام می‌دهند. اگر با دقت نظر نسبت به وضعیت فروش برندهای بزرگ و موفق نگاه کنیم، برخی از نکات در زمینه فعالیت‌شان مشترک است. این نکات به شرح ذیل است:

• استفاده از ترندهای داغ در دنیای کسب و کار از سوی کسب و کارها اهمیتی محوری دارد. هرچه یک کسب و کار دارای توانایی بیشتری برای استفاده از ترندهای فروش باشد، تاثیرگذاری بر روی مشتریان ساده‌تر خواهد شد. متاسفانه برخی از برندها در این رابطه به طور مداوم با مشکلاتی مواجه هستند بنابراین نخستین گام در تجربه فروش موفق توجه به ترندهای این حوزه خواهد بود.

• تداوم در زمینه تعامل با مخاطب هدف برای فروش محصولات یکی دیگر از نکات مهم برای بازاریابی و فروش است. متاسفانه بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی‌دهند بنابراین مواجهه با آمارهای ضعیف در زمینه فروش امری طبیعی خواهد بود. اگر کسب و کارها به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان هستند، باید به طور مداوم پیشنهادهای خرید برای آنها ارائه نمایند. در غیر این صورت شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدفشان نخواهند داشت.

• شخصی‌سازی پیشنهادات فروش اهمیت بسیار زیادی دارد. بدون تردید مشتریان هر برند دارای سلیقه و نیازهای منحصر به فردی هستند بنابراین برندها باید نسبت به شخصی‌سازی پیشنهادهای‌شان در کوتاه‌ترین زمان ممکن واکنش نشان دهند. در غیر این صورت شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت.

• ارزیابی عملکرد برند در زمینه فروش یکی از مهمترین فاکتورها برای موفقیت محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها در میان فرآیند موفقیت برای فروش در عمل ارزیابی انتقادی وضعیت‌شان را فراموش می‌کنند. این امر فقط به حوزه فروش اختصاص ندارد، بلکه تمام حوزه‌های فعالیت برند باید به طور مداوم مورد ارزیابی قرار گیرد بنابراین هر ۲ یا ۳ ماه یک بار نسبت به وضعیت فروش برندتان با دید انتقادی بنگرید.

امروزه عرصه فروش برای برندها اهمیت بیشتری نسبت به گذشته پیدا کرده است. این امر در تعامل با بحران کرونا نیاز به تامین مالی و فروش سریع محصولات را برجسته می‌نماید. اگر کسب و کارها در شرایط کنونی نسبت به ایجاد تغییراتی در وضعیت کسب و کارشان اقدامی نکنند، دستیابی به فروش بیشتر امری غیرممکن خواهد بود.

منبع: marketingdive.com

دولت چین می‌خواهد امپراتوری رسانه‌ای علی‌بابا را از بین ببرد

«جک ما» در طول سال‌های گذشته قدرت عظیمی را در حوزه رسانه‌های چینی به دست آورده که گستره آن تقریبا شبیه وضعیت جف بزوس در آمریکاست. ولی حالا آینده امپراتوری رسانه‌ای آقای «ما» زیر سیبل دولت چین قرار گرفته و در معرض خطر است. به گزارش دیجیاتو به نقل از وال استریت ژورنال و بلومبرگ، مقامات دولت چین به خاطر نگرانی‌های ناشی از جهت‌دهی به نظرات مردم در این کشور دستور انحلال شاخه‌های رسانه‌ای شرکت علی‌بابا را داده‌اند. ورود این شرکت به دنیای رسانه با خرید نشریه South China Morning Post آغاز شد و از همان زمان مقامات دولت چین این شرکت را تحت فشار قرار دادند. این نشریه یک روزنامه انگلیسی زبان است که ۱۱۸ سال پیش در هنگ کنگ تاسیس شد. علی‌بابا حالا بر نهادهای رسانه‌ای گوناگونی از جمله وب‌سایت خبری ۳۶Kr و Shanghai Media Group هم کنترل دارد.

منتقدان میزان سهم علی‌بابا در South China Morning Post را که یکی از روزنامه‌های مهم آسیاست، زیر سوال برده‌اند. البته «جک ما» برای رفع نگرانی‌ها تعهد داده بود که استقلال نظری این نشریه را حفظ می‌کند. علی‌بابا در سایر همکاری‌های رسانه‌ای خود بر جنبه همکاری دیجیتالی با نشریه‌ها تمرکز دارد. برای مثال، این شرکت به Shanghai Media Group قول داد تا با فراهم‌سازی بسترهای ابری به توسعه پلتفرم داده‌های مالی آنها کمک کند.

علی‌بابا همچنین در حرکت رسانه‌های جدید نقش موثری داشته و برای نمونه سهم بزرگی در پلتفرم Weibo دارد که عملا جانشین توییتر در چین به حساب می‌آید. این شرکت در پلتفرم اشتراک‌گذاری ویدئویی Bilibili هم که بیشتر کاربران آن جوانان هستند سهم بزرگی در اختیار دارد. با این حال، از زمانی که Weibo در ماه ژوئن پارسال پست‌های مربوط به روابط غیراخلاقی یکی از مدیران علی‌بابا را حذف کرد، نگرانی‌هایی مطرح شد. چندی بعد، مهمترین رگولاتور اینترنت چین این پلتفرم را برای مداخله در ارتباطات آنلاین توبیخ کرد. دولت چین چند وقتی است که اقداماتی را در زمینه تمرکززدایی قدرت در اقتصاد اینترنتی این کشور آغاز کرده است. مسئولان مقابله با آنتی‌تراست چین دسامبر ۲۰۲۰ جریمه‌ای را برای علی‌بابا و «تنسنت» در نظر گرفتند چون معتقد بودند که این شرکت‌ها اطلاعات کافی را درخصوص خرید سایر کمپانی‌ها منتشر نکرده‌اند. حالا باید منتظر بمانیم تا ببینیم کدام شاخه‌های رسانه‌ای علی‌بابا از این مهلکه جان سالم به در می‌برند.

اتفاق نظر در کار تیمی؛ یک تله برای تصمیم‌گیری



نویسنده: زهرا اشرفی

فرض کنید شما در یک جلسه باید درباره قیمت یک محصول جدید بحث کنید. احتمالا هدف از قیمت‌گذاری پایین محصول، فروش بالاتر است و در مقابل، قیمت بالا می‌تواند تصور مشتری درباره برتری محصول را تقویت کند. تیم فروش می‌خواهد محصول فروش بالایی داشته باشد بنابراین، قیمت پایین را ترجیح می‌دهد، اما تیم بازاریابی ترجیح می‌دهد چیزی را تبلیغ کند که منحصربه‌فرد است. از این رو، قیمت بالا را ترجیح می‌دهد. با انتخاب هر کدام از این راه‌حل‌ها ممکن است عده‌ای تصور کنند تصمیم اشتباهی گرفته شده است و حتی شاید پس از تصمیم‌گیری نهایی به آن عمل نکنند، اما چگونه باید این اختلافات را پشت سر گذاشت؟

در این مقاله می‌خواهیم درباره تعارض و اختلاف‌نظر در تصمیم‌گیری و یک اصل مدیریتی برای تصمیم‌گیری بهتر صحبت کنیم.

مشکل دقیقا از کجا شروع می‌شود؟

مهمترین تصمیمات کسب‌وکار اغلب سخت‌ترین تصمیمات هستند و گرفتن این تصمیمات سخت از چالش‌های رهبران کسب‌وکارهاست. اگر در حین تصمیم‌گیری از بین چند راه‌حل منطقی پیشنهاد شده یکی از آنها انتخاب شود، به احتمال زیاد برخی از اعضای تیم یا ذی‌نفعان فکر می‌کنند که انتخاب اشتباهی صورت گرفته است. همچنین بعد از تصمیم‌گیری نهایی نیز ممکن است برای‌شان سخت باشد که طبق آن عمل کنند.

این اتفاق بسیار ساده شروع می‌شود، اما اگر مراقب نباشید می‌تواند مشکلات بیشتری را برای کسب‌وکار شما به‌همراه داشته باشد. تعارض به‌جای اینکه به بحث سالم برای یک تصمیم خوب منجر شود، یک مسئله شخصی را پیش می‌گیرد که در آن یک طرف باید در این جنگ پیروز شود، اما چگونه باید از تعارض در تصمیم‌گیری جلوگیری کنیم؟

مخالفت و تعهد؛ تکنیکی برای حل تعارض

یک اصل مدیریتی به نام «مخالفت و تعهد» (Disagree and Commit) دقیقاً به همین مسئله در کسب‌وکار اشاره دارد. مخالفت و تعهد در دو کلمه ساده خلاصه می‌شود؛ اما دارای مفهوم گسترده و قدرتمندی است. این اصل اولین بار توسط اندرو گروو (Andrew Grove)، مدیرعامل سابق اینتل، در کتاب مدیریت با بازدهی بالا (High Output Management) مطرح شد و امروزه به‌عنوان یک تکنیک مدیریتی برای حل تعارضات در شرکت‌های بزرگی مثل آمازون استفاده می‌شود اما تکنیک مخالفت و تعهد دقیقاً به چه چیزی اشاره دارد؟

افراد را به مخالفت تشویق کنید

تمام داستان از همین جا شروع می‌شود. حتماً بسیاری از ما تاکنون شنیده‌ایم که می‌گویند هدف در یک فرآیند تصمیم‌گیری، ایجاد اجماع و اتفاق نظر بین افراد است، اما آیا این امکان وجود دارد که همه افراد با تصمیم‌های مطرح شده موافق باشند؟

پیتر دراکر (Peter Drucker) در کتاب خود با عنوان «مدیریت: وظایف، مسئولیت‌ها، اعمال» (Management: Tasks, Responsibilities, Practices) داستانی درباره آلفرد اسلون (Alfred Sloan)، مدیرعامل سابق و بسیار موفق جنرال موتورز، در دهه ۱۹۳۰ می‌گوید.

اسلون برای تصمیم‌گیری درباره یک مسئله مهم با هیأت مشاوران خود جلسه‌ای برگزار کرد. او پس از صحبت با همه و موافقت مشاوران با پیشنهاد اصلی می‌گوید: «پیشنهاد می‌کنم بحث و گفت‌وگوی بیشتر درباره این موضوع را به جلسه بعدی موکول کنیم تا فرصت بیشتری برای مخالفت با این تصمیم داشته باشیم. در این صورت شاید اهمیت این تصمیم، بیشتر درک شود.» در واقع آلفرد اسلون، هیأت مشاوران خود را تشویق کرد تا نظرات خود را بیان کنند و در نهایت تصمیم درستی درباره یک موضوع مهم گرفته شود.

اجماع و اتفاق‌نظر یک تله برای تصمیم‌گیری است. در یک فرآیند تصمیم‌گیری، هدف متقاعد کردن همه افراد نیست؛ بلکه بررسی حقایق و در نهایت تصمیم‌گیری درست اهمیت زیادی دارد. در واقع برای یک تصمیمگیری درست از همان ابتدا باید افراد را تشویق کرد تا به‌جای سر تکان دادن، نظرات و مخالفت‌های خود را با صدای بلند اعلام کنند.

در نهایت به تصمیم نهایی متعهد باشید

ممکن است افراد، ایده خوب یا بدی داشته باشند. تنها راه شناخت ارزش ایده، دریافت بازخورد صادقانه از دیگران است، ولی توانایی پذیرش انتقاد نیز مسئله مهمی است. تعهد به این معناست که وقتی تصمیم نهایی گرفته شد، حتی اگر خلاف نظر برخی از اعضای تیم باشد، آنها باید هر آنچه در توان دارند برای اجرای آن انجام دهند.

همه افراد در جلسه، فرصت ابراز عقیده خود را داشته‌اند و صحبت‌های آنها شنیده شده است بنابراین حتی اگر دیدگاه آنها با تصمیم نهایی مغایرت داشته باشد، پذیرفتن تصمیم نهایی و تعهد به آن آسان‌تر می‌شود.

در واقع اعضای تیم یک وعده ضمنی حتی با وجود اختلاف نظر به کسب‌وکار خود می‌دهند: «من اگر تصمیم‌گیرنده نهایی بودم، ممکن بود تصمیم دیگری می‌گرفتم، اما اکنون تمام تلاش خود را برای انجام کار خواهم کرد.»

مخالفت و تعهد نشان‌دهنده بلوغ و تفکر تیمی است و با دو هدف در کسب‌وکارها انجام می‌شود. در ابتدا با تشویق تیم به اختلاف نظر هنگام تصمیم‌گیری‌های مهم، نظرات همه شنیده می‌شود و سعی بر این است تا بهترین گزینه انتخاب شود. آنگاه بعد از تصمیم‌گیری نهایی، اعضای تیم متعهد می‌شوند که به آن عمل کنند. با این کار علاوه بر رفع تعارضات، کیفیت و سرعت تصمیم‌گیری نیز بالاتر می‌رود. در ادامه مصداق خوبی از مخالفت و تعهد را در شرکت بزرگ آمازون توضیح می‌دهیم.

مخالفت و تعهد؛ ستون فقرات آمازون

جف بزوس در نامه سالانه سهامداران آمازون که سال ۲۰۱۷ منتشر شد، به وضوح بیان کرد که برای رفع تعارضات میان ذی‌نفعان از این اصل به‌عنوان یک تکنیک استفاده کرده است. اصل مخالفت و تعهد در آمازون با نام «داشتن ستون فقرات» (Have Backbone) به‌عنوان یکی از اصول رهبری شناخته می‌شود. این اصطلاح در آمازون نشان از اهمیت مخالفت و در عین حال تعهد به تصمیم نهایی دارد.

این اتفاق حتی در سطوح عالی مدیریتی آمازون نیز اتفاق می‌افتد. به‌عنوان مثال، جف ویلک (Jeff Wilke)، مدیرعامل سابق آمازون، هنگام تصمیم‌گیری برای ساخت کیندل (Kindle) که یکی از محصولات سخت‌افزاری این شرکت بود، با دیگران اختلاف‌نظر داشت، اما در مصاحبه‌ای در این باره می‌گوید: «من در ابتدا مخالفت کردم؛ ولی در نهایت به تصمیم نهایی شرکت متعهد شدم و بسیار خوشحالم که این کار را کردم.»

چگونه به روشی سازنده مخالفت و تعهد خود را نشان دهیم؟

سؤالی که در این بخش مطرح می‌شود این است که آیا واقعا می‌توانیم از صمیم قلب به تصمیم نهایی متعهد شویم و از نظرات مخالف حمایت کنیم؟ چگونه می‌توانیم با وجود اختلاف‌نظر با تصمیم اتخاذ شده به‌روشی سازنده نیز متعهد شویم؟ در ادامه چند روش برای استفاده درست از اصل مخالفت و تعهد پیشنهاد می‌شود.

ایده و نظرتان را از هویت خود جدا کنید

اگر ایده‌های خود را بخشی از هویت خود بدانید، حتی اندکی اعتراض باعث می‌شود از صحبت‌ها برداشت شخصی کنید و فرصت بیان یک دیدگاه متفاوت را از دست بدهید. برای این کار می‌توانید قبل از مخالفت با خود بگویید: «رد شدن ایده من به من فرصتی می‌دهد تا سیستم فکری خود را توسعه دهم. به‌همین خاطر بدون هیچ ترسی ایده‌ام را با دیگران به اشتراک می‌گذارم.»

نظرتان را ابتدا با اهداف خود آغاز کنید

اگر قصد خود را به وضوح مشخص کنید، مخاطب درک بهتری از نظر شما خواهد داشت. به‌عنوان مثال، می‌توانید صحبت خود را با «ایده‌ای دارم که شاید به ما در حل این مسئله کمک کند...» آغاز کنید.

به‌عنوان یک مدیر، سکوت را به‌منزله نظر منفی تفسیر کنید

از افراد حاضر در جلسه به‌وضوح بپرسید که آیا با تصمیم گرفته شده موافق هستند یا خیر؟ و از آنها بخواهید با صدای بلند نظر خود را بیان کنند.

به‌دنبال مخالفت‌ها باشید

هنگام شنیدن نظر مخالف، آسان‌تر است که طرف دیگر بحث را نادیده بگیرید. حتی ممکن است دچار خطا شوید و سوگیری تأییدی منجر شود که نظرات مخالف را در نظر نگیرید. گوش دادن به نظرات همه بدون هیچ قضاوتی، اولین قدم برای ایجاد تعهد در کارمندان است.

سخن پایانی

اختلاف‌نظر در کسب‌وکار نه تنها مفید است؛ بلکه برای موفقیت در بلندمدت ضروری است. همچنین مخالفت درست و مدیریت شده می‌تواند به اعضای تیم کمک کند تا دیدگاه مستقلی داشته باشیم، اما تعارض بعد از تصمیم‌گیری نهایی برای یک کسب‌وکار نوعی تفکر سمی و کشنده است.

نکته مهم درباره اصل مخالفت و تعهد این است که اگر به درستی انجام شود، نتایج خوبی از جمله تصمیم‌گیری بهتر و سریع‌تر برای کسب‌وکار به‌همراه دارد. همچنین افراد با بیان نظرات خود حتی اگر پذیرفته نشود، باز هم حس می‌کنند به‌نوعی در تصمیم‌گیری بهتر سهیم بوده‌اند و با تعهد برای تصمیم نهایی نهایت تلاش خود را می‌کنند.

منبع: techrasa



اخبار

لزوم کسب حداکثر آمادگی برای ارزیابی عملکرد جشنواره شهید رجایی سال ۱۳۹۹



رشت – خبرنگار فرصت امروز: بهمن داراب زاده مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان با تاکید بر لزوم کسب حداکثر آمادگی برای ارزیابی گفت: عملکرد واحدهای شـرکت در زمینه ارائه گـزارش اقدامات خود و آمادگی آنان برای ارزیابی سال آینده، نشان دهنده توجه ویژه شرکت برق منطقه ای گیلان به مقوله ارزیابی عملکرد می باشد و امیدوارم این رویکرد در ارزیابی سال ۱۳۹۹ و سالهای آتی تداوم داشته باشد.

وی افزود: شـرکت برق منطقه ای گیلان از جمله شـرکت های موفق صنعت برق محسوب می شود که توانسته موفقیت ها و افتخارات زیادی را کسب نماید. امیدواریم این موفقیت ها، از جمله موفقیت در کسب رتبه اول ارزیابی عملکرد دستگاه های اجرایی استانی، با تلاش مدیران و کارکنان شرکت تداوم داشته باشد.

داراب‌زاده‌باشاره‌به‌شاخص‌هایی که‌شرکت‌موفق‌به‌کسب‌نمره کامل‌درارزیابی‌عملکردنشده‌است،گفت:این‌مواردناشی‌ازمحدودیت هایی‌است که‌خارج‌ازحوزه‌اختیار شرکت‌است‌ودر‌صورت‌عدم‌وجوداین‌محدودیت‌ها،امتیازات کامل‌ارزیابی‌عملکرد‌حاصل می‌شد.

«حسـین زاده» نماینده سـازمان مدیریت و برنامه ریزی استان گیلان در کمیسیون توسعه مدیریت شرکت نیز ضمن تشکر از گزارش های ارائه شده، برای ارتقاء عملکرد شرکت در خصوص شاخص های ارتقاء سلامت اداری و سامد توضیحاتی ارائه نمودند. گفتنی است که در پنجمین جلسه کمیسیون توسعه مدیریت شرکت برق منطقه ای گیلان،گزارش عملکرد شرکت در محورهای ۲ و ۴ و ۵ شـاخص های عمومی ارزیابی عملکرد، در حوزه های توسعه دولت الکترونیک، سلامت اداری، مدیریت سبز و حقوق شهروندی توسط متولیان شاخص های ارزیابی ارائه شد و همچنین عملکرد شرکت در زمینه اجرایی شدن برنامه جامع اصلاح نظام اداری مورد بررسی قرار گرفت.

برای نخستین بار در ۱۲ سال گذشته؛ ۳ فروند کشتی اقیانوس پیما همزمان دربندرشهید باهنر پهلو گرفتند



بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیـر اداره بنادر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان گفت: برای نخستین بار در ۱۲ سال گذشته ۳ فروند کشتی بالای ۴۰ هزار تن با هدف فعالیت‌های صادراتی در بندرشهید باهنر پهلوگیری کردند. به گزارش روابط عمومی بنادر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان، "حمیدرضا محمد حسینی تختی» اظهارداشت: با شـروع عملیات بارگیری همزمان این ۳ کشتی اقیانوس پیما با طول بیش از ۲۰۰ متر، بندر شـهید باهنر در آخرین روزهای سال ۹۹ به قلب تپنده صادرات انواع کالاها از جمله آهن آلات، محصولات ساختمانی، مواد غذایی و مـواد معدنی تبدیل و نوید بخش افقی روشـن در فعالیت صادراتی این بندر در سال جدید خواهد بود. وی ادامه داد: این در حالی است که فعالیت دیگر شناورها از جمله شناورهای سنتی حامل میوه و تره بار صادراتی، لندینگ کرافت‌های حامل کانتینر یخچالی و تانکرهای نفتی حامل فرآورده‌های نفتی صادراتی در این بندر نیز استمرار دارد.

مدیر بنادر و دریانوردی شـهید باهنر و شرق هرمزگان ابراز داشت: برنامه‌ریزی هوشـمندانه در راستای استفاده حداکثری از ظرفیت‌های کمتر اسـتفاده شده بندر شـهید باهنر با بارگیری و خروج موفقیت‌آمیز یک فروند کشتی حامل کالای صادراتی با آبخور ۱۱،۲۰ متر برای نخسـتین بار در عرصه تجارت دریا برد برگ جدیدی در سـابقه بیش از ۵۰ ساله بندر شهید باهنر رقم زد. محمدحسـینی با بیان اینکه محاسبات دقیق عملیاتی و فنی، اسـتفاده از ظرفیت بخش خصوصی در دستیابی به نرم‌های بـالای عملیاتـی بارگیری ۴۰ هـزار تن کالای صادراتی را در کمتر از ۸ روز رقم زده اسـت، ابرازداشـت: بـا وجود تحریم‌های ظالمانه اسـتکبار جهانی نه تنها فعالیت این بندر محدود نشـده، بلکه با تلاش سـربازان جبهه اقتصادی و در چهل و دومین سـالگرد پیروزی انقلاب اسـلامی شـاهد شـکوفایی فصل جدیدی از ارایه خدمات بندری و دریایی در عرصه اقتصاد دریابرد به فعالان اقتصاد کشور در بنادر این استان هستیم.

مردم در آئین خانه تکانی پایان سال ضرورت مصرف بهینه آب را مورد توجه قرار دهند



بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت آب وفاضلاب استان بوشهرمدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهرضمن تاکید بر ضرورت توجه به رعایت الگوی مصرف و اسـتفاده بهینه از آب در سنت خانه تکانی توسط مردم درآستانه سال نو، نسبت به مصرف نادرست وافزایش مصرف هشدار داد و رعایت صرفه جویی در مصرف آب را از سوی مردم ضروری دانست .

عبدالحمید حمزه‌پور ضمن تاکید بر صرفه جویی درمصرف آب و حذف مصارف غیر ضروری اظهار نمود : ضمن تبریک پیشـاپیش سال نو به هم استانی های محترم توصیه می گردد با توجه به در پیش بودن نوروز باستانی و همزمانی انجام سنت خانه تکانی با شیوع ویروس کرونا و استفاده مکرر از آب برای شستشو ، میزان مصرف آب دراستان افزایش یافته اسـت که ضروری اسـت مشترکین در مدیریت مصرف آب توجه لازم را داشته باشند و از موکول کردن مصارف به روزهای پایانی سال خودداری نمایند تا برخی نقاط دچار مشکلات کم آبی ویا افت فشار آب درشبکه دربرخی ازنقاط نشویم.وجهت رعایت این موضوع نیازمند همراهی وهمکاری مردم در خصوص مصرف بهینه آب آشامیدنی هستیم.

وی گفت : منابع تامین آب در استان محدود می باشد و از استانهای همجوار تامین می شود و بنا به گزارشات رسیده در سال آبی امسال تاکنون میزان بارندگی نسبت به سال های گذشته کاهش داشته است و مشترکین محترم با در نظر گرفتن این موارد حداکثر صرفه جویی را در مصرف آب نمایند و الگوی مصرف آب را رعایت نمایند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر خاطرنشان کرد: شستشو با حداقل آب، استفاده از ماشین لباسشویی با حداکثر ظرفیت، نظافت حیاط و پارکینگ با حداقل آب، استفاده از سطل آب در شستن خودرو و فرش ها و کوتاه کردن زمان استحمام از جمله راهکارهایی است که می تواند استفاده از جریان مستمر آب را برای تمام مشترکین محقق سازد. تا قطعی و یا افت فشار آب درشبکه نداشته باشیم.

تجلیل از خانواده های شهداء و ایثارگران شاغل در شرکت آبفای گیلان



رشت – خبرنگار فرصت امروز: مراسم تجلیل از خانواده های شهداء و ایثارگران شاغل در شرکت آب و فاضلاب گیلان امروز برگزار شد.

به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شـرکت آبفای گیلان؛ رئیس هیات مدیره و مدیرعامل این شـرکت در این مراسم ضمن تبریک فرا رسیدن ماه شـعبان و ۲۲ اسفندماه روز بزرگداشت مقام شهداء گفت: شهادت از برترین واژه های فرهنگ اسلامی و اوج کمال انسان است. سید محسن حسـینی با بیان اینکه آحاد مردم ایران از نعمت شهداء بهره مند شده اند، افزود: شهداء به گردن همه ما حق دارند و هر چه داریم به برکت خون شهداست.

وی با تاکید بر تجلیل از خانواده های شهداء و ایثارگران، گفت: اگر فرهنگ ایثار و شهادت طلبی نبود، نظام اسلامی در کشورمان دوام نمی آورد. حسینی افزود: احترام و تکریم خانواده شهداء و ایثارگران یک وظیفه و حقیقت است و همهٔ ما باید افتخار کنیم که خادم ایثارگران و خانواده عزیز شهداء ، جانبازان و آزادگان باشیم. وی گفت: ما امروز بیشتر از هر زمانی به روحیه جهاد، ایثار و فداکاری نیاز داریم تا قدرت ملی خود را ارتقاء بخشیم.

مسعود احمدی مشاور مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب گیلان در امور ایثارگران نیز در سخنانی به تشریح اقدامات انجام شده در این حوزه پرداخت. در این مراسـم با اهدای لوح تقدیر و هدیه ای از خانواده های شـهداء و ایثارگران شاغل در شرکت آبفای گیلان تجلیل شد.

همزمان هفته منابع طبیعی و روز درختکاری:

آیین گرامیداشتی در شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان برگزار شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: همزمان با آغاز هفته منابع طبیعی و روز درختکاری آیین گرامیداشتی باحضور مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان و جمعی از کارکنان این منطقه برگزار شد.

مدیر منطقه با تبریک این مناسبت به بیان اهمیت درختکاری و حفظ منابع طبیعی در فرهنگ اسلامی پرداخت.عیسی افتخاری خاطر نشان کرد: مقوله های منابع طبیعی، محیط زیست و درختکاری مسایل مهمی هستند که به اصل حیات اجتماعی و طبیعی انسان مرتبط می باشند و همه ما موظف به حفظ طبیعت و محیط زیست هستیم و باید این امانت الهی را برای نسلهای آینده حفظ کنیم.این مقام مسوول افزود: توسعه فضای سبز و حفظ زیبایی و محیط زیست از جمله برنامه های مورد توجه شرکت ملی پخش فراورده های نفتی می باشد.

اعضای هیئت مدیره خانه مطبوعات با شهردار قم دیدار کردند



قم – خبرنگار فرصت امـروز: اعضای هیئت مدیره خانه مطبوعات اسـتان قم با سـید مرتضی سقائیان نژاد، شـهردار قم دیدار و با اهدای لوحی از خدمات و تلاش‌های وی در راستای توسعه و آبادانی شـهر تجلیل کردند. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشـاد اسـلامی اسـتان قم، اعضای هیئـت مدیـره خانه مطبوعـات قم بـا حضور در دفتر شـهردار قم، با وی دیـدار و گفت و گو کردند. محمدحسین همتی‌نژاد، مدیرعامل خانه مطبوعات اسـتان قم هم به نقش آفرینی رسـانه‌های شهر قم در بحران‌هـای اجتماعی اشـاره کـرد و از اهمیت سـاماندهی وضعیت خبرنگاران استان سخن گفت.

اعضای هیئت مدیره خانه مطبوعات اسـتان قم به مناسبت فرارسیدن سـال‌روز شهادت مهندس مهدی باکری ضمن تبریک روز شهردار به نمایندگی از جامعه رسانه‌ای و مطبوعاتی قم و به پاس تلاش‌های شـهردار قم با اهدای لوح سـپاس و یادبود از زحمات و تلاش‌های سـیدمرتضی سقائیان‌نژاد شهردار قم قدردانی کردند. سیدمرتضی سقائیان‌نژاد در این دیدار بر ضرورت حفظ شأن بزرگان و پیشکسـوتان مطبوعات قم تأکید کـرد و گفت: با وجود حضور پر شور جوانان رسانه‌ای در تمامی عرصه‌ها، استفاده از تجارب پیشکسـوتان این عرصه از جمله ضرورت‌ها محسوب می‌شود. وی ادامه داد: مسـائل موجود در شهر و جامعه یک نمود عینی دارند و یک حقیقتی که شـاید برای بسیاری مخفی باشد. کار ویژه اصحاب رسـانه نمایان کردن این حقیقت مسائل و توجه به زوایای پنهان و آشکار اتفاقات است. شهردار قم افزود: به دلیل نگاه‌ها و حساسیت‌های موجود به شهر قم، خانه مطبوعات قم باید از تمام تشکل‌های مطبوعاتی و رسانه‌ای در کشور قوی‌تر باشد. سقائیان‌نژاد با اشاره به رسالت حمایت رسانه از حق و حقیقت ابراز کرد: شـهر به مردم تعلق دارد، خبرنـگاران می‌توانند به مردم در حفظ شـهر کمک کنند. شهردار قم، انتقاد منطقی را سکوی پیشرفت در تمام عرصه‌ها دانست و افزود: مدیریت شهری در مواجهه با نقد تخصصی و دلسوزانه پذیرنده بوده و به راحتی می‌تواند با مخالفان خود در حوزه‌های مختلف کار کند. سـقائیان‌نژاد با تأکید بر حرکت ملت در مسیر وحدت جامعه، خاطر نشـان کرد: در حال حاضر و در شرایط کنونی کشور، تنها راه دوام انقلاب اسـلامی حفظ وحدت و یگانگی میان ملت است. وی لازمه حضور مردم در صحنه انقلاب را امید به بهبود وضعیت جامعه دانست و تاکید کرد: مطالبه‌گری خارج از ظرفیت جامعه، سبب ایجاد فساد و بروز ناهنجاری‌های اجتماعی می‌شود.

با اتمام انتقال خط ارس به تبریز؛

مشکل آب شرب تبریز و منطقه حل خواهد شد



آذربایجان شرقی –ماهان فلاح: رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی گفت: با اتمام انتقال خط ارس به تبریز، مشکل آب شرب تبریز و منطقه حل خواهد شد.

به گزارش خبرنگار مادر تبریز، علیرضا ایمانلو که به همراه معاونان و مدیران شـرکت آبفا استان به باسمنج سفر کرده بود ضمن اعلام این مطلب و حضور در نماز جمعه شهر باسمنج از نزدیک با اهالی این منطقه به صورت چهره به چهره ملاقات و در جریان مشکلات آنان قرار گرفت.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی همچنین در سـخنانی قبل از خطبه های نماز جمعه این شـهر با اشاره به خدمات رسـان بودن شرکت آب و فاضلاب و رسـالت واقعی آبفا در این عرصه اظهار کرد: در حوزه تامین آب ۱۰۰ درصد شهرها و ۸۲ درصد روستاها تحت پوشـش شبکه آبرسـانی بوده و در روستاها در حال افزایش این آمار بوده و همچنین در حوزه شبکه فاضلاب هم ۶۳ درصد مردم تحت پوشش می باشند که هدف شرکت آب و فاضلاب استان بر بهره مندی بیشتر مشترکان از خدمات شرکت آب و فاضلاب در این عرصه می باشد.

علیرضا ایمانلو افزود: تامین آب قبلاً از چاه‌ها و آب‌های زیرزمینی بود اما با توجه به این‌که آب‌ها ذخایر نسل‌های آینده است، اولویت اصلی ما جمع آوری آب‌های سـطحی و مهار آن‌ها با سدسازی است تا بتوانیم درحوزه کشاورزی، صنعت و آب شـرب بدون مشکل استفاده نمائیم.

رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شـرقی تاکید کرد: هدف اصلی ما اتمام انتقال خط ارس به تبریز است که با این امر مشـکل اعظم آب شـرب شهرستان تبریز و منطقه حل خواهد شد.

ایمانلو با اشـاره به افت فشار آب در این منطقه و شهر باسمنج افزود: امیدواریم با اصلاح شبکه یا نصب فشارشکن و همچنین نصب مخزن ده هزار مترمکعبی و سـه هزار مترمکعبی، مشکل افت فشار آب منطقه را اصلاح و برطرف کنیم. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان خاطرنشان کرد: از جمله اهداف ما حل مشکلات شبکه فاضلاب شهر باسمنج بوده که با همراهی شورای شهر و شهرداری و مسئولان استانی این امر در حال پیگیری و اجراست. علیرضا ایمانلو ادامه داد: مشکل اصلی در این خصوص محل تصفیه‌خانه بود که به امید خدا با شناسایی و تعیین محل و با تأیید مسئولان استانی و شـهری اقدامات احداث آن را شروع خواهیم کرد تا بخش اعظم مشکل فاضلاب شهر باسمنج اصلاح و حل شود.

توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان ؛

عملیات گندزدایی و ضدعفونی کردن مراکز عمومی شهر مسجدسلیمان در برابر ویروس کرونا ، با جدیت ادامه دارد



اهواز – شبنم قجاوند: رییس اداره بهداشت ، ایمنی و محیط زیست شـرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان از جدیت این شرکت در اجرای عملیات گند زدایی و ضدعفونی کردن مراکز عمومی شـهر مسجدسلیمان در برابر گسترش ویروس کرونا با استفاده از ظرفیت های بالقوه پایگاه مقاومت بسیج صنعت نفت خبر داد .

رییس اداره بهداشـت ، ایمنی و محیط زیست شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان از جدیت این شرکت در اجرای عملیات گند زدایی و ضدعفونی کردن مراکز عمومی شـهر مسجدسلیمان در برابر گسترش ویروس کرونا با استفاده از ظرفیت های بالقوه پایگاه مقاومت بسیج صنعت نفت خبر داد .

فرید غلامی حموله با اعلام این خبر اظهار داشت : در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی این شـرکت و در راستای مقابله با شدت گسـترش و انتشـار ویروس کرونا در جامعه ، عملیـات گند زدایی و ضدعفونی مراکز عمومی نظیر جایگاه های عرضه سوخت - بازار میوه و تره بار - پل های عابر پیاده - خیابان ها و معابر عمومی پر تردد - سالن های ورزشی - درمانگاه ها ، بیمارستان ها و مراکز بهداشتی و درمانی و سـایر اماکن و معابری که مراجعات و تردد عموم در آن زیاد باشد بطور روزانه توسط اکیپ های پیاده و موتوری این شرکت انجام می شود .

وی ادامه داد : با توجه به شدت یافتن سرعت انتشار ویروس کرونا در سطح جامعه و بمنظور حفظ سلامتی شهروندان و کارکنان این شرکت بعنوان بزرگترین اداره ی دولتی شهرستان از نظر تعداد ساختمان های اداری و صنعتی و نیروی انسـانی ، به موازات عملیات ضدعفونی و گند زدایی مراکز عمومی شهر ، عملیات ضدعفونی و گند زدایی ساختمان ها و مراکز اداری این شرکت نیز با بهره گیری از نیروهای پایگاه مقاومت بسیج صنعت نفت بطور روزانه انجام می شود .

فرید غلامی حموله افزود : عملیـات گند زدایی و ضدعفونی کردن خیابان ها ، محلات ، مناطق مسـکونی و اماکن عمومی پرتردد شـهر مسجدسـلیمان از اسفند ماه سال گذشته و همزمان با شیوع موج اول ویروس کرونا در کشـور توسط اداره ایمنی ، بهداشت و محیط زیست و با همـکاری بخش های مختلف نظیر مدیریـت خدمات ، مدیریت منابع انسـانی ، پایگاه مقاومت بسیج شـرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان آغاز گردیده و همچنان ادامه دارد.

بررسی نهایی برنامه سازگاری با کم آبی در استان مازندران



ساری –دهقان : به گزارش روابط عمومی آب منطقه ای مازندران نشسـت کارگروه ملی بررسی برنامه های سازگاری با کم آبی در استان مازندران شنبه مورخ ۲۳ اسفند ماه، با حضور ویدئو کنفرانسی وزیر نیرو و استاندار مازندران و مدیرعامل آب منطقه ای مازندران و سایر اعضای کارگروه ملی و استانی برگزار گردید.

در این جلسه ابتدا وزیر نیرو ضمن تقدیر از استاندار مازندران و دیگر دستگاه های اجرایی تاکید کرد: هدف از تشکیل این کارگروه هماهنگی و انسجام کلیه دستگاه‌ها و وزارتخانه ها در برنامه‌های سازگاری با کم آبی در سطح کشور و متعادل سازی منابع و مصارف آبی بوده است.

سپس اسـتاندار مازندران ضمن اشاره به وضعیت آبی استان گفت: اگرچه مازندران به استانی پرآب شهرت دارد اما کاهش بارندگی و تغییر الگوی بارش و کم شدن دبی آب رودخانه ها و پایین رفتن ایستابی آب های زیرزمینی آب شیرین را با خطرات جدی مواجه کرده است.

وی تصریح کرد: اگر امروز به طرح‌های زیرسـاختی برای بهره گیری از منابع آب در بخش های کشاورزی و صنعتی و زیست محیطی توجه نشود، بحران کم آبی و خشکسالی دور از انتظار نیست.

ایشـان در پایان ضمن اشاره به تالاب بین المللی میانکاله گفت: این تالاب نیاز به طرح جامع دارد و امروز با کمبود آب مواجه است و وزارت نیرو می تواند به صورت ویژه به آن توجه کند.

در ادامه دکتر یخکشی مدیرعامل شرکت آب منطقه ای مازندران با تشریح جزییات طرح های سازگاری با کم آبی گفت: اجرای طرح های سـازگاری با کم آبی به نفع تولیدات داخلی است و طبق بررسی های صـورت گرفته با اجرای این برنامه ها اثربخشـی خوبی در مصرف آب خواهیم داشت. ایشـان با اشاره به اقدامات انجام شده از جمله: شورای حفاظت منابع آب، پروژه های کشاورزی، پروژه های مرتبط با آب شرب، بهبود کیفیت منابع آب و محیط زیست، توسعه امور اجتماعی و مشارکت ها به تشریح اهداف این برنامه ها و دوره اجرای آن ها پرداخت و گفت: همواره در تلاش هستیم تا با اجرای برنامه ها و بهره وری صحیح، چالش های موجود در بخش آب را به نحو احسن مدیریت کنیم.

رئیس کمیسیون نظارت، تحقیق و ارزیابی شورای شهر تبریز اعلام کرد؛

اهداف راه اندازی سامانه شفافیت شهرداری تبریز



آذربایجان شرقی –ماهان فلاح: عضو شورای اسلامی شهر تبریز نتایج آخرین بررسی های خود در رابطه با سامانه شفافیت را اعلام کرد.

بـه گزارش خبرنگار ما در تبریز، فرج محمدقلیـزاده اظهار کرد: در راسـتای راه اندازی سامانه شفافیت، ایجاد ۵ زیر سامانه در دستور کار کمیسـیون تحقیق و نظارت شورای شـهر قرار گرفت که عبارتند از: زیرسـامانه های املاک، ماشین آلات، قراردادها و پرونده های حقوقی، چک و شـفافیت. رئیس کمیسـیون نظارت، تحقیق و ارزیابی شورای اسـلامی شـهر تبریز افزود: ارزش و اهمیت این سامانه ها باید گفته و مرتب اطلاع رسانی شود، چرا که ارزش سامانه شفافیت شهرداری تبریز با هیچ پروژه عمرانی قابل مقایسـه نیست. قلیزاده تصریح کرد: همگی اعتقاد راسخ داریم که راه اندازی چنین سامانه ای خدمت بزرگی به شهر تبریز است و برخی مناطق شهرداری تبریز نیز در ثبت اطلاعات مربوط به املاک، واقعا سنگ تمام گذاشتند.

رئیس کمیسـیون نظارت، تحقیق و ارزیابی شورای اسلامی شهر تبریز ثبت، مدیریت هوشـمند، اخذ سند و پیوند با اسناد اداره ثبت را از مهمترین اهداف راه اندازی سـامانه شـفافیت برشمرد. قلیزاده اضافه کرد: شـهرداری در مجموع ۱۱ هزار و یکصد واحد سـرقفلی دارد که اگر در سـامانه املاک سـاماندهی و ثبت نشوند، سال های آینده با مشـکلات جدی مواجه خواهیم بود و باید میلیاردها تومان بابت این املاک هزینه شـود. قلیزاده همچنین ابراز امیدواری کرد: با تلاش مدیران شـهرداری، سامانه شفافیت به زودی راه اندازی شود و عموم شهروندان اطمینان حاصل کنند که تعدی و تعرضی به املاک شهرداری نخواهد شد.

برگزاری نشست رییس شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ناحیه کردکوی با جایگاهداران

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: رییس شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ناحیه کردکوی از نشست مشترک با مدیران مجاری عرضه فراورده ای نفتی حوزه این ناحیه خبر داد.محسـن جمشـیدی ضمن اعلام این خبر گفت: این نشست بمنظور استماع نقطه نظرات صاحبان مجاری عرضه با هدف رفع مشکلات صنفی آنان و ارائه خدمات مطلوب و مسـتمر به آحاد مردم شریف استان بویژه در ایام نوروز برگزار گردید.

وی ضمن سپاس از تعامل حسنه مالکین جایگاه ها با شرکت، این مهم را از بنیادی ترین اهداف شرکت دانست.جمشیدی در این نشست پیرامون رسالت و نقش خطیر جایگاههای عرضه سوخت در امر سوخت رسانی و تلاش در جهت تحقق اهداف شرکت ملی پخش و بهره گیری کامل از توان و پتانسیل موجود ایراد سخن نموده و به آمادگی مجاری عرضه در پاسخگویی به مشتریان و بازرسین اعزامی تأکید کرد.رییس شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ناحیه کردکوی بر رعایت تمامی دستورالعملها و شیوه نامه های بهداشتی جهت مقابله با ویروس کرونا در جایگاههای عرضه فراورده های نفتی تاکید کرده و از صاحبان مجاری عرضه خواست بر سوخت رسـانی مطلوب با توجه به استانداردها و الزامات بهداشتی، ایمنی و فنی ابلاغی از سوی ستاد شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان اهتمام ورزند.

جامعه‌محوری رمز موفقیت پژوهش‌های دانشگاهی



پژوهش‌های دانشـگاهی در صورتی که «جامعه‌محور» باشـد، می‌تواند موجـب رونق تولیـد ملی شـود، هم‌افزایی دانشـگاه و جامعـه در گرو برقرارسازی پیوند بین علم و فناوری با نیازهای فنی و اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی است که در غیر این صورت با مسئله اتلاف منابع و هزاران مشکل حل‌نشده مواجه خواهیم بود.

به گزارش ایرنا، وجود نظام تشویقی استاندارد، بازارپسندبودن و مبتنی بـر نیازهای روز جامعه، قابلیت تجاری‌سـازی از ویژگی‌های یک پژوهش اثربخش اسـت که می‌تواند گره از مشکلات جامعه و صنعت باز کند و در مسیر خدمت به توسعه و پیشرفت کشور قرار گیرد.

برای اینکه یک پژوهش اثربخش باشد دانشگاه‌های ما باید صنعتی فکر و عمل کنند، دانش اساتید به‌روز باشد و از سوی دیگر صنعت برای داشتن این پژوهش‌ها احساس نیاز کند و به سمت دانشگاه کشیده شود.

به عقیده برخی از کارشناسان و پژوهشگران، نبود تجهیزات و یا کهنه و قدیمی‌بودن آنها، کمبود منابع مالی و پایین‌بودن سهم بودجه تحقیقات از تولید ناخالص ملی، استفاده نکردن از توان تحقیقاتی استادان دانشگاه‌ها، عدم جهت‌گیری صحیح تحقیقات و نبـود برنامه جامع تحقیقات، وجود سیسـتم بوروکراسی در مراحل مختلف تنها بخشی از مشکلاتی است که برای رفع آن باید دست به کار شد.

قرار بر این است که از ۵۳ پژوهشگر برتر استان در چهارم دی‌ماه تجلیل و قدردانی شود از همین رو برای اطلاع از وضعیت پژوهش استان کرمانشاه و خلأهای موجود برای ارتباط بهتر دانشگاه و صنعت با چندین پژوهشگر برتر سال گفت و گویی انجام داده‌ایم.

یکی از پژوهشـگران برتر سـال که عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور استان است، در گفت و گو با ایرنا، اظهار داشت: فرآیند انتخاب پژوهشگر برتر در دانشـگاه پیام نور براسـاس روندی اسـت که در سیستم سامانه الکترونیک دانشگاه تعریف شده و بررسی می‌شود.

بهمن سـعیدی‌پور ادامه داد: براساس این سامانه و امتیازهای به دست آمده توسـط اعضای هیات علمی که شـامل کتاب‌ها، مقالات، ترجمه‌ها، فعالیت علمی و طرح‌های پژوهشـی می‌شود پژوهشگران برتر پیام نور در سراسر کشور انتخاب می‌شوند.

وی بـه دوره‌های متعدد دانشـگاه‌ها اشـاره کـرد و گفـت: دوره اول دانشـگاه‌ها، دانشـگاه‌های آموزشـی، دوره دوم دانشـگاه‌های پژوهشی، دوره سـوم دانشگاه‌های کارآفرین و نسـل چهارم دانشگاه‌هایی است که فعالیت‌های آنان بر محور ارتباط با صنعت بوده و اکنون دانشگاه‌های نسل پنجم به عنوان دانشگاه‌های تمدن‌ساز مطرح است.

کدام پژوهش در سطح پژوهش باقی می‌ماند؟

این پژوهشـگر برتر با بیان اینکه اهداف نسل‌های گذشته در نسل‌های جدید دانشـگاه‌ها دنبال می‌شد، افزود: اگر فعالیت‌های پژوهشی منجر به کارآفرینی و ارتباط با صنعت نشـود در سـطح پژوهش باقی خواهد ماند و نسل کنونی دانشـگاه‌ها به دنبال اشتغال‌زایی، تولید ایده و تلاش برای ثروت اسـت و در همه دنیا دانشـگاه‌های برتر در همین مسـیر در حال حرکت هستند.

سـعیدی‌پور در پاسـخ به این سـوال که وضعیت دسترسـی به منابع پژوهشـی در اسـتان به چه صورت اسـت، گفت: اگر این سـوال در یک دهه پیش مطرح می‌شد پاسخ واضحی داشت چرا که دسترسی به منابع بسیار محدود بود ولی خوشبختانه در دنیای شیشه‌ای امروز، فعالیت‌های پژوهشـی به گونه‌ای است که با اسـتفاده از اینترنت، دسترسی به منابع دست اول فراهم می‌شود و محدودیت چندانی وجود ندارد.

پژوهش اثربخش به فرهنگ‌سازی نیاز دارد

وی درخصـوص پیوند دانشـگاه و صنعت، گفت: بـرای اینکه پژوهش اثربخش شود و در رونق تولید تاثیرگذار باشد به فرهنگ سازی نیاز دارد و اگر این هدف تنها شعار و گفتاردرمانی باشد تاثیری نخواهد داشت و برای تحقق آن به زیرساخت‌ها، تدبیر و همت دانشگاه نیاز داریم.

بـه گفته وی، در روند ارتقای دانشـگاه و اعضای هیـات علمی نیاز به فعالیت کارآفرینی و پژوهشـی داریم و بایـد به فعالیت‌هایی که منجر به ارتباط با صنعت شود توجه بیشتر کنیم.

دانشگاه و صنعت هر ۲ به هم نیاز دارند

وی ادامـه داد: در این زمینه دو بحث وجـود دارد اول اینکه صنعت تا چه اندازه به وجود دانشـگاه احسـاس نیاز کند و بحث دوم این است که دانشـگاه تا چه اندازه احسـاس نیاز کند تا به سمت صنعت حرکت کند، پیوند دانشـگاه و صنعت رابطه دوسویه است و اگر فعالیت علمی دانشگاه سـنجیده، دقیق و براساس نیازها و اقتصاد دانش‌بنیان باشد، بی‌شک این تقاضا ایجاد می‌شود و دانشگاه شروع‌کننده ارتباط با صنعت می‌شود.

وی اضافه کرد، نگرش دوم این است که صنعت نیازهای خود را از درون دانشگاه رفع کند و باید یک فرآیند دوجانبه ایجاد شود.

مشکلات بودجه‌ای بر سر راه پژوهش

یکی دیگر از پژوهشگران برتر استان که عضو هیات علمی دانشگاه رازی و دارای مدرک دکترای آب است موفق شده در زمینه استفاده از آب‌های نامتعارف در کشاورزی پژوهش ارائه دهد.

حسـین میرزایی تختگاهی گفـت: پژوهش باید کاربردی و براسـاس نیازهای جامعه باشـد و باید در جهتی باشد که از معضلات شهری بکاهد و موجب پیشرفت شود.

وی معتقد اسـت، در رابطه با مشـکلات پژوهشـی استان بیشتر بحث بودجه مطرح است که حمایت چندانی در این زمینه دیده نشده است.

وی از ارتباط نداشتن دانشگاه و صنعت به عنوان خلأ دیگر یاد کرد و گفت: پژوهش‌هایی که انجام می‌شود جایگاهی در صنعت ندارد و حمایت نمی‌شود.

این پژوهشـگر برتر سـال ادامه داد: برقراری این ارتباط زمانبر است و به گونه‌ای اسـت که بازدهی آن پس از گذشـت زمان مشخص می‌شود و صنعت نیز باید در این زمینه سرمایه‌گذاری کند.

پژوهش باید رفاه بیاورد

یاسـر شـهبازی، دارای دکترای تخصصی کنترل کیفیت موادغذایی و عضو هیات علمی دانشـگاه رازی با مرتبه علمی دانشـیاری یکی دیگر از پژوهشگران برتر استان کرمانشاه در سال جاری است.

وی که اکنون به عنوان مدیر امور پژوهشی دانشگاه رازی مشغول به فعالیت است به ایرنا، گفت: هفته پژوهش و فناوری فرصت مناسبی برای تمرکز بر ابعاد پژوهش و فناوری در کشور فراهم می‌آورد تا همه مخاطبان ضمن اطلاع از روند توسـعه علم و فناوری در کشور و وضعیت موجود اقدامات موثری را با هدف توانمندسازی حوزه پژوهش و فناوری را در دستور کار قرار دهند.

شـهبازی افزود: در هر حوزه‌ای در کشـور برای توسعه، باید «چرایی» شـکل گیرد و علوم تولیدشده باید از درون نیازهای جامعه و در پاسخ به مشکلات جامعه باشد تا توسعه در آن حوزه ایجاد شود از این رو پژوهش نه برای پژوهش، بلکه برای ارتقای رفاه و کیفیت زندگی و بالندگی کشور در نیل به توسعه و پیشرفت همه‌جانبه و متوازن است.

وی اضافه کرد، تحقق این سیاسـت از پنجـره هم‌افزایی و گفت‌وگوی عالمانه و خردمندانه دانشگاه و جامعه ممکن می‌شود، هم‌افزایی دانشگاه و جامعه در گرو وجود نسبت معنادار بین تولید علم و پژوهش و ایجاد بهبود و ارتقای کیفیت زندگی جامعه است.

دانشگاه باید نیازهای جامعه خود را بشناسد

شهبازی که در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ نیز دو بار به عنوان پژوهشگر برتر کرمانشـاه انتخاب شده، اظهار داشـت: بی‌تردید جست‌وجوی آینده بهتر، محتاج حساسیت به زندگی فردا و داشتن الزام‌ها و تعهداتی به فردا و آینده است، ماموریت خطیر ما این است که دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی را به تراز نهادی مؤثر و جامعه‌محور برسانیم؛ نهادی که مشکلات جامعه خود را می‌شناسد و در رفع آن اهتمام می‌کند.

وی افزود: کشور ایران هم‌اکنون در پایگاه «آی.اس.آی» و «اسکوپوس» رتبه ۱۶ علمی در جهان را در بحث میزان تولیدات علمی دارد و ۱.۹درصد تولید علم جهان با محققان ایرانی اسـت، همچنیـن رتبه ایران در تولید مقالات ۱۶ است.

این پژوهشگر ادامه داد: در سایر شاخص‌های موجود در کشور همچون اشـتغال، اقتصاد، کسـب و کار رتبه خوبـی نداریم که بـا توجه به توان دانشگاهیان در عرصه جهانی زیبنده کشور نیست، واقعیت آن است در این زمینه تقاضا نداریم، سازمان‌های اجرایی این تقاضا را باید به دانشگاه بدهند تا عرضه‌ای صورت گیرد، مدیران باید به این باور برسند که در راستای رفع نیازها از پژوهش استفاده کنند.

از نبود تجهیزات تا سهم اندک بودجه به پژوهش

به گفته شـهبازی، تصویـب و انعقاد قرارداد طرح‌هـا، تمرکز اعتبارات تحقیقاتـی در بخش دولتـی، تاکید بر جنبه‌های کمـی و بی‌توجهی به کیفیت کارهای پژوهشـی، کمبود پرسـنل با انگیزه کافی برای خلاقیت و نوآوری، عدم اطلاع‌رسـانی و همکاری سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی در ارائه اطلاعات، از جمله مسائل و معضلات بخش پژوهش کشور است.

شهبازی اظهار داشت: امروز نیز با توجه به شرایط جدید کشور و تحمیل جنگ اقتصادی، باید به مسـئولیت اجتماعی خود عمل کنیم و با رصد و احصای مشـکلات اقتصادی کشور به صورت همه‌جانبه وارد میدان عمل شـویم و از فرصت به وجود آمده حداکثر اسـتفاده را ببریم. باید سـعی کنیم بیشتر فعالیت‌های علمی و پژوهشی از سطح پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها تا پژوهش‌هایی که در مراکز پژوهشـی کلید می‌خورند در راسـتای حل مشکلات جامعه و صنعت باشند.

شـهبازی ادامه داد: بر این اساس، دانشـگاه‌ها و مراکز پژوهشی باید با تولید دانش و فناوری‌های لازم، همراه کردن دانش با مهارت، تجاری‌سازی اختراعات، توسـعه ارتباط بین دانشـگاه و صنعت، ارتقای سـطح دانش مدیران، تشکیل کمیته علمی تخصصی حمایت از رونق تولید ملی، تربیت نیروی متخصص برای کیفی کردن تولیدات داخلی، ایجاد فرهنگ‌سـازی مناسب با تولید ملی و گفتمان خودباوری و فرهنگ اعتماد به نفس و تلاش مسـتمر؛ زمینه را برای دسـتیابی به خودکفایی کشورمان در عرصه‌های مختلف فراهم کنند و در این خصوص ضمن برداشت این محدودیت‌ها و چالش‌هـای پیش روی، این تهدیدها را به فرصت بی‌نظیری برای اقتصاد ایران تبدیل کنند.

این پژوهشـگر برتر سـال خاطرنشان سـاخت، نکته مهم دیگر اینکه، تحریم‌های استکبار جهانی علیه ملت ایران در طول چند دهه اخیر موجب شده، فرصت مناسبی در کشورمان برای رونق تولید داخلی فراهم شود که در این بین نخبگان جامعه و در رأس آنها دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی در بارورسازی، بازسازی، ساماندهی و به‌کارگیری ذهن‌های خلاق جوانان در عرصه‌های مختلف علمی و اقتصادی پیشگام باشند.

به گفته وی، از سویی طبق فرمایشات رهبر معظم انقلاب بخش مهمی از جهاد اقتصادی مسـئله تولید ملی اسـت که اگر ملت با همت، عزم و آگاهی و با همراهی و برنامه‌ریزی درسـت مسئولان بتوانند مشکل تولید داخلی را حل کنند، بدون تردید بر چالش‌هایی که دشمن ایجاد می‌کند غلبه خواهند کرد.

وی ادامه داد: از این رو آنچه در این راسـتا مهم به نظر می‌رسـد، اینکه دانشـگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی به واسـطه پشتوانه علمی با کیفیت‌بخشی بـه تولیدات ملی می‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در سـال «رونق تولید» داشته باشند.

معیارهای اساسی برای ارزیابی وضعیت سئوی برند



به قلم: دان تومبز موسس برند فست فیرم و کارشناس حوزه کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

مدیریت سئو در طول سال‌های اخیر یکی از موضوعات اساسی برای برندها شده است. بسیاری از کارآفرینان و برندها در این میان تمایل به استفاده از معیارهای درست برای ارزیابی شرایط سئوی‌شان دارند، با این حال فقدان توصیه‌های کاربردی در این میان کار برندها را به شدت سخت می‌کند. در ادامه برخی از مهمترین معیارها در این میان را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد.

ترافیک ارگانیک

اجازه دهید با یکی از نکات واضح شروع کنیم. اگر تمایل به بررسی وضعیت سئو برندتان دارید، توجه به ترافیک ارگانیگ برند امر مهمی خواهد بود. منظور از ترافیک ارگانیک میزان مراجعه کاربران به طور طبیعی به سایت‌مان است. هرچه این آماز بیشتر باشد، امکان تاثیرگذاری بیشتری بر روی مخاطب هدف خواهیم داشت. متاسفانه برخی از برندها به این نکته مهم توجه لازم را ندارند. درست به همین خاطر به طور مداوم با مشکلاتی برای ارزیابی وضعیت سئوی‌شان مواجه هستند.

سرعت بارگذاری صفحات سایت

سرعت بارگذاری صفحات سایت ارتباط بسیار زیادی برای وضعیت سئو برند دارد. هرچه سرعت بارگذاری صفحات سایت بالاتر باشد، امکان دریافت بازخورد بهتر از سوی کاربران افزایش خواهد یافت. بسیاری از کاربران در صورت مشاهده سرعت بارگذاری پایین صفحات سایت قید حضور در آن را می‌زنند. این امر به معنای ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از نقطه نظر بازاریابی و کاهش بازدیدهای سایت از نقطه نظر مدیریت سئو خواهد بود بنابراین ارزیابی سرعت بارگذاری صفحات سایت یکی از مهمترین معیارها برای ارزیابی وضعیت کلی برند است.

آمار بازدید از هر صفحه

بازدید از صفحات مختلف برند برای بهبود وضعیت بازاریابی و سئو مهم است. بسیاری از برندها به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه افزایش بازدید صفحات مختلف‌شان مواجه هستند. استفاده از الگوهای رایج بازاریابی در این میان کاربرد زیادی دارد. برندها به هر حال باید بازدید صفحات سایت‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را افزایش دهند. در غیر این صورت شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت.

میزان تعامل با مخاطب هدف

تعامل با مخاطب هدف در قالب سایت رسمی برند یا اکانت‌هایش در شبکه‌های اجتماعی باید به طور مداوم ارزیابی شود. اگر میزان تعامل با مخاطب هدف اندک باشد، رتبه سئو برند نیز به شدت کاهش خواهد یافت. امروز بسیاری از برندها برنامه‌های بازاریابی‌شان را با هدف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف تنظیم می‌کنند. این امر یکی از مهمترین نکات بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را شامل می‌شود. اگر این امر مدنظر برندها قرار نداشته باشد، شانس کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت.

منبع: smallbusinessbonfire.com

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمانشاه
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۶۰۰۱۰۰۴۷۵۲ مورخ ۹۹/۱۰/۰۸ هیات اول/ دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای سیامک فلاح فرزند حمید رضا بشماره شناسنامه ۱۹۸۷ کد ملی ۳۲۵۵۹۵۲۲۱۲ صادره از کرمانشاه درسه دانگ از ششدانگ یک باب ساختمان (کارگاه مورانیک سازی) به مساحت ۱۰۲۳۸۹ متر مربع در محدوده اراضی پلاک ۴ فرعی از قطعه ۳۰ تفکیکی از پلاک ۱۴۳ اصلی واقع در بخش یک حومه کرمانشاه به آدرس جاده سنندج بعد از بانک ملت خریداری از مالک رسمی سید محمد نیک نژاد محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند . بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۱۲/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۱۲/۲۷

۳۶۱۱ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو کرمانشاه – حسین اسلامی کجیدی

۱۷۲

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۶۰۳۰۱۰۶۸۲ مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۰۶ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلامعارض آقای بیژن فیضی منکوبدی فرزند احمد به شماره شناسنامه ۱۲۸۳ صادره از رشت در قریه منکوده در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۴۵۶.۲۶ متر مربع پلاک فرعی ۳۰۹ از اصلی ۶۰ مفروز مجزی از پلاک ۸۴ از اصلی ۶۰ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای رضا فیضی منکوبدی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۲/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۲/۲۷

۳۵۸۶ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو کرمانشاه – حسین اسلامی کجیدی

۱۷۳

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۰۰۱۰۰۲۵۹۹ مورخ ۹۹/۱۰/۰۶ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خمام تصرفات مالکانه بلامعارض آقای جمشید مهمان نواز گورابجیری فرزند ابوالحسن به شماره شناسنامه ۵۸۱ صادره از خمام در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان دو طبقه به مساحت ۲۶۲ متر مربع به شماره پلاک ۲۲۴۵ فرعی از ۳۲ از اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۵ فرعی از ۳۲ اصلی واقع در خواجکین خریداری از مالک رسمی آقای عاشور علی اقبالی خمامی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۲/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۲/۲۷

۳۵۹۷ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت خمام – محمد رجب پوردموجانی

۱۸۵

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۶۰۳۰۱۱۶۷۴ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۳ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلامعارض خانم نجمه نجاتی خشت مسجدی فرزند محمدعیسی به شماره شناسنامه ۱۰۴۸ صادره از رشت در قریه آج بیشه در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۵۵.۰۵ متر مربع پلاک فرعی ۲۳۸۵ از اصلی ۹۱ مفروز مجزی از پلاک ۱۶ عرصه و ۲۲۱ اعیان از اصلی ۹۱ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای رجب افشانی عرصه و محمد حسین تقی زاده اعیان محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود صورتی که اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۲/۱۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۲/۲۷

۳۶۲۹ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت – حسین اسلامی کجیدی

۱۷۴

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۶۰۳۰۱۱۶۷۸ مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۴ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلامعارض آقای محسن حیدرقلی پورشقی فرزند حسین به شماره شناسنامه ۱۷۸ صادره از رشت در قریه احمد گوراب در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۱۰۸ متر مربع پلاک فرعی ۱۱۶۸ از اصلی ۴۵ مفروز مجزی از پلاک ۳۴ باقیمانده از اصلی ۴۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای حبیب اله اولیائی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود صورتی که اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۲/۱۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۲/۲۷

۳۶۴۶ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت – حسین اسلامی کجیدی

۱۷۵

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت
هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۰۰۱۰۰۳۱۳۵ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۳۰ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حسن کارجو کسمائی به شناسنامه شماره ۲۷ کد ملی ۲۶۷۹۳۵۴۲۴۹ صادره از ری فرزند محمد در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر اعیان احداثی (شامل خانه و مغازه) به مساحت ۲۸۷/۴۵ متر مربع به شماره بلاک فرعی ۶۴ از پلاک اصلی ۳۰۲۰ واقع در بخش ۳ گیلان حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت به نام مالک رسمی اولیه بهرام نعیمی اکبر، احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۲/۱۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۲/۲۷

۳۶۲۴ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک رشت – سید محمد فرزانه شال

۱۷۶

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت
هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۸۰۰۱۰۰۳۱۳۳ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۳۰ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای هادی صفربور سطلانی به شناسنامه شماره ۲ کد ملی ۲۶۶۹۶۵۹۷۸۰ صادره از ری فرزند مراد در ششدانگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۱۰۴/۳۱ متر مربع به شماره پلاک فرعی ۶۵ از پلاک اصلی ۳۰۴۰ واقع در بخش ۳ گیلان حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت به نام مالک رسمی اولیه سیروس نعیمی اکبر و غیره، احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۲/۱۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۲/۲۷

۳۶۲۶ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک رشت – سید محمد فرزانه شال

۱۷۷

آگهی موضوع ماده۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی اسامی اشخاصی که باستناد مدارک ارائه شده از طریق هیات حل اختلاف موضوع قانون مذکور مستقر در ثبت خلخلان تقاضای رسیدگی و ثبت و صدور سند مالکیت نسبت به مورد خریداری خود را نموده اند و مالکیت متصرفی و مفروزی ایشان برابر آرای صادره از هیات مذکور تایید و به اداره ثبت اعلام گردیده که پس از اختصاص پلاک ثبتی مراتب بشرح ذیل در دو نوبت جهت اطلاع آگهی می شود:

ازبخش ۷ خاندبیل خلخلان :

۱۹۰۹/۲۰۵۷ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصور با اعیانی احداثی متصرفی خانم شهرزاد یزدانی اندبیلی از مالکیت اولیه جعفر جعفرزاده بمساحت ۲۶۶/۷۴مترمربع واقع در اراضی قریه اندبیل .

۱۹۱۱/۷۷۴ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان متصرفی آقای گل محمد نیساری علی آباد ازمالکیت اولیه شیری نیساری علی آباد، بمساحت ۱۰۲/۷۰مترمربع واقع در اراضی قریه علی آباد

۱۹۳۳/۶۹ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ومحوطه متصرفی آقای حسین رضابور ازمالکیت اولیه آیت اله نوروزی گزاز ، بمساحت ۳۸۶/۱۲مترمربع واقع در اراضی قریه گزاز .

ازبخش ۱۷ خورشیرستم خلخال :

۲۰/۲۱۷۶ اصلی، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه متصرفی آقای ابامثل رفیعی هشجین ، ازمالکیت اولیه هلال رفیعی بمساحت ۲۵۳/۵۰مترمربع واقع در هشجین .

۲۰/۲۱۷۷ اصلی، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه متصرفی خانم مهین پاک نفس هشجین ازمالکیت اولیه سبحان رمضانی بمساحت ۳۴۸/۴۸مترمربع واقع در هشجین .

۲۰/۲۱۷۸ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان و محوطه متصرفی خانم ریحانه فرح هشجین ، ازمالکیت اولیه زیداله فرح ، بمساحت ۴۰۳/۴۰مترمربع واقع در هشجین .

لذا مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شود و مهلت اعتراض بر ثبت از تاریخ اولین نوبت آگهی بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مزبور، دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضایی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را از دادگاه مزبور اخذ و به اداره ثبت تسلیم نماید در غیر این صورت اداره ثبت محل مطابق مقررات اقدام خواهد نمود

تاریخ انتشار نوبت اول: چهارشنبه ۹۹/۱۲/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: چهارشنبه ۹۹/۱۲/۲۷

رییس ثبت خلخال -شکوری

مفقودی

برگ کمپانی وسیله نقلیه سواری پژو PARS XU۷ رنگ سفید روغنی مدل ۱۳۹۹ به شماره موتور ۱۲۴K۱۴۶۲۶۰۴ به شماره شاسی NAAN۰۱CE۶LH۲۵۱۷۰۵ شماره انتظامی ۶۷۱ ب ۴۶انتظامی ۹۲۸ ل ۵۳ ایران ۷۹ بنام فرهاد مرادی مهر مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

۱۰ مهارت ضروری شروع یک کسب و کار

به قلم: لری آلتون کارآفرین / مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک هر فردی در طول زندگی خود به این فکر افتاده است که کسب و کاری را برای خود ایجاد نماید، با این حال اگر شـروعی درخشـان را نداشته باشید، اعتماد سـرمایه‌گذار و حتی انگیزه خود را از دسـت خواهید داد. درواقع بسـیاری از افراد به علت بدهی‌هایی که در ابتدای کار خود متحمل می‌شوند، دیگر فرصت شـروع مجدد را پیدا نمی‌کنند. این واقعیت‌ها ممکن اسـت باعث شود که دیگر به این حوزه فکر نکنید، با این حال آمارها حاکی از آن است که اگر ۱۰ مهارت ضروری را از قبل کسب کرده باشید، تا ۷۰ درصد احتمال شکست شما کاهش پیدا خواهد کرد. با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برای یادگیری هری ک از آنها، زمان کافی را اختصاص دهید. در ادامه به بررسی این ۱۰ مورد طلایی، می‌پردازیم.

۱-مدیریت مالی

ممکن اسـت تصور کنید که یک حسـابدار می‌تواند این موضوع را به خوبی پیگیری نماید. با این حال واقعیت این اسـت که در ابتدای شروع کسب و کار خود، شما بودجه لازم برای چنین اقدامی را نخواهید داشـت. همچنین مهارت در این زمینه باعث می‌شـود تا قدرت تحلیل را پیدا کنید. درواقع ممکن است بنا به هر دلیلی، حسابدار شما مرتکب خطایی شده باشد که شما می‌توانید سریعا از آن اطلاع پیدا کنید. در نهایـت این مهارت به شـما کمک خواهد کرد تا روش‌هـای صرفه‌جویی و بودجه‌بندی اصولی را مورد استفاده قرار دهید.

۲-نامه‌نگاری

بدون شـک شـما نیاز به انواع نامه‌نگاری را پیدا خواهید کرد. تحت این شـرایط ضروری اسـت تا در این زمینه مهارت کافی را داشـته باشـید. این امر باعث خواهد شد تا در نظر سایرین نیز برند شما کاملا حرفه‌ای جلوه کند. درواقع رعایت اصول نگارشـی، احتمال موفقیت‌آمیز شـدن اقدام را به مراتب افزایش خواهد داد.

۳-سخنرانی

یکی از از الزامات اولیه برای هر مدیری، سـخنرانی در شـرایط مختلف است. در این زمینه اگر استرس داشـته باشید و نتوانید اطمینان را منتقل نمایید، بدون شک شایستگی‌های شما زیر سوال خواهد رفت. اگرچه این امر یک واقعیت اسـت که برخی از افراد مهارت‌های ذاتی دارند با این حال شـما با تمرین و رعایت اصول، می‌توانید به سـطح حرفه‌ای‌ها برسید. خوشبختانه امروزه شیوه‌های یادگیری بسیار متنوع شده و این امر باعث می‌شود تا بتوانید به خوبی مهارت‌های مورد نیاز را تقویت نمایید.

۴-تحلیل داده

در حال حاضر مهمترین منبع تصمیم‌گیری، تحلیل داده‌ها محسـوب می‌شـود. در این زمینه شما نیاز داریـد تا در کنار جمـع‌آوری داده‌های موردنیاز، توانایی تحلیل را نیز داشـته باشـید. در این رابطه نیز می‌توان افرادی را اسـتخدام کرد، با این حال این مسئله بدون شک باعث خواهد شد تا بودجه شما برای اقدامات دیگر، کاهش پیدا کند. در این زمینه ابزارهای مختلفی وجود دارد که سـرعت کار شـما را چند برابر می‌کند. به همین خاطر این اقدام را نباید بیش از حد سخت تصور نمایید.

۵-بازاریابی

به عنوان یک شرکت نوپا، شما نیاز دارید تا به خوبی در بازار دیده شوید. این امر به معنای نیاز به پیاده کردن انواع اسـتراتژی‌های بازاریابی اسـت که اگر نسـبت به آنها آگاهی نداشته باشید، شانس رشد شما کاملا محدود خواهد شـد. با توجه به این امر که همواره روش‌های جدیدتری معرفی می‌شـود، لازم است تا مطالعه مداومی را داشته باشید.

۶-مدیریت پروژه

به عنوان مدیر شـرکت، این انتظار وجود خواهد داشـت که شما ناظر بر تمامی پروژه‌ها باشید. در این زمینه تنها اتخاذ سیاسـت و تعیین وظایف کافی نبوده و مهارت‌هایی نیاز اسـت که پیگیری‌های لازم به خوبی انجام شود و چالش‌ها قبل از تبدیل شدن به یک بحران، رفع گردد.

۷-مدیریت زمان

یکی از چالش‌های کسـب و کارها نوپا این اسـت که اقدامات از افراد زمان بیش از حدی را می‌گیرد. این امر بدون شـک مشـکلات زیادی را به همراه داشته و حفظ تیم را بیش از حد سخت خواهد کرد. در این زمینه نکته دیگری که باید به آن توجه داشـته باشـید این است که شما باید توقعات منطقی داشته باشید. برای مثال این امر که از افراد تیم خود بخواهید که بیش از ۴ ساعت در روز کار کنند، بدون شک اقدامی غیرحرفه‌ای خواهد بود. با این حال شـما می‌توانید با تکنیک‌هایی این ۸ ساعت را به زمانی کافی برای تمامی اقدامات تبدیل نمایید. برای این سطح، شما به مهارت مدیریت زمان نیاز خواهید داشت.

۸-مذاکره

در هر کسب و کاری نمی‌توان به تنهایی پیش رفت. تحت این شرایط شما به مذاکره با برندهای مختلف نیاز خواهید داشت، با این حال شما تنها زمانی می‌توانید از منافع شرکت دفاع نمایید که نسبت به اصول مذاکره، آگاهی کافی را داشته باشید. در این زمینه توصیه می‌شود که اقدامات کارآفرین‌های موفق را نیز به عنوان الگوهای خود قرار دهید.

۹-نرم‌افزارهای ضروری

برخـی از نرم‌افزارهـا نظیر مجموعه آفیس، برای هر فردی ضروری خواهد بود و برای مثال با اسـتفاده از اکسـل، شـما می‌توانید بسـیاری از محاسبات را به صورت کاملا سـاده انجام دهید. با این حال در هر حوزه‌ای، نرم‌افزارهای تخصصی نیز وجود دارد که در صورت نیاز بهتر اسـت که آنها را نیز از قبل شـروع کسب و کار خود، یاد گرفته باشید. درواقع به هر میزان که مهارت شما بیشتر باشد، نیاز به استخدام در ابتدای کار نیز کاهش پیدا خواهد کرد.

۱۰-مدیریت استرس

به عنوان مورد آخر توصیه می‌شود که به دنبال پیدا کردن راهکارهای موجود برای کاهش استرس خود باشید. درواقع کارآفرینی یکی از شغل‌های پراسترس محسوب می‌شود که بیشترین فشارها نیز مرتبط با سال اول فعالیت خواهد بود. به همین خاطر اگر نتوانید استرس خود را کنترل نمایید، حتی سلامت شما نیز با تهدید جدی مواجه خواهد شد. همچنین نتایج جدیدترین تحقیقات حاکی از آن است که عملکرد مغز در هنگامی که درگیر استرس شدید هستید، کاهشی شدید را پیدا خواهد کرد.

منبع: allbusiness.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
چهارشنبه | ۲۷ اسفند ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۴۹ | 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.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR



چگونه اینفلوئنسری موفق باشیم

به قلم: سوفیا جفری کارشناس شبکه‌های اجتماعی
مترجم: امیر آل‌علی

ظهـور اینترنت باعث شـده اسـت تا همواره شـاهد به وجود آمدن شـغل‌های جدید باشـیم. در این زمینه یکی از حوزه‌های محبوب، اینفلوئنسـری اسـت. در این زمینه بسـیاری از افـراد تصور می‌کنند که ایـن حوزه صرفا یک تفریح محسـوب می‌شـود که در کنار آن می‌توان کسـب درآمـد نیز داشـت. بـا این حـال نظرسـنجی‌هایی که از اینفلوئنسـرهای موفق صورت گرفته بیانگر آن اسـت که بیـش از ۷۰ درصد، اعـلام کرده‌اند که درآمـد به مراتب بیشـتری در مقایسـه بـا زمانی داشـتند که مشـغول به فعالیت‌هـای دیگر بوده‌اند. به همین خاطر نیز این اقدام را باید یک شغل کامل با درآمد بالا تلقی کرد، با این حال این نکتـه را نیز فراموش نکنید که بیش از نیمی از افرادی که وارد این حوزه می‌شـوند، عملا نتیجه لازم و کسب درآمد قابل توجه را به دسـت نمی‌آورند. این موضوع باعث شـده است تا به بررسـی مهمترین اقداماتی بپردازیم که شانس موفقیت شما را چند برابر خواهد کرد.

۱-توانایی خود را پیدا کنید

بزرگترین اشـتباه بسـیاری از افراد این اسـت که تصور می‌کنند بهتر است تا وارد حوزه‌های محبوب شوند، با این حال در زمینه اینفلوئنسـری علاقه و توانایی اصول حیاتی هستند. درواقع شما ابتدا باید بدانید که در چه زمینه‌هایی می‌توانید تولید محتوا داشـته باشـید. با این اقدام فعالیت شـما ارزش لازم را پیـدا خواهد کرد. پـس از پیدا کردن حوزه موردنظر، لازم اسـت تا رقبای خـود را پیدا کرده و اقدام به تحلیل اقدامات نمایید تا در نهایت بتوانید حداقل یک نوآوری را ارائه کرده و مزیت‌های رقابتی ایجاد نمایید.

۲-برندسازی نمایید

ممکن اسـت تصور کنید که شـما یک شـرکت نبوده و نیازی به برند نخواهید داشـت. بـا این حال واقعیت کاملا متفاوت بوده و شما باید برند شخصی ایجاد نمایید. در این زمینه بهتر اسـت که لوگو، موردی ثابت باشـد تا به خوبی در ذهن ماندگار شـود. در این زمینه بدترین مورد، تصویر شـما خواهد بود. درواقع بهتر اسـت که برای خود یک نام هنری، انتخاب کنید. همچنین شروع فعالیت را در راستای پاسخ دادن به چرایی حضور خود، اختصاص دهید. در کنار این موضوع لازم اسـت تا بودجه‌ای را مشخص نمایید تا از حداقل تجهیزات لازم نظیـر میکروفون و ابزار نورپردازی، برخوردار شوید. در صورتی که امکانات لازم برای همکاری با یک فیلمبردار را ندارید، لازم است تا دو مهارت عکس و فیلمبرداری در کنار ویرایش را یاد بگیرید. این موضوع در کاهش هزینه‌ها تاثیر فوق‌العاده‌ای را خواهد داشت. درواقع این نکته را فراموش نکنید که شما معمولا تا یک سال اول فعالیت، درآمدی را نخواهید داشت. به همین خاطر بسیار مهم اسـت که هزینه‌ها را به خوبی کنتـرل نمایید. بدون شـک پس از قرار گرفتن در مسـیر سـودآوری، می‌توانید تغییرات لازم را اعمال نمایید.

۳-برنامه زمانی و استراتژی افزایش تعامل داشته باشید

نظم کاری در شـبکه‌های اجتماعی بسـیار مهم اسـت. درواقع شـما باید برنامه‌ای را مشـخص نمایید تا مخاطب بتواند بـا آن ارتباط برقـرار کند. در ایـن زمینه فراموش نکنیـد که حتی چنـد روز غیبت، منجر به ریزش شـدید مخاطب خواهد شـد. علت این امر به این خاطر اسـت که در هـر حوزه‌ای، حداقل چند اینفلوئنسـر وجـود دارد. به همین خاطر نیز مخاطب همواره گزینه‌هایی را در دسترس خواهد داشت.

۴-اقدامات خود را ارزشمند نمایید

چه دلیلی وجود دارد که افراد در بین تمامی گزینه‌های موجود، شما را انتخاب کنند؟ در این زمینه تکرار اقدامات انجام شـده، بدون شـک شانس موفقیت شـما را کاهش خواهد داد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشـته باشید این اسـت که این ارزش‌سازی تنها اقدامی مقطعی نبوده و لازم اسـت تا همواره به دنبال بهبود آن باشـید. به صورت کلـی هرگاه کیفیت بر کمیت برای شـما ارزش بالاتری را پیدا کند، می‌توانید اطمینان داشـته باشـید که در مسیر درسـتی قرار دارید. این بهتر اسـت که بـه تعادلی میان موضوعات مورد علاقه و موردنیاز جامعه دسـت پیدا کنید. همچنین فراموش نکنید که شـما قادر به جلب توجه همه افـراد نخواهید بود. به همین خاطر خصوصا در ابتدای کار خود لازم اسـت تا به خوبی جامعه هدف را انتخاب نمایید. این امر سـرعت رشد شما را چند برابر خواهد کرد. درواقع این امر به مراتب بهتر اسـت که انرژی خود را صرف جلب توجـه افرادی نماییـد که آمادگی ذهنی پذیرش شـما را دارنـد. برای مثـال اگر در زمینه نقد فیلـم فعالیت دارید، بدون شـک جامعـه هدف شـما، علاقه‌منـدان این حوزه هستند.

۵-سبک مخصوص به خود را داشته باشید

سـبک مخصوص باعث می‌شـود تا ماندگاری شـما در ذهن به مراتب بیشـتر شـود. در این زمینـه نکته دیگری که باید به آن توجه داشـته باشـید این اسـت که در پیدا کردن سـبک مخصوص، عجله نداشته باشید. درواقع حتی ظاهر شما نیز در ماندگاری شما تاثیر قوق‌العاده‌ای خواهد داشت. همچنین لازم است تا پلتفرم خود را نیز به درستی انتخاب کنید. برای مثال ممکن اسـت برای حوزه فعالیت شما اینستاگرام، بهترین گزینه باشد ولی برای فردی دیگر، یوتیوب، تیک تاک و... گزینه‌های به مراتب بهتری محسوب شـوند. در ابتدای کار خود بهتر است که تنها از یک شبکه استفاده کنید. پس از رسـیدن به نقطه موردنظر، می‌توان به دنبال گسترش فضاهای اشتراک‌گذاری محتواها باشید. این موضوع بسیار مهم بوده و باعث می‌شود تا شما بتوانید تمرکز خود را حفظ کنید.

۶-تنها به خودتان محدود نباشید

در نهایـت توصیه می‌شـود که بـا افراد دیگـر تعامل داشـته باشـید. این موضوع باعث خواهد شـد تا امکان جـذب مخاطبان یکدیگـر را پیدا کرده و با تیم شـدن، امکان انجام فعالیت‌های بیشـتر و بهتری را داشته باشید. درواقع بدترین نگرش این اسـت که تصور کنید همکاری با دیگران مانع از رشـد شـما خواهد شـد. همچنین این نکته را فراموش نکنید که اینفلوئنسری، شغلی ۲۴ ساعته بوده و بهتر اسـت که فعالیـت دیگری را انجام ندهید. در غیر این صورت زمان کافی برای رشـد را نخواهید داشت. درواقع در کنار تلاش برای بهبود کیفیت محتواها، شـما باید به دنبال مطالعه جدیدترین روش‌ها، ترندها و تحلیل مداوم شرایط باشید.

منبع: allbusiness.com